

Rozmowa z Janem Krzysztofem Ardanowskim, Ministrem Rolnictwa i Rozwoju Wsi. Rozmawia Ryszard Żabiński



Jan Krzysztof Ardanowski, Ministrem Rolnictwa i Rozwoju Wsi fot. mat. prasowe

Wpływy z eksportu polskich produktów rolno-spożywczych mogą osiągnąć w 2018 r. nienotowany dotąd poziom blisko 30 mld euro. W jaki sposób i na jakich rynkach będzie promowana polska żywność w 2019 roku?

Tak. To kolejny rekord wysokości wartości polskiego eksportu rolno-spożywczego. Polska

żywność niezmiennie cieszy się uznaniem konsumentów za swój smak, wysoką jakość i przystępną cenę. Promocja polskiej żywności jest jednym z naszych priorytetowych zadań. Nie ustajemy też w poszukiwaniach nowych rynków zbytu. W tym roku będziemy organizować stoiska informacyjno-promocyjne na najważniejszych imprezach targowych m.in. w Wielkiej Brytanii, Chinach, USA, czy Zjednoczonych Emiratach Arabskich. Zgodnie ze swoimi zadaniami, działaniami promocyjnymi zajmuje się także Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa, który w tym roku uczestniczył już w targach w Niemczech, Zjednoczonych Emiratach Arabskich, Japonii, Meksyku. W planach ma udział w podobnych wydarzeniach w Wietnamie, Korei Południowej, Czechach, Chinach, Indiach, Niemczech i w Izraelu.

KOWR wdraża instrumenty polityki promocyjnej w sektorze rolno-spożywczym. Jego oferta kierowana jest do wszystkich branż sektora rolno-spożywczego. Beneficjentami tych działań są polscy eksporterzy. Polskie produkty rolno-spożywcze promowane są pod wspólnym hasłem „Poland tastes good” („Polska smakuje”).

KOWR wspiera polską branżę rolno-spożywczą m.in. poprzez umożliwianie prezentacji oferty eksportowej na zagranicznych targach i wystawach. Uczestniczy w największych i najważniejszych wydarzeniach tego rodzaju na świecie organizując narodowe stoiska informacyjno-promocyjne dla polskich przedsiębiorców reprezentujących szereg branż. Nabór na stoiska organizowane przez KOWR jest otwarty i dostępny dla wszystkich zainteresowanych, a informacja o naborze jest zamieszczona na stronie internetowej KOWR.

Czy mamy szansę na poprawę wyników eksportu polskiej żywności osiągniętych w 2018 roku?

Nie będzie to łatwe. Jak wspomniałem proste rozwiązania już się skończyły. Musimy zabiegać nie tylko o nowe rynki, ale też dbać o te, na których polska żywność jest już

obecna.

Ostatni incydent z nielegalnym ubojem spowodował niespotykaną falę hejtu. Żaden tego typu przypadek stwierdzony w innych krajach nie był tak rozdmuchany, jak ten u nas.

Teraz musimy zintensyfikować działania, aby zniwelować nadszarpnięty wizerunek polskiej żywności, która jest nie tylko smaczna, ale zdrowa i bezpieczna dla konsumenta.

W tym zakresie zdecydowane działania podejmują też organizacje producentów, które wspierane są z funduszy promocji. Jestem przekonany, że pokonamy te trudności, a obserwując wyniki międzynarodowej wymiany handlowej widać, że konsumenci w innych krajach, mimo tej nagonki, dalej chętnie kupują polską żywność.