

Polska branża rolno-spożywcza dostrzegła we współpracy z globalnymi markami szansę na rozwój i zwiększenie eksportu.



McD_restauracja fot.mat. prasowe

Aż 31,8 mld euro wyniosły w 2019 r. wpływy z eksportu w branży rolno- -spożywczej według danych Instytutu Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej. To o 6,9% więcej niż w ubiegłym roku, a eksperci Instytutu przewidują dalszy wzrost. Eksportujemy głównie na rynki Unii Europejskiej, ale nie tylko. Polską żywność chętnie kupują także odległe kraje azjatyckie czy afrykańskie.

Najczęściej za granicę wysyłamy mięso, zboże i jego przetwory, produkty mleczne oraz świeże i przetworzone owoce i warzywa. Duża część eksportu odbywa się dzięki współpracy krajowych producentów z globalnymi sieciami handlowymi czy

gastronomicznymi. Międzynarodowe firmy są ważnymi partnerami dla polskich przedsiębiorstw – zapewniają stabilny popyt i dystrybucję, wspólnie wypracowują wysokie standardy, których oczekują konsumenci – zagraniczni, a także polscy. Współpraca polskich producentów z globalnymi firmami oznacza nie tylko eksport. Międzynarodowe marki korzystają z lokalnych produktów także działając w Polsce. Pozyskując produkty lokalnie skracają łańcuch dostaw i otrzymują towary wysokiej jakości.

Polskie produkty w McDonald's

Przykładem marki, która opiera swoją działalność na krajowych produktach rolnych jest McDonald's. Firma pozyskuje w Polsce wołowinę, warzywa, pieczywo, frytki i jajka. Polscy producenci zaopatrują nie tylko restauracje McDonald's w Polsce, ale także w wielu krajach regionu. Partnerstwo McDonald's z polskimi dostawcami jest efektem wieloletniej współpracy. 27 lat temu, kiedy marka wchodziła do kraju nad Wisłą, surowce były importowane z zagranicy. Dziś większość półproduktów pochodzi od polskich dostawców. W 2017 r. łącznie w swoich restauracjach i łańcuchu dostaw w 2017 r. sieć wygenerowała prawie 4 mld złotych sprzedaży, w tym aż 1,5 mld w rolnictwie i przetwórstwie spożywczym.

„Przez te 27 lat zbudowaliśmy bardzo stabilny łańcuch dostaw oparty na długoletniej, partnerskiej współpracy z firmami zlokalizowanymi w Polsce. Razem się rozwijamy, wprowadzamy innowacyjne rozwiązania, wciąż podnosimy standardy. Zarówno skala McDonald's, jak i naszych dostawców uległa znaczącemu zwiększeniu” – mówi Anna Borys- Karwacka, Dyrektor ds. Korporacyjnych w McDonald's Polska.

Frytki z ziemi do księżycy

Jednym z najważniejszych produktów McDonald's są frytki. Od 25 lat są one dostarczane do restauracji przez firmę Farm Frites z Lęborka, która również uprawia specjalną odmianę ziemniaka, z której frytki są produkowane. W trakcie współpracy skala produkcji firmy wzrosła 5 razy, a zatrudnienie o 150%.

„Według naszych wyliczeń w ciągu 25 lat współpracy z Farm Frites sprzedaliśmy 1 miliard 128 milionów porcji tego produktu. Gdyby roczną ilość sprzedanych frytek ułożyć w prostą linię, jej długość sięgałaby z ziemi aż do księżycy!” – mówi Anna Borys-Karwacka.

Frytki od Farm Frites są dostępne nie tylko na polskim rynku. Jakość produktów oferowanych przez tę firmę sprawiła, że są one sprzedawane w ponad 1000 restauracji McDonald's w 12 krajach. Innym przykładem wieloletniego dostawcy McDonald's jest firma Green Factory z Niepruszcza, która od 1999 r. dostarcza do McDonald's warzywa. Dwadzieścia lat temu była to niewielka firma rodzinna. Dziś Green Factory dostarcza produkty do klientów w całej Europie. Te lata współpracy to wypracowywanie standardów, wprowadzanie nowych produktów, stabilne kontrakty pozwalające na inwestycje i eksport produktów na rynki zagraniczne. Bułki do burgerów McDonald's pochodzą z firmy Aryzta, która swoje piekarnie ma w Grodzisku Mazowieckim, Strzegomiu i Michałowie-Reginowie. Firma produkuje rocznie 700 milionów sztuk pieczywa hamburgerowego, tortilli i croissantów, które są obecne między innymi na rynku polskim, litewskim, łotewskim czy estońskim.

„McDonald’s to marka globalna, ale nasza działalność opiera się na lokalności. Priorytetem jest dla nas jakość, szacunek do polskiej żywności, zaufanie do producenta oraz promocja krajowych wyrobów na rynkach zagranicznych” – dodaje Anna Borys-Karwacka

Polska wołowina

Jednym z najważniejszych produktów, z których korzysta McDonald’s jest wołowina. Prawie 100% tego mięsa w restauracjach ze złotymi łukami pochodzi z Polski. Marka rocznie odbiera od swojego dostawcy – OSI Food Solutions spod Ostródy, ponad 12 tysięcy ton wołowiny oraz współpracuje z kilkudziesięcioma hodowcami bydła w kraju. Za pośrednictwem systemu McDonald’s, polska wołowina trafia również na inne rynki w regionie, m.in. do Czech czy Słowacji. Jako ważny odbiorca wołowiny firma angażuje się w liczne inicjatywy mające na celu podnoszenie jakości i standardów produkcji.

„Współpracujemy z branżą mięsną nad wypracowaniem jednolitych standardów. Jesteśmy uczestnikiem platformy ds. zrównoważonej produkcji wołowiny, której celem jest opracowanie zasad certyfikacji uwzględniających między innymi dobrostan zwierząt, ograniczenie emisji gazów cieplarnianych czy kryteriów dotyczących stosowania antybiotyków. W tym roku przeprowadziliśmy audyty pod tym kątem w 8500 tysiącach gospodarstw, z którymi współpracujemy.” – przekonuje Anna Borys-Karwacka.

Zrównoważona hodowla będzie w mniejszym stopniu wpływała na środowisko naturalne. Jednolity, krajowy standard pozwoli rolnikom i producentom na podniesienie

konkurencyjności oraz zwiększenie eksportu na zagraniczne rynki. System McDonald's oparty jest na trzech filarach – lokalnych dostawcach i franczyzobiorcach oraz korporacji. Każdy z nich jest jednakowo ważny, a fundamentem współpracy jest wieloletnie partnerstwo, wysokie standardy oraz zaufanie.



polskie produkty fot. mat. prasowe