



AKTUALNOŚCI

Mlekpól wśród 100 najlepszych polskich pracodawców rankingu „WPROST”

AKTUALNOŚCI

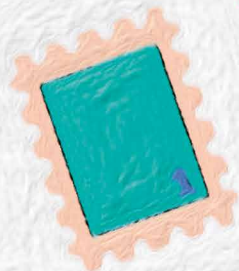
Dwa Złote Paragony i cztery wyróżnienia Złotego Paragonu dla produktów SM Mlekpól

WYWIAD

Rozmowa z Wiceprezesem Zarządu SM Mlekpól Pawłem Pasternakiem

Na Mazurach, w górach i
może nawet nad morzem...

Łaciate smakuje zawsze
tak samo dobrze!



Five horizontal dashed lines for writing an address or message.

Szanowni Członkowie, Dostawcy, Pracownicy SM Mlekpól!

Ostatnie miesiące obfitowały w ważne dla naszej Spółdzielni wydarzenia, a relacje z nich znajdują Państwo w niniejszym numerze „Echa Mlekpól”.

Najważniejszą kwestią poruszoną na łamach naszego pisma jest bez wątpienia Zebranie Przedstawicieli SM Mlekpól, które w bieżącym roku odbyło się w Grajewie i zaowocowało między innymi niezwykle istotną decyzją o połączeniu z Łódzką Spółdzielnią Mleczarską. Połączenie to stanowi naturalną kontynuację dotychczasowej polityki i strategii Spółdzielni. Jesteśmy przekonani, że fuzja z JOGO przyniesie Mlekpólowi wiele korzyści oraz możliwości rozwoju, chociażby ze względu na położenie zakładu w centralnej Polsce, a dodatkowo – w jednym z najbardziej mlecznych rejonów kraju. Zapewni to powiększenie bazy surowcowej. Istniejący w łódzkim ZPM potencjał produkcyjny wykorzystamy do wytwarzania bardzo popularnych wyrobów fermentowanych w butelkach PET i lodów, których dotąd nie było w naszej ofercie. Wykwalifikowana załoga oraz popularność marek Jogo i Bambino to dodatkowe atuty zakładu, które przy odrobinie wysiłku przełożą się na sukces rynkowy nie tylko w okolicach Łodzi, ale w całym kraju, a wynikający z połączenia rozwój asortymentu pozwoli Mlekpólowi jeszcze skuteczniej zaspokajać potrzeby klientów oraz konsumentów.

Naszą motywacją do połączenia z LSM JOGO było przekonanie, że razem staniemy się silniejsi. Wspólnie kontynuować będziemy dalszą drogę, zgodnie z obranym przez naszych poprzedników kursem. Wiemy, że droga ta nie będzie łatwa, ale jestem przekonany, że dzięki determinacji i zaangażowaniu osiągniemy wszystkie zamierzone cele.

Na kolejnych stronach magazynu znajdują Państwo interesujący wywiad z Wiceprezesem Zarządu Pawłem Pasternakiem, odpowiedzialnym za sprawy finansowe, a także relację z MLEKPOL FORUM 2023, w trakcie którego odbyły się obchody 40-lecia firmy.

To wyjątkowe wydarzenie zwieńczyła uroczysta gala wraz z benefisem poprzedniego Zarządu SM Mlekpól. Był to symboliczny gest wdzięczności i uznania za wkład Prezesa Edmunda Borawskiego, Wiceprezesa Sławomira Olszewskiego oraz Członka Zarządu Józefa Wysockiego w rozwój Spółdzielni na przestrzeni ostatnich 40 lat.

Panie domu i nasi milusińscy, jak zwykle, także znajdują w „Echu Mlekpól” coś dla siebie.

Życzę miłej lektury!

Tadeusz Mroczkowski,

Prezes Spółdzielni Mleczarskiej Mlekpól





Dbamy o ludzi naturalnie już od ponad 40 lat!

Sprawozdanie z Zebrania Przedstawicieli SM Mlekpól 2023

Zebranie Przedstawicieli Spółdzielni Mleczarskiej Mlekpól odbyło się 20 czerwca 2023 roku w Grajewie i zgromadziło 48 z 55 delegatów, którzy reprezentowali ponad 8000 członków Spółdzielni z różnych rejonów działania.

Podczas zebrania Jan Zawadzki, Przewodniczący Rady Nadzorczej, podkreślił, że rozwój Spółdzielni opiera się na długofalowej strategii, która koncentruje się wokół współpracy z dostawcami i kontrahentami.



Pomimo niesprzyjających okoliczności sytuacja Spółdzielni jest stabilna, co pozwala nam uniknąć drogich kredytów. Mlekpól poszukuje także nowych rynków zbytu za granicą, mając na uwadze ogromną konkurencję na arenie międzynarodowej – mówił Przewodniczący.

Podsumowanie 2022 roku

W minionym roku Rada Nadzorcza wraz z Zarządem podjęła wiele trafnych decyzji, czego dowodzą osiągnięte przez Spółdzielnię wyniki. Mlekpól jest firmą o ugruntowanej pozycji gospodarczej i ogromnym potencjale. Spółdzielnia konsekwentnie dąży do unowocześniania i wzrostu produkcji mleka oferowanego przez swoich dostawców, będąc polskim liderem spółdzielczości w skupie surowca.

Podczas zebrania delegaci wysłuchali sprawozdania, które przedstawił obecny Prezes Zarządu, a także podziękowali poprzedniemu Zarządowi za pracę i zaangażowanie w rozwój Spółdzielni. Dzięki wysiłkom jego członków firma stała się bowiem znaczącym graczem na mapie polskiego sektora mleczarskiego.

W ubiegłym roku przedsiębiorstwo osiągnęło przychód w wysokości ponad 7 miliardów złotych.

Mlekpól przez ponad 40 lat działalności wypromował produkty i marki rozpoznawalne zarówno w Polsce, jak i za granicą. Jedną z najbardziej cenionych jest oczywiście marka Łaciate. Rok 2022 okazał się niezwykle trudny i pełen niespodzianek, rozpoczynając się wojną i niosąc konsekwencje wciąż trwającej pandemii. Mimo tych trudności rok ten był rekordowy pod względem sprzedaży i cen mleka. Mlekpól, jako polska firma mleczarska, podążał za światowymi trendami, intensyfikując działania marketingowe i promocyjne. – **mówił Tadeusz Mroczkowski, Prezes Zarządu SM Mlekpól** – Mimo niełatwej sytuacji Spółdzielnia Mleczarska Mlekpól radziła sobie bardzo dobrze, chociaż wiązało się to z potrzebą dynamicznego i elastycznego reagowania na zmiany zachodzące na rynku.

W trakcie zebrania jednogłośnie przyjęto wnioski o udzielenie absolutorium wszystkim członkom Zarządu.

Przyszłość = rozwój

Podczas ZP przedstawiono również plany na przyszłość. Spółdzielnia Mleczarska Mlekpól zamierza kontynuować rozwój i inwestycje. Wdrażanie nowoczesnych rozwiązań technicznych i technologicznych pozwoli na dalszy rozwój produktów, opakowań oraz poprawę efektywności energetycznej naszych zakładów. Te wszystkie działania będą realizowane zgodnie z polityką zrównoważonego rozwoju firmy, w poczuciu odpowiedzialności za środowisko i społeczeństwo. Mlekpól podkreśla swoje zaangażowanie w działania proekologiczne i redukcję emisji CO₂. Planowane na rok 2023 inwestycje wyniosą około 200 milionów złotych i obejmą m.in. dalszy rozwój gospodarki obiegu zamkniętego, mającej na celu ograniczenie zużycia plastiku i emisji gazów na każdym etapie produkcji i przetwórstwa mleka.

Jednym z ważnych wydarzeń, które miało miejsce w ostatnim czasie, było połączenie Spółdzielni z łódzką mleczarnią Jogo, która słynie z produkcji lodów Bambino. Obecnie Jogo jest już w strukturach Mlekpólu, co zakładowi temu otwiera nowe możliwości rozwoju produkcji i wytwarzania wysokiej jakości produktów mleczarskich.



Na zakończenie zebrania Edmund Borawski, były Prezes Zarządu podziękował swoim współpracownikom, Radzie Nadzorczej i delegatom za wspólnie przepracowane lata.

*Wasze zaangażowanie, profesjonalizm i oddanie przyczyniły się do naszego sukcesu. Teraz przekazuję stery naszej Spółdzielni w ręce nowego Zarządu. Jestem pewien, że będzie on w stanie sprostać wszystkim wyzwaniom i kontynuować rozwój firmy. Życzę wszystkim powodzenia (...). Przeżyliśmy razem wiele i jestem dumny z tego, co udało nam się osiągnąć – **mówił Prezes Borawski.***

Aktualna sytuacja w skupie mleka

Pierwsze półrocze bieżącego roku charakteryzowało się niepewnością na rynku i spadającymi cenami mleka surowego. Poprzedni rok pod względem dochodów z produkcji mlecznej sięgnął historycznych poziomów. Wzrastające ceny na światowych giełdach i wysokie ceny produktów mleczarskich na rynku krajowym spowodowały w drugiej połowie 2022 roku wzrost cen mleka surowego do historycznych poziomów. Ostatnie miesiące poprzedniego roku i pierwsze 5 miesięcy bieżącego roku przyniosły korektę cen produktów mlecznych na światowych giełdach i na rynku krajowym. Przyrost produkcji mleka u największych eksporterów, takich jak UE, Stany Zjednoczone, Nowa Zelandia, przy jednoczesnym zmniejszeniu importu przez Chiny (największy importer mleka na świecie) oraz spadającej sile nabywczej konsumentów, spowodowanej rosnącą inflacją w naszym kraju, wpłynął na zmniejszenie dochodów zakładów przetwórczych, co przełożyło się na spadki kwot pieniężnych wypłacanych dostawcom za mleko.

Według Głównego Urzędu Statystycznego ceny mleka w skupie od grudnia 2022 roku do kwietnia bieżącego roku spadły o ponad 27%. Średnia cena mleka dla dostawców w naszym kraju w kwietniu wyniosła 2,17 zł/litr i była o 1,6% wyższa niż w kwietniu 2022 roku. Najwyższe ceny otrzymywali dostawcy mleka na Podlasiu: 2,33 zł/litr, a najniższe w województwie łódzkim: 2,04 zł/litr. Według analityków trudna sytuacja na rynku może potrwać do końca roku, a wzrostów cen mleka możemy się spodziewać dopiero w ostatnim jego kwartale.

Skup mleka u największych przetwórców w UE rośnie. Za pierwsze cztery miesiące 2023 roku skup wzrósł o 0,8%. Polska należy do krajów w UE o największej dynamice skupu mleka i za okres od stycznia do kwietnia skupiliśmy 4197,0 mln litrów, przy dynamice skupu na poziomie 1,0 %. W kwietniu skup mleka w Polsce wyniósł 1061,3 mln litrów i było to o 1% więcej niż w kwietniu 2022 roku.

W naszej Spółdzielni w kwietniu skupiliśmy 167,1 mln litrów surowca, co stanowi 16% mleka krajowego, a w maju prawie 170 mln litrów, z dynamiką 1,2% w stosunku do roku ubiegłego.

Mlekpól Forum 2023

W czwartek 27 kwietnia w Hotelu Narvil Conference&Spa w Serocku odbyło się Mlekpól Forum 2023, wydarzenie połączone z galą 40-lecia działalności i benefisem byłego Zarządu firmy. Wzięli w nim udział nie tylko przedstawiciele branży mleczarskiej i spożywczej, ale również politycy, samorządowcy oraz kontrahenci i partnerzy handlowi Mlekpól z Polski i z zagranicy.

Mlekpól Forum 2023 rozpoczęło się od konferencji biznesowej, podczas której obecny Zarząd zaprezentował najważniejsze dokonania Spółdzielni na przestrzeni 40 lat jej istnienia oraz plany na najbliższą przyszłość.



Kazimierz Czernewski
Dyrektor Wydziału Skupu

Wystąpienie Prezesa Zarządu Tadeusza Mroczkowskiego dotyczyło przede wszystkim powiększania bazy surowcowej, a także rozwoju gospodarstw należących do dostawców mleka, które dokonywały się i dokonują między innymi dzięki polityce Spółdzielni. Następnie prelekcje wygłosili Wiceprezesi Zarządu SM Mlekpól. Zbigniew Groszyk opowiadał o ekoinwestycjach i energetyce, Małgorzata Cebelińska pochyliła się nad trendami konsumenckimi i marketingiem flagowych marek Spółdzielni, a Paweł Pasternak położył nacisk na zagadnienia związane zwłaszcza z innowacyjnymi środkami finansowania działalności Mlekpól.

Na temat znaczenia i roli Instytutu Innowacji Przemysłu Mleczarskiego w Mragowie w procesie tworzenia nowych produktów nabiałowych opowiedział jego prezes – prof. dr hab. Andrzej Babuchowski. Gościnnie wykład na temat sztucznej inteligencji wygłosił natomiast dr Maciej Kawecki, prorektor ds. innowacji Wyższej Szkoły Bankowej w Warszawie.

40 lat rozwoju

Wieczorem, w trakcie uroczystej gali, odbył się benefis byłego Zarządu SM Mlekpól – na czele z Prezesem Edmundem Borawskim. Jako pretekst do wspomnień z gośćmi specjalnymi: Przewodniczącym Rady Naukowej IIPM, prof. Zygmuntem Zanderem, Przewodniczącym RN Mlekpól w latach 1997 – 2006 Janem Filipkowskim, Prezesem Zarządu SOT Andrzejem Ramotowskim i Prezesem PGI Edwardem Kołkiem posłużyły przygotowane specjalnie na tę okazję kroniki filmowe opowiadające o poszczególnych dekadach funkcjonowania Spółdzielni. Dzięki nim przypomniano między innymi początki OSM w Grajewie, przebieg i rezultaty działań konsolidacyjnych firmy, wykreowanie popularnych marek (Łaciate, Milko, Mazurski Smak) czy wreszcie polski rekord skupu mleka, który wyniósł ponad 2 mld litrów i ustanowiony został przez Mlekpól w 2021 roku.

W trakcie gali uhonorowano dorobek Edmunda Borawskiego, przez 40 lat zasiadającego na stanowisku Prezesa Zarządu SM Mlekpól, a także Sławomira Olszewskiego (Wiceprezesa w latach 1985 – 2022) i Józefa Wysockiego (Członka Zarządu w latach 1990 – 2020). Podkreślono, że Mlekpól zdobył pozycję lidera w branży mleczarskiej dzięki wspólnej pracy wszystkich osób tworzących Spółdzielnię, a także dzięki skutecznemu zarządzaniu.

Mlekpól swoją obecną pozycję zawdzięcza wysiłkom tysięcy producentów mleka, pracowników poszczególnych zakładów produkcyjnych, członków Rad Nadzorczych i Zarządu, którzy od początku istnienia Spółdzielni realizowali strategię opartą na zrównoważonym rozwoju, innowacjach, najnowocześniejszych technologiach i sprawnym marketingu. To właśnie dzięki ich zaangażowaniu i wierze w sukces produkty Mlekpól są dobrze znane nie tylko w każdym polskim domu, ale goszczą też na stołach w ponad 100 państwach świata. Cieszę się, że podczas Mlekpól Forum 2023 mieliśmy okazję podsumować ten czas i nakreślić kierunki rozwoju na przyszłość – mówi Tadeusz Mroczkowski, Prezes Zarządu SM Mlekpól.

Mlekpól dziś

Obecnie SM Mlekpól to 14 nowoczesnych i wysoko wyspecjalizowanych zakładów przetwórczych zlokalizowanych w całej Polsce. Spółdzielnię tworzy ponad 8400 producentów, którzy dostarczają średnio 5,5 mln l mleka dziennie.

Mlekpól oferuje szeroką gamę produktów mleczarskich, w Polsce i na świecie znanych pod markami, takimi jak: Łaciate, Milko, Białe, Rolmlecz, Mazurski Smak czy Maślanka Mragowska. Blisko 30% produkcji Spółdzielni trafia na eksport do ponad 100 krajów na całym świecie. W 2021 roku Mlekpól otrzymał z rąk Andrzeja Dudy Nagrodę Gospodarczą Prezydenta RP w kategorii „Narodowy Sukces”.





Dwa Złote Paragony i cztery wyróżnienia Złotego Paragonu dla produktów SM Mlekpól

Mleko Łaciate świeże 2,0% i Ser Gouda w plastrach 150 g zajęły pierwsze miejsca w swoich kategoriach w konkursie „Złoty Paragon 2023 – Nagroda Kupców Polskich”. Wyróżnienia przyznano natomiast Maślance Mrągowskiej o smaku truskawkowym, serkowi śmietankowemu Łaciatemu z cebulą i szczypiorkiem, a także masłu ekstra oraz mixowi Łaciatemu.

W środę 24 maja 2023 roku odbyła się Gala Liderów Rynku FMCG i Handlu, podczas której poznaliśmy wyniki konkursu „Złoty Paragon 2023 – Nagroda Kupców Polskich”. Laureatów wyłonili czytelnicy ogólnopolskiego miesięcznika „Hurt & Detal”, oddając głosy na produkty spożywcze, które w ich sklepach cieszą się największym powodzeniem i są najchętniej kupowane przez klientów.



W tegorocznej edycji plebiscytu, w różnych kategoriach, produkty SM Mlekpól zdobyły w sumie dwa Złote Paragony oraz cztery wyróżnienia:

- **Mleko Łaciate świeże 2,0%** – I miejsce i statuetka Złotego Paragonu w kategorii „Mleko”,
- **Ser Gouda w plastrach 150 g** – I miejsce i statuetka Złotego Paragonu w kategorii „Sery żółte twarde”,
- **Maślanca Mrągowska truskawkowa 1 l** – Wyróżnienie Złotego Paragonu w kategorii „Napoje mleczne”,
- **Serek śmietankowy Łaciaty z cebulą i szczypiorkiem 135 g** – Wyróżnienie Złotego Paragonu w kategorii „Serki kanapkowe, sałatkowe”,
- **Masło Łaciate Ekstra 200 g** – Wyróżnienie Złotego Paragonu w kategorii „Masło”,
- **Mix Łaciaty 200 g** – Wyróżnienie Złotego Paragonu w kategorii: „Margaryny i miksy”.

Kolejny raz z rzędu Mlekpól został doceniony przez polskich handlowców, za co ogromnie dziękujemy. Naszym celem zawsze było dostarczanie wysokiej jakości produktów nabiałowych, które satysfakcjonują konsumentów pod względem bezpieczeństwa, profilu odżywczego i smaku. Nagrody w plebiscycie Złotych Paragonów stanowią potwierdzenie, że wysiłki Spółdzielni w tym zakresie przynoszą wymierne rezultaty – komentuje Dorota Grabowska, Kierownik Działu Marketingu SM Mlekpól.

„Złoty Paragon 2023 – Nagroda Kupców Polskich” była 13. edycją konkursu. Finałowa gala, która odbyła się w Teatrze Kamienica w Warszawie, zgromadziła przedstawicieli sektora FMCG, sieci handlowych, firm usługowych oraz shopfitterów z całej Polski.

SM Mlekpól na XII Mragowskiej Gali Sportu

Spółdzielnia Mleczarska Mlekpól zdobyła nagrodę podczas XII Mragowskiej Gali Sportu. Wydarzenie odbyło się 12 maja w Mragowskim Centrum Kultury.

Mlekpól po raz kolejny został doceniony za wspieranie organizacji Milko Mazury MTB – najszybciej rozwijającego się cyklu wyścigów kolarstwa górskiego w Polsce. Marka Milko jest sponsorem tytularnym, a Łaciate Junior – sponsorem strategicznym tych rowerowych zmagania. Spółdzielnia dofinansowuje imprezę od 2018 roku.

Cieszymy się bardzo, że Milko Mazury MTB rośnie w siłę i z roku na roku zyskuje na popularności jako wyścig zarówno dla zawodowców, jak i kolarzy-amatorów w każdym wieku. Wydarzenie przyciąga coraz większą liczbę uczestników, a my, jako firma produkująca wyroby mleczarskie przeznaczone dla osób dbających o zdrowy styl życia, mamy w tym swój udział. Dziękujemy za nagrodę i liczymy na dalszą, owocną współpracę – mówi Dorota Grabowska, Kierownik Działu Marketingu SM Mlekpól.



Od lewej: Arkadiusz Cała, pomysłodawca i organizator cyklu Milko Mazury MTB i Radosław Tesmer, Zastępca Dyrektora ZPM w Mragowie

W imieniu Spółdzielni wyróżnienie odebrał Radosław Tesmer, Zastępca Dyrektora Zakładu Produkcji Mleczarskiej w Mragowie.

Tegoroczna edycja Milko Mazury MTB rozpoczęła się w połowie kwietnia w Iławie. Ostateczne wyniki klasyfikacji poznamy w październiku.

Mleczarze z Tanzanii z wizytą w SM Mlekpól

Przetwarzają 6 tys. litrów mleka dziennie, w skład ich spółdzielni wchodzi tysiąc rolników mieszkających na zboczach Kilimandżaro, a surowiec codziennie odbiera od dostawców i transportuje do przetworu grupa motocyklistów. Tak w skrócie można opisać działalność niewielkiej mleczarni Kondiki z Tanzanii, której rozwój od 2019 roku wspiera Fundacja Ekonomiczna Polska – Afryka Wschodnia. Przedstawiciele przedsiębiorstwa odwiedzili SM Mlekpól w Grajewie, aby poznać nowoczesne procesy technologiczne i produkcyjne.



W środę 17 maja, podczas jednodniowej wizyty w Zakładzie Produkcji Mleczarskiej w Grajewie, tanzańscy mleczarze mieli okazję spotkać się z Zarządem SM Mlekpól, odwiedzili także laboratoria i przestrzenie produkcyjne. Przyglądali się m.in. przyjęciu, ocenie i badaniu surowca, jak również produkcji masła czy twarogu. Poznali historię rozwoju grajewskiej spółdzielni, spróbowali produktów z jej oferty i dowiedzieli się więcej na temat marek Mlekpól.

Obecnie działamy na niewielką skalę, ale chcemy się rozwijać i oferować konsumentom coraz lepsze produkty nabiałowe. Rynek w Tanzanii ma spory potencjał, dlatego wizyta w Polsce jest dla nas szansą na przyjrzenie się z bliska, jak funkcjonują duże zakłady mleczarskie, wykorzystujące nowe technologie. Poszukujemy inspiracji i zastanawiamy się, co i w jaki sposób wprowadzić w swoich warunkach, aby usprawnić procesy, podnieść jakość wyrobów i zachęcić kolejnych rolników do dołączenia do naszej spółdzielni – mówi Adrian Kimario, Dyrektor Spółdzielni Kondiki.

Tanzańskim mleczarzom towarzyszyli Gonia i Robert Zduńczykowie – założyciele Fundacji Ekonomicznej Polska – Afryka Wschodnia. To właśnie dzięki ich staraniom i wsparciu MSZ z programu „Polska pomoc” – Kondiki w ciągu czterech lat potroiła skup, wprowadziła na rynek nowe produkty, a dziś jej pracownicy szkolą się w naszym kraju.



*Ze spółdzielnią Kondiki współpracujemy od 2019 roku. W jej załodze widzimy ogromny potencjał, chęć uczenia się i zdobywania nowych doświadczeń. Jako fundacja pomagamy mleczarni zwiększać możliwości produkcyjne, podnosić standardy jakościowe, docierać na nowe rynki zbytu. Bardzo się cieszymy, że nasi tanzańscy przyjaciele mieli okazję na własne oczy zobaczyć, jak od środka działa jedna z największych polskich spółdzielni mleczarskich – **komentuje Robert Zduńczyk.***

Małgorzata Cebelińska, Wiceprezes Zarządu SM Mlekpól dodaje, że z dużym zainteresowaniem wysłuchała historii Kondiki i że docenia obopólne zaangażowanie w rozwój lokalnej przedsiębiorczości na terenie Afryki Wschodniej.

*Podziwiamy entuzjazm i wysiłki pracowników Kondiki, w związku z czym postanowiliśmy podzielić się z nimi swoim doświadczeniem i odpowiedzieć na ich pytania w kwestiach jakościowych i procesowych. Mamy nadzieję, że wizyta w Mlekpolu zaowocuje dalszym rozwojem tanzańskiej mleczarni – **komentuje Dorota Grabowska, Kierownik Działu Marketingu SM Mlekpól.***



SM Mlekpól i China Sinopharm Healthcare Industry Company – kontynuacja współpracy i wizyta w zakładzie w Mrągowie

SM Mlekpól, wiodący polski producent nabiału, oraz jedna z czołowych rządowych firm w Chinach China Sinopharm Healthcare Industry Company kontynuują współpracę, która trwa już od 2013 roku. W ramach partnerstwa do Chin trafiają głównie produkty proszkowe Mlekpolu na bazie mleka i serwatki oraz wyroby UHT.

*Nasze wyroby, przede wszystkim z długim terminem przydatności, cieszą się dużym zainteresowaniem rynku chińskiego, a Sinopharm to solidny partner handlowy, który doskonale zna lokalne uwarunkowania i sprawnie dystrybuje produkty Mlekpolu, spełniające wysokie oczekiwania klientów. Długoletnie doświadczenie i wzajemne zaufanie ułatwiają rozwój współpracy oraz wprowadzanie do sprzedaży oferowanych przez SM Mlekpól nowości – **mówi Tomasz Trzaska, kierownik działu eksportu SM Mlekpól.***



W ramach dalszego budowania tej owocnej współpracy 13 czerwca br. w Warszawie podpisano umowę ramową o wartości 6 mln USD, której realizacja planowana jest do końca 2023 roku. Ta istotna inicjatywa umacnia długoletnie relacje między SM Mlekoopol a China Sinopharm, otwierając nowe perspektywy dla obu stron.

Zadowolenie ze współdziałania grajewskiej Spółdzielni z chińskim partnerem wyraził Prezes Mlekoopolu Tadeusz Mroczkowski: *Jesteśmy bardzo usatysfakcjonowani naszą współpracą z China Sinopharm. Zbudowana partnerska relacja umożliwiła Mlekoopolowi rozszerzenie obecności na rynku chińskim. Dzięki regularnym kontraktom oraz elastyczności naszych dostaw i produkcji, możemy efektywnie reagować na potrzeby tego partnera handlowego i zwiększać sprzedaż. Wierzymy, że wspólne zaangażowanie i doświadczenie przyniosą nam dalsze sukcesy i obopólne korzyści – powiedział.*



Goście z Chin dzień po podpisaniu wspomnianej umowy udali się do Mrągowa, gdzie znajdują się 2 oddziały SM Mlekoopol: zakład macierzysty z największą w Polsce linią serowarską oraz Zakład Produkcji Sproszkowanych Wyrobów Mleczarskich, specjalizujący się w wytwarzaniu produktów proszkowych, przeznaczonych między innymi na potrzeby najodleglejszych rynków na świecie.

Mlekpól na targach China-CEEC Expo

Spółdzielnia Mleczarska Mlekpól wzięła udział w targach China-CEEC Expo, które pod koniec maja br. odbyły się w mieście Ningbo w prowincji Zhejiang. To jedno z największych tego typu wydarzeń wystawienniczych w Państwie Środka, organizowane przez Ministerstwo Handlu Chin.

Targi China-CEEC Expo były okazją do spotkań z obecnymi kontrahentami Spółdzielni oraz nawiązania nowych relacji biznesowych. Pozwoliły też na lepsze poznanie specyficznych potrzeb i upodobań konsumentów oraz dystrybutorów z tej części świata.

Podczas pobytu w Chinach podpisaliśmy długoterminowy kontrakt z klientem, który sprzedaje mleko Zambrowskie. Przeprowadziliśmy także wiele rozmów z potencjalnymi kontrahentami, którzy byli zainteresowani głównie mlekiem i mlekiem smakowym UHT, proszkami mlecznymi oraz Mozzarella w plastrach. Na rynku chińskim jesteśmy od wielu lat, jednak nadal widzimy tu duży potencjał i chcemy poszerzać sprzedaż w tym kraju – mówi Piotr Jankowski, Dyrektor Wydziału Handlu SM Mlekpól.

Obecnie na eksport trafia ok. 30% produkcji SM Mlekpól – głównie do państw UE, ale także krajów, które nie prowadzą wystarczającej produkcji mleka, by zaspokoić potrzeby swoich mieszkańców. W tym obszarze Spółdzielnia skupia się na promocji produktów o długim terminie przydatności do spożycia.

Mleko UHT Łaciate, Happy Barn i Milcasa – to trzy główne marki Mlekpól, które są obecne na rynku chińskim zarówno na platformach e-commerce, w kanale HoReCa, jak i w kanałach tradycyjnych, np. supermarketach.



Dzięki nowoczesnym technologiom i wysokiej specyfikacji produkcji w naszych zakładach przetwórczych jesteśmy w stanie odpowiadać na potrzeby różnych rynków. Instytut Innowacji Przemysłu Mleczarskiego w Mrągowie wspiera nas w tym zakresie, dlatego Mlekpól nie boi się nowych wyzwań i chętnie rozwija eksport. W China-CCE uczestniczyliśmy po raz pierwszy, jednak z uwagi na tak duże zainteresowanie produktami Mlekpól, mamy nadzieję, że targi te staną się stałym punktem w naszym kalendarzu – podsumowuje Dyrektor Piotr Jankowski.

Wyjazd zorganizowany został w ramach współpracy z Izłą Przemysłowo-Handlową Polska – Azja.

Mlekpól na liście 50 najlepszych pracodawców według tygodnika „Wprost”

Mlekpól, wiodący producent mleka i produktów mlecznych w Polsce, znalazł się na liście 50 najlepszych pracodawców według tygodnika „Wprost”. W corocznym rankingu ponad pół tysiąca największych działających w Polsce przedsiębiorstw oceniono pod kątem zatrudnienia na etacie, udzielania podwyżek i stabilności zatrudnienia.



Mlekpól w zestawieniu doceniony został za swoje zaangażowanie w dobrostan pracowników, tworzenie profesjonalnego środowiska pracy oraz oferowanie atrakcyjnych perspektyw rozwoju zawodowego. Firma nie tylko zapewnia konkurencyjne wynagrodzenie, bogaty pakiet świadczeń socjalnych i atrakcyjne benefity, ale także stawia na rozwój umiejętności swoich pracowników poprzez programy szkoleniowe i wsparcie mentorskie.

Jednym z kluczowych czynników wyróżniających Mlekpól jako pracodawcę jest stabilność zatrudnienia. Nawet w trudnych czasach (pandemia, wojna w Ukrainie, inflacja) firma utrzymuje stałą liczbę pracowników i unika redukcji etatów. Z tego względu Mlekpól jest atrakcyjnym miejscem pracy dla wielu profesjonalistów.

Czujemy się zaszczytzeni, że nasza Spółdzielnia została wyróżniona przez tygodnik „Wprost” jako jeden z najlepszych pracodawców w Polsce. Dowodzi to, że tworzymy dobre warunki pracy i wspieramy rozwój naszych zespołów. Dziękuję wszystkim za zaangażowanie i wkład w ten sukces – mówi Tadeusz Mroczkowski, Prezes Zarządu SM Mlekpól.

Mlekpól to nie tylko firma troszcząca się o swoich pracowników, ale również odpowiedzialny i zaangażowany członek lokalnych społeczności, skupionych wokół 14 zakładów produkcyjnych. Dzięki wspieraniu inicjatyw społeczno-charytatywnych oraz projektom proekologicznym Spółdzielnia przyczynia się do poprawy warunków życia w różnych regionach kraju.

Wiceprezes zarządu SM Mlekpól Małgorzata Cebelińska jedną z bohaterek książki „50 osobistości biznesu. Pomagamy”

W piątek 16 czerwca 2023 roku w Airport Hotel Okęcie w Warszawie odbyła się uroczysta premiera książki „50 osobistości biznesu. Pomagamy” na rzecz Fundacji Rak`n`Roll. Inicjatywa, stworzona przez redakcję magazynu „Businesswoman&Life”, łączy świat biznesu z misją wsparcia osób z chorobą nowotworową i propagowania zdrowego stylu życia. W znacym gronie bohaterów książki znalazła się Małgorzata Cebelińska, wiceprezes zarządu SM Mlekpól.

Gałę poprowadził Jacek Borkowski, znany aktor i prezenter, którego niepowtarzalny urok i poczucie humoru zapewniły gościom wspaniałą atmosferę. Uroczystość rozpoczął wyjątkowy występ utalentowanej saksofonistki Nastazji Babskiej-Kozak, znanej również jako Nastya Sax

Wydarzenie było okazją do uhonorowania wybitnych osobowości ze świata biznesu, kultury, sztuki i show-biznesu, które nie tylko odnoszą sukcesy, ale także zaangażowane są w propagowanie profilaktyki nowotworowej i zdrowego stylu życia.

Publikacja „50 osobistości biznesu. Pomagamy” to symbol nadziei i mobilizacji dla wszystkich pacjentów onkologicznych. Ta unikatowa książka stanowi wyraz solidarności z nimi i inspirowanie do pozytywnych zmian w życiu.

Całkowity dochód ze sprzedaży publikacji zostanie przekazany na działalność fundacji Rak`n`Roll, która od kilkunastu lat prowadzi nietuzinkowe akcje na rzecz swoich podopiecznych.

Wśród osób zaproszonych do wzięcia udziału w przedsięwzięciu wydawniczym redakcji „Businesswoman&Life” znalazła się wiceprezes zarządu SM Mlekpól Małgorzata Cebelińska, która w trakcie gali podkreśliła, że misją Mlekpól jest człowiek, dlatego Spółdzielnia dostarcza na rynek bezpieczne i zdrowe produkty mleczarskie.

Powiedziała też:

Chciałabym serdecznie podziękować za zaproszenie do udziału w wyjątkowym przedsięwzięciu wydawniczym, jakim jest książka „50 osobistości biznesu”. To wielkie wyróżnienie i zaszczyt dołączyć do zacnego grona ludzi, którzy wzięli w nim udział.



Fundacja Rak`n`Roll jest wyjątkowa, bo przelamuje stereotypy związane z chorobą nowotworową i wspiera swoich podopiecznych w różnych dziedzinach życia. W imieniu Mlekpól pragnę wyrazić podziw i szacunek wobec pracowników fundacji, a także wobec jej podopiecznych, którzy udowadniają, że pacjenci onkologiczni, pomimo wszelkich przeciwności, mogą chorować i żyć na własnych warunkach – z godnością, nadzieją, i uśmiechem.

Oprócz premiery książki i prezentacji jej bohaterów w trakcie wieczoru odbyły się liczne licytacje charytatywne, na które uczestnicy gali, w tym SM Mlekpól, przekazali między innymi swoje produkty, gadżety reklamowe, vouchery, bibeloty bądź wyroby rękodzielnicze. Tę cześć gali uświetnił występ Kasi Dereń.

Mlekpól wsparł ogólnopolskie warsztaty „Śniadanie na trawie”

Warsztaty z serowarstwa, wędliniarstwa, wędzarnictwa, baristyki oraz z przygotowywania sushi – uczniowie szkół gastronomicznych z całej Polski spotkali się w piątek 19 maja w Zespole Szkół Gastronomiczno-Hotelarskich w Bydgoszczy, aby wspólnie zdobywać nową wiedzę i umiejętności. Placówkę od września 2022 roku wspiera Mlekpól, przekazując młodym adeptom sztuki kulinarnej produkty mleczarskie, które są wykorzystywane przez nich w trakcie zajęć, warsztatów i targów.

W „Śniadaniu na trawie” uczestniczyło około 50 uczniów i nauczycieli z Bydgoszczy i całego kraju. Uczestnicy poznali tajniki naturalnej produkcji żywności, w tym serów i wędlin, nauczyli się parzyć kawę w duchu zero waste oraz robić prawdziwe japońskie sushi. Wydarzeniu towarzyszyły: grill, konkurs na najlepszy ser oraz degustacja przygotowanych przez uczniów potraw.

Bardzo się cieszymy, że adepci zawodów gastronomicznych mają szansę poznać produkty Mlekpola, pracować z nimi i wykorzystywać je w trakcie nauki. Widzimy, że młode pokolenie przywiązuje coraz większą wagę do jakości, lokalności i naturalnego charakteru składników. Te wartości od zawsze przyświecały także naszym działaniom jako producenta mleka i przetworów mlecznych. To ważne, że cenią je również nauczyciele i uczniowie, którzy już wkrótce rozpoczną pracę w kawiarniach, restauracjach czy hotelach – mówi Dorota Grabowska, Kierownik Działu Marketingu SM Mlekpól.



Spółdzielnia Mleczarska Mlekpól swoimi produktami, głównie mlekiem świeżym i mlekiem baristycznym, bydgoski Zespół Szkół Gastronomiczno-Hotelarskich wspierała przez cały rok szkolny.



W ramach innowacji pedagogicznej „Zaparzeni w Gastronomiku – cuda z mleka” uczniowie bydgoskiej szkoły uczestniczyli w zajęciach z serowarstwa i baristyki. W efekcie ich pracy powstało 50 kg serów, a także 500 kaw latte i cappuccino. Pięcioro młodych baristów wzięło także udział w olimpiadzie „Zwolnieni z teorii”, w ramach której realizowali oddolny projekt „Przerwa na kawę”. W każdy czwartek parzyli kawę i tworzyli latte art dla uczniów i nauczycieli szkoły, zbierając przy tym pieniądze na leczenie chorej na raka mamy jednej z uczennic.

Uczniowie wybrali się ponadto na wycieczkę do Zakładu Przetwórstwa Mlecznego w Bydgoszcy, by na własne oczy zobaczyć, jaką drogę pokonuje surowiec, z którego robią na zajęciach sery i czym różni się mleko niskopasteryzowane w butelkach PET od mleka UHT.

Bardzo doceniamy wsparcie firmy SM Mlekpól, bo efekty współpracy przerosły nasze oczekiwania. Mam nadzieję, że będzie ona kontynuowana w przyszłym roku szkolnym, ponieważ w planach mamy produkcję serów żółtych twardych, a w naszych głowach rodzą się następne innowacyjne pomysły – podsumowuje Joanna Nowicka, koordynatorka projektu.



Nowa kampania dipów śmietanowych Mlekpól „Razem smaczniej”

Wraz z nadejściem sezonu grillowego Mlekpól rusza z nową kampanią reklamową dipów śmietanowych typu crème fraiche. Hasło „Razem smaczniej” podkreśla wszechstronność zastosowania tych produktów w kuchni – także tej ogrodowej.

Grill z rodziną, impreza ze znajomymi, film we dwoje – jest tyle okazji, by połączyć ulubione składniki i przekąski z gotowymi dipami śmietanowymi! Te wyjątkowe, pełne aromatu produkty od Mlekpólu dostępne są w trzech wariantach: z czosnkiem i ziołami, z karmelizowaną cebulką i cheddarem oraz z pomidorami, papryką i chili. Wszystkie powstają na bazie 18-procentowej śmietany z najlepszego krajowego mleka, dlatego charakteryzują się gęstą konsystencją, przyjemną kremowością i lekko kwaśnym smakiem.



Dipy śmietanowe są świetnym dodatkiem do mięs z rusztu, sosów, zup czy sałatek. Można maczać w nich warzywa oraz chipsy bądź nachosy, dodawać je do gotującej się potrawy lub polewać nimi gotowe danie.

Zależało nam, aby w kampanii „Razem smaczniej” zaakcentować różne okazje do spożywania dipów i podsunąć konsumentom wiele pomysłów na ich wykorzystanie. W tym celu powstały graficzne emblematy, spoty video, a także specjalna zakładka na stronie najlepszewkuchni.pl z inspirującymi przepisami. W reklamie wykorzystamy m.in. formaty digital (display, social media), billboardy oraz TV. Zakładamy również współpracę z wybranymi influencerami – mówi Dorota Grabowska, Kierownik Działu Marketingu SM Mlekpól.

Kampania realizowana będzie w okresach kwiecień – czerwiec oraz wrzesień – październik, a jej dopełnieniem będą trzy minikonkursy na TikToku, Instagramie i Facebooku.

Lato po mazursku – kolejna odsłona kampanii produktów Mazurski Smak

Wakacje na wsi to kontakt z naturą i niezapomniane smaki dzieciństwa: pysznego mleka, śmietany, twarogu czy masła. Najnowsza kampania od Mlekpola zabiera konsumentów w sentymentalną podróż, podkreślając naturalny charakter produktów mleczarskich marki Mazurski Smak, a lato po mazursku upłynie Polakom pod znakiem przepisów na szybkie potrawy, które można serwować na świeżym powietrzu.



Kampania zakłada intensywne działania komunikacyjne w telewizji oraz w kanale digital. Przekaz skierowany będzie do osób planujących zakup produktów nabiałowych, m.in. w trakcie wakacyjnych i weekendowych wyjazdów. Obejme największe portale, sieci reklamowe i aplikacje zakupowe na urządzeniach mobilnych.

Dodatkowym wsparciem będzie współpraca z popularnymi influencerami na Instagramie i TikToku. Od czerwca do lipca akcja #LATOPOZAMURSKU zaktywizuje konsumentów, którzy będą mogli wziąć udział w ciekawym minikonkursie. Uczestnicy podzielą się swoimi zdjęciami i filmami, pokazującymi ich lato po mazursku – na łonie przyrody i obowiązkowo w towarzystwie pysznego jedzenia. W konkursie do wygrania będą głośniki JBL GO oraz turystyczne kubki z logo Mazurskiego Smaku.

W tej odsłonie kampanii nadal pozostajemy w klimacie charakterystycznej, akwarelowej kreacji, która świetnie wyraża nasz przekaz. Hasło „To się bierze z natury” przypomina, że produkty Mazurskiego Smaku powstają z najlepszego, polskiego mleka i nie zawierają zbędnych dodatków. To naturalne, regionalne wyroby, które swoją jakością zawdzięczają pochodzeniu z czystych łąk Warmii i Mazur – mówi Dorota Grabowska, Kierownik Działu Marketingu SM Mlekpól.

Celem obecnych działań promocyjnych jest dotarcie do jak największej liczby konsumentów, utrwalenie świadomości marki i aktywizacja sprzedaży w okresie letnim. Za strategię, kreację i realizację kampanii odpowiedzialna jest Lucyna Kulagowska, brand manager marki oraz agencje Los Mejores i Wavemaker (GroupM).

Śmietany Łaciate wciąż są na 100%

Kolejna odsłona kampanii SM Mlekpól „Śmietana na 100%” zachęca konsumentów do kulinarnego wykorzystywania produktów z tej kategorii zarówno w domu, jak i w plenerze.

Koncepcja kampanii stanowi kontynuację idei „Śmietana na 100%”, podkreślającej, że Łaciate jest w 100% naturalna, w 100% gęsta i w 100% tradycyjna. W ramach aktywacji powstał spot promujący drugi cykl filmów Łaciatej Akademii, która nadal inspirowa i edukuje konsumentów kulinarnie, prezentując sposoby zastosowania śmietany w kuchni. W tegorocznej edycji produkt Mlekpól pojawia się w kontekście wspólnego przygotowywania i spożywania posiłków – podczas pikniku, grilla czy ogniska. Gospodynią Łaciatej Akademii niezmiennie pozostaje Anna Marciniak, stylistka żywności i szefowa kuchni, a od roku także ambasadorka śmietany Łaciatej. Dla Anny Marciniak gotowanie to sztuka, ale także prostota – „okraszone” dodatkowo filozofią zero waste.



Sercem działań prowadzonych w ramach kampanii jest serwis www.smietanalaciata.pl, wspierany kampaniami video i bannerową, szerokimi działaniami w social mediach, dodatkowymi aktywacjami dla konsumentów oraz udziałem influencerów na Instagramie i TikToku.

Wobec wyjątkowo pozytywnego przyjęcia ubiegłorocznej kampanii marketingowej śmietan Łaciatych 12% i 18% – kontynuujemy działania pod hasłem „Śmietana na 100%”. Służą one budowaniu świadomości marki oraz popularyzowaniu tej kategorii produktów, a zaplanowane zostały zarówno w przestrzeni digitalowej, jak i socialmediowej. Aby podkreślić walory tradycyjnych śmietan Łaciatych, prowadzimy intensywną współpracę z influencerami – na najpopularniejszych obecnie kanałach, takich jak Instagram i TikTok. Wszystkie aktywności zostaną wsparte kampanią video oraz emisją spotów reklamowych w największych stacjach telewizyjnych – mówi Dorota Grabowska, Kierownik Marketingu SM Mlekpól.

Za realizację kampanii z ramienia SM Mlekpól odpowiedzialna jest Katarzyna Skrodzka, brand manager marki, za strategię i kreację odpowiadają zaś agencja Change Serviceplan oraz dom mediowy Media Republic.

„Z sercem do serka” – nowa kampania marki Rolmlecz

Wraz z początkiem czerwca ruszyła nowa kampania wizerunkowa serków z krówką Rolmlecz, marki należącej do SM Mlekpól. Tym razem w centrum uwagi znajdują się... uczucia. A konkretnie sympatia do kultowego produktu, który od blisko 50 lat gości na polskich stołach.

Hasło tegorocznej kampanii „Z sercem do serka” zwraca uwagę konsumentów na osoby, dzięki którym możemy cieszyć się smakiem serków z krówką. Pełna serdeczności i czułości kampania opowiada historię Mleczarzy, w której kluczową rolę odgrywa miłość do tego, co się robi, a także radość z dzielenia się efektami swojej pracy z bliskimi.

W ramach kampanii powstały spoty, emitowane w ogólnopolskich stacjach, telewizji VOD oraz w kanałach digital. Działania zostały wsparte komunikacją w social mediach, z bohaterami filmów reklamowych, a także humorystycznymi, opartymi na grze słów hasłami. Uzupełniły je smakowite grafiki, video i materiały POS.



Serek z krówką to produkt, który od zawsze wzbudzał ciepłe emocje i kojarzył się z domową atmosferą. Za sprawą kampanii chcemy pokazać, że te pozytywne uczucia towarzyszą nie tylko konsumentom serków Rolmlecz, ale także osobom, które pracują przy ich produkcji. To prawdziwi pasjonaci, którzy wkładają całe serce w to, co robią – mówi Dorota Grabowska, Kierownik Działu Marketingu SM Mlekpól.

Serek z krówką to najbardziej rozpoznawalny produkt marki Rolmlecz. Powstaje z najlepszego, polskiego mleka, a jego receptura nie zmieniła się od wejścia na rynek w pierwszej połowie lat 70. XX wieku. Dostępny jest w kilku smakach – naturalnym, waniliowym, waniliowym z laską wanilii, czekoladowym i truskawkowym.

Za koncept strategiczny, ideę kreatywną kampanii, a także nadzór nad produkcją odpowiada agencja reklamowa oS3. Po stronie SM Mlekpól osobą odpowiedzialną za jej przebieg jest Aneta Wysocka-Wejda, brand manager marki Rolmlecz.

Sukces zaczyna się od szczęśliwej krowy

Wywiad z Pawłem Pasternakiem, Wiceprezesem Zarządu SM Mlekpól. Dziś porozmawiamy z nim o kluczowych wyzwaniach finansowych, sukcesach i planach rozwojowych firmy oraz o roli sztucznej inteligencji w branży mleczarskiej. SM Mlekpól, będąca jednym z wiodących producentów mleczarskich w Polsce, od lat stawia na innowacje, jakość produktów i elastyczność w reagowaniu na potrzeby konsumentów i klientów. Wraz z Pawłem Pasternakiem przyjrzymy się temu, jak firma radzi sobie w obliczu trudności, które niesie ze sobą współczesny rynek oraz jakie kroki podejmuje w celu dalszego rozwoju i utrzymania wiodącej pozycji na arenie krajowej i międzynarodowej. Zapraszamy do lektury wywiadu, który przybliży Czytelnikom świat mleczarskiej potęgi, gdzie sukces zaczyna się od szczęśliwej krowy.

Jakie obecnie są kluczowe wyzwania finansowe, z którymi mierzy się SM Mlekpól?

Paweł Pasternak: SM Mlekpól boryka się z takimi samymi problemami jak inne podmioty w branży mleczarskiej i tak jak każde przedsiębiorstwo – musi zadbać o aspekty finansowe, o pewne relacje ekonomiczne. Nasza branża w tym momencie przeżywa pewne trudności, które są następstwem między innymi pandemii, ataku Rosji na Ukrainę czy inflacji. To wszystko spowodowało, że rynek się bardzo rozchwiał. Dla przykładu: w pewnym momencie koszty gazu wzrosły o 1400 procent. Na szczęście mieliśmy kontrakty długoterminowe, które zapewniły nam stabilność. Jednak niewątpliwie została ona zachwiana pod koniec ubiegłego roku i na początku roku 2023. W takich sytuacjach należało w stu procentach skoncentrować się na płynności finansowej Spółdzielni. Jest to najważniejszy wskaźnik podczas kryzysu. Nieskromnie powiem, że my sobie z tym radzimy doskonale. Wcześniej przygotowaliśmy strategię na wypadek załamań rynkowych, aczkolwiek nie byliśmy w stanie przewidzieć, nawet w najmniejszym ułamku, że te negatywne wydarzenia przybiorą taką skalę.



A jak sytuacja wygląda teraz?

Nie chciałbym być złym prorokiem, bo już kilka razy myśleliśmy, że osiągnięty został ten najgorszy pułap. Jednak za każdym razem rynek nas zaskakiwał negatywnie. Dziś wiadomo, że do pełnej stabilizacji rynku potrzeba jeszcze trochę czasu. Do pewnych zmian, jakie wymusza na nas sytuacja gospodarcza, nie jesteśmy w stanie się przygotować. Szukamy punktu zwrotnego, który zapewni nam i gospodarstwu stabilizację.

W mojej ocenie będzie to trzeci – czwarty kwartał tego roku, ale to nie znaczy, że wrócimy w tym horyzoncie czasowym do poziomów cenowych sprzed załamania. Należy pamiętać o tym, że jeszcze cały czas gospodarka, nie tylko w Polsce, ale na całym świecie, odczuwa skutki pandemii. Kiedyś proces inwestycyjny trwał od 6 do 8 miesięcy, dziś może on trwać nawet do dwóch lat. Obecnie największym wyzwaniem jest doprowadzenie do pomysłu końca dosłownie każdej istotnej inwestycji.

Jakie były główne czynniki przyczyniające się do sukcesu SM Mlekpól w ostatnich latach?

W wypadku naszej branży pojęcie „ostatnie lata” oznacza raczej ostatnie dekady. W 1997 roku w SM Mlekpól została podjęta moim zdaniem pionierska decyzja, stricte branżowa, nie mówiąc oczywiście o marce Łaciate, która jest największym sukcesem Mlekpól. Ówczesny Zarząd przekonał mianowicie Radę Nadzorczą do podjęcia kroków w kierunku budowania własnych kapitałów. Ustrój się zmienił w 1989 roku, ale na efekty tej zmiany trzeba było jeszcze długo poczekać. Bołączką naszej gospodarki był bowiem brak kapitałów. W Mlekpolu uzgodniono, przy cenie mleka dalekiej od dzisiejszej – wynoszącej 60 – 70 groszy – wpłatę na fundusz udziałowy w wysokości 10 groszy. Wówczas była to bardzo odważna decyzja. Ale to pozwoliło nam robić naprawdę pionierskie rzeczy. Zainwestowaliśmy w pierwsze kampanie reklamowe. Wcześniej nikt tego nie robił, bo mleko było oczywistym elementem śniadania. Jednak z czasem okazało się, że konsument takiego właśnie przekazu potrzebował. Oczywiście w ostatnich latach też dużo się działo, wybudowaliśmy nową proszkownię w Mragowie najnowocześniejszy tego typu zakład w Europie, żeby sprostać tej inwestycji musieliśmy m.in. wprowadzić teren do specjalnej strefy ekonomicznej, pozyskaliśmy dotacje oraz nawiązaliśmy współpracę z Europejskim Bankiem Inwestycyjnym, który nas audytował dość długo i ostatecznie wystawił wysoką ocenę końcową. Jednak szczególnie cenię sobie nasze ostatnie sukcesy na polu badawczo-rozwojowym, które to projekty, we współpracy z Narodowym Centrum Badań i Rozwoju, umacniają naszą pozycję.

Czy firma stawia sobie jakieś cele związane z rozwojem finansowym? Jeśli tak, to jakie?

Tak jak wspomniałem wcześniej, nadrzędnym celem zawsze jest płynność finansowa, mierzona różnymi wskaźnikami, ponieważ musi ona pozwolić na reagowanie na to, co przyniesie rynek. Płynność finansowa zapewnia inwestowanie w rozwój, przy zachowaniu cen, które zapewnią stabilność gospodarstw członków Spółdzielni i dostawców. To jest jak sztafeta. Jeżeli my zrobimy krok do przodu i nie zadbamy o cały łańcuch logistyczny, od krowy poczynając, to kiedyś poniesiemy tego negatywne konsekwencje. Tego nie można zaniedbać.

Czy Pana zdaniem można zaryzykować stwierdzenie, że sukces w branży mleczarskiej zaczyna się od krowy?

Jak najbardziej, ponieważ podstawą naszego działania na wszystkich płaszczyznach jest mleko. Oczywiście dziś zmienił się wymiar polskich gospodarstw, ale krowa została krową. Tak naprawdę to nad nią i nad jakością mleka, z którego powstają nasze wyroby, czuwają dostawcy, Zarząd i pracownicy Spółdzielni

Jakie inwestycje były ostatnio podejmowane przez SM Mlekpól i jak przyczyniły się do rozwoju firmy?

Jesteśmy w trakcie opracowywania dalekosiężnego planu rozwoju, ponieważ nasze założenia inwestycyjne są niemałe. Jednak musimy do tego podchodzić ze spokojem. Należy pamiętać, że kwoty, które trzeba zainwestować dzisiaj, są zdecydowanie większe, a proces inwestycyjny trwa znacznie dłużej niż kiedyś, co powoduje, że potrzeba więcej kapitału na dokończenie inwestycji. Nie chciałbym zdradzać wszystkich elementów naszego planu, który jeszcze ewoluuje. Powiem tylko tyle, że wcześniej inwestowaliśmy mocno w asortyment, czyli innowacje produktowe (wcześniej mamy otwartych kilka dużych projektów), natomiast teraz zamierzamy przenieść część ciężaru inwestycyjnego na procesy produkcyjne i okołoprodukcyjne, które chcemy maksymalnie udoskonalić. Będzie szybciej i taniej, a pracownicy odczuwają ogromne wsparcie.

Czy sztuczna inteligencja w branży mleczarskiej będzie pomocą czy zagrożeniem?

Sztuczna inteligencja często postrzegana jest jako zagrożenie dla pracowników, my jako Mlekpól skupiamy się jednak na inwestycjach, które mają wspomóc pracowników, a nie ich zastąpić. Sztuczna inteligencja to znak czasu i postęp technologiczny, który bez pardonu wkracza w każdą dziedzinę życia. Jednak w branży mleczarskiej, jak w każdej innej dziedzinie gospodarki, można ją mądrze wykorzystać, trzeba się tylko tego nauczyć. Będziemy chcieli ją zastosować do tworzenia algorytmów i zarządzania procesami, tak by pracownicy mogli stawać się specjalistami z większymi możliwościami zarobkowymi. Zdaję sobie sprawę, że przyniesie to kolejne wyzwania, bo trzeba będzie umiejętnie ten system wykorzystywać i utrzymywać, podejmując odpowiednie decyzje. Trzeba będzie się na niego przestawić i zaufać tej nowej technologii.

Czy SM Mlekpól rozważa ekspansję na nowe rynki lub wprowadzenie nowych produktów?

My już jesteśmy marką globalną i eksportujemy 30 procent naszych produktów. Ta skala eksportu odzwierciedla skalę eksportu krajowego. Mało jest miejsc na świecie, gdzie nie ma naszych serów, masła czy produktów sproszkowanych. Klienci cenią nas za jakość produktów, elastyczność i możliwość odpowiadania na ich indywidualne wymagania. Liczę, że nadejdzie czas na naszą ekspansję inwestycyjną. Choć w Polsce jesteśmy gigantem, to jednak na świecie jeszcze nie. Są więksi gracze od nas. Ale na to trzeba czasu...

Od stycznia jest Pan Wiceprezesem Zarządu Mlekpól. Czy znacząco poszerzył się zakres Pana obowiązków?

Wraz z nominacją poszerzył się zakres moich kompetencji: przydzielono mi nadzór nad działem zaopatrzenia, wraz z rozwojem opakowań. Bardzo mnie to cieszy, ponieważ jeszcze w liceum miałem dylemat, czy wybrać ekonomię czy wydziały politechniczne. W tym momencie mogę się realizować na tych dwóch płaszczyznach. Oczywiście korzystam z dorobku osób, które poprzednio zawiadywały tym obszarem.

Paweł Pasternak prywatnie i jego największa pasja...

Jest ich sporo, ale mam ten komfort, że moja największą pasję, jaką są konie, mogę dzielić z rodziną – żoną i 4,5-letnią córką. W moim wypadku kontakt z przyrodą zawsze stanowił odskocznię, wyciszenie, dawał możliwość nabrania dystansu. Nam się udało połączyć i przyrodę, i sport, i element zdrowej rywalizacji. Skaczę konno przez przeszkody i przeżyłem już z 40 upadków, nieestety, każdy bolesny, ale jak to mówią, wszystko ma się na własne życzenie. Mój trener mówi, że po każdym z upadków, gdy ponownie siedzę w siodle, jestem bardziej rozluźniony, co bezpośrednio przekłada się na lepszą jazdę. Przygotowujemy się do zawodów, ale nic na siłę, nie muszę ich wygrać. Liczy się zabawa i sprawdzenie się. Drugą pasją są książki, na które nie mam ostatnio zbyt dużo czasu. Czytanie bestsellerów zamieniam na czytanie ustaw. Ustawodawca to płodny autor, mimo to kupuję ciekawe pozycje i wierzę, że kiedyś nadejdzie czas na nadrobienie zaległości.



Delegaci SM Mlekpól pomogli pogorzelncom

Przestrzele, malownicza miejscowość położona w gminie Rajgród. To tu doszło do tragicznego wydarzenia, które wpłynęło na życie jednego z jej mieszkańców. Leszek Cebeliński, szanowany rolnik i dostawca mleka do Spółdzielni Mleczarskiej Mlekpól, nagle, w wyniku gwałtownego pożaru, stracił dach nad głową. Ta nieszczęśliwa sytuacja oznaczała dla niego utratę niemal całego dorobku życia, który przez lata gromadził.

W odpowiedzi na tę tragiczną sytuację delegaci SM Mlekpól, obecni na marcowej, pierwszej części Zebrania Przedstawicieli Spółdzielni, postanowili zorganizować zbiórkę, aby pomóc Leszkowi Cebelińskiemu w odbudowie domu. Nieszczęście Pana Leszka poruszyło wszystkich.

Bez wahania zjednoczyli oni swoje siły, aby zapewnić mu niezbędne wsparcie finansowe. W sumie zebrano imponującą kwotę 14 380 złotych. Ta hojność oraz solidarność delegatów z pewnością przyniosą Panu Leszkowi pocieszenie. To też realna pomoc w ponownym rozpoczęciu życia po tragedii.

Marek Bućko, delegat z okręgu Rajgród, zabrał głos podczas ZP, aby wyrazić ogromną wdzięczność za zebraną kwotę. Podziękował wszystkim obecnym za ich hojność, empatię i współczucie wobec Leszka Cebelińskiego. To wzruszające wydarzenie jeszcze bardziej wzmocniło więzi społeczności lokalnej i pokazało, jak ważne jest wzajemne wsparcie w trudnych momentach.

Aktualnie trwają prace wykończeniowe, które mają na celu przywrócić domowi Leszka Cebelińskiego dawną świetność. Rzemieślnicy, lokalni przedsiębiorcy i ochotnicy społeczni aktywnie angażują się w odbudowę, oferując swoje umiejętności, czas i materiały. To inspirujący przykład wspólnotowego wysiłku, który pokazuje siłę jedności w obliczu tragedii.



Leszek Cebeliński, dotknięty tym niezwykłym przejawem wsparcia i solidarności, nie kryje swojej głębokiej wdzięczności. Wszystkim, którzy zaangażowali się w zbiórkę i w proces odbudowy, wyraził serdeczne podziękowania. Pan Leszek czuje, że jest częścią czegoś większego niż on sam – wspólnoty, która w trudnych chwilach potrafi stanąć ramieniem i dawać nadzieję na lepsze jutro.



CIASTO NA MAŚLANCE MRAĞOWSKIEJ Z OWOCAMI

Wyjątkowe i wilgotne ciasto maślane z owocami i apetyczną kruszonką. To doskonała przekąska, którą możesz upiec latem, korzystając z różnorodnych owoców, takich jak maliny, truskawki lub jagody.

Ciasto na maślane z owocami jest jednym z tych, które warto piec co roku, eksperymentując i tworząc różne kombinacje smakowe.

Aby uzyskać delikatne ciasto bez zakalca, musisz przestrzegać jednej zasady. Po dodaniu mąki, składniki ciasta mieszaj tylko do ich połączenia, tak aby uniknąć nadmiernego zagęszczenia ciasta. Ta sama zasada dotyczy ciasta z dodatkiem jogurtu lub kefiru.

Ciasto na Maślanke Mrągowskiej najlepiej smakuje po wystygnięciu, podane ze szklanką mleka. Wtedy kruszonka jest wyjątkowo chrupiąca, a ciasto zachowuje swoją świeżość i delikatną teksturę. Jeśli sezon na świeże owoce minął, do przygotowania tego ciasta zawsze możesz użyć owoców mrożonych i nie musisz ich rozmrażać przed pieczeniem.

Przygotowanie

- Przygotuj formę do pieczenia, najlepiej prostokątną o wymiarach około 20 x 30 cm. Możesz ją wysmarować masłem lub wyłożyć papierem do pieczenia.
- W misce wymieszaj mąkę tortową i proszek do pieczenia.
- W drugiej misce roztrzep jajka razem z cukrem i cukrem waniliowym lub ekstraktem z wanilii, aż składniki się połączą.
- Dodaj do jajek i cukru maślanke mrągowską oraz olej. Dokładnie wymieszaj.

Składniki

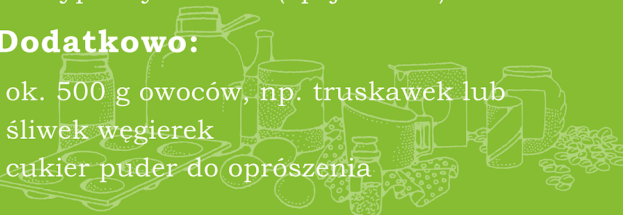
- 400 g mąki tortowej
- 2 łyżeczki proszku do pieczenia
- 3 jajka (rozmiar L) w temp. pokojowej
- 1 szklanka cukru
- 2 łyżeczki cukru waniliowego lub ekstraktu z wanilii
- 200 ml Maśłanki Mrągowskiej w temp. pokojowej
- 120 ml oleju, np. rzepakowego

Kruszonka:

- 120 g mąki tortowej
- 100 g cukru
- 100 g zimnego masła ekstra marki Łaciate
- szczypta cynamonu (opcjonalnie)

Dodatkowo:

- ok. 500 g owoców, np. truskawek lub śliwek węgierek
- cukier puder do oprószenia



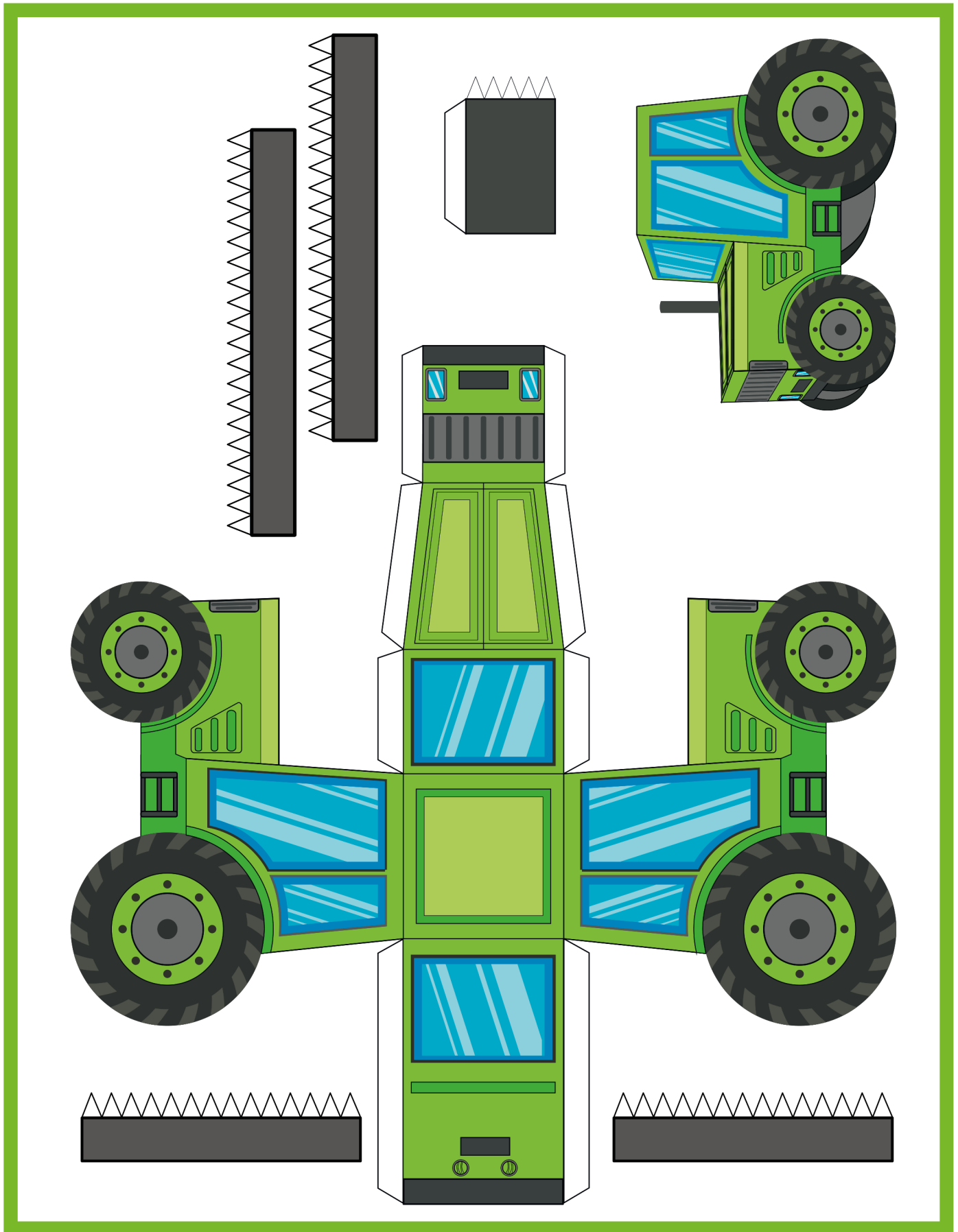
- Stopniowo dodawaj mieszankę mąki i proszku do jajek, ciągle mieszając, aby składniki się połączyły.
- Mieszaj tylko do momentu, gdy mąka będzie dobrze rozproszona, unikaj nadmiernego mieszania, aby ciasto nie stało się zbyt gęste.
- Przełóż przygotowane ciasto do formy, równomiernie je rozprowadzając.
- Przygotuj kruszonkę. W misce wymieszaj mąkę tortową, cukier i zimne masło pokrojone na małe kawałki. Jeśli lubisz, możesz dodać szczyptę cynamonu dla dodatkowego aromatu. Rękami drobno rozgnieć składniki, aż powstanie kruszonka.
- Posyp ciasto równomiernie kruszonką, delikatnie ją dociskając do ciasta.
- Na wierzch ciasta rozłóż owoce, na przykład truskawki lub śliwki węgierki. Możesz je pokroić na mniejsze kawałki lub zostawić w całości, w zależności od preferencji.
- Wstaw formę do piekarnika nagrzanego do temperatury 180°C i piecz przez około 40 – 45 minut, aż ciasto nabierze złocistego koloru, a kruszonka będzie chrupiąca.
- Po upieczeniu wyjmij ciasto z piekarnika i pozostaw do ostygnięcia.
- Gdy ciasto całkowicie wystygnie, oprósz je cukrem pudrem.

Smacznego!





Wytnij i złóż własny traktor!



Zapraszamy do kontaktu i do wspólnej redakcji naszego magazynu. Czekamy na Państwa propozycje tematów, a także na wszelkie uwagi i wskazówki.

Twórzmy „Echo Mlekpola” razem!

Wszystkie komentarze mile widziane. Wiadomości prosimy wysyłać na adres: [**biuro.prasowe@mlekpola.com.pl**](mailto:biuro.prasowe@mlekpola.com.pl). Zachęcamy także do odwiedzenia naszej **strony internetowej** oraz profilu na **Facebooku**.

Echo Mlekpola jest dostępne również w formie elektronicznej na [**www.mlekpola.com.pl/index.php/producenci-mleka/echo-mlekpola**](http://www.mlekpola.com.pl/index.php/producenci-mleka/echo-mlekpola).



Spółdzielnia Mleczarska Mlekpola w Grajewie

ul. Elewatorska 13, 19-203 Grajewo

tel: +48 (86) 273 04 00