

# łaciate®

*przy świątecznym stole*



WIADOMOŚCI  
SPÓŁDZIELCZE

Relacja z Zebrań  
Rejonowych 2026

WYDARZENIA

Mlekpól partnerem  
Dyplomatycznego  
Otwarcia Roku

NAGRODY

Podium dla kampanii  
marketingowych  
Mlekpólu

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

Wiadomości prosimy wysłać na adres: [biuro.prasowe@mlekpole.com.pl](mailto:biuro.prasowe@mlekpole.com.pl).



Nasza strona internetowa: <http://>

<https://mlekpole.com.pl>



Echo Mlekpole online:

<https://echomlekpole.pl/magazyn>



Serwis kulinarny:

<https://najlepszewkuchni.pl>

# Twórzmy „Echo Mlekpole” razem!

## Pokaż swoje gospodarstwo!

Szukamy Dostawców, którzy chcieliby zaprezentować swoje gospodarstwo na łamach „Echa Mlekpole”. Jeśli są Państwo zainteresowani podzieleniem się swoją wiedzą i doświadczeniem z innymi, zachęcamy do wysyłania zgłoszeń na adres: [biuro.prasowe@mlekpole.com.pl](mailto:biuro.prasowe@mlekpole.com.pl).

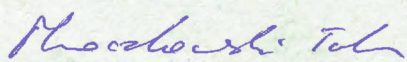


## **Szanowni Państwo!**

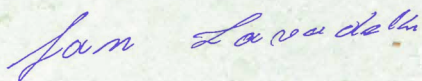
*Z okazji świąt wielkanocnych składamy najserdeczniejsze życzenia zdrowia, pogody ducha i wszelkiej pomyślności. Niech ten wyjątkowy czas przyniesie spokój, radość oraz wiele niezapomnianych chwil spędzonych w gronie najbliższych.*

*Niech wiosna napłeni Państwa serca nadzieją i optymizmem, a świąteczna atmosfera stanie się źródłem życzliwości, siły i inspiracji do realizacji planów oraz nowych wyzwań.*

*Życzymy, aby wielkanocne dni były pełne rodzinnego ciepła, spokoju i prawdziwej radości ze wspólnego świętowania.*



**Tadeusz Mroczkowski**  
Prezes Zarządu



**Jan Zawadzki**  
Przewodniczący Rady Nadzorczej



## **Szanowni Państwo!**

*Pierwszy kwartał nowego roku to zawsze moment refleksji nad minionym rokiem, ale także czas wyznaczania kierunków na przyszłość.*

*Rok 2025 był dla Spółdzielni okresem szczególnym – z jednej strony świętowaliśmy 30-lecie marki Łaciate, z drugiej przyszło nam funkcjonować w coraz bardziej wymagającym otoczeniu rynkowym. Jubileusz był ważnym symbolem rozwoju polskiego mleczarstwa, ale jednocześnie przypomniением, że nasza branża nieustannie musi dostosowywać się do zmieniających się realiów gospodarczych.*

*Pierwsza połowa minionego roku napawała przedstawicieli naszej branży umiarkowanym optymizmem. Sytuacja rynkowa była stabilna, a popyt na produkty mleczne utrzymywał się na satysfakcjonującym poziomie. Druga połowa roku przyniosła jednak wyraźne wyzwania związane z nadpodażą surowca. Dynamika skupu mleka w Polsce znacząco wzrosła, co przełożyło się na trudniejsze warunki funkcjonowania całego sektora – zarówno w wypadku przetwórców, jak i dostawców.*

*Polska pozostaje dziś jednym z najważniejszych producentów mleka w Unii Europejskiej. Roczny skup przekracza już 13 miliardów litrów, a nasz kraj wyprzedził pod tym względem takie państwa jak Włochy. Jednocześnie ponad 30 procent rodzimej produkcji trafia na rynki zagraniczne. Oznacza to, że eksport staje się nie tylko szansą rozwojową, ale wręcz koniecznością – mechanizmem pozwalającym stabilizować rynek i zdejmować nadwyżki surowca z rynku krajowego.*

*W tym kontekście szczególnego znaczenia nabierają rynki pozaeuropejskie. W wielu krajach Afryki czy Azji własna produkcja mleka nie zaspokaja rosnącego zapotrzebowania na produkty mleczarskie. Dla polskiego sektora jest to realna przestrzeń do dalszego rozwoju. Jako Spółdzielnia dysponująca dwunastoma wyspecjalizowanymi zakładami produkcyjnymi jesteśmy przygotowani, aby aktywnie uczestniczyć w tym procesie.*

*Inne wyzwania stojące przed sektorem mleczarskim to aktualnie między innymi umowa handlowa z krajami Mercosur, która oznaczać może większą presję konkurencyjną, i to nie zawsze na równych i uczciwych warunkach. Do tego dochodzą rosnące koszty energii oraz kolejne regulacje środowiskowe, które wpływają zarówno na przetwórstwo, jak i na funkcjonowanie gospodarstwa. Zarząd Spółdzielni uważnie obserwuje także rozwój sytuacji geopolitycznej na świecie, w tym wydarzenia na Bliskim Wschodzie, które mogą oddziaływać na globalny handel, ceny surowców oraz koszty produkcji rolnej.*

*Pomimo tej złożonej sytuacji Mlekpól konsekwentnie realizuje swoją strategię rozwoju.*

*W 2025 roku rozpoczęliśmy jedną z najważniejszych inwestycji ostatnich lat – rozbudowę zakładu w Grajewie. Projekt ten, którego zakończenie zaplanowane jest na rok 2029, ma kluczowe znaczenie dla dalszego zwiększania naszych możliwości produkcyjnych i wzmacniania pozycji na rynkach międzynarodowych. Jest to także wyraźny sygnał dla Państwa – naszych dostawców – że wierzymy w długofalowy potencjał branży mleczarskiej i stabilny rozwój Spółdzielni.*

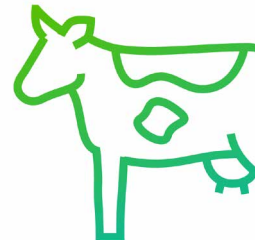
*Jestem przekonany, że dzięki konsekwencji w działaniu, odpowiedzialnemu podejściu do inwestycji oraz współpracy opartej na wzajemnym zaufaniu będziemy w stanie sprostać obecnym wyzwaniom.*

*Życzę Państwu dobrej lektury nowego numeru „Echa Mlekpolu”.*

**Tadeusz Mroczkowski,**

Prezes Zarządu Spółdzielni Mleczarskiej Mlekpól





# Aktualna sytuacja w skupie mleka

Podstawowym czynnikiem wpływającym na trwającą od końca zeszłego roku kryzys na rynku mleczarskim jest nadpodaż surowca. W III kwartale 2025 roku dostawy mleka na świecie wzrosły o 3,2% r/r, IV kwartał zamknął się wzrostem o 4,2% r/r, co jest tempem wzrostu nienotowanym od wielu lat. Rosnącą produkcję obserwuje się w odniesieniu do większości kluczowych regionów eksportowych, m.in. w: Nowej Zelandii, UE, USA i Argentynie, tymczasem spadek występuje jedynie w Australii. W UE produkcja mleka szczególnie mocno wzrosła w Niemczech, Francji, Holandii i w Polsce, głównie za sprawą wysokich cen mleka i korzystnych warunków pogodowych latem oraz dużej dostępności taniej paszy. Jednocześnie, mimo ożywienia popytu, nie rośnie on na tyle szybko, aby zrównoważyć większą podaż surowca.

Drugim ważnym elementem wpływającym na aktualną sytuację na rynku mleka jest wzrost kosztów produkcji. Warunki geopolityczne, a szczególnie wojna w Ukrainie i konflikt na Bliskim Wschodzie, wpływają na dostępność i wzrost cen czynników energetycznych, nawozów mineralnych oraz zachwiania w łańcuchu dostaw, co również znacząco wpływa na opłacalność produkcji.

Sygnalem lekkiej poprawy są wzrosty cen na giełdzie GDT w Nowej Zelandii. Notowania na giełdzie GDT często wyprzedzają bowiem sytuację na światowym rynku mleka, szczególnie jeśli chodzi o ceny mleka w proszku. To ważny prognostyk tego, co może dziać się z cenami na świecie w najbliższych miesiącach.

Te najprawdopodobniej osiągnęły już swoje minimum, jednak trwała poprawa na rynku będzie możliwa dopiero wtedy, gdy zmniejszy się nadpodaż surowca. W ocenie analityków rynku wysoki wzrost dostaw mleka utrzyma się co najmniej do II kwartału 2026 roku, a poprawy sytuacji możemy spodziewać się w drugiej połowie roku.

W styczniu 2026 roku średnia cena mleka wypłacana dostawcom w Polsce po raz kolejny zanotowała spadek: wyniosła 1,89 zł/litr i była niższa od zeszłorocznej o 17,7%. Najwięcej za mleko w skupie otrzymywali producenci w województwie podlaskim, tj. 2,02 zł/litr, a najmniej w województwie pomorskim – 1,75 zł/litr.



Kazimierz Czerneński  
Dyrektor Wydziału Skupu

Według danych GUS w styczniu 2026 skup mleka w Polsce wyniósł 1160,7 mln litrów, co stanowi wzrost o 4,3% w stosunku do stycznia roku ubiegłego. W styczniu dostawcy SM Mlekpól sprzedali do Spółdzielni 189 mln litrów mleka i jest to o 4,2% więcej niż w styczniu 2025 roku.

*Średnia cena mleka netto  
w Polsce w styczniu*

**1,89 zł/litr**

# Słowo od Zarządu

**Nowe produkty na półkach, inwestycje w całym łańcuchu dostaw i przygotowania do raportowania ESG – to trzy obszary, które w 2025 roku najmocniej kształtowały działalność SM Mlekpól. Każdy z nich wymagał innych decyzji, innego horyzontu planowania i innego rodzaju zaangażowania – zarówno po stronie Spółdzielni, jak i jej dostawców.**

Poniżej głos oddajemy Wiceprezesom Zarządu SM Mlekpól, którzy komentują najważniejsze wydarzenia 2025 roku i zapowiadają kierunki działań na rok 2026.

## **Małgorzata Cebelińska, Wiceprezes Zarządu SM Mlekpól**



Małgorzata Cebelińska,  
Wiceprezes Zarządu SM Mlekpól

Rok 2025 potwierdził, że realny wzrost sprzedaży generują produkty łączące funkcjonalność i prosty przekaz dotyczący ich właściwości z szeroką dostępnością na półce. Najszybciej rosły kategorie odpowiadające na konkretne potrzeby żywieniowe konsumentów – i to właśnie tam koncentrowaliśmy nasze działania.

Szczególnie dynamicznie rozwijała się linia Łaciate Protein+, poszerzona m.in. o lekkie serki kremowe, twarożek grani oraz kolejne warianty jogurtów pitnych. Do oferty dołączyły także jogurty pitne Łaciate z magnezem i biotyną – produkty, których koncept powstał przy współudziale samych konsumentów. Jasno określone korzyści zdrowotne i pro-

sty komunikat na opakowaniu szybko przełożyły się na realny popyt na te wyroby.

Ubiegły rok był również czasem klasyki w nowoczesnym wydaniu. Na rynek trafiły Łaciate masło klarowane, ser mascarpone, twaróg sernikowy oraz mleko UHT o smaku waniliowym i czekoladowym bez dodatku cukru – propozycje, które potwierdziły, że konsumenci nadal chętnie sięgają po tradycyjne produkty mleczarskie. Portfolio uzupełniły nowe warianty serków homogenizowanych Rolmlecz, serki topione Mlekpól, jogurt Łaciate typu greckiego i Maślanka Mrągowska bez laktozy, a także desery Łaciate w oryginalnych smakach, takich jak mango lassi, kiwi z nutą matchy czy brownie z wiśniami.

Łącznie w 2025 roku wprowadziliśmy na rynek ponad 25 nowości – jako rezultat strategii opartej na danych sprzedażowych, testach rynkowych i realnych zachowaniach konsumentów. Kierunek ten utrzymamy także w 2026 roku, rozwijając ofertę w sposób selektywny i przemyślany, stawiając na nowości, które mają potencjał budowania skali, regularnej rotacji i długofalowego wzrostu.

## **Zbigniew Groszyk, Wiceprezes Zarządu SM Mlekpól**



Zbigniew Groszyk,  
Wiceprezes Zarządu SM Mlekpól

Decyzja o sformalizowaniu działań ESG zapadła w Mlekpolu w 2024 roku. Jej celem było uporządkowanie inicjatyw podejmowanych w organizacji już wcześniej oraz wyznaczenie długofalowych dzia-

łań w kierunku neutralności klimatycznej, a także dalszego podnoszenia standardów zarządzania. Po roku intensywnej pracy naszych specjalistów i zewnętrznych konsultantów możemy powiedzieć, że najważniejszy etap mamy już za sobą.

Kluczowym elementem tego procesu była analiza podwójnej istotności, stanowiąca fundament raportowania zgodnego z dyrektywą CSRD. Dziś koncentrujemy się na wypracowaniu strategii zrównoważonego rozwoju, która będzie w pełni zgodna z wartościami Spółdzielni i jej celami biznesowymi.

Kolejne przesunięcie terminu obowiązkowego raportowania niefinansowego nie zmieniło naszych priorytetów. Od początku zakładaliśmy, że przygotowania do niego to nie projekt „pod ustawę”, lecz element szerszej transformacji firmy – dlatego ten czas traktujemy jako okazję do udoskonalania procesów, a nie jako pretekst do zwolnienia tempa.

Równolegle realizujemy inwestycje w infrastrukturę środowiskową: nowe oczyszczalnie ścieków w Kolnie i Zambrowie, elektrociepłownie, pompy ciepła, instalacje fotowoltaiczne oraz szeroko zakrojone działania w obszarze gospodarowania energią. Nowoczesne technologie pozwalają nam ograniczać zużycie energii pierwotnej nawet o kilkadziesiąt procent, co przynosi realne oszczędności i tworzy przestrzeń do dalszego zwiększania zdolności produkcyjnych.

### **Paweł Pasternak, Wiceprezes Zarządu SM Mlekoop**



Paweł Pasternak,  
Wiceprezes Zarządu SM Mlekoop

Po relatywnie stabilnym początku 2025 roku druga jego połowa przyniosła wyraźne pogorszenie warunków rynkowych – spadek konsumpcji produktów mleczarskich, nadpodaż surowca oraz narastająca niepewność wynikająca z decyzji geopolitycznych i handlowych na poziomie globalnym. Wprowadzenie ceł na produkty europejskie, w tym na rynku chińskim, i rosnące tendencje protekcyjnistyczne dużych gospodarek istotnie wpłynęły na przewidywalność naszego otoczenia biznesowego.

W tych warunkach Zarząd SM Mlekoop konsekwentnie realizował przyjętą strategię rozwoju.

Podtrzymujemy stanowisko, że rezygnacja z inwestycji w trudnych momentach niesie ryzyko, którego skutki są długofalowe i trudne do odwrócenia. Inwestycje – zarówno te już zrealizowane, jak i aktualnie prowadzone – stanowią fundament przyszłości Spółdzielni. Spełnianie wymagań środowiskowych i jakościowych stawianych branży mleczarskiej rozpoczyna się już na poziomie gospodarstwa rolnego, dlatego nasz horyzont działania obejmuje cały łańcuch dostaw.

Wchodząc w rok 2026, zachowujemy ten sposób myślenia – bo dziś każdy plan musi być planem długoterminowym. Jesteśmy z naszymi dostawcami – będziemy inwestować w rozwój Mlekoopu i wierzymy, że oni również, bo surowiec, który produkuje, jest podstawą naszej wspólnej przyszłości.

#### **Rok 2025 w liczbach:**

- *blisko 30 nowości produktowych,*
- *40 nagród i wyróżnień,*
- *100 wspartych wydarzeń i inicjatyw,*
- *300 projektów opakowań,*
- *ponad 2 mld litrów skupionego i przetworzonego mleka*

## Zebrania Rejonowe 2026

**W dniach 9–13 lutego 2026 roku odbyły się 52 Zebrania Rejonowe członków Spółdzielni, na których podsumowano wyniki gospodarcze SM Mlekpól za ubiegły rok oraz przedstawiono zamierzenia na rok bieżący.**

Zebrania odbyły się we wszystkich rejonach działania Spółdzielni. W związku z kończąca się kadencją dotychczasowych przedstawicieli wybrano 52 delegatów na nową, czteroletnią kadencję. Na najbliższym Zebraniu Przedstawicieli, które odbędzie się do końca czerwca 2026 roku, wyłonią oni spośród siebie 21-osobową Radę Nadzorczą.

Dodatni wynik finansowy, kolejny rekordowy roczny skup i przerób mleka, przekraczający 2 miliardy litrów oraz rosnące zaufanie konsumentów do jakości produkowanych przez nas wyrobów, potwierdzone wieloma nagrodami i wyróżnieniami, umacniają czołową rolę Spółdzielni na polskim rynku mleczarskim.

Zebrania były okazją do dyskusji o aktualnej, skomplikowanej sytuacji w branży, która jest odzwierciedleniem niestabilności politycznej (wojna w Ukrainie i na Bliskim Wschodzie) oraz problemów wynikających z podpisywanych umów międzynarodowych, np. Mercosur. Ważny element dyskusji stanowiły również obowiązki producentów mleka wynikające z wejścia w życie KSeF oraz redukcja emisji gazów cieplarnianych w gospodarstwach naszych dostawców.

Coroczne spotkania z członkami Spółdzielni potwierdziły duże zainteresowanie jej bieżącym funkcjonowaniem, aktualną sytuacją na rynku mleka i wyzwaniem, jakie w najbliższej przyszłości staną przed producentami, naszą Spółdzielnią i polskim mleczarstwem.

26 lutego 2026 roku odbyło się posiedzenie Rady Nadzorczej, na którym szczegółowo zapoznała się ona z przebiegiem tegorocznych Zebrań Rejonowych.

## Mlekpól partnerem Krajowych Dni Pola 2026



**Spółdzielnia Mleczarska Mlekpól została sponsorem VII Krajowych Dni Pola, które odbędą się w terminie 19–21 czerwca 2026 roku na terenach wystawowych Podlaskiego Ośrodka Doradztwa Rolniczego w Szepietowie. Wydarzenie to, organizowane z inicjatywy Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi, należy do największych spotkań środowiska rolniczego w Polsce.**

Odwiedzających zapraszamy na degustacyjne stoisko Mlekpolu z mnóstwem pysznych produktów z bogatego asortymentu Spółdzielni, które będzie można także zakupić w mobilnym sklepie firmowym. Z kolei przy stoisku zorganizowanym przez Dział Skupu SM Mlekpól rolnicy uzyskają informacje dotyczące zasad współpracy, warunków dostaw

oraz możliwości rozwoju swoich gospodarstw. Istotnymi punktami programu będą również XIII Ogólnopolska Wystawa Bydła Hodowlanego oraz XXXII Regionalna Wystawa Zwierząt Hodowlanych, które tradycyjnie przyciągają hodowców, doradców rolniczych oraz przedstawicieli instytucji branżowych z całego kraju.

Organizatorzy zapraszają rolników, dostawców mleka oraz wszystkich zainteresowanych branżą rolną i mleczarską do udziału w wydarzeniu, które stanowi doskonałą okazję do zdobycia wiedzy, nawiązania kontaktów oraz spotkania z przedstawicielami sektora rolno-spożywczego z całej Polski.



# Podwójna wygrana Mlekpola w konkursie Lider Forum Kampanie 2025



Aneta Wysocka-Wejda,  
Kierownik Działu Marketingu SM Mlekpól

**Dwie kampanie marketingowe Spółdzielni Mleczarskiej Mlekpól zostały nagrodzone w szóstej edycji konkursu Lider Forum Kampanie, organizowanego przez magazyn „Forum Mleczarskie Handel”. Wyróżnienia te przyznawane są najbardziej kreatywnym i skutecznym działaniom marketingowym w branży mleczarskiej.**

Jury oceniało kampanie realizowane od 1 stycznia do 15 października 2025 roku. Pierwsze miejsce zdobyła kampania „Dołącz się”, promująca linię produktów marki Łaciate Protein+, natomiast trzecie miejsce przypadło kampanii śmietanki Łaciatej „Nieźle zamieszaj w kuchni!”.

## Szeroka komunikacja kampanii „Dołącz się”

Zwycięska kampania „Dołącz się” była szeroko zakrojonym projektem komunikacyjnym, który łączył różnorodne kanały dotarcia do konsumentów.

— Postawiliśmy na zdecydowanie bardziej zróżnicowaną i intensywną komunikację. Oprócz działań, które realizowaliśmy już wcześniej – takich jak obecność w telewizji, kampanie digitalowe czy współpraca z influencerami – znacząco rozbudo-

waliśmy miks mediowy o nowe obszary i formaty — podkreśla Aneta Wysocka-Wejda, Kierownik Działu Marketingu SM Mlekpól.

W ramach kampanii zrealizowano m.in. sponsoring prestiżowych wydarzeń sportowych, takich jak US Open i Wimbledon, działania outdoorowe, aktywacje konsumenckie oraz projekty skierowane do społeczności graczy. Tak szeroki zakres komunikacji pozwolił dotrzeć do nowych grup odbiorców i wzmocnić rozpoznawalność marki w dynamicznie rozwijającej się kategorii produktów wysokobiałkowych.

— Zależało nam zarówno na szerokim dotarciu, jak i na jakościowym kontakcie z odbiorcą – opartym na spójnej narracji i czytelnych benefitach produktowych — dodaje Aneta Wysocka-Wejda.

Kampania konsekwentnie budowała skojarzenia z energią, siłą i aktywnym stylem życia, które są naturalnie związane z linią produktów pod marką Łaciate Protein+.





### „Nieźle zamieszaj w kuchni!” – kampania bliska codzienności

Jak już wspomniano, trzecie miejsce w konkursie zdobyła kampania śmietanki Łaciatej „Nieźle zamieszaj w kuchni!”, która w kreatywny sposób ukazywała rolę produktu w codziennym gotowaniu.

— Istotne było dla nas, aby kampania pokazywała, że śmietanka Łaciatej jest składnikiem, który w kuchni daje gwarancję zamierzonego efektu – niezależnie od tego, czy użytkownicy gotują według sprawdzonych przepisów, czy chętniej eksperymentują — wyjaśnia Kierownik Działu Marketingu Mleku.

Kampanię prowadzono równolegle w telewizji i w digitalu, obejmując m.in. formaty wideo, działania w mediach społecznościowych oraz współpracę z influencerami. Jedną z aktywacji była akcja „Gotuj się na przyjaźń”, w której udział wzięło dziesięć twórczyń internetowych prezentujących swoje pomysły kulinarne z wykorzystaniem śmietanki Łaciatej.

— Dzięki temu marka pojawiała się w wielu kontekstach mocno osadzonych w autentycznym stylu każdej z nich, co przełożyło się na większą rozpoznawalność kampanii i wysokie zaangażowanie odbiorców — podkreśla Aneta Wysocka-Wejda.

Nieźle  
**ZAMIESZAJ**  
w kuchni!

śmietanka  
**łaciatej**



### O konkursie

Konkurs Lider Forum Kampanie organizowany jest przez magazyn branżowy „Forum Mleczarskie Handel” i ma na celu wyróżnienie najbardziej kreatywnych i najskuteczniejszych kampanii marketingowych realizowanych przez firmy działające w branży mleczarskiej. Ocenie podlegają m.in. pomysły kreatywne, dobór kanałów komunikacji, spójność przekazu oraz efektywność działań marketingowych.

**KAMPANIE2025**  
**LIDER FORUM**

# Mlekpól na 34. Finale WOŚP



W środku: Dorota Grabowska, Dyrektor Marketingu podczas Finału WOŚP w Grajewie

W niedzielę 25 stycznia 2026 roku, w Grajewskim Centrum Kultury Spółdzielnia Mleczarska Mlekpól wzięła udział w 34. Finale Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy. Tegoroczna zbiórka odbyła się pod hasłem „Zdrowe brzuszki naszych dzieci”.

Spółdzielnia przekazała produkty swoich marek oraz gadżety, z których przygotowano paczki przeznaczone na licytację. Część upominków trafiła również do wolontariuszy – jako wyraz wdzięczności za ich zaangażowanie w organizację wydarzenia.

Finałowi WOŚP towarzyszyły także aktywności sportowe. W akcji pod hasłem „Spaceruj i pobjeżaj z Klubem Sportowym Maratonka” Mlekpól reprezentowały Dorota Grabowska, Dyrektor Marketingu, oraz Specjalista ds. Marketingu Spółdzielni, a zarazem Prezes KS Maratonka Sylwia Sakowicz.

SM Mlekpól dziękuje wszystkim uczestnikom licytacji, darczyńcom, wolontariuszom oraz organizatorom wydarzeń towarzyszących finałowi, a lokalnie – w szczególności Grajewskiemu Centrum Kultury i KS Maratonka Grajewo za stworzenie wyjątkowej atmosfery w tym szczególnym dniu.

## Mlekpól o cyberbezpieczeństwie w produkcji mleczarskiej na Techmilk 2026

**Piotr Piwowarczyk, Kierownik Działu Informatyki Spółdzielni Mleczarskiej Mlekpól, uczestniczył w XXVII edycji seminarium Techmilk, która odbyła się w dniach 11–13 lutego 2026 r. w Mikołajkach. W trakcie panelu dotyczącego bezpiecznej transformacji cyfrowej zaprezentował on kompleksowe podejście do ochrony systemów IT w zakładach produkcyjnych Spółdzielni.**

Podczas debaty 12 lutego, wspólnie z Piotrem Grychtołem, Business Development Managerem w Techniska, przedstawiciel Mlekpól odpowiadał na pytanie: Co dziś stanowi większe ryzyko dla mleczarni – wyciek danych czy przestój produkcji?

— *Cyberbezpieczeństwo w przedsiębiorstwach produkcyjnych, takich jak Spółdzielnia Mleczarska Mlekpól, to dziś jeden z kluczowych elementów zarządzania ryzykiem operacyjnym – podkreślił obecny na Techmilk Zbigniew Groszyk, Wiceprezes Zarządu SM Mlekpól. — Mówimy nie tylko o ochronie danych, ale przede wszystkim o zapewnieniu ciągłości procesów przetwórczych i biznesowych. Nawet pojedynczy incydent może skutkować bowiem zarówno przestojem produkcji, jak i utratą zaufania partnerów handlowych.*

W swojej wypowiedzi Piotr Piwowarczyk zaznaczył z kolei, że w Mlekpolu bezpieczeństwo cyfrowe traktowane jest w sposób zintegrowany, a strategia te-

goź opiera się na trzech filarach: kompetencjach pracowników, jasno zdefiniowanych procedurach oraz odpowiednio zaprojektowanej infrastrukturze technologicznej.

— *Najnowocześniejsze rozwiązania techniczne przy braku świadomych decyzji podejmowanych przez pracowników na każdym szczeblu organizacji nie zagwarantują bezpieczeństwa* — **zaznaczył Zbigniew Groszyk**. — *Istotnym elementem jest integracja działań pomiędzy działem IT a działami operacyjnymi, w tym utrzymaniem ruchu. Efektywne zarządzanie cyberbezpieczeństwem wymaga wspólnego zrozumienia procesów i wspólnej odpowiedzialności za ich zabezpieczenie* —  **dodał**.

Natomiast Piotr Piwowarczyk zwrócił także uwagę na konieczność podejścia wyprzedzającego – cyberbezpieczeństwo to proces ciągły, wymagający stałej analizy zagrożeń, aktualizacji procedur oraz inwestowania w rozwój kompetencji zespołu.

Seminarium Techmilk, organizowane od 26 lat przez Katedrę Inżynierii, Aparatury Procesowej i Biotechnologii Żywności Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie, stanowi forum eksperckiej dyskusji o wyzwaniach i trendach w sektorze mleczarskim. Tegoroczna edycja, podobnie jak poprzednie, koncentrowała się na nowoczesnych technologiach, optymalizacji procesów produkcyj-



W środku: Piotr Piwowarczyk, Kierownik Działu Informatyki SM Mlekpól, fot. Beata Lorkiewicz

nych oraz praktycznych wdrożeniach odpowiadających na potrzeby dynamicznie zmieniającego się rynku.

## SM Mlekpól ponownie obecna na targach Gulfood 2026 w Dubaju



Tomasz Trzaska, Dyrektor Eksportu na targach

**Spółdzielnia Mleczarska Mlekpól wzięła udział w targach Gulfood 2026, odbywających się w terminie 26–30 stycznia w Dubaju. Tegoroczna odsłona wydarzenia miała szczególny charakter – po raz pierwszy w historii targi zorganizowano równolegle w dwóch obiektach: Dubai World Trade Centre oraz nowym Dubai Exhibition Centre w Expo City Dubai.**

Gulfood należy do największych globalnych wydarzeń branży spożywczej. W tegorocznej edycji uczestniczyło ponad 8500 wystawców reprezentujących 195 państw. Pojawiły się nowe sektory tematyczne, takie jak Gulfood Logistics, Gulfood Fresh i Gulfood Grocery Trade. Wydarzenie stanowiło istotną platformę dla międzynarodowego sektora Food & Beverage, umożliwiając prezentację innowacji oraz analizę kluczowych trendów rynkowych.

Mlekpól w Gulfood uczestniczy od wielu lat, wzmacniając w ten sposób swoją pozycję eksportową na rynkach Bliskiego Wschodu, Afryki i Azji.

— Region Bliskiego Wschodu i przyległe rynki azjatyckie oraz afrykańskie to obszary o ogromnym potencjale dla polskiego mleczarstwa. Kraje o tropikalnym klimacie, z ograniczoną produkcją własną i rosnącą populacją, wykazują stałe zapotrzebowanie na wysokiej jakości produkty mleczarskie. Gulfood daje nam możliwość spotkania się z partnerami z tych regionów w jednym miejscu i czasie, a także rozmów o perspektywach na bieżący rok. Szczególnym zainteresowaniem cieszą się nasze wyroby o długim terminie przydatności – mleko UHT, masło, sery oraz mleko w proszku. Tegoroczna edycja, z rozbudowaną formułą i nowymi sektorami

tematycznymi, otwiera jeszcze szersze perspektywy do obserwacji trendów w branży, nawiązywania kontaktów biznesowych i zwiększania obecności Mlekpola na tych dynamicznie rozwijających się rynkach — **mówi Tomasz Trzaska, Dyrektor Eksportu SM Mlekpól.**

W Dubaju Spółdzielnia zaprezentowała portfolio marek: Łaciate, Happy Barn, Milcasa oraz Mlekpól. Produkty te zdobywają uznanie konsumentów w Polsce i za granicą dzięki stabilnej jakości, prostemu składowi oraz wykorzystaniu nowoczesnych technologii produkcyjnych.

## Mlekpól partnerem konkursu „Odblaskowa Szkoła” w województwie podlaskim

**5 lutego 2026 roku Spółdzielnia Mleczarska Mlekpól uczestniczyła w uroczystym rozstrzygnięciu wojewódzkiego etapu konkursu „Odblaskowa Szkoła” – ogólnopolskiej inicjatywy Biura Ruchu Drogowego Komendy Głównej Policji, promującej bezpieczeństwo dzieci i młodzieży na drogach.**

W ramach wydarzenia SM Mlekpól przygotowała stoisko z atrakcjami dla najmłodszych uczestników. Dzieci mogły skosztować mleczek smakowych Łaciatych oraz jogurtów pitnych z linii Łaciate Protein+, a przy okazji otrzymać drobne upominki i gadżety – jako miły akcent towarzyszący ważnej rozmowie o bezpieczeństwie w ruchu drogowym.

Tegoroczna edycja konkursu trwała od września do listopada 2025 roku. W tym czasie szkoły podstawowe z całego regionu angażowały się w różnorodne działania edukacyjne i profilaktyczne – od prac plastycznych i filmów, przez happeningi, po lokalne kampanie informacyjne. Dzięki kreatywności uczniów oraz zaangażowaniu nauczycieli i rodziców inicjatywa objęła całe lokalne społeczności.

W województwie podlaskim zwyciężyła Szkoła Podstawowa im. Sybiraków w Netcie, która będzie reprezentować region na etapie ogólnopolskim. SM Mlekpól gratuluje uczniom, nauczycielom i rodzicom ogromnego zaangażowania, a organizatorom, partnerom i patronom konkursu dziękuje



Finale konkursu „Odblaskowa Szkoła” z udziałem pracowników SM Mlekpól

za konsekwentne budowanie świadomości bezpieczeństwa wśród najmłodszych. Cieszymy się, że mogliśmy być częścią tej wartościowej inicjatywy.

# SM Mlekpól partnerem Dyplomatycznego Otwarcia Roku 2026



Zespół SM Mlekpól

**Spółdzielnia Mleczarska Mlekpól uczestniczyła w 11. edycji Dyplomatycznego Otwarcia Roku – wydarzenia organizowanego przez Krajową Izbę Gospodarczą, stanowiącego istotne forum dialogu pomiędzy przedstawicielami dyplomacji, administracji oraz biznesu. Spotkanie oficjalnie zainicjowało nowy rok współpracy międzynarodowej, tworząc przestrzeń do rozmów o przyszłości polskiego eksportu i znaczeniu dyplomacji gospodarczej w umacnianiu pozycji rodzimych marek na rynkach zagranicznych.**

Dialog z państwami celem promocji marki Made in Poland zagranicą jest bardzo istotny dla całej polskiej branży spożywczej, w tym SM Mlekpól, która od ponad czterdziestu lat prowadzi eksport swoich produktów na najodleglejsze rynki.

Na zaproszenie Krajowej Izby Gospodarczej Spółdzielnia włączyła się w DOR jako partner. W wydarzeniu uczestniczyli m.in. Prezes Zarządu Tadeusz Mroczkowski oraz Wiceprezes Małgorzata Cebelińska.

Dyplomatyczne Otwarcie Roku to cykliczne forum gromadzące około 500 reprezentantów instytucji publicznych, placówek dyplomatycznych oraz przedsiębiorstw prowadzących sprzedaż na rynkach międzynarodowych. Tegoroczna edycja odbyła się 19 lutego 2026 roku w Centrum Olimpijskim w Warszawie.

Jednym z kluczowych elementów programu była debata dotycząca znaczenia dyplomacji gospodar-

czej w procesie pozyskiwania i rozwijania nowych rynków zbytu. W panelu uczestniczyła Wiceprezes Małgorzata Cebelińska.

— Eksport to od początku jeden z filarów strategii rozwoju SM Mlekpól. Dziś około 30% produkcji Spółdzielni trafia za granicę – do ponad 100 krajów na sześciu kontynentach. Z naszych wieloletnich doświadczeń w handlu zagranicznym wynika, że dostęp do danego rynku nie zależy wyłącznie od konkurencyjnej oferty czy sprawnego serwisu. To w dużej mierze również kwestia polityki handlowej i walutowej, umów międzynarodowych czy promocji marki „Made in Poland” zagranicą. I właśnie w tych aspektach nie do przecenienia pozostaje rola dyplomacji oraz agencji rządowych. Zaangażowanie ambasad, dialog administracyjny i udział organizacji państwowych w misjach gospodarczych czy targach międzynarodowych to realne narzędzia, które otwierają rynki i wzmacniają wiarygodność polskich przedsiębiorców — mówiła podczas debaty Wiceprezes Zarządu SM Mlekpól.

Rozwój eksportu to dla Mlekpól element szerszej współpracy gospodarczej pomiędzy państwami, wymagającej ścisłej koordynacji działań sektora prywatnego i administracji publicznej.



Przy mikrofonie: Małgorzata Cebelińska, Wiceprezes Zarządu

# Wizyta referencyjna Mlekpola w Hiszpanii



Uczestnicy wizyty referencyjnej zorganizowanej przez Tetra Pak

**W dniach 23–25 lutego 2026 roku w Madrycie przedstawiciele SM Mlekpól uczestniczyli w wizycie referencyjnej zorganizowanej przez firmę Tetra Pak. Celem spotkania było zapoznanie się z funkcjonowaniem hiszpańskiego rynku produktów nabiałowych oraz z praktykami sprzedażowymi i ekspozycyjnymi stosowanymi przez największe hiszpańskie sieci handlowe. Tego rodzaju wizyty pozwalają zarówno dostawcom, jak i pracownikom lepiej poznać rozwiązania stosowane na innych rynkach, sposób działania zagranicznych firm oraz sprzyjają wymianie doświadczeń i praktycznej wiedzy.**

W ramach programu odbyła się prezentacja rynku produktów mlecznych w Hiszpanii, przygotowana przez zespół Tetra Pak Hiszpania. Kolejnym elementem była wizyta w sklepach sieci Mercadona, Lidl oraz Carrefour. Uczestnikom zaprezentowano

sposób organizacji i ekspozycji półki produktów nabiałowych płynnych, zwracając uwagę na strategie merchandisingowe oraz różnice w ofercie poszczególnych sieci.

Program wizyty obejmował również wyjazd do miejscowości Daimiel, gdzie uczestnicy odwiedzili zakład produkcyjny firmy Garcia Carrion, klienta Tetra Pak i jednego z największych hiszpańskich producentów soków. Prezentacja działalności przedsiębiorstwa pozwoliła zapoznać się z rozwiązaniami technologicznymi stosowanymi w nowoczesnych zakładach produkujących napoje.

Wizyta stanowiła okazję do wymiany doświadczeń oraz zdobycia wiedzy na temat funkcjonowania zagranicznych rynków FMCG, co może być pomocne w analizie trendów konsumenckich oraz kierunków rozwoju rynku produktów spożywczych.

## Mlekpól otwiera studentom drzwi do kariery

**W czwartek 5 marca 2026 roku Spółdzielnia Mleczarska Mlekpól wzięła udział w Wydziałowych Dniach Branżowych Politechniki Białostockiej – wydarzeniu stanowiącym okazję, by jeszcze przed uzyskaniem dyplomu porozmawiać o swojej przyszłej drodze zawodowej. Organizowane przez Biuro Karier PB targi co roku przyciągają studentów, którzy zanim wejdą na rynek pracy z tytułami inżyniera bądź magistra, chcą sprawdzić, jak wygląda on od środka.**

Mlekpól zaprosił studentów do rozmów o praktykach i stażach w tak różnorodnych obszarach, jak: inżynieria i planowanie produkcji, utrzymanie ruchu, IT, kontrola jakości, zrównoważony rozwój, logistyka czy marketing i handel. To szeroki wachlarz ścieżek kariery w polskim przedsiębiorstwie o ugruntowanej pozycji krajowej i międzynarodowej, które skupia ponad 7300 producentów mleka, a w 12 zakładach produkcyjnych zatrudnia dziś ponad 3 tysiące osób.



Zespół SM Mlekpól

— Politechnika Białostocka kształci inżynierów, którzy myślą analitycznie i są przygotowani do rozwiązywania konkretnych problemów. Dokładnie takich osób szukamy. Chcemy pokazać studentom, że nowoczesna spółdzielnia mleczarska to złożony organizm – wyposażony w najnowocześniejsze technologie i systemy operacyjne, realizujący znaczące projekty w obszarze zrównoważonego rozwoju i prowadzący działalność sprzedażową na najodleglejszych rynkach. Praktyki i staże zawodowe w Mlekpole to zatem realna szansa na rozpoczęcie kariery zawodowej w prężnie działającej firmie, która od dziesięcioleci wytwarza produkty mleczarskie najwyższej jakości — **mówi Tadeusz Mroczkowski, Prezes Zarządu SM Mlekpól.**

Mlekpól, producent wyrobów pod markami Łaciate, Rolmlecz, Maślanka Mrągowska czy JOGO, wielokrotnie wyróżniany jako jeden z najlepszych pracodawców w Polsce, od lat konsekwentnie buduje relacje ze środowiskiem akademickim. Wydziałowe Dni Branżowe PB naturalnie wpisują się w tę politykę i są dla Spółdzielni – jednego z filarów lokalnej gospodarki – bardzo istotne.

## Mlekpól na targach FOODEX JAPAN 2026 w Tokio

**Spółdzielnia Mleczarska Mlekpól wzięła udział w targach FOODEX JAPAN 2026 – jednym z najważniejszych wydarzeń branży spożywczej w Azji. W dniach 10–13 marca Mlekpól zaprezentował swoje produkty mleczarskie na polskim stoisku narodowym w Tokyo Big Sight.**

FOODEX JAPAN to targi z pięćdziesięcioletnią tradycją, gromadzące producentów, dystrybutorów i kupców z całego świata. W ciągu czterech dni wydarzenie odwiedziło tysiące przedstawicieli gastro-

nomii, dystrybucji i handlu międzynarodowego – to jedno z kluczowych miejsc nawiązywania kontaktów biznesowych i rozmów o współpracy na dynamicznie rozwijających się rynkach azjatyckich.

SM Mlekpól wziął udział w targach jako wystawca na polskim stoisku narodowym Poland Tastes Good, zorganizowanym przez Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa. Spółdzielnia zaprezentowała wybrane produkty ze swojego portfolio – między innymi sery marki Mlekpól, masło Łaciate, mleko UHT Łaciate, produkty marek Happy Barn i Milcasa, śmietankę UHT Łaciatą oraz serek śmietankowy Łaciaty.



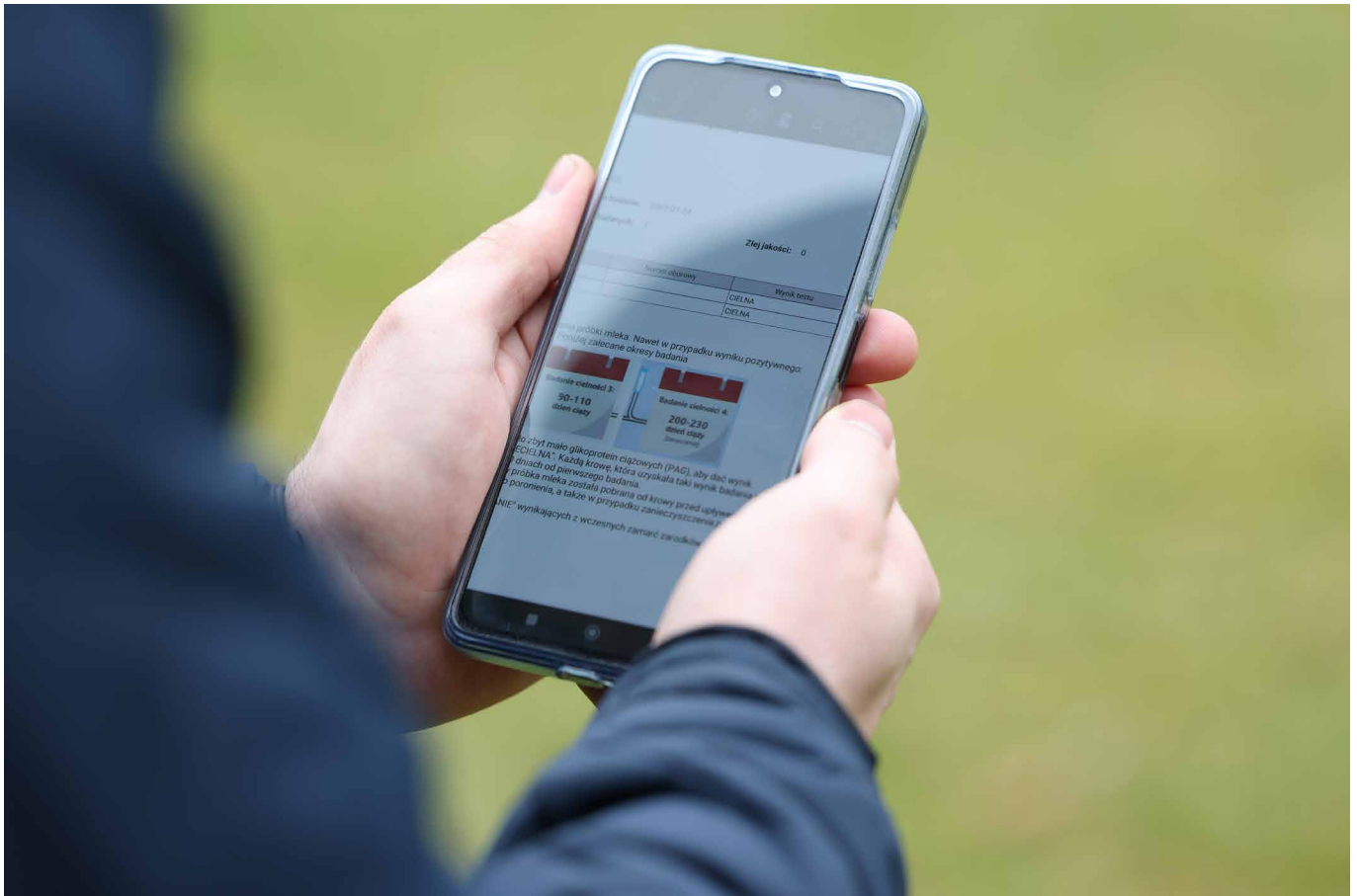
Zespół SM Mlekpól podczas targów

— Azja to jeden z kierunków sprzedaży, który konsekwentnie rozwijamy. Kraje tego regionu charakteryzują się rosnącym popytem na produkty mleczarskie, a FOODEX JAPAN to doskonała okazja do rozmów z partnerami handlowymi i prezentacji naszego portfolio szerokiemu gronu odbiorców z całego kontynentu — **komentuje Tomasz Trzaska, Dyrektor Handlu Zagranicznego SM Mlekpól.**

Obecnie Mlekpól eksportuje swoje wyroby do ponad 100 państw na sześciu kontynentach. Udział w FOODEX JAPAN wpisuje się w konsekwentnie realizowaną przez Spółdzielnię strategię dywersyfikacji rynków zbytu.

# Cielność pod kontrolą

## Dlaczego szybka diagnoza ma znaczenie?



**W rozrodzie krów mlecznych czas jest jednym z najważniejszych czynników decydujących o opłacalności produkcji. Każdy dodatkowy dzień, w którym krowa pozostaje niecielna, generuje koszty – często niewidoczne od razu, ale odczuwalne w dłuższej perspektywie. Dlatego szybka i rzetelna diagnoza cielności nie jest jedynie elementem rutyny hodowlanej, lecz narzędziem zarządzania stadem.**

W wielu gospodarstwach kontrola cielności odbywa się zgodnie z ustalonym harmonogramem, jednak kluczowe jest nie tylko to, czy badanie jest wykonywane, ale również kiedy. Opóźnione rozpoznanie braku cielności powoduje wydłużenie okresu międzywycieleniowego, zwiększenie liczby dni nieproduktywnych oraz pogorszenie wskaźników rozrodu w całym stadzie.

### **Dlaczego wczesna informacja jest tak cenna?**

Cykl rozrodczy krowy jest precyzyjnym mechanizmem biologicznym, który wymaga odpowiedniego momentu interwencji. Jeśli krowa nie zostanie za-

cielona, a brak ciąży zostanie wykryty zbyt późno, traci się kolejne tygodnie, które mogłyby zostać wykorzystane na ponowne unasienienie. W praktyce oznacza to przesunięcie kolejnego wycielenia, dłuższą laktację i często spadek efektywności produkcji.

Warto pamiętać, że każda doba opóźnienia w rozpoznaniu braku cielności to nie tylko kwestia kalendarza, ale także koszt żywienia, pracy i utrzymania zwierzęcia bez gwarancji przyszłego przychodu z kolejnej laktacji.

### **Wczesna utrata ciąży – problem, którego nie widać**

Dodatkowym wyzwaniem jest zjawisko wczesnej utraty ciąży. Szacuje się, że nawet 10–12% zacieleń może zakończyć się poronieniem w pierwszych tygodniach po zapłodnieniu. W wielu przypadkach hodowca nie ma świadomości, że do takiej doszło, zwłaszcza jeśli nie prowadzi systematycznej kontroli.

Brak potwierdzenia cielności w odpowiednim momencie powoduje, że krowa przez kolejne tygodnie traktowana jest jako cielna, mimo że w rzeczywistości wymaga ponownego unasiwienia. To jeden z najczęstszych powodów wydłużenia okresu międzywycieleniowego i pogorszenia wskaźników rozrodu.

### Monitoring zamiast reakcji

Nowoczesne zarządzanie rozrodem opiera się na monitoringu, a nie wyłącznie na reagowaniu na problemy. Regularna kontrola cielności pozwala szybciej identyfikować krowy niecielne, podejmować decyzje o ponownym kryciu i utrzymywać optymalny rytm wycieleń w stadzie.

Szczególnego znaczenia nabiera potwierdzenie ciąży nie tylko w pierwszym badaniu, ale również w kolejnych tygodniach. Pozwala to wychwycić przypadki wczesnej utraty i ograniczyć szkody wynikające z długiego utrzymywania krowy w przekonaniu o jej cielności.

### Cielność a opłacalność produkcji

Sprawnie prowadzony rozród to nie tylko kwestia biologii, ale przede wszystkim ekonomii. Stabilny okres międzywycieleniowy pozwala utrzymać rytm produkcyjny stada, lepiej planować obsadę oraz ograniczać koszty brakowania. Wydłużone laktacje, wynikające z opóźnionych zacieleń, często prowadzą do spadku wydajności i pogorszenia kondycji krów.

Szybka diagnoza cielności umożliwia podejmowanie decyzji opartych na aktualnej sytuacji w stadzie, a nie na przypuszczeniach. To z kolei przekłada się na większą przewidywalność produkcji i stabilność finansową gospodarstwa.

### Wsparcie nowoczesnych metod diagnostycznych

Coraz więcej gospodarstw decyduje się na wykorzystywanie nowoczesnych metod monitorowania cielności, które pozwalają uzyskać wiarygodną

informację już od 28. dnia po inseminacji. Testy wykrywające białka ciążyowe (PAG) w próbce mleka pobieranej podczas próbnego doju umożliwiają wczesne rozpoznanie zarówno ciąży, jak i jej braku, bez dodatkowych zabiegów wokół krowy.

Takie rozwiązanie pozwala szybciej identyfikować krowy wymagające ponownego krycia oraz potwierdzać utrzymanie ciąży w kolejnych tygodniach. W praktyce oznacza to lepszą kontrolę nad rozrodem i ograniczenie strat wynikających z opóźnionej diagnozy.

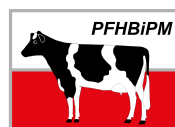
Badania PAG z próbek mleka wykonywane są w laboratoriach PFHBiPM, a próbki pobierane są podczas próbnego doju, bez konieczności dodatkowej ingerencji w organizację pracy w gospodarstwie. To rozwiązanie, które łączy wygodę z wiarygodną informacją diagnostyczną.

Szybka i rzetelna diagnoza cielności pozwala podejmować decyzje oparte na danych, a nie na przypuszczeniach – co w rozrodzie ma szczególne znaczenie.



**Maria Olszewska**

**Polska Federacja Hodowców Bydła  
i Producentów Mleka**



**POLSKA FEDERACJA  
HODOWCÓW BYDŁA  
I PRODUCENTÓW MLEKA**



# Rolnictwo z duszą

## — rozmowa z Markiem Czaplińskim



Marek Czapliński

**Swoją pracę nazywa po prostu rozsądnym działaniem — i trudno odmówić mu racji. Marek Czapliński z Bożego koło Mrągowa przez ponad czterdzieści lat budował gospodarstwo, które dziś liczy ok. 280 hektarów i 170 krów mlecznych. Rozmawiamy o tym, co naprawdę decyduje o jakości mleka, jakie zastosowanie ma biogaz i jak zachęcić młodych do rolnictwa.**

**Proszę opowiedzieć o swoim gospodarstwie – jak wygląda dziś i jak zmieniał się na przestrzeni lat?**

W 1984 roku przejąłem od rodziców gospodarstwo o powierzchni 11,20 ha — z oborą, stodołą, domem i dziewięcioma krowami mlecznymi. Miałem 21 lat i byłem świeżo po technikum rolniczym. Ojciec Antoni służył mi wtedy swoim doświadczeniem i wsparciem. Pierwsze większe zakupy gruntów — 50 hektarów od Skarbu Państwa — przypadły na 1995 rok, trzy lata później doszło 30 kolejnych.

Wejście do Unii Europejskiej także otworzyło nowe możliwości, jak: modernizacja maszyn, magazyny zbożowe z suszarnią, powiększenie budynków inwentarskich. W 2001 roku rozbudowałem oborę na 50 stanowisk, w 2012 postawiłem nową na 130 sztuk, a w 2016 jałownik z cielętnikiem na 100 sztuk. W ciągu ostatnich czterech lat dobudowaliśmy jeszcze dwa budynki gospodarcze.

Dziś moje gospodarstwo obejmuje ok. 110 ha gruntów własnych i ok. 90 ha dzierżawionych. Syn Paweł prowadzi swoje odrębne gospodarstwo o powierzchni ok. 75 ha — które budował samodzielnie, zaczynając od 12 hektarów przekazanych mu w 2009 roku. Razem z żoną Magdaleną wybrali tę drogę świadomie. Wymieniamy się wiedzą i uzupełniamy nawzajem. Mam nadzieję, że tak jak ojciec wspierał mnie, tak i ja będę mógł wspierać mojego syna, gdy ten za kilka lat w pełni przejmie gospodarstwo.

**W gospodarstwie korzysta Pan z nowoczesnych technologii, m.in. robota udojowego czy biogazowni. Jak automatyzacja wpłynęła na codzienną pracę i produkcję mleka?**

Robot udojowy mamy od 2012 roku — zaczęliśmy od jednej maszyny i hali udojowej. Od 2021 roku w gospodarstwie pracują dwa roboty VMS DeLaval i udój odbywa się wyłącznie automatycznie. System na bieżąco monitoruje wydajność i aktywność zwierząt, co pozwala szybciej reagować na wszelkie zmiany. Na początku 2025 roku dokupiliśmy robota do podgarniania pasz — pracuje cicho, bez spalin, zasilany energią elektryczną. Obora jest dziś kompleksowo zautomatyzowana: automatyczny dój, stacje paszowe, czochradła, odpajalnia cieląt, cyrkulacja powietrza i biogazownia, do której gnojowica trafia automatycznie.

Początki biogazowni nie były łatwe — biurokracja, problemy z oddaniem inwestycji do użytku, kwestie techniczne związane z jakością gnojowicy. Działaliśmy jednak jako część grupy kilkunastu gospodarstw z Warmii i Mazur, które jednocześnie zdecydowały się na ten krok. Dziś biogazownia o mocy 22 kW pracuje wyłącznie na gnojowicy bydłowej i pokrywa potrzeby energetyczne gospodarstwa. Coraz wyraźniej widzę też jej wartość w kontekście śladu węglowego — to kwestia, która w rolnictwie będzie nabierać znaczenia, i dobrze jest być na to przygotowanym.

### Co jest dziś najważniejsze w produkcji mleka wysokiej jakości – na co rolnik musi zwracać szczególną uwagę?

Żywnienie — to absolutny fundament. A żywienie zaczyna się od dobrej kiszonki, dlatego przykładamy ogromną wagę do jakości pasz, doboru odmian i właściwego momentu zbioru. Żadna przyzma nie jest skarmiana bez wcześniejszego zbadania — najpierw mikrobiologicznie, pod kątem patogenów, a następnie jakościowo, żeby właściwie zbilansować mieszankę TMR. Skład dawki jest stały przez cały rok — nie ma u nas podziału na sezon letni i zimowy, bo jednolite parametry mleka są efektem jednolitego żywienia.

Drugą sprawą jest dobrostan. Zwierzęta potrzebują spokoju, komfortu, stałego dostępu do świeżej wody. Hodujemy rasę holsztyńsko-fryzyjską, pod oceną Polskiej Federacji Hodowców Bydła i Producentów Mleka. Przy doborze nasienia bierzemy pod uwagę m.in. budowę wymienia pod robota, parametry kazeiny w mleku, łatwość porodów, geny bezrozności, a także wpływ na ślad węglowy.

Trzecim elementem jest codzienna obserwacja stada — technologia bardzo pomaga, ale uważność hodowcy i szybkie reagowanie na zmiany pozostają niezastąpione.

### Jak ocenia Pan współpracę ze Spółdzielnią Mleczarską Mlekpól z perspektywy dostawcy mleka?

Ze Spółdzielnią jestem związany od wielu lat. Pod

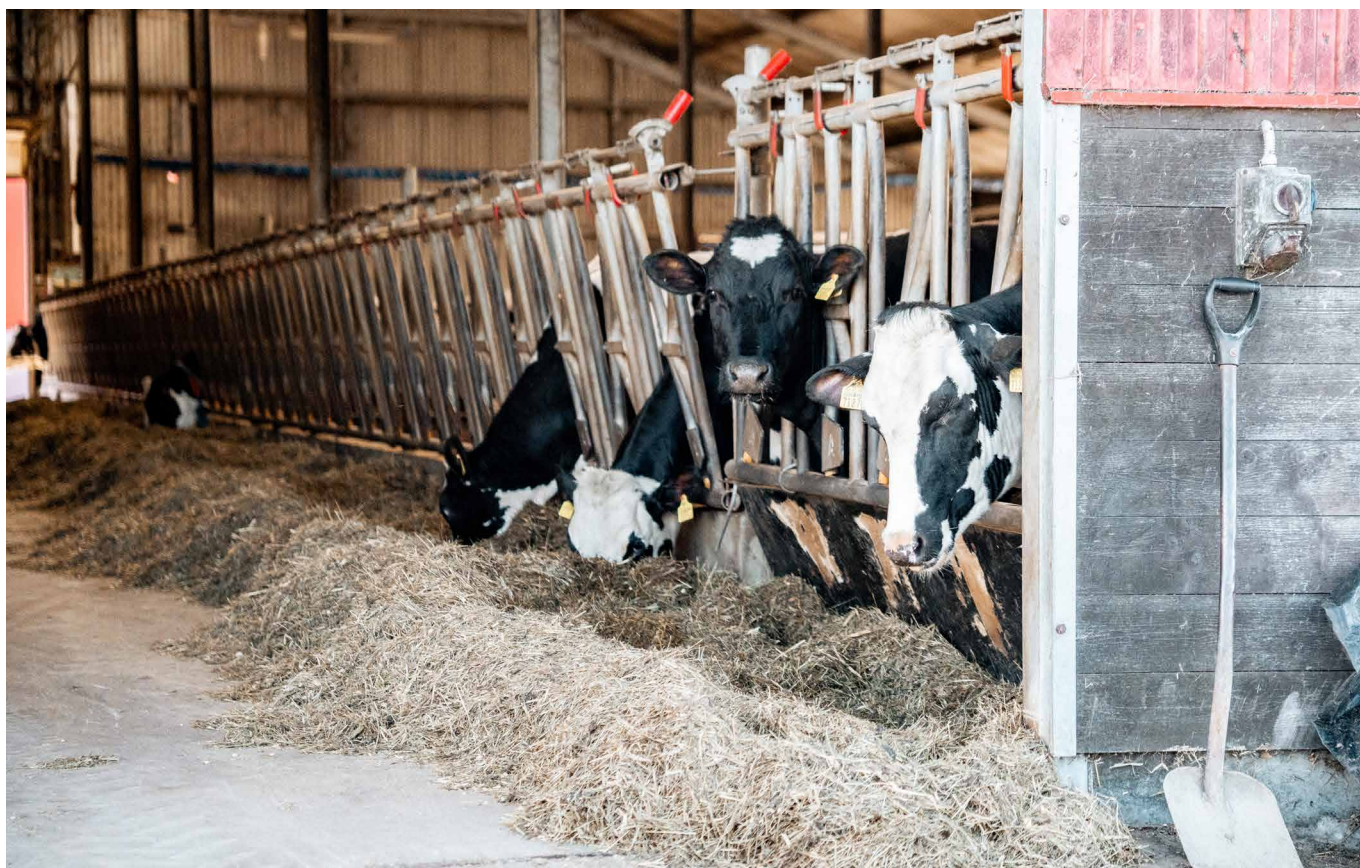
koniec lat 90. pełniłem funkcję delegata w ostatniej kadencji Rady Nadzorczej mragowskiej mleczarni. Działałem wtedy w ramach polsko-holenderskiego projektu turoślańskiego, skupiającego kilkanaście gospodarstw z regionu. Nabrałem wówczas przekonania, że połączenie z Mlekpolem z Grajewą jest dla naszego terenu realną szansą na wejście do czołówki polskiego mleczarstwa. Zgłosiłem wniosek o wszczęcie rozmów o połączeniu. Trwało to około roku, ale uchwała w końcu zapadła. Po połączeniu skup wzrósł czterokrotnie. Od 2000 roku zasiadam w Radzie Nadzorczej Mlekpolu i do dziś uważam, że konsolidacja to właściwy kierunek dla całej branży.

Mlekpól jest spółdzielnią — a to znaczy, że dostawcy są jej współwłaścicielami, nie tylko kontrahentami. Mamy udziały, które stanowią gratyfikację po zakończeniu produkcji. Zależy nam, żeby rolnicy naprawdę tak to postrzegali — że to jest ich spółdzielnia, że mają w niej głos.

### W Państwa rodzinie jest już następne pokolenie, które planuje przejąć gospodarstwo. Jak zachęcić młodych ludzi, aby wiązali swoją przyszłość z produkcją mleka?

Kiedy miałem 21 lat i ojciec zamierzał przepisać mi gospodarstwo, zapytałem Bożenę — moją ówczesną dziewczynę, a dziś żonę — czy zwiąże się ze mną na stałe, jeśli zostanę rolnikiem. Pomimo że przez cały okres naszej znajomości zarzekała się, że nie zostanie na wsi, finalnie powiedziała tak.

Jako młody rolnik jeździłem do Niemiec i Holandii,





oglądając tamtejsze gospodarstwa. Widziałem, jak wiele dzieli nas od zachodnioeuropejskiego rolnictwa i to zmobilizowało mnie do działania. Żyliśmy wtedy w ciekawych czasach — przemiany ustrojowe, wejście do Unii Europejskiej — i starałem się z każdej możliwości korzystać.

Myślę, że kluczowe jest, aby dzieci widziały w rolnictwie coś więcej niż tylko ciężką pracę. Starałem się, żeby mimo wysiłku dostrzegały też odskocznię — czas na odpoczynek, możliwość zobaczenia świata. Lubilem innowacje i nowe technologie — i to też dzieci przyciągało. Syn Paweł razem z żoną Magdaleną wybrali tę drogę nie z przymusu, ale z pasji.

**Co daje Panu największą satysfakcję w pracy rolnika i prowadzeniu gospodarstwa mlecznego?**

Produkcja mleka zawsze dawała wyższy poziom dochodu niż inne kierunki, ale gdybym miał to sprowadzić wyłącznie do kwestii finansowych, to byłoby to o wiele za mało. To jest sposób na życie. Mamy biogazownię, produkujemy energię z gnojowicy, ale nie nazywam tego zieloną transformacją. To po prostu naturalne, rozsądne działanie. Swoją praktykę rolniczą uważam za dobrą i nie potrzebuję do tego narzuconych z zewnątrz schematów. Największą satysfakcją jest natomiast świadomość, że to, co budowałem przez ponad czterdzieści lat, ma sens i że jest następca, który będzie to kontynuował.

# REPATRAL



**CZYSTA WĄTROBA  
= CZYSTY ZYSK**

- Detoksykacja, drenaż wątroby i trzustki
- Usuwanie substancji hamujących
- Poprawa wydajności
- Niski koszt - wysoka skuteczność!

**STOSOWANIE:**

**50 ml/krowę/dzień przez 6 dni**

**PRODUKT DOSTĘPNY  
W SIECI ZAKŁADÓW  
ZAOPATRZENIA ROLNICTWA  
SM MLEKPOL**



# Tarta wielkanocna z jajkami



**Co powiecie na potrawę pachnącą majerankiem, chrzanem i ciepłym ciastem prosto z piekarni? Nasza tarta to syjące danie główne na świąteczny stół – efektowne, a przy tym łatwe do przygotowania. Śmietanka i śmietana Łaciata nadają nadzieniu aksamitną konsystencję, natomiast masło Łaciate sprawia, że kruche ciasto dosłownie rozplywa się w ustach. Idealna propozycja, gdy chcemy podać coś w towarzystwie lub zamiast tradycyjnego żurku.**

## Ciasto:

- 1,5 szklanki mąki pszennej tortowej
- 125 g zimnego masła Łaciatego
- 1 duże jajko
- 1–2 łyżki zimnej wody
- 0,5 łyżeczki suszonego majeranku
- duża szczypta soli

## Nadzienie:

- 5 jajek ugotowanych na twardo
- 3 surowe jajka
- 2 cebule dymki
- 2 łyżki majonezu
- 2 łyżki chrzanu
- 150 ml śmietanki UHT Łaciatej 36%
- 50 ml śmietany Łaciatej 12%
- 0,5 łyżeczki słodkiej papryki mielonej
- 0,3 łyżeczki pikantnej papryki mielonej
- sól morska
- pieprz

## Przygotowanie

### Krok 1.

Z mąki, pokrojonego na kawałki masła Łaciatego, jajka, wody, majeranku i soli zagnieć jednolite ciasto. Rozwałkuj je, a następnie przełóż do formy na tartę o średnicy 26 cm. Nakłuj ciasto widelcem. Wstaw do piekarnika nagrzanego do 190°C (lub 170°C z termoobiegiem) i piecz przez ok. 15 minut, aż ciasto się zarumieni.

### Krok 2.

W międzyczasie przygotuj farsz. Pokrój dymkę w plasterki. Całe jajka wbij do miski, dodaj śmietankę Łaciata, śmietanę Łaciata, majonez oraz chrzan. Wymieszaj do połączenia składników. Dopraw solą i pieprzem, dodaj mieloną paprykę i pokrojona dymkę, a następnie dokładnie wszystko wymieszaj.

### Krok 3.

Przełóż masę śmietanowo-jajeczną na podpieczone ciasto. Na wierzchu połóż połówki lub ćwiartki ugotowanych jajek. Wstaw do rozgrzanego piekarnika (190°C lub 170°C z termoobiegiem) i piecz przez 35 minut. Przed podaniem kawałki tarty możesz udekorować odrobiną majonezu i świeżo pokrojonym szczypiorkiem lub natką pietruszki.

**Smacznego!**



## Wielkanocna wykreślanka

Wśród liter ukryło się 12 słów związanych z Wielkanocą. Spróbuj je odnaleźć! Słowa mogą być zapisane poziomo lub pionowo, od lewej do prawej. Gdy znajdziesz wyraz, zaznacz go w diagramie.

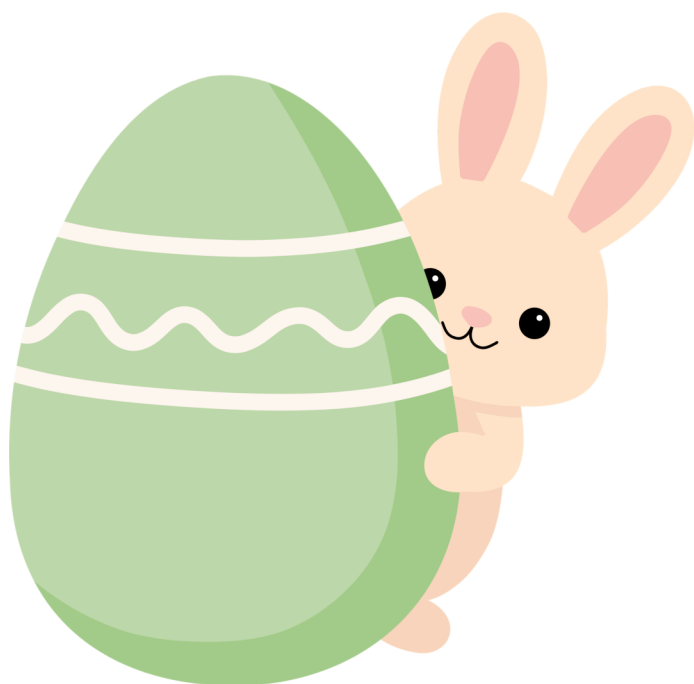
N	X	E	C	A	K	I	Ś	R	Q	M	O
J	V	M	U	R	O	D	W	W	Z	P	F
M	F	S	P	N	S	I	I	I	A	N	M
I	M	C	I	E	Z	T	Ę	E	J	W	A
H	A	T	S	J	Y	B	T	L	Ą	Y	K
Z	Z	Z	A	A	C	A	A	K	C	E	O
Q	U	Y	N	J	Z	Z	N	A	B	Y	W
E	R	X	K	K	E	I	Z	N	K	R	I
Q	E	W	I	A	K	E	W	O	L	D	E
T	K	Q	R	Z	E	Ż	U	C	H	A	C
P	K	U	R	C	Z	A	K	N	D	J	X
B	A	R	A	N	E	K	F	L	G	Z	U

MAKOWIEC  
KOSZYCZEK  
WIELKANOC  
RZEŻUCHA  
MAZUREK  
KURCZAK  
PISANKI  
BARANEK  
ŚWIĘTA  
ZAJĄC  
BAZIE  
JAJKA



## Rusz głową!

Uzupełnij sudoku cyframi od 1 do 9 tak, aby w każdym wierszu, każdej kolumnie i każdym kwadracie 3×3 każda cyfra pojawiła się tylko raz. Powodzenia!



		9	3		8	6		
		4	1					3
	3	2						9
9		1	8			5		
2			6			7	9	
			7	1	9		3	
3		8		6				
6			9			3		2
	9		2	8			6	

**12 ZAKŁADÓW  
PRODUKCYJNYCH**



**100% POLSKIEGO KAPITAŁU**



**3182 PRACOWNIKÓW**



**7256 DOSTAWCÓW**



**6 MLN LITRÓW DZIENNEGO  
PRZEROBU MLEKA**



**Spółdzielnia Mleczarska Mlekpól w Grajewie**

ul. Elewatorska 13, 19-203 Grajewo

tel: +48 (86) 273 04 00