



WIADOMOŚCI SPÓŁDZIELCZE

**Nowa Rada Nadzorcza
i absolutorium
dla Zarządu**

WYDARZENIA

**Mlekpól na Krajowych
Dniach Pola**

NAGRODY

**Mlekpól Krajowym
Mistrzem AgroLigi 2025**

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

Wiadomości prosimy wysyłać na adres: 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.



Szanowni Państwo!

Oddaję w Państwa ręce kolejne wydanie „Echa Mlekpola”, a robię to wkrótce po Zebraniu Przedstawicieli naszej Spółdzielni – wydarzeniu, które co roku jest momentem szczególnym. Dziękuję wszystkim za udział w obradach, za zaangażowanie i każdy głos w dyskusji o sprawach Mlekpola. To właśnie ta odpowiedzialność za firmę najlepiej oddaje istotę spółdzielczego modelu naszej działalności. Dziękuję również za udzielenie absolutorium Zarządowi, a także za wybór członków Rady Nadzorczej na następną, czteroletnią kadencję. Jestem przekonany, że nasza wspólna praca będzie służyć dalszemu, stabilnemu rozwojowi Spółdzielni.

Chciałbym podkreślić, że ostatnie miesiące przyniosły naszemu przedsiębiorstwu wiele powodów do satysfakcji. Szczególnie cieszy mnie tytuł Mistrza Krajowego AgroLigi 2025, zdobyty przez zakład w Mrągowie – to nagroda dla całej społeczności Spółdzielni: dla pracowników oraz dostawców z Warmii, Mazur i Podlasia.

Awansowaliśmy również w najważniejszych zestawieniach polskiej gospodarki – na „Liście 500” „Rzeczpospolitej” oraz w rankingu „200 największych polskich firm” tygodnika „Wprost”, a oprócz tego – ponownie znaleźliśmy się w gronie laureatów „Diamentów Forbesa”.

Równolegle intensywnie rozwijamy ofertę produktową i zdobywamy kolejne nagrody konsumenckie, a także branżowe: na sklepowe półki trafiły nowości marki Łaciate, w tym skyr pitny i jogurt typu greckiego. Serek z krówką Rolmlec z został natomiast wyróżniony jako Konsumencki Lider Jakości, zaś cała marka Mlekpól znalazła się na trzecim miejscu wśród najchętniej wybieranych marek w Polsce.

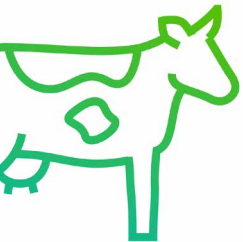
Mimo licznych sukcesów zdajemy sobie sprawę z wyzwań, przed którymi stoi cały sektor. Polska jest dziś trzecim największym producentem mleka w Europie, a krajowa konsumpcja nie nadąża za skalą produkcji – dlatego istotnym kierunkiem pozostaje dla nas konsekwentny rozwój eksportu. Rosnące koszty, presja cen surowca i niestabilne otoczenie geopolityczne sprawiają, że przewagę trzeba dziś budować poprzez efektywność, inwestycje w nowoczesne technologie i automatyzację oraz własne źródła energii. Rynek jest trudniejszy niż jeszcze kilka lat temu, ale Mlekpól, dzięki solidnym fundamentom, jak stabilna baza dostawców, zaangażowany zespół i jasna strategia rozwoju, potrafi reagować na te niekorzystne i zmienne uwarunkowania.

Zachęcam Państwa do lektury niniejszego wydania naszego magazynu, w którym znajdą Państwo więcej informacji o wspomnianych, jak i wielu innych wydarzeniach z życia naszej Spółdzielni.

Tadeusz Mroczkowski,

Prezes Zarządu Spółdzielni Mleczarskiej Mlekpól





Aktualna sytuacja w skupie mleka

Jest wiele czynników wpływających na aktualną sytuację na rynku mleka. Niebagatelny wpływ na kształtowanie się cen artykułów mleczarskich ma niezależna od producentów mleka sytuacja geopolityczna, a szczególnie wojny na Ukrainie i Bliskim Wschodzie, które utrudniają wymianę handlową i wpływają na zaburzenia łańcucha dostaw. Jednak największe znaczenie dla kształtowania się cen ma ciągle wzrost ilości mleka produkowanego wśród największych eksporterów.

Producenci w całej UE w czterech pierwszych miesiącach 2026 roku sprzedali do podmiotów skupujących o 4% mleka więcej niż w analogicznym okresie ubiegłego roku. W Niemczech zanotowano 6,7% wzrostu, we Francji 4,5%, w Holandii 5,4%, w Polsce 3,2%, a we Włoszech 2,4%. Zwiększoną produkcję obserwuje się także w Nowej Zelandii, USA i Argentynie, a spadek występuje jedynie w Australii.

Zwiększone ilości mleka dostarczane przez producentów, przy jednocześnie niepodażającym za tym w satysfakcjonujący sposób popycie, powodują spadki cen na światowych i lokalnych rynkach. Elementem będącym wskaźnikiem koniunktury na rynku mleka są giełdy artykułów mleczarskich. Najważniejszą z nich jest nowozelandzka giełda GDT, na której od marca notowania ogólnego indeksu pozostają ujemne, co oznacza spadki notowań prawie wszystkich asortymentów. Taka sytuacja na rynku powoduje również obniżenie cen skupu.

Według GUS w maju 2026 roku skup mleka w Polsce wyniósł 1 225,7 mln litrów, co stanowi wzrost o 2,5% w stosunku do maja ubiegłego roku. W pierwszych pięciu miesiącach tego roku dostawcy dostarczyli do podmiotów skupowych 5 848,2 mln litrów mleka i jest to 3,1% więcej niż w tym samym okresie roku 2025.

W maju dostawcy sprzedali do SM Mlekpól 202 mln litrów mleka i jest to o 5,5% więcej niż w maju ubiegłego roku, a w okresie styczeń-maj – 953,2 mln litrów, co stanowi wzrost o 4,8% w stosunku do roku ubiegłego. Wstępne analizy dostaw mleka do naszej Spółdzielni w czerwcu pokazują, że dynamika skupu utrzymuje się nadal na bardzo wysokim poziomie, czyli ok. 6% w stosunku do 2025 roku.

W maju średnia cena mleka płacona dostawcom w Polsce po raz kolejny zanotowała spadek i wynosząc 1,80 zł/litr – była o 20% niższa od zeszłorocznej. Najwięcej za mleko w skupie otrzymywali producenci w województwie podlaskim: 1,96 zł/litr,



Kazimierz Czernewski
Dyrektor Wydziału Skupu

a najmniej w województwie łódzkim: 1,67 zł/litr.

W okresie styczeń-maj średnia cena mleka w Polsce wyniosła 1,84 zł/litr. Najwięcej w tym okresie otrzymywali dostawcy w województwie podlaskim: 1,99 zł/litr, a najmniej w województwie łódzkim: 1,72 zł/litr.

W ocenie analityków rynku wysoki poziom dostaw mleka utrzyma się co najmniej do III kwartału 2026 roku, a poprawy sytuacji na rynku możemy spodziewać się najwcześniej w końcówce roku.

*Średnia cena mleka netto
w Polsce w maju*

1,80 zł/litr

Nowa Rada Nadzorcza i absolutorium dla Zarządu



Zarząd wraz z nowo wybraną Radą Nadzorczą

Podczas Zebrania Przedstawicieli Spółdzielni Mleczarskiej Mlekpól, które odbyło się 26 czerwca, Zarząd otrzymał absolutorium za działalność w 2025 roku. Delegaci wybrali również nową Radę Nadzorczą. Miniony rok Spółdzielni zamknęła rekordowym skupem mleka.

Rok 2025 był dla Mlekpolu czasem wymagającym, ale zakończył się wynikami potwierdzającymi pozycję jednego z liderów polskiego mleczarstwa. Spółdzielnia skupiła ponad 2,16 mld litrów mleka, co odpowiada ok. 16% skupu krajowego. Najsilniejszą pozycję Mlekpól utrzymuje w województwach podlaskim i warmińsko-mazurskim, ale wzrost skupu odnotowano w każdym powiecie, z którego pochodzi surowiec.

Średnioroczna cena płacona dostawcom wyniosła 2,48 zł za litr i będąc o 17 groszy wyższa niż rok wcześniej – okazała się jedną z najwyższych w historii Spółdzielni. Mlekpól uzyskał także obroty na poziomie ponad 7,65 mld zł z dynamiką wzrostu wynoszącą ok. 6%.

— Mimo wymagającego otoczenia osiągnęliśmy bardzo dobre wyniki. Z każdym rokiem mamy coraz więcej mleka do przerobu, dlatego musimy przyspieszać inwestycje. W najbliższych latach na rozwój planujemy przeznaczyć około miliarda złotych. Nowoczesne technologie i robotyzacja to dziś konieczność — mówił Prezes Zarządu Tadeusz Mroczkowski.

Siłą Mlekpolu pozostają jego członkowie – producenci mleka. W 2025 roku o 39 powiększyło się grono dostawców sprzedających do Spółdzielni minimum milion litrów surowca rocznie (ogółem takich

gospodarstw jest obecnie 271).

— Miniony rok był skomplikowany, ale rozwój Spółdzielni jest niezaprzeczalny. Terminowość wypłat za surowiec to dla nas świadectwo wiarygodności: rolnik, który inwestuje we własne gospodarstwo, ma pewność, że pieniądze dotrą do niego na czas. Opieramy się na własnych środkach, dzięki czemu możemy płacić wyższe stawki za mleko, dbając zarazem o płynność finansową Spółdzielni — powiedział Jan Zawadzki, Przewodniczący Rady Nadzorczej.

Równolegle Mlekpól stawia na automatyzację procesów – to odpowiedź na wymagający rynek pracy oraz rosnące koszty, w tym pracownicze i związane z nowymi obowiązkami raportowania ESG. W minionym roku Spółdzielnia wprowadziła na rynek 30 nowości produktowych, a w ramach przygotowań do raportowania ESG po raz pierwszy oszacowała ślad węglowy całej organizacji.

Rada Nadzorcza kadencji 2026–2030

Wśród decyzji podjętych podczas zebrania znalazło się powołanie nowej Rady Nadzorczej w składzie:

- | | |
|-----------------------|--------------------------|
| • Bogdan Borawski | • Tadeusz Połomski |
| • Krzysztof Borkowski | • Tadeusz Protasiewicz |
| • Agnieszka Bejmert | • Przemysław Puciłowski |
| • Krzysztof Buła | • Artur Józef Saganowski |
| • Marek Czapliński | • Ryszard Strug |
| • Piotr Choromański | • Krzysztof Szleszyński |
| • Tomasz Jaworowski | • Mariusz Walerzak |
| • Janusz Jermak | • Janusz Wnorowski |
| • Roman Karwowski | • Jan Zawadzki |
| • Stanisław Kotowski | • Krzysztof Żakowicz |
| • Henryk Murawski | |

Pierwsze posiedzenie nowo wybranej Rady odbyło się 7 lipca 2026 r. W jego trakcie dokonano wyboru nowego prezydium, którego skład osobowy przedstawia się następująco:

- Przewodniczący – Jan Zawadzki,
- Zastępca Przewodniczącego – Marek Czapliński,
- Zastępca Przewodniczącego – Janusz Jermak,
- Sekretarz – Bogdan Borawski,
- Przewodniczący Komisji Rewizyjnej – Piotr Choromański,
- Przewodniczący Komisji Hodowli i Skupu – Tomasz Jaworowski,
- Przewodniczący Komisji Produkcji i Techniki: Tadeusz Połomski.

Jan Zawadzki uhonorowany Medalem im. Wincentego Witosa



Jan Zawadzki odbiera medal im. Wincentego Witosa

Jan Zawadzki, Przewodniczący Rady Nadzorczej Spółdzielni Mleczarskiej Mlekoop, uhonorowany został Medalem im. Wincentego Witosa – najwyższym odznaczeniem Polskiego Stronnictwa

Ludowego. Wyróżnienie, podczas Wojewódzkiego Święta Ludowego, które odbyło się 1 czerwca 2026 roku w Piątnicy, wręczył mu minister rolnictwa i rozwoju wsi Stefan Krajewski.

Wojewódzkie Święto Ludowe co roku gromadzi rolników, mieszkańców wsi, samorządowców, przedstawicieli Kół Gospodyń Wiejskich, druhów Ochotniczych Straży Pożarnych oraz organizacje społeczne. Jest ono doskonałą okazją do przypomnienia i podkreślenia wartości, które od pokoleń stanowią fundament polskiej wsi – pracy, solidarności i odpowiedzialności za lokalną wspólnotę.

Medal im. Wincentego Witosa to najwyższe odznaczenie ruchu ludowego, przyznawane osobom prowadzącym szczególnie wartościową działalność społeczną i wyjątkowo zasłużonym dla samorządności. Jego patronem jest Wincenty Witos – jeden z ojców niepodległości Polski i trzykrotny premier RP. Wyróżnienie trafia do tych, którzy przez lata wytrwale i z poświęceniem pracują na rzecz swojej społeczności.



AKTUALNOŚCI/Nowości

Łaciate rusza z nowością! Skyr pitny już w sklepach!

Marka Łaciate ponownie zaskakuje i wprowadza nowość stworzoną z myślą o codziennym rytmie aktywnych konsumentów. Na sklepowe półki trafił właśnie skyr pitny Łaciaty – kremowy, lekki, pełen białka i dostępny w czterech apetycznych smakach. To wygodna, wartościowa propozycja na śniadanie, po treningu, w pracy, w podróży i zawsze wtedy, gdy potrzebna jest szybka porcja dobrej energii.

Skyr, wywodzący się z islandzkiej tradycji, zyskał popularność na wielu rynkach jako produkt naturalny, sycący i pełen białka. Teraz w kategorii tej pojawia się Łaciate – marka doskonale znana polskim konsumentom. Nowość dostępna jest w czterech apetycznych wariantach smakowych: jagodowym, truskawkowym, waniliowym oraz mango-marakuja.

Poręczne opakowanie sprawia, że skyr pitny Łaciaty dobrze wpisuje się w codzienny rytm dnia. Można zabrać go na trening, do pracy, szkoły, na uczelnię czy w podróż. Sprawdzi się również jako szybka, wartościowa przekąska między posiłkami albo uzupełnienie śniadania, na przykład w roli dodatku do owsianki, granoli lub smoothie bowl.

Nowy skyr pitny Łaciaty powstaje z połączenia mleka, owoców, naturalnych dodatków smakowych oraz żywych kultur bakterii jogurtowych. Dzięki temu wyróżnia się gładką, kremową konsystencją i wyrazistym, owocowym smakiem.

— Rozwijając markę Łaciate, stawiamy na kategorię, które odpowiadają na zmieniające się potrzeby konsumentów i wpisują się w ich codzienny styl życia. Skyr pitny to dziś jeden z motorów wzrostu całej

kategorii jogurtów w Polsce. Silna marka, jaką jest Łaciate, może ten wzrost jeszcze przyspieszyć — mówi Dorota Grabowska, Dyrektor Marketingu SM Mlekpól.

Premierze produktu towarzyszy szeroko zakrojona kampania aktywacyjna, obejmująca emisję w telewizji, działania digital, współpracę z influencerami oraz sampling.



Naturalny jogurt typu greckiego – Łaciate rozszerza swoją ofertę



smakiem oraz krótką listą składników, dzięki czemu może być zarówno samodzielną przekąską, jak i bazą dla wielu domowych dań.

Jogurt typu greckiego pod marką Mlekpól świetnie komponuje się z owocami, granolą czy płatkami, posłuży też do przygotowania dressingów, dipów, sosów i marynat. Sprawdzi się ponadto w daniach obiadowych, zapiekankach oraz słodkich wypiekach i deserach. Gęsta konsystencja nowego produktu od Mlekpól nadaje potrawom kremowy charakter zawsze, gdy tylko potrzebny jest w nich subtelny, mleczny akcent.

— Łaciate to marka, która przez lata zbudowała silną pozycję – między innymi dzięki wysokiej jakości. Rozwijając portfolio, chcemy zachować jej wyjątkowy charakter, a jednocześnie poszerzać ofertę o kategorie, które są ważne dla współczesnych konsumentów. Nowy jogurt naturalny typu greckiego dobrze wpisuje się w ten kierunek – wzmacnia segment produktów naturalnych i pokazuje, że Łaciate jest marką otwartą na zmieniające się oczekiwania rynku — **mówi Dorota Grabowska, Dyrektor Marketingu SM Mlekpól.**

Do rodziny produktów Łaciatych dołącza jogurt naturalny typu greckiego. Nowość wyróżnia się aksamitną, gęstą konsystencją, delikatnym

Produkt trafił do sprzedaży w wygodnym opakowaniu o gramaturze 400 g. W ofercie marki dostępna jest również jego bezlaktozowa wersja.



Mlekpól Mistrzem Krajowym AgroLigi 2025



Delegacja SM Mlekpól z Parą Prezydencką

Zakład Produkcji Mleczarskiej Mlekpola w Mrągowie zdobył tytuł Mistrza Krajowego AgroLigi 2025 w kategorii firm. To sukces całej społeczności Spółdzielni – pracowników oraz dostawców mleka z Warmii, Mazur i Podlasia. Nagrodę podczas gali, która odbyła się 19 czerwca w Pałacu Prezydenckim, odebrali Dyrektor Tomasz Olszewski i Przewodniczący Rady Nadzorczej Jan Zawadzki.

Mrągowski ZPM zakwalifikował się do finału krajowego po zwycięstwie w województwie warmińsko-mazurskim.

— Jestem zaszczycony i szczęśliwy, że mrągowski zakład Mlekpola zdobył tak wyjątkowe wyróżnienie. Za sukcesem tym stoją zarówno pracownicy, jak i dostawcy, którzy codziennie dokładają starań, by trafiający do nas surowiec oraz nasze wyroby gotowe odznaczały się najwyższą jakością. Cieszymy się, że praca wykonywana w Mrągowie została doceniona nie tylko na regionalnym, ale także na ogólnopolskim szczeblu AgroLigi 2025 — komentuje Tadeusz Mroczkowski, Prezes Zarządu SM Mlekpól.

Podczas finału stoisko Mlekpola odwiedziła Para Prezydencka. Goście skosztowali flagowych produktów Spółdzielni i spotkali się z jej przedstawicielami.

Mrągowski ZPM w strukturach Mlekpola funkcjonuje od 2000 roku. Powstają tu między innymi sery gouda, edam i ementaler marki Mlekpól, mleko Mazurski Smak, jogurty, kefiry i maślanki pitne Milko oraz Maślanka Mrągowska. Wydajność działającej w Mrągowie, największej linii serowarskiej w Polsce wynosi 140 ton sera na dobę.

Ważnym elementem kompleksu jest również nowoczesna proszkownia, w której produkowane są między innymi mleko i serwatka w proszku oraz koncentrat białek serwatkowych WPC 85. Może ona przetworzyć 3 mln litrów mleka lub serwatki dziennie.

Surowiec wykorzystywany w produkcji pochodzi od członków SM Mlekpól prowadzących gospodarstwa na Warmii, Mazurach i Podlasiu. Tylko w 2025 roku w Mrągowie przetworzono ponad 700 mln litrów mleka oraz około 800 mln litrów serwatki. ZPM zatrudnia blisko 1000 osób, dzięki czemu jest jednym z ważniejszych pracodawców w regionie.

AgroLiga to ogólnopolski konkurs wyróżniający rolników oraz firmy związane z rolnictwem i sektorem rolno-spożywczym. Rywalizacja odbywa się najpierw na szczeblu wojewódzkim, a następnie krajowym. Finał organizują Stowarzyszenie AgroBiznes-Klub i Redakcja Audycji Rolnych Programu 1 TVP.

Serek z krówką Rolmlec z tytułem Konsumentenckiego Lidera Jakości 2026



Serek homogenizowany Rolmlec zwyciężył w swojej kategorii w piętnastej, jubileuszowej odsłonie ogólnopolskiego plebiscytu Konsumentencki Lider Jakości. O przyznaniu wyróżnienia zdecydowali sami konsumenci, którzy oddali na naszą markę najwięcej głosów.

W badaniu udział wzięło ponad 15 tysięcy osób, a Rolmlec okazał się lepszy od pozostałych producentów serków homogenizowanych. Aż 87 procent ankietowanych kupujących produkty marki zadeklarowało, że poleca je innym — to najwyższy wskaźnik rekomendacji w całej kategorii.

Uzasadniając swój wybór, badani najczęściej wskazywali na tradycję, krótki skład oraz wyśmienity smak serków z krówką. W komentarzach powracały też opinie o niezmienniej recepturze, rodzinnym charakterze produktu i jego stałej obecności w codziennych koszykach zakupowych.

Serek z krówką towarzyszy nam nieprzerwanie od 1974 roku i dla wielu osób wciąż pozostaje

smakiem dzieciństwa. O jego wyjątkowej pozycji najlepiej świadczy pomnik, który stanął w samym centrum Radomia. Co więcej, waniliowy wariant produktu może się poszczycić certyfikatem Jakość Tradycja.

— Serek z krówką Rolmlec to produkt, który pokazuje, jak łączyć tradycję z nowoczesnym podejściem do rozwoju oferty nabiałowej. Z jednej strony pozostajemy wierni recepturze, którą konsumenci znają od lat, z drugiej – rozwijamy linię, wprowadzając nowe smaki i odpowiadając na zmieniające się oczekiwania rynku. Tym bardziej cieszy nas, że konsumenci doceniają zarówno charakterystyczny smak serka, jak i konsekwencję, z jaką dbamy o jego jakość. Dziękujemy za zaufanie i każdy głos oddany na markę Rolmlec — **komentuje Dorota Grabowska, Dyrektor Marketingu SM Mlekpól.**

Za organizację programu Konsumentencki Lider Jakości odpowiada redakcja „Strefy Gospodarki”, niezależnego dodatku do „Dziennika Gazety Prawnej”.

Mlekpól w gronie największych przedsiębiorstw w kraju

Mlekpól ponownie znalazł się w gronie największych przedsiębiorstw w kraju, zajmując 80. miejsce w tegorocznej edycji „Listy 500” dziennika „Rzeczpospolita”.

Ranking od lat pozostaje jednym z najważniejszych

zestawień polskiej gospodarki, prezentującym firmy wiodące prym pod względem przychodów, skali działalności, inwestycji i zatrudnienia.

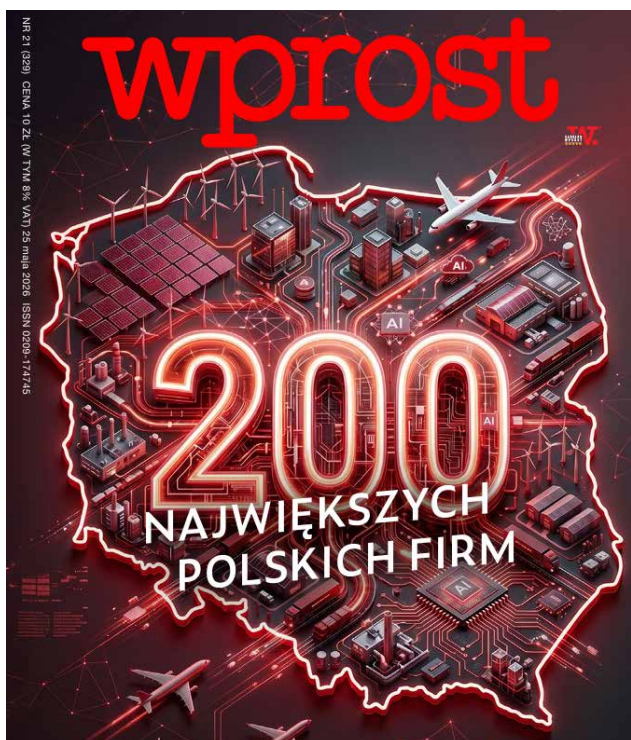
Tegoroczna „Lista 500” pokazuje, że mimo wymagającego otoczenia gospodarczego, rosnących koszt-

tów i presji rynkowej, największe przedsiębiorstwa w Polsce nadal się rozwijają.

Obecność SM Mlekpól w gronie liderów polskiego biznesu to kolejne potwierdzenie naszej stabilnej

pozycji na rynku. Dziękujemy dostawcom mleka, pracownikom, partnerom handlowym i konsumentom za zaufanie oraz wspólne budowanie siły naszej Spółdzielni.

Awans w rankingu tygodnika „Wprost”



W dwunastej już odsłonie zestawienia największych polskich przedsiębiorstw publikowanego przez tygodnik „Wprost” – Spółdzielnia Mleczarska Mlekpól uplasowała się na 36. miejscu. Oznacza to awans o cztery pozycje względem ubiegłorocznej edycji. Sumaryczne przychody firm uwzględnionych w tegorocznym wydaniu rankingu sięgnęły 1,4 bln zł.

Zestawienie „Wprost” od dwunastu lat klasyfikuje firmy oparte na polskim kapitale. W gronie liderów znaleźli się czołowi producenci z poszczególnych branż, a wśród nich Mlekpól, jako jeden z najsilniejszych podmiotów w sektorze mleczarskim. Awans grajewskiej Spółdzielni w rankingu świadczy o skuteczności przyjętej strategii rozwoju, której fundamentem pozostają inwestycje, poszerzanie oferty produktowej oraz budowanie pozycji na rynkach zagranicznych.

— *Firmy z naszej branży mierzą się dziś z presją kosztów, zmiennością cen surowca, trudniejszym otoczeniem eksportowym i skutkami napięć geopolitycznych. W takich warunkach najważniejsze są solidne fundamenty: stabilna baza dostawców, zaangażowani pracownicy czy inwestycje w technologię i rozwój produktów odpowiadających na realne potrzeby konsumentów* — **komentuje Tadeusz Mroczkowski, Prezes Zarządu SM Mlekpól.**

W tegorocznej odsłonie rankingu „200 największych polskich firm” tygodnika „Wprost” do grona klasyfikowanych firm dołączyło dwudziestu debutantów. Rywalizacja o miejsce w zestawieniu rośnie – dość powiedzieć, że minimalny pułap przychodów wymagany do wejścia na listę okazał się o jedną piątą wyższy niż przed rokiem i wyniósł 1,2 mld zł.

Nagrody w konkursie „Złoty Paragon” 2026

Spółdzielnia Mleczarska Mlekpól znalazła się w gronie laureatów 16. edycji konkursu „Złoty Paragon – Nagroda Kupców Polskich”. Decyzją przedstawicieli handlu detalicznego pięć produktów Spółdzielni zdobyło wyróżnienia, a po najwyższe laury w swojej kategorii sięgnął mix Łaciaty 200 g.

„Złoty Paragon” to konkurs organizowany przez redakcję miesięcznika „Hurt & Detal”, w którym nagradzane są produkty cieszące się szczególnym uznaniem wśród polskich kupców. O wynikach, oddając głosy w ogólnopolskim badaniu, decydują właściciele oraz kierownicy sklepów.



- Masło ekstra Łaciate 200 g – wyróżnienie w kategorii „Masło”,
- Serek Łaciaty Protein+ kremowy lekki z cebulą i szczypiorkiem 135 g – wyróżnienie w kategorii „Serki kanapkowe, sałatkowe”,
- Ser Złoty Mazur plastry 150 g – wyróżnienie w kategorii „Sery twarde żółte”,
- Bambino lody śmietankowe o smaku waniliowym w czekoladzie JOGO 43 g – wyróżnienie w kategorii „Lody impulsowe”.

— W Mlekpolu konsekwentnie pracujemy nad wzbogacaniem oferty – wprowadzamy nowości, rozwijamy linie funkcjonalne i wysokobiałkowe, odpowiadamy na zmieniające się oczekiwania konsumentów. Tegoroczne wyniki Złotego Paragonu pokazują jednak, że także nasze podstawowe produkty – mix tłuszczowy, masło, mleko czy ser żółty – niezmiennie cieszą się zaufaniem. To dla nas powód do dumy i potwierdzenie, że trafiamy w potrzeby zróżnicowanych grup konsumentów — **komentuje Dorota Grabowska, Dyrektor Marketingu SM Mlekpól.**

W tegorocznej edycji produkty SM Mlekpól zdobyły następujące nagrody:

- Mix Łaciaty 200 g – I miejsce i Złoty Paragon w kategorii „Margaryny i miksy”,
- Łaciate Junior Mleko UHT 3,8% 1 l – wyróżnienie w kategorii „Mleko”,

Laureatów konkursu ogłoszono 28 maja 2026 roku podczas Gali Liderów Rynku FMCG i Handlu w warszawskim Teatrze Kamienica. W trakcie wydarzenia Dorota Grabowska uczestniczyła również w panelu dyskusyjnym „Anatomia sukcesu marki FMCG”, poświęconym czynnikom wpływającym na siłę marek na rodzimym rynku.

Mlekpól wśród liderów polskiego eksportu

Spółdzielnia Mleczarska Mlekpól znalazła się na 20. miejscu przygotowanej przez tygodnik „Wprost” listy „Polskich Ambasadorów”. To zestawienie stu krajowych firm, których produkty najsukuteczniej budują markę „Made in Poland” za granicą.

Tegorocznemu rankingowi towarzyszą rekordowe wyniki polskiego eksportu, którego wartość w 2025 roku wyniosła aż 1,55 bln zł.

— Eksport jest dla Mlekpolu naturalnym kierunkiem rozwoju. Duża skala przetwórstwa, prowadzonego w dwunastu zakładach w całej Polsce i sięgającego 6 milionów litrów mleka dziennie, sprawia, że 30% naszej produkcji musimy przeznaczać na rynki zewnętrzne. Produkty Spółdzielni trafiają więc zarówno do krajów europejskich, jak i do dynamicznie rosnących odbiorców w Azji Południowo-Wschodniej, na Bliskim Wschodzie, w Afryce Północnej czy Ame-

ryce Łacińskiej. Atutem w tej ekspansji jest m.in. nasze szerokie portfolio (od mleka UHT, przez masło i sery, po produkty proszkowe), które pozwala elastycznie dopasowywać ofertę do lokalnych potrzeb — **komentuje Tadeusz Mroczkowski, Prezes Zarządu Spółdzielni Mleczarskiej Mlekpól.**

Wyroby Spółdzielni można dziś kupić w ponad 100 państwach na 6 kontynentach. Dużą popularnością na świecie cieszy się marka Łaciate, ale firma rozwija też marki stricte eksportowe – Happy Barn i Milcasa, tworzone z myślą o odbiorcach międzynarodowych. Spółdzielnia regularnie prezentuje swoją ofertę na najważniejszych targach spożywczych, takich jak Gulfood w Dubaju, Anuga w Kolonii czy Alimentaria w Barcelonie, budując relacje z partnerami handlowymi i wzmacniając pozycję polskiego mleczarstwa na świecie.

„Diamenty Forbesa” dla Mlekpola



Dorota Grabowska na gali „Diamentów Forbesa”

Spółdzielnia Mleczarska Mlekpól po raz kolejny znalazła się w gronie laureatów „Diamen-

tów Forbesa” – prestiżowego rankingu najdynamiczniej rozwijających się firm w Polsce, przygotowanego przez Dun & Bradstreet Poland i „Forbes” Polska.

W tegorocznej, 18. edycji zestawienia zajęliśmy 14. miejsce w województwie podlaskim w kategorii firm o przychodach powyżej 250 mln zł. Ranking obejmuje przedsiębiorstwa, które w ostatnich trzech latach najszybciej zwiększały swoją wartość, zachowując jednocześnie wysoką wiarygodność finansową.

Wyróżnienie to jest dla nas ważnym potwierdzeniem, że odpowiedzialne zarządzanie i długofalowa strategia biznesowa przynoszą wymierne efekty. Tym bardziej cieszy nas obecność w gronie firm, które wyznaczają kierunki rozwoju polskiej gospodarki oraz budują swoją wartość w sposób stabilny i transparentny.

Nagrody dla laureatów z województwa podlaskiego wręczono 28 kwietnia 2026 roku podczas uroczystej gali w Hotelu Traugutta3 Białystok, a wyróżnienie w imieniu SM Mlekpól odebrała Dyrektor Marketingu Dorota Grabowska.

Jesteśmy w gronie najlepszych pracodawców w Polsce



Spółdzielnia Mleczarska Mlekpól zajęła wysokie, 21. miejsce w najnowszym rankingu 50 najlepszych pracodawców w Polsce, przygotowanym przez tygodnik „Wprost”. To szczególne wyróżnienie, tym bardziej że w tegorocznym

zestawieniu Mlekpól znalazł się jako jedyne przedsiębiorstwo z branży mleczarskiej.

Ranking „Wprost” wskazuje podmioty, które mimo wymagającej sytuacji gospodarczej, konsekwentnie dbają o stabilne warunki zatrudnienia, wspierające środowisko pracy, rozwój zespołów oraz szeroki pakiet świadczeń pozapłacowych.

Wysoka pozycja Mlekpola w zestawieniu potwierdza, że Spółdzielnia należy do grona najbardziej odpowiedzialnych i cenionych pracodawców w kraju. Obecnie firma zatrudnia ponad 3 tysiące osób w dwunastu zakładach na terenie całej Polski.

— Jako Spółdzielnia od początku budujemy swoją pozycję dzięki ludziom – dostawcom mleka, pracownikom, partnerom i lokalnym społecznościom. Bezpieczeństwo zatrudnienia, rozwój kompetencji oraz dobra atmosfera są dla nas nie tylko elementami

strategii personalnej, ale także fundamentami długofalowego rozwoju — **podkreśla Tadeusz Mroczkowski, Prezes Zarządu SM Mlekpól.**

Wyróżnienie przyznane przez „Wprost” ma szczególne znaczenie w kontekście wyzwań, z jakimi mierzy się dziś rynek pracy. Wysokie koszty prowadzenia działalności, presja płacowa, rosnące oczekiwania zatrudnionych oraz dynamiczne zmiany w gospodarce sprawiają, że odpowiedzialna polityka kadrowa staje się jednym z kluczowych mierni-

ków wiarygodności przedsiębiorstwa.

Mlekpól, jako organizacja oparta na polskim kapitale i spółdzielczym modelu działania, konsekwentnie inwestuje w nowoczesne technologie, bezpieczeństwo produkcji oraz kompetencje swoich zespołów, a dzięki tworzeniu miejsc pracy w regionach, w których prowadzi działalność, przyczynia się do ich stabilności gospodarczej i społecznej.

Mlekpól na podium rankingu Brand Footprint 2026



Dorota Grabowska na gali Brand Footprint

Spółdzielnia Mleczarska Mlekpól znalazła się w czołówce ogólnopolskiego zestawienia Brand Footprint 2026. Marka zajęła trzecie miejsce i została uhonorowana nagrodą Most Chosen Brand, przyznawaną najczęściej wybieranym markom w Polsce. Wyróżnienie, podczas uroczystej gali, która odbyła się 25 czerwca w Warszawie, odebrała Dorota Grabowska, Dyrektor Marketingu SM Mlekpól.

Brand Footprint to ranking pokazujący, które marki najczęściej trafiają do koszyków zakupowych konsumentów. Przygotowując zestawienie, firma badawcza YouGov analizuje dwa kluczowe wskaźniki: penetrację rynku, czyli liczbę gospodarstw

domowych kupujących daną markę, oraz częstotliwość zakupu tejże. Dzięki temu wyniki odzwierciedlają realne wybory podejmowane przez klientów podczas codziennych zakupów.

— *W warunkach presji cenowej i dużej konkurencji konsekwentnie poszerzamy ofertę, odpowiadając na zmieniające się potrzeby rynku. Niezmiennie najważniejsze pozostają dla nas jednak jakość i dobry smak. Trzecie miejsce w rankingu cieszy nas tym bardziej, że jego wyniki opierają się na rzeczywistych decyzjach zakupowych Polaków. Dziękujemy konsumentom, którzy każdego dnia wybierają produkty Mlekpól!* — **podkreśla Dorota Grabowska.**

W ramach europejskich rankingów Brand Footprint analitycy YouGov wzięli pod uwagę ponad 20 600 marek, z pominięciem marek własnych sieci handlowych. Badanie obejmuje m.in. produkty spożywcze, napoje oraz artykuły drogeryjne, pozwalając porównywać zachowania zakupowe konsumentów na poszczególnych rynkach.

Nagrody Brand Footprint Award 2026 wręczono w Małej Warszawie podczas Gali Marketerów, Agencji Reklamowych i Domów Mediowych. Wydarzenie zostało zorganizowane przez YouGov, magazyn „Handel” oraz portal HandelExtra.pl.

Mlekpól sponsorem strategicznym Krajowych Dni Pola w Szepietowie

Przez trzy dni teren Podlaskiego Ośrodka Doradztwa Rolniczego w Szepietowie był jednym z najważniejszych miejsc na rolniczej mapie kraju. Mlekpól wziął udział w VII Krajowych Dniach Pola jako sponsor strategiczny, goszcząc na swoim stoisku m.in. unijnego komisarza ds. rol-

nictwa **Christophe’a Hansena oraz ministra rolnictwa i rozwoju wsi Stefana Krajewskiego.**

Od 19 do 21 czerwca 2026 roku Krajowe Dni Pola zgromadziły setki rolników, hodowców, przedstawicieli nauki, instytucji doradztwa rolniczego

oraz firm współpracujących z gospodarstwami.

Tegoroczną, siódmą edycję połączono z XIII Ogólnopolską Wystawą Bydła Hodowlanego oraz XXXII Regionalną Wystawą Zwierząt Hodowlanych, a w programie znalazły się m.in.: pokazy polowe, prezentacje odmian roślin, wystawy zwierząt i debaty poświęcone przyszłości polskiego rolnictwa. Fakt, że tak duże wydarzenie odbyło się właśnie na Podlasiu, dobrze oddaje rangę regionu w aspekcie krajowej produkcji mleka.

Strefa mleczarstwa pełna produktów Mlekpola



Wizyta na stoisku SM Mlekpól

Na terenie targów Mlekpól był widoczny aż w czterech miejscach: w strefie mleczarstwa, na stoisku skupowym, w punkcie marketingowym z animacjami dla dzieci oraz w punkcie sprzedażowym. Podczas wydarzenia zaprezentowano produkty flagowych marek Mlekpola – m.in. skyr pitny Łaciaty, jogurty funkcjonalne Łaciate z magnezem i biotyną oraz wysokobiałkową linię Łaciate Protein+. Odwiedzający mogli także spróbować lodów Bambino, Maślanki Mrągowskiej oraz przekąsek przygotowanych na bazie produktów Spółdzielni. Przy stoiskach skupu i marketingu rozmawiano również o działalności Mlekpola, współpracy z dostawcami mleka oraz możliwościach zatrudnienia i rozwijania kariery w poszczególnych oddziałach firmy.

— Krajowe Dni Pola to przede wszystkim okazja do spotkania z rolnikami, na których codziennej pracy opiera się nasza działalność. W Szepietowie rozmawialiśmy m.in. o jakości mleka, rozwoju gospodarstw i wyzwaniach, z którymi mierzy się dziś nasza branża. Jako Spółdzielnia zapewniamy dostawcom stabilny odbiór surowca i stawiamy na długofalową współpracę. To właśnie ten model pozwala nam rozwijać produkcję i skutecznie konkurować na rynkach zagranicznych — **mówi Tadeusz Mroczkowski, Prezes Zarządu SM Mlekpól.**

Komisarz i minister na otwarciu



Delegacja SM Mlekpól wraz z komisarzem Christophem Hansenem i ministrem Stefanem Krajewskim

Piątkowe otwarcie wydarzenia, połączone z Dniem Młodego Rolnika, odbyło się z udziałem unijnego komisarza ds. rolnictwa Christophe'a Hansena oraz ministra rolnictwa i rozwoju wsi Stefana Krajewskiego. Na stoisku Mlekpola goście spotkali się z przedstawicielami Spółdzielni, w tym z Wiceprezes Zarządu Małgorzatą Cebelińską.

W Wysokim Mazowieckiem odbyło się także kolejne spotkanie z udziałem komisarza i ministra, zorganizowane z inicjatywy Polskiej Izby Mleka. Ze strony Mlekpola uczestniczyli w nim Wiceprezes Małgorzata Cebelińska oraz prof. Andrzej Babuchowski z Instytutu Innowacji Przemysłu Mleczarskiego.

W trakcie dyskusji komisarz Hansen mówił o rolnictwie jako o elemencie łańcucha wartości, który to łańcuch jest na tyle silny, na ile silne jest jego najsłabsze ogniwo. Wskazywał, że wbrew obiegowej opinii to nie przetwórcy dyktują warunki na rynku – presję wywierają sieci handlowe, narzucając ceny i zasady, przez co nawet duzi producenci obawiają się utraty ich przychylności. Przeciwdziałać ma temu dyrektywa o nieuczciwych praktykach handlowych, choć – jak przyznał – jej egzekwowanie przypomina „strzelanie do ruchomego celu”, bo sieci wciąż znajdują nowe sposoby na „obejście” ograniczeń.

Komisarz wiele uwagi poświęcił poza tym Wspólnej Polityce Rolnej. Przekonywał, że WPR powinna wspierać „rolnika z pola”, a nie największych właścicieli ziemskich. Jako przykład podał, że największy areał w Rumunii (57 tys. ha) należy do podmiotu ze Zjednoczonych Emiratów Arabskich. Stąd propozycja, by ok. 6% środków WPR przeznaczyć na młodych rolników, m.in. na wsparcie kredytowe związane z wymianą pokoleniową. Hansen mówił też o zabezpieczeniu mocy przetwórczych na wypadek kryzysów oraz o wzmacnianiu konkurencyjności sektora.

Mleczarstwo przyszłości



Trzeci od lewej: Kazimierz Czernewski podczas debaty o mleczarstwie przyszłości

W niedzielę, w Strefie Innowacji, odbył się panel „Mleczarstwo przyszłości – prognozowane kierunki rozwoju hodowli bydła mlecznego i przetwórstwa mleka”. W dyskusji udział wzięli przedstawiciele branży technologicznej, gospodarstw mlecznych oraz Kazimierz Czernewski, Dyrektor Wydziału Skupu SM Mlekpól.

Podczas swojego wystąpienia wskazywał on na zmieniające się oczekiwania konsumentów, którzy coraz częściej pytają nie tylko o jakość czy skład gotowego produktu mlecznego, ale też o to, co dzieje się w gospodarstwie, czyli o kwestie takie jak dobrostan zwierząt, rodzaj paszy czy pochodzenie stosowanych surowców. Podkreślał, że mleczarstwo musi podążać za rynkiem: to konsument wyznacza kierunek, a producenci wraz z hodowcami powinni

na te oczekiwania odpowiadać. Mówił także o trendach demograficznych i rosnącym zapotrzebowaniu na produkty kierowane do konkretnych grup – m.in. wysokobiałkowe – oraz o wyzwaniach, takich jak na przykład konieczność ograniczania śladu węglowego.

Nagrody i podziękowania dla dostawców



Wyróżnieni dostawcy SM Mlekpól

Mlekpól ufundował również upominki dla uczestników Ogólnopolskiej Szkoły Młodych Hodowców, a 11 dostawców Spółdzielni, którzy wzięli udział w organizowanych podczas wydarzenia wystawach bydła hodowlanego, otrzymało nagrody i listy gratulacyjne. To właśnie ich gospodarstwa – i codzienna praca tysięcy rolników z różnych części Polski – stanowią fundament, na którym opiera się działalność naszej Spółdzielni.

Wizyta Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi



Delegacje ministerstwa oraz SM Mlekpól

Stefan Krajewski, minister rolnictwa i rozwoju wsi, odwiedził Zakład Produkcji Mleczarskiej SM Mlekpól w Grajewie. Spotkanie miało charakter studyjny i posłużyło wymianie opinii na temat obecnej kondycji polskiego mleczarstwa, trudności, z którymi mierzą się producenci mleka, a także kierunków rozwoju całego sektora rolno-spożywczego.

Delegacja resortu rolnictwa pod przewodnictwem ministra Krajewskiego pojawiła się w grajewskim zakładzie 18 maja. W trakcie rozmów poruszono m.in. tematy związane z aktualną sytuacją branży, kwestie dotyczące skupu i przetwórstwa surowca mlecznego oraz perspektywy dalszego rozwoju sektora – z uwzględnieniem jego znaczenia dla polskiego eksportu rolno-spożywczego.

— Wizyta ministra Stefana Krajewskiego w zakładzie Mlekpól w Grajewie była dla nas okazją do bezpośredniej rozmowy o sprawach, które dziś najbardziej zajmują branżę mleczarską – od sytuacji rolników-dostawców, przez wyzwania regulacyjne, aż po perspektywę eksportu polskiego nabiału. Spółdzielczy model działalności firmy sprawia, że za każdym litrem mleka, który tu przetwarzamy, stoją konkretne gospodarstwa, dlatego tak ważny jest dla nas dialog z administracją państwową. Dziękujemy za zainteresowanie funkcjonowaniem Spółdzielni i merytoryczną dyskusję o przyszłości polskiego sektora rolno-spożywczego — **mówi Tadeusz Mroczkowski, Prezes Zarządu SM Mlekpól.**

Goście mieli także okazję zwiedzić zakład w Grajewie, który od lat zalicza się do najnowocześniejszych i najistotniejszych ośrodków przetwórstwa mleka w kraju. Trasa wizyty objęła: dział, magazyn wysokiego składowania opakowań oraz magazyn nabiałowy UHT. Grajewski zakład przeszedł w ostatnich latach szereg modernizacji, jak: rozwój linii do produkcji mleka UHT, nowoczesnego masła, konfekcjonowania serów, a także wdrożenia służące efektywności produkcji oraz zrównoważonemu rozwojowi.

Prezes Mlekpól na EEC:

Polska branża mleczarska nie może rosnać tylko na rynku krajowym



Tadeusz Mroczkowski podczas debaty

Przy rosnącej produkcji mleka i coraz wyższych kosztach przewagę konkurencyjną trzeba dziś budować inaczej niż jeszcze kilka lat temu — m.in. poprzez eksport, inwestycje w efektywność i silną promocję polskiej żywności za granicą. O tych i innych wyzwaniach, podczas debaty „Polska żywność na rynkach globalnych” w ramach Europejskiego Kongresu Gospodarczego, mówił Tadeusz Mroczkowski, Prezes Zarządu Spółdzielni Mleczarskiej Mlekpól.

Jak podkreślił: dla Spółdzielni najważniejszy pozostaje rynek krajowy, ale przy obecnej skali produkcji dalszy rozwój branży mleczarskiej wymaga konsekwentnego wzmacniania eksportu i otwierania się na nowe kierunki sprzedaży.

— Polska jest dziś trzecim producentem mleka w Europie. Konsumpcja w Polsce jest jednak o wiele mniejsza, dlatego istotnym pozostaje, aby w żadnym wypadku nie prowadzić w kraju wojny cenowej z konkurentami, tylko zdobywać nowe rynki — **powiedział Tadeusz Mroczkowski.**

Prezes wskazał, że w Europie szczególnie ważne są dla Mlekpól rynki najbliższe, takie jak Litwa, Łotwa, Niemcy czy Holandia. To właśnie tam Spółdzielnia może rozwijać sprzedaż produktów świeżych i wzmacniać obecność swojej oferty markowej.

Azja rośnie tam, gdzie rośnie zamożność

Tadeusz Mroczkowski zwrócił ponadto uwagę, że znaczące perspektywy dla eksportu otwierają się dziś również na rynkach, gdzie konsumpcja nabia-

lu dopiero się rozwija. W tym kontekście wymienił Koreę, Wietnam i Kambodżę.

— *Konsumenci w tych krajach dopiero uczą się konsumpcji produktów mleczarskich, bo wcześniej w większości po prostu nie było ich na nie stać — mówił.*

Odnosząc się do Chin, Prezes Mlekpola przypomniał, że jeszcze kilka lat temu były one dla eksporterów żywności jednym z głównych kierunków wzrostu. Dziś jednak ten rynek importuje coraz mniej mleka z Europy i innych części świata, ponieważ staje się coraz bardziej samowystarczalny.

„Made in Poland” potrzebuje silnego wsparcia

Jednym z ważniejszych wątków wystąpienia była rola dyplomacji gospodarczej. Jak zaznaczył Prezes Mlekpola, wsparcie państwa jest potrzebne zarówno w codziennych sprawach operacyjnych, jak i w długofalowej promocji polskiej żywności za granicą.

— *Chcielibyśmy, aby cała dyplomacja została skierowana na promocję produktów „Made in Poland”, z podkreśleniem, że to są produkty z Polski, które rzeczywiście są wartościowe i smaczne. Polacy już się przekonali, że to, co polskie, naprawdę jest dobre. Teraz trzeba tę promocję jeszcze mocniej kierować na rynki zagraniczne — zaznaczył.*

Jak dodał, zagraniczni kontrahenci łatwiej budują zaufanie do firmy, co do której wiedzą, że stoi za nią silne i wiarygodne państwo.

Koniec przewagi opartej na niskich kosztach

Prezes Mlekpola podkreślił również, że zmianom ulega model konkurencyjności polskich firm mleczarskich. Jeszcze kilka lat temu przewagę dawały niższe koszty pracy i surowca. Dziś sytuacja wygląda inaczej.

— *Rok 2025 pokazał, że Polska miała wyższe średnie ceny skupu niż „stara” Unia Europejska. Dlatego dziś, gdy pracownik kosztuje i surowiec kosztuje, musimy szukać oszczędności u siebie w firmie — powiedział Tadeusz Mroczkowski.*

Odpowiedzią na tę zmianę są inwestycje w automatyzację, zwiększanie skali produkcji, poprawa efektywności oraz uniezależnianie się od części kosztów energii.

Wśród realizowanych w tym celu działań SM Mlekpola Prezes wymieniał m.in. rozwój własnych źródeł energii, kogenerację z odzyskiem ciepła odpadowego oraz nowoczesną biogazownię uruchomioną w Grajewie i zaznaczył, że firma planuje także kolejne inwestycje tego typu.

Większa skala, więcej białka, sprawniejsza logistyka

Mlekpola konsekwentnie rozwija również moce produkcyjne. Jest to odpowiedź zarówno na wzrost ilości surowca, jak i na zmieniającą się strukturę popytu na rynkach krajowym i zagranicznym.

Szczególne znaczenie Prezes przypisał białkom serwatkowym oraz całej kategorii produktów wysoko-białkowych, które cieszą się rosnącą popularnością na świecie. Ten kierunek znajduje odzwierciedlenie w rozwoju portfolio marek Spółdzielni, w tym linii Łaciate Protein+, obejmującej m.in. jogurty pitne, mleko, serki kremowe czy twarożek grani.

Równolegle Mlekpola inwestuje w rozwój produkcji serów, konfekcjonowanie oraz logistykę. W ocenie Prezesa ma to dziś duże znaczenie, bo zakłócone łańcuchy dostaw i napięcia geopolityczne wymagają większej sprawności operacyjnej i lepszego zabezpieczenia obrotu towarami.

Konsolidacja ma dawać efekty, nie tylko skalę

Podczas debaty pojawił się także temat konsolidacji branży mleczarskiej. Tadeusz Mroczkowski przypomniał, że procesy konsolidacyjne w Mlekpole rozpoczęły się już w 1992 roku, a od tego czasu do Spółdzielni przyłączono kilkanaście zakładów produkcyjnych.

Jak zaznaczył, dzięki temu Mlekpola przeszedł drogę od lokalnego zakładu do jednego z największych producentów mleczarskich w Polsce i znaczącego gracza w Europie. Jednocześnie podkreślił, że sama skala produkcji nie może być jedynym celem.

— *Konsolidacja musi przynosić wymierne efekty. Jesteśmy otwarci na konsolidację, ale nie za wszelką cenę — powiedział.*

W ocenie Prezesa większa skala działalności wzmacnia pozycję firmy w negocjacjach z sieciami handlowymi, a także daje partnerom handlowym większe poczucie stabilności współpracy i bezpieczeństwa dostaw.

Mlekpól na Gali Liderów Rynku FMCG i Handlu 2026

Dorota Grabowska o anatomii sukcesu marki nabiałowej



Dorota Grabowska podczas panelu

Jakie czynniki przesądają o tym, że produkt spożywczy zdobywa lojalność klientów i przez lata potrafi utrzymać silną pozycję rynkową? Wokół tego pytania koncentrowała się dyskusja „Anatomia sukcesu marki FMCG”, zorganizowana 28 maja 2026 roku w Warszawie w ramach Gali Liderów Rynku FMCG i Handlu. Do udziału w panelu zaproszono m.in. Dorotę Grabowską, Dyrektora Marketingu Spółdzielni Mleczarskiej Mlekpól.

Warszawska gala co roku gromadzi przedstawicieli sieci handlowych oraz liderów branży produktów szybkozbywalnych. Tym razem w towarzyszącym jej panelu wskazano na kompetencje i działania, które decydują o rynkowym powodzeniu marek FMCG – od umiejętnego rozpoznania oczekiwań kupujących, przez śmiałe wybory strategiczne, po wypracowywanie przewagi konkurencyjnej i skuteczną kooperację z handlem.

Reprezentantka Mlekpolu podkreśliła, że kategorie takie jak mleko czy szerzej nabiał – należą do najtrudniejszych z marketingowego punktu widzenia. Rutynowy, niemal odruchowy charakter zakupu sprawia bowiem, że marki tego rodzaju muszą stale pracować na pozytywną opinię konsumentów i przypieczętowywać swą wartość w ich oczach.

— W Mlekpolu od początku stawialiśmy na to, by z podstawowego produktu zbudować prawdziwą markę – najlepszym przykładem jest Łaciate, pierwsze mleko z reklamą telewizyjną w Polsce, dziś dostępne na sześciu kontynentach. Sukces marki FMCG to jednak nie tylko komunikacja. To wysokiej jakości surowiec od naszych dostawców, konsekwentna otwartość na preferencje i potrzeby konsumentów oraz odwaga, by odpowiadać na nie innowacyjnymi produktami – od linii wysokobiałkowej po wyroby bez laktozy, np. jogurty

funkcjonalne z magnezem i biotyną czy skyr pitny Łaciaty – naszą absolutną nowość, która łączy wysoką zawartość białka z wygodą spożycia w ruchu i otwiera na nowe momenty konsumpcji — **komentuje Dorota Grabowska.**

Moderatorem rozmowy był Szymon Mordasiewicz, Dyrektor Zarządzający YouGov CP Poland. W gronie panelistów, obok Doroty Grabowskiej, znaleźli się również: Katarzyna Kowalczyk (Head of Strategy, Innovations & New Business, LOTTE Wedel), Artur Wanik (Dyrektor Handlowy, OSHEE) oraz Jacek Żak (Dyrektor Trade Marketingu i Sprzedaży Kanału Tradycyjnego, Mokate).

O kompetencjach marketingowych Mlekpola świadczą nie tylko wyniki sprzedażowe poszczególnych marek, ale również szereg nagród zdobywanych w plebiscytach branżowych i konsumenckich. Kampanie Spółdzielni są regularnie nagradzane w Lider Forum Kampaniach – konkursie organizowanym przez magazyn „Forum Mleczarskie Handel”. Skuteczność działań marketingowych Mlekpola uważano również poza środowiskiem mleczarskim: w maju 2026 roku Dorota Grabowska wraz ze swoim zespołem otrzymała wyróżnienie w kategorii Commerce Master konkursu CMO Awards by Shortlist – m.in. za działania prowadzone dla marek Łaciate, Maślanka Mrągowska i Rolmlecz.

Targi Seoul Food & Hotel 2026

Spółdzielnia Mleczarska Mlekpól wzięła udział w Seoul Food & Hotel 2026 – najważniejszych targach sektora spożywczego oraz HoReCa w Korei Południowej. Między 9 a 12 czerwca Spółdzielnia zaprezentowała się na wspólnym polskim stoisku „Drop of Excellence”, które przygotowała Polska Federacja Hodowców Bydła i Producentów Mleka.

Wydarzenie zorganizowano w centrum wystawieniowym KINTEX, gdzie rokrocznie spotykają się producenci, importerzy i dystrybutorzy, a także reprezentanci sieci handlowych oraz branży HoReCa z całej Azji. Udział Mlekpola stanowił element trzyletniej inicjatywy „Drop of Excellence” (2025–2027), której celem jest promocja polskiego mleczarstwa na rynkach azjatyckich. W jej ramach Spółdzielnia pokazała m.in. mleko UHT pod markami Łaciate, Happy Barn i Milcasa, śmietankę Łaciatą oraz smakowe mleczka UHT.

— Rynki azjatyckie mają duży potencjał, a zainteresowanie wysokiej jakości produktami mleczarskimi wyraźnie tam rośnie. Targi w Seulu to dla nas przede wszystkim okazja do bezpośredniego kontaktu i rozmów z partnerami oraz do pokazania oferty w szerszym kontekście polskiej branży — **mówi Tomasz Trzaska, Dyrektor Eksportu SM Mlekpól.**

Obecność na targach była częścią konsekwentnie prowadzonej przez Mlekpól strategii rozwoju sprzedaży zagranicznej. Spółdzielnia, która prowadzi działalność w 12 zakładach, kieruje blisko 30% swojej produkcji na eksport do ponad 100 krajów, dysponując bogatym asortymentem wyrobów mleczarskich. O jej silnej pozycji wśród liderów eksportu świadczy również 20. miejsce w tegorocznym zestawieniu „Polskich Ambasadorów” tygodnika „Wprost”.



Delegacja SM Mlekpól w Korei Południowej

Wspólna droga w szczytnym celu.

Rafał i Szymon z fundacji Naszpikowani odwiedzili Mlekpól



Szymon oraz Rafał Dubiejko w Grajewie

Rafał Dubiejko idzie pieszo, a jego 19-letni syn Szymon jedzie obok na rowerze. 13 czerwca wyruszyli z Białegostoku, by w ciągu miesiąca dotrzeć do Krakowa, w którym odwiedzą podopiecznych Fundacji Naszpikowani. Jednak aktualnie ich głównym celem jest zbiórka funduszy na budowę „Domu Własnego Tempa”. We wtorek 23 czerwca, dokładnie w Dzień Ojca, dotarli oni do siedziby SM Mlekpól w Grajewie. Właśnie tutaj licznik ich wspólnej wyprawy wskazał równo 400 kilometrów.

Rafał Dubiejko, prezes Fundacji Naszpikowani, i jego syn Szymon, będący w spektrum autyzmu, w trakcie w 30-dniowej podróży przez Polskę pod hasłem „Tata i syn. Jedna droga, jeden cel”, dotarli do Grajewa skąd, odwiedzwszy Spółdzielnię Mleczarską Mlekpól, wyruszyli w dalszą drogę. Uczestnicy wyprawy zostali przywitani szklanką mleka Łaciatego, otrzymali także zapas innych produktów i firmowe gadżety.

— Spotkanie to, które zbiegło się właśnie z Dniem Ojca, ma szczególny wymiar. Rafał i Szymon pokazują, jak wiele można osiągnąć dzięki wzajemnemu wsparciu i wspólnemu celowi. Zarówno

Fundacja Naszpikowani, jak i SM Mlekpól są mocno związane z Podlasiem, dlatego też nie mogliśmy pozostać obojętni wobec tej pięknej inicjatywy. Cieszymy się, że możemy pomóc im w dalszej drodze, a dodatkowo podjęliśmy decyzję o przekazaniu fundacji wsparcia finansowego na cele budowy w kwocie 30 tys. złotych — mówi Tadeusz Mroczkowski, Prezes Zarządu SM Mlekpól.

Dom pełen spokoju i zrozumienia

„Dom Własnego Tempa” mieści się około 20 minut drogi od Białegostoku. Będzie domem i gospodarstwem otoczonym przyrodą, zarybionymi stawami i pasiekami. Przestrzeń jest tworzona z myślą o osobach w spektrum autyzmu oraz rodzinach dzieci, które mierzą się lub mierzyły z chorobami nowotworowymi.

Miejsce to ma zapewniać spokój, bezpieczeństwo i warunki odpowiadające potrzebom jego mieszkańców oraz gości. Dla jednych stanie się szansą na spokojną codzienność i życie we własnym tempie. Innym pozwoli odpocząć i побыć z bliskimi po miesiącach leczenia, niepewności i walki z chorobą. Fundacja Naszpikowani prowadzi zbiórkę na reali-



Spotkanie z Zarządem i pracownikami

zacji inwestycji, której koszt wyniesie 6 mln zł.

Mlekpól dołącza do wspólnej drogi

W pomoc zaangażowali się pracownicy i dostawcy Mlekpolu. Do inicjatywy dołączyły również kolejne zakłady Spółdzielni, znajdujące się na trasie wyprawy Rafała i Szymona.

Co ważne, każdy może wesprzeć budowę „Domu Własnego Tempa”, wpłacając darowiznę lub udostępniając zbiórkę.

Fundację można również wesprzeć, przekazując 1,5 proc. podatku – KRS: 0000615376, cel szczegółowy: DOM WŁASNEGO TEMPA.

Szczegóły wyprawy opublikowała Fundacja Naszpikowani, a zbiórka dostępna jest na stronie „Domu Własnego Tempa”.

<https://zbiorki.naszpikowani.pl/zbiorka/dom-wlasnego-tempa-fedf>

XXVII Bieg Wilka w Grajewie za nami.

Do historii przeszła pierwsza „Łaciata Piątka”!



Łaciata drużyna Mlekpolu

W Grajewie 9 maja bieżącego roku odbyła się kolejna edycja Biegu Wilka – jednego z najbardziej rozpoznawalnych wydarzeń sportowych w regionie. Tegoroczna impreza zgromadziła biegaczy w różnym wieku: od najmłodszych, przez młodzież szkolną, po dorosłych zawodników startujących w biegach głównych oraz konkurencjach towarzyszących.

Jedną z nowości tegorocznej edycji była „Łaciata Piątka” – bieg na dystansie 5 km, objęty patronatem marki Łaciate. Nowa kategoria pomyślana została jako propozycja m.in. dla osób, które dopiero rozpoczynają swoją przygodę z bieganiem, a także dla rodzin i uczestników chcących aktywnie

spędzić czas. Marka Łaciate ufundowała również nagrody w tej kategorii, tak aby zachęcić tegorocznych, jak i kolejnych zawodników do podjęcia Łaciatego wyzwania za rok.

— *Bieg Wilka jest wydarzeniem, które od lat pokazuje siłę lokalnej społeczności i sportową pasję mieszkańców naszego regionu. Cieszymy się, że jako Spółdzielnia Mleczarska Mlekpól możemy wspierać tę inicjatywę, szczególnie że biorą w niej udział nasi pracownicy i dostawcy mleka oraz ich rodziny. Tegoroczna „Łaciata Piątka” ma dla nas szczególne znaczenie – to nowy dystans pod patronatem marki wywodzącej się z Grajewa, otwarty dla każdego. Mam nadzieję, że na stałe wpisze się on w program Biegu Wilka i zdopinguje kolejne osoby do podjęcia aktywności fizycznej oraz do zwrócenia uwagi na zdrową dietę* — **mówi Małgorzata Cebelińska, wiceprezes Zarządu Spółdzielni Mleczarskiej Mlekpól.**

W programie wydarzenia znalazły się także biegi dla dzieci i młodzieży, bieg główny na 10 km „Wilcza Dycha” oraz Nordic Walking. Impreza tradycyjnie połączyła sportową rywalizację, aktywny wypoczynek i integrację lokalnej społeczności. Nad jej przebiegiem czuwali organizatorzy oraz liczne instytucje i partnerzy wspierający wydarzenie.

W ramach swojego zaangażowania sponsorskiego Mlekpól przygotował dla uczestników produkty mleczarskie wspierające regenerację po wysiłku. W pakietach startowych znalazły się m.in. jogurty z wysokobiałkowej linii Łaciate Protein+, stworzone z myślą o osobach aktywnych. Najmłodsi uczestnicy otrzymali natomiast mleczka smakowe Łaciate, które od lat cieszą się dużą popularnością wśród dzieci.

Siła marki Łaciate



Dorota Grabowska podczas wystąpienia

Cena może przyciągnąć konsumenta, ale to wartość buduje trwałą pozycję marki. O tym, jak tę zasadę wykorzystać w praktyce, mówiła Dorota Grabowska, Dyrektor Marketingu SM Mlekpól, podczas konferencji naukowej „Marka w rozwoju przedsiębiorstw i regionu”. Wydarzenie odbyło się w dniach 24–25 czerwca 2026 roku we Wschodnioeuropejskiej Akademii Nauk Stosowanych w Białymstoku.

Wystąpienie przedstawicielki Spółdzielni nosiło tytuł „Od presji cenowej do przewagi w obszarze wartości – strategia wzrostu marki Łaciate”. Dorota Grabowska przedstawiła w nim, jak rozwijać rozpoznawalną markę mleczarską w warunkach rosnącej konkurencji, zmieniających się oczekiwań konsumentów i coraz większej wrażliwości rynku na cenę.

Konferencja, realizowana w ramach cyklu TRE 2026, zgromadziła reprezentantów świata nauki, biznesu oraz administracji publicznej. Dyskusje koncentrowały się na roli marek w rozwoju przedsiębiorstw i regionów, a także na ich znaczeniu dla budowania zaufania, przewagi konkurencyjnej

i długofalowych relacji z odbiorcami.

Obecność Mlekpolu obejmowała również stoisko, przy którym można było porozmawiać z przedstawicielami zespołu marketingu Spółdzielni. Była to okazja do wymiany doświadczeń na temat tworzenia silnych marek, które wyrastają z regionalnych korzeni, ale osiągają ogólnopolski zasięg.

— W swoim wystąpieniu skupiłam się na tym, co stoi za siłą marki Łaciate – na jej wartościach i rozpoznawalności, które łączą wszystkie pokolenia konsumentów. To nie jest efekt jednej kampanii, ale ciężkiej pracy wielu działów na przestrzeni trzydziestu lat: od jakości naszej produkcji, przez konsekwentne budowanie zaufania, po innowacje, którymi odpowiadamy na zmieniające się trendy konsumenckie. Łaciate pokazuje, że marka z regionalnymi korzeniami może mieć ogólnopolski zasięg, jeśli stoi za nią realna wartość, a nie wyłącznie cena — **podkreśla Dorota Grabowska.**

Łaciate to flagowa marka Spółdzielni Mleczarskiej Mlekpól i jeden z najbardziej rozpoznawalnych brandów mleczarskich w Polsce. W 2025 roku obchodziła ona jubileusz 30-lecia. Jej charakterystycznym wyróżnikiem są czarne łaty, a podstawę oferty stanowi mleko dostępne w wielu wariantach – od odtłuszczonego 0,0% po pełne 3,8%, w opakowaniach 500 ml, 1 l i 1,5 l oraz w wersji bez laktozy.

Portfolio Łaciatego obejmuje także m.in. masło ekstra, twarogi, serki śmietankowe, jogurty funkcjonalne z magnezem i biotyną oraz linię wysokobiałkową Łaciate Protein+. Produkty powstają wyłącznie z polskiego mleka i od lat kojarzone są z prostym składem oraz wysoką jakością. Dzięki konsekwentnemu rozwojowi Łaciate stało się nie tylko ważnym symbolem polskiego mleczarstwa, lecz także jedną z wizytówek naszego rodzimego nabiału za granicą.

Ruszyła 5. edycja Szlaku Maślanki Mrągowskiej!

Maślanka Mrągowska po raz piąty wyznacza kierunek wakacyjnej przygody! W niedzielę 28 czerwca przed Mrągowskim Centrum Kultury oficjalnie zainaugurowano kolejną edycję Szlaku Maślanki Mrągowskiej. Rodzinne wydarzenie połączyło dobrą zabawę i lokalne smaki z odkrywaniem atrakcji miasta oraz okolic.

Uczestnicy imprezy otrzymali Karty Odkrywcy Szlaku, z którymi odwiedzali przygotowane stanowiska

z zadaniami: projektowali własne opakowania Maślanki Mrągowskiej, sprawdzali pamięć w maślankowym memory, próbowali swoich sił w rzucie do bańki mlecznej oraz odpowiadali na pytania dotyczące Szlaku i regionu. Na najmłodszych czekały także kolorowe warkoczyki i malowanie twarzy. Dużym zainteresowaniem cieszył się rodzinny test smaku, podczas którego każdy mógł z zamkniętymi oczami rozpoznawać warianty maślanki.

Zdobycie kompletu podpisów lub pieczętek uprawniało do udziału w losowaniu nagród. Do uczestników trafiły vouchery do Ambasadorów Szlaku, Maślanka Mrągowska oraz gadzety promocyjne.

— Piąta edycja Szlaku legendarnej maślanki z Mrągowa najlepiej pokazuje, że pomysł na połączenie lokalnego produktu z odkrywaniem regionu doskonale się przyjął. Cieszy nas, że Maślanka Mrągowska, znana dziś w całej Polsce, pozostaje tak mocno związana z miejscem, z którego pochodzi. Zapraszamy mieszkańców i turystów, aby ruszyli na Szlak i przekonali się, jak wiele smaków oraz ciekawych miejsc mają do zaoferowania Mrągowo i jego okolice — **mówi Małgorzata Cebelińska, Wiceprezes Zarządu SM Mlekpól.**

Niedzielną inaugurację rozpoczęła kolejny sezon turystyczno-kulinarnej zabawy, która potrwa aż do jesieni. Aby zostać Zdobywcą Szlaku, należy pobrać kartę do gry, odwiedzać współtworzące inicjatywę lokale gastronomiczne i atrakcje turystyczne oraz zebrać okolicznościowe pieczętki. Ambasadorzy kulinarni serwują dania i napoje z Maślanką Mrągowską w roli głównej, pokazując jej wszechstronne zastosowanie – od chłodników i wypieków po desery, koktajle i dania główne.

Maślanka Mrągowska jest produkowana w Mrągowie od 1997 roku. Przez blisko trzy dekady przeszła drogę od regionalnego specjału do wyrobu rozpoznawalnego i dostępnego w całej Polsce. Szlak przypomina o jej mazurskim pochodzeniu, a jed-

nocześnie zachęca do poznawania lokalnej kuchni, kultury i atrakcji.

Organizatorami piątej edycji Szlaku Maślanki Mrągowskiej są: Spółdzielnia Mleczarska Mlekpól, Miasteczko Westernowe „Mrongoville” oraz Urząd Miejski w Mrągowie.

2026
edycja 5

Szlak
Mrągowskiej

Jak zostać Zdobywcą Szlaku Maślanki Mrągowskiej?

- 1** Zdobądź kartę do gry, np. w Punkcie Obsługi Szlaku Maślanki Mrągowskiej
- 2** Znajdź lokalizacje miejsc znajdujących się na Szlaku
- 3** Spróbuj dania z Maślanką i zdobądź pieczętki 3 różnych dań kulinarnych
- 4** Odwiedź i zdobądź pieczętkę z 1 atrakcji turystycznej
- 5** Zjedź do Punktu Obsługi Szlaku Maślanki Mrągowskiej, odbierz koszulkę i Maślankę Mrągowską
- 6** Zgłoś udział w konkursie dla Zdobywców Szlaku...



... i co weekend wygrywasz nagrody specjalne!



szczegóły na:

www.szlak.maslankamragowska.pl

Szlak Maślanki Mrągowskiej



Międzynarodowa delegacja w gospodarstwie Łukasza Kraski

Gospodarstwo Łukasza Kraski z Kalinowa (gm. Szumowo) 26 czerwca 2026 roku odwiedziła międzynarodowa delegacja hodowców, naukowców i ekspertów branży mleczarskiej. Wizyta studyjna była częścią 33. Konferencji Członków Europejskiej Konfederacji Czarno-Białego i Czerwono-Białego Bydła Holsztyńskiego (EHRC) w Warszawie.

Konferencja, która odbywała się w dniach 24–27 czerwca 2026 roku, przebiegała pod hasłem „Farmy mleczne jutra – innowacje, wyzwania i inspiracje dla następnego pokolenia”. Jej organizatorem – obok EHRC – była Polska Federacja Hodowców Bydła i Producentów Mleka.

Stałym elementem konferencji są wizyty w wybranych gospodarstwach, a w tegorocznej edycji uczestnicy odwiedzili Łukasza Kraske, dostawcę SM Mlekpól. Na miejscu przygotowano firmowe stoisko promocyjno-degustacyjne, na którym



Gospodarstwo Łukasza Kraski

goście mogli spróbować wyrobów Spółdzielni, m.in. jogurtów pitnych z linii Łaciate Protein+, Maślanki Mrągowskiej, kefiru pitnego Łaciatego czy jogurtów pitnych funkcjonalnych Łaciatych z magnezem i biotyłą.

Łukasz Kraska swoje rodzinne gospodarstwo prowadzi od 2003 roku, będąc piątym lub szóstym pokoleniem rolników w Kalinowie. Gospodarstwo liczy obecnie 174 ha oraz 580 sztuk bydła, w tym 230 krów dojnych. W 2025 roku Łukasz Kraska do SM Mlekpól sprzedał ponad 2 mln 682 tys. litrów

mleka, zaś wydajność stada wyniosła 13 095 kg.

Warto zaznaczyć, że podczas XIII Ogólnopolskiej Wystawy Bydła Hodowlanego, która odbyła się przy okazji Krajowych Dni Pola w terminie 19–21 czerwca 2026 roku w Szepietowie, Łukasz Kraska odniósł duży sukces: jego jałówka i krowa zdobyły tytuły Superczempionów, a hodowca otrzymał najważniejszy laur wystawy — tytuł Grandczempiona tegorocznej edycji. Był też jednym z jedenastu dostawców, których Mlekpól uhonorował w jej trakcie listami gratulacyjnymi.



AKTUALNOŚCI/Kampanie

„Serek z krówką Rolmlecz. Wiesz, czego się spodziewać”

Nowa kampania kultowego serka



Są smaki, których nie trzeba nikomu przedstawiać! Serek z krówką Rolmlecz od lat należy do produktów, po które konsumenci sięgają z pełnym przekonaniem – bo wiedzą, czego mogą się spodziewać. Teraz jedna z najbardziej rozpoznawalnych marek w portfolio Spółdzielni Mleczarskiej Mlekpól obecna jest w nowej kampanii reklamowej, z humorem przypominającej o jej największych atutach: sprawdzonym smaku, jakości i rozpoznawalności budowanej od pokoleń.

Nowa komunikacja prowadzona jest pod hasłem „Wiesz, czego się spodziewać”. W spotach główną rolę odgrywa sam serek z krówką, którego głosem został lektor Filip Kosior. Przekaz jest bezpośredni, lekki i zapamiętywalny, a jednocześnie mocno osadzony w tym, co od lat stanowi fundament Rolmleczu: autentyczności, prostocie i dobrych skojarzeniach.

Silę marki potwierdza również tegoroczne wyróżnienie przyznane głosami konsumentów. Waniliowy wariant serka z krówką otrzymał bowiem w swojej kategorii tytuł Konsumentenckiego Lidera Jakości

2026. W badaniu, w którym udział wzięło ponad piętnaście tysięcy osób z całej Polski, Rolmlecz wyprzedził pozostałych producentów serków homogenizowanych. Ponad 87% respondentów, którzy są nabywcami produktów marki, deklaruje, że poleca ją innym.

— Serek z krówką Rolmlecz dla jednych jest smakiem dzieciństwa, dla innych – sprawdzoną przekąską, po którą sięga się na co dzień. W nowej kampanii pokazujemy go w świeży, współczesny sposób, nawiązując do tego, co budowało jego pozycję przez lata. Dzięki różnorodnym kanałom i formatom komunikacji docieramy zarówno do odbiorców, którzy znają serek z krówką Rolmlecz od lat, jak i do młodszych konsumentów, dla których pierwszym miejscem kontaktu z marką są social media — **mówi Aneta Wysocka-Wejda, Kierownik Działu Marketingu SM Mlekpól.**

Kampania obejmuje telewizję, digital, YouTube, VOD, media społecznościowe, TikToka, działania OOH, formaty display, aktywacje influencerskie oraz obecność w telewizji śniadaniowej.

Lato decyduje o jesiennych wycieleniach

O czym powinien pamiętać hodowca?



Lato to jeden z najbardziej intensywnych okresów w gospodarstwach utrzymujących bydło mleczne. Zbiory zielonek, przygotowanie kiszonek i prace polowe sprawiają, że kwestie związane z rozrodem często schodzą na dalszy plan. Tymczasem właśnie decyzje podejmowane w lipcu i sierpniu mają istotny wpływ na liczbę jesiennych wycieleń oraz wyniki produkcyjne i ekonomiczne gospodarstwa.

Każde opóźnione zacielenie czy niewykryta ruja oznaczają wydłużenie okresu międzywycieleniowego, a tym samym większe koszty utrzymania krów i niższą efektywność produkcji. Dlatego nawet w czasie intensywnych prac sezonowych warto pamiętać o systematycznej obserwacji stada.

Jesienne wycielenia zaczynają się latem

Jesienne wycielenia pozwalają dobrze wykorzystać wysokiej jakości pasze przygotowane podczas letnich zbiorów oraz utrzymać wysoką produkcję mleka w chłodniejszych miesiącach. Aby jednak osiągnąć ten cel, niezbędne jest skuteczne zarządzanie rozrodem już w okresie letnim.

Codzienna obserwacja krów, zwracanie uwagi na objawy rui oraz terminowe wykonywanie inseminacji to podstawowe elementy wpływające na powodzenie rozrodu. W gospodarstwach wyposażonych w systemy monitoringu aktywności warto regularnie analizować generowane raporty, pamiętając,

że są one wsparciem, a nie zastępstwem dla obserwacji zwierząt.

Dane pomagają podejmować właściwe decyzje

Nowoczesne zarządzanie stadem opiera się nie tylko na doświadczeniu hodowcy, ale również na analizie wskaźników rozrodu. Warto regularnie monitorować liczbę dni otwartych, okres międzywycieleniowy, skuteczność pierwszej inseminacji oraz średnią liczbę inseminacji przypadających na jedno zacielenie. Parametry te pozwalają szybko wychwycić pogarszającą się efektywność rozrodu i podjąć działania, zanim problemy wpłyną na wyniki produkcyjne stada.

Nie można również zapominać o żywieniu. Odpowiednio zbilansowana dawka pokarmowa, dobra jakość pasz objętościowych oraz utrzymanie właściwej kondycji krów (BCS) sprzyjają wysokiej skuteczności zacielen i prawidłowemu przebiegowi kolejnych laktacji.

Rozród to inwestycja w przyszłość stada

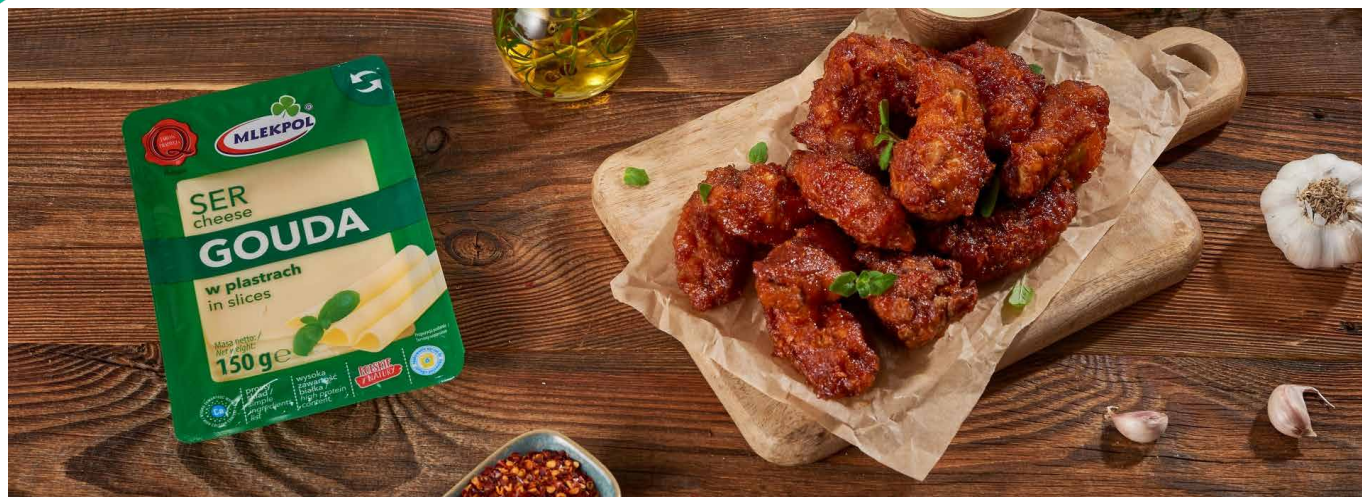
Jesienne wycielenia nie zaczynają się jesienią – ich powodzenie zależy od działań podejmowanych już latem. Regularna obserwacja zwierząt, analiza wskaźników rozrodu oraz dobra organizacja pracy pozwalają utrzymać wysoką skuteczność zacielen i poprawić opłacalność produkcji mleka.

W codziennym zarządzaniu rozrodem warto korzystać z narzędzi wspierających podejmowanie decyzji. Polska Federacja Hodowców Bydła i Producentów Mleka przygotowała praktyczne opracowanie przedstawiające wskaźniki rozrodu RW1, RW2 i RW3 oraz sposób ich interpretacji. Publikacja pomaga ocenić efektywność rozrodu w stadzie i wskazać obszary wymagające poprawy.

Polska Federacja Hodowców Bydła i Producentów Mleka
Maria Olszewska



Skrzydółka Buffalo



Skrzydółka Buffalo to klasyk, który zawsze się sprawdza. Są chrupiące, soczyste i wyraźnie pikantne. Ich smak dobrze równoważy śmietanowo-serowy, łagodniejszy dip. To danie idealne na weekendowy obiad, domową imprezę czy wieczór z dobrym filmem.

Składniki:

- 1 kg skrzydełek z kurczaka (bez lotek)
- 2 łyżeczki proszku do pieczenia
- 100 g skrobi kukurydzianej
- 1 l oleju rzepakowego
- marchew
- seler naciowy

Marynata:

- 80 g masła Mazurski Smak
- 1 cebula
- 80 g pasty paprykowej sriracha
- 100 g ketchupu
- 2 ząbki czosnku
- 1 łyżka brązowego cukru
- 1 szczypta chili pieprzu cayenne
- sól

Dip:

- 6 plastrów sera Gouda w plastrach Mlekpól
- 100 ml śmietanki UHT Łaciatej 30%
- 2 łyżki musztardy miodowej
- 1 szczypta białego, mielonego pieprzu
- 1 ząbek czosnku

Przygotowanie

Krok 1.

Skrzydółka podziel na pół, przecinając je na chrząstce. Umieść je w dużej misce. Dodaj proszek

do pieczenia, skrobię kukurydzianą, a następnie dokładnie obtocz w nich skrzydółka. Olej rozgrzej w głębokim garnku o grubym dnie. Usmaż na nim skrzydółka, aż będą rumiane z każdej strony.

Krok 2.

Przygotuj marynatę. W rondelku rozpuść masło. Cebulę pokrój drobno, po czym włóż ją do rondelka. Dodaj pastę paprykową, ketchup i przeciśnięty przez praskę czosnek. Dodaj brązowy cukier oraz dopraw odrobiną pieprzu cayenne i solą. Dokładnie wymieszaj.

Krok 3.

Podgrzaną marynatą zalej skrzydółka i dokładnie wymieszaj, tak aby w całości były nią pokryte. Skrzydółka ułóż na blaszce, a następnie wstaw do piekarnika nagrzanego do 190°C. Piecz przez ok. 40–50 minut.

Krok 4.

Przygotuj dip. W rondelku podgrzej śmietankę. Pokrój drobno plastry sera żółtego, a następnie włóż je do rondelka z podgrzaną już śmietanką. Ciągłe mieszaj. Dodaj przeciśnięty przez praskę czosnek oraz biały, mielony pieprz. Dokładnie wymieszaj. Zdejmij rondel z ognia i dodaj musztardę miodową. Ponownie wymieszaj.

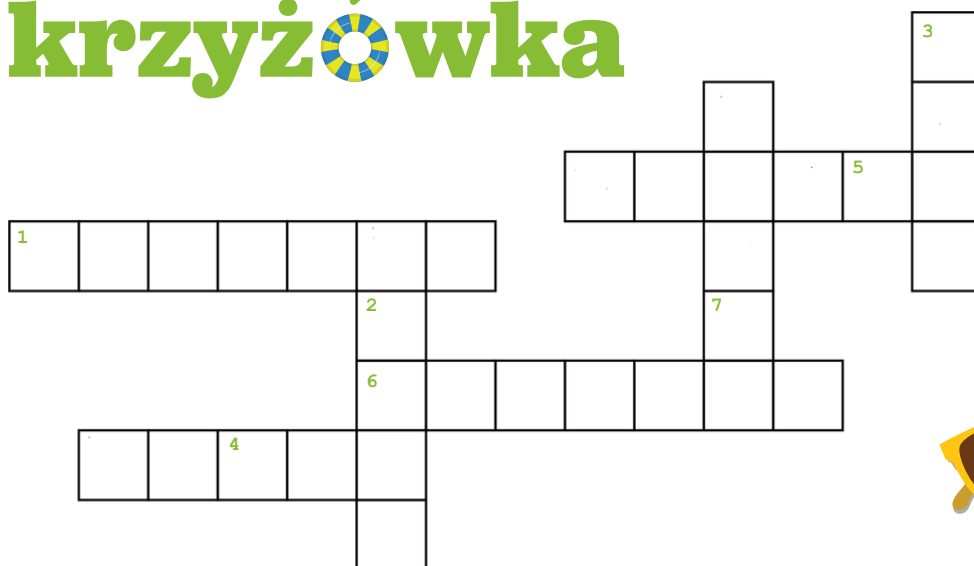
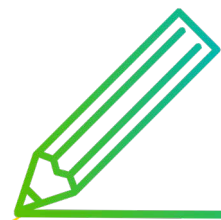
Krok 5.

Upieczone, przyrumienione skrzydółka wyciągnij z piekarnika. Podawaj ze śmietanowym dipem oraz słupkami marchewki i selera naciowego.

Smacznego!



Wakacyjna krzyżówka



Poziomo

1. Pakujemy ją przed wyjazdem.
4. Miejsce wypoczynku nad morzem.
5. Ogrzewa i opala plażowiczów.
6. Pływają po nim kajaki i rowery wodne.

Pionowo

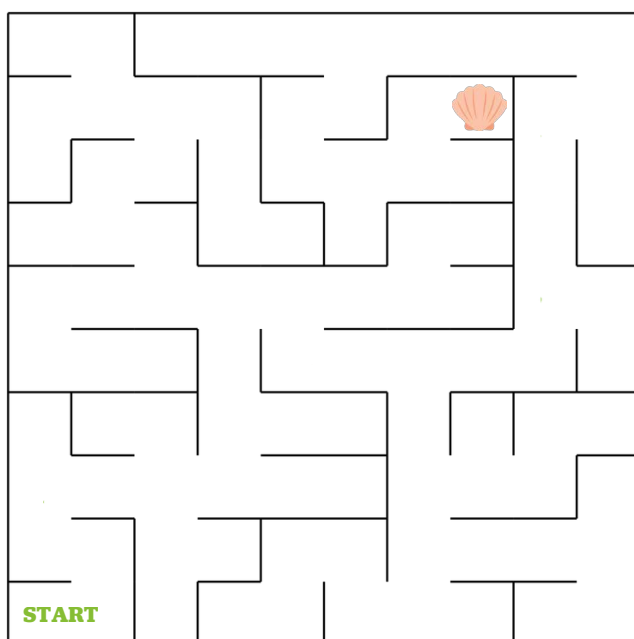
2. Do jego poruszania używa się wiosła.
3. Chroni skórę przed słońcem.
5. Popularny środek transportu na wakacjach.

Hasło:

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---



**Pomóż krówce
dotrzeć do
muszelki!**



**12 ZAKŁADÓW
PRODUKCYJNYCH**



100% POLSKIEGO KAPITAŁU



3178 PRACOWNIKÓW



7202 DOSTAWCÓW



**6 MLN LITRÓW DZIENNEGO
PRZEROBU MLEKA**



Spółdzielnia Mleczarska Mlekpól w Grajewie

ul. Elewatorska 13, 19-203 Grajewo

tel: +48 (86) 273 04 00