echo MLEKPOLU

MLEKPOL®

3 / 2026 ISSN 1730-2641



WIADOMOŚCI SPÓŁDZIELCZE

XI Turniej o Puchar Prezesa Mlekpolu

WYDARZENIA

Polagra 2026

NAGRODY

Złote Medale MTP 2026

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@mlekpol.com.pl**.

Nasza strona internetowa:

https://mlekpol.com.pl

Echo Mlekpolu online:

https://echomlekpolu.pl/magazyn

Serwis kulinarny:

https://najlepszewkuchni.pl

Twórzmy „Echo Mlekpolu" razem!

Pokaż swoje gospodarstwo!

Szukamy Dostawców, którzy chcieliby zaprezentować swoje gospodarstwo na łamach „Echa Mlekpolu". Jeśli są Państwo zainteresowani podzieleniem się swoją wiedzą i doświadczeniem z innymi, zachęcamy do wysyłania zgłoszeń na adres: **biuro.prasowe@mlekpol.com.pl**.



Szanowni Państwo!



Ostatnie miesiące pokazują, jak dynamicznie zmieniają się realia, w których funkcjonuje polska branża mleczarska. Z jednej strony obserwujemy rosnące koszty energii, zmienną koniunkturę i coraz większą konkurencję na rynku, z drugiej – nowe możliwości związane z eksportem, rozwojem produktów i nowoczesnymi technologiami. W takich warunkach najważniejsza jest konsekwencja w realizowaniu przyjętego kierunku działań.

Dla Mlekpolu kierunkiem tym pozostają inwestycje, zapewnienie bogatej oferty produktowej i dywersyfikacja rynków zbytu. Szczególne znaczenie ma dla nas właśnie eksport. Polska produkuje więcej mleka, niż jest w stanie zagospodarować, dlatego sprzedaż rodzimych wyrobów mleczarskich zagranicą jest dziś nie tylko szansą na rozwój, ale koniecznością. Mlekpol od lat buduje swoją pozycję eksportową, którą będziemy nadal wzmacniać m.in. poprzez udział w zagranicznych targach – służących nawiązywaniu bezpośrednich kontaktów handlowych.

Równocześnie inwestujemy w nasze zaplecze technologiczno-procesowe. Chcemy zwiększać efektywność, automatyzować produkcję i wykorzystywać nowoczesne rozwiązania, które pozwolą nam lepiej odpowiadać na wymagania rynku. W ciągu najbliższych 3–5 lat wydamy na ten cel przeszło 1 mld zł.

Ważnym elementem działalności firmy jest także rozwój oferty. Konsumenci produktów mleczarskich coraz częściej zwracają uwagę na wysoką zawartość białka, wygodę i funkcjonalność wyrobów. Odpowiadamy na te potrzeby, rozwijając m.in. linię Łaciate Protein+ oraz asortyment skyrów Łaciatych. Jednocześnie nie zapominamy o produktach tradycyjnych, które od lat cieszą się uznaniem branży i kolejnych pokoleń Polaków.

Czuję satysfakcję, widząc, że efekty naszej wspólnej pracy znajdują aprobatę zarówno sektora, jak i samych kupujących. Świadczą o tym Złote Medale targów Polagra, nagroda „Przedsiębiorstwo Zielonych Rozwiązań" czy tytuł „Lidera Inwestycji" przyznany Mlekpolowi przez Suwalską Specjalną Strefę Ekonomiczną S.A.

Przed nami kolejne miesiące, w trakcie których chcemy jak najlepiej wykorzystać możliwości, jakie daje rynek. Naszym celem jest silna i stabilna pozycja firmy zapewniającej bezpieczeństwo swoim dostawcom oraz pracownikom i potrafiącej skutecznie konkurować zarówno w Polsce, jak i na rynkach zagranicznych.

Życzę Państwu miłej lektury kolejnego wydania „Echa Mlekpolu".

Tadeusz Mroczkowski,
Prezes Zarządu Spółdzielni Mleczarskiej Mlekpol

Aktualna sytuacja w skupie mleka

Po prawie roku spadków cen mleka surowego sierpień przyniósł pierwsze symptomy poprawy. Według GUS średnia cena mleka płacona dostawcom przez podmioty skupowe w Polsce wzrosła o 2,7% w stosunku do lipca, jednak jest to jeszcze o ponad 21% mniej niż w sierpniu roku ubiegłego.

Obecnie na światowym rynku mleka znajdujemy się w punkcie zwrotnym. Czynnikiem, który dotychczas najbardziej wpływał na spadki cen przetworów mlecznych, była rosnąca produkcja mleka u głównych eksporterów, takich jak: USA, UE czy Nowa Zelandia. Chociaż podaż nadal pozostaje na wysokim poziomie, obserwujemy spadek jej dynamiki. Zmiany klimatyczne, a szczególnie susza ograniczająca dostęp do pasz, rekordowe temperatury i pożary w Europie Zachodniej wpłynęły na spadek dynamiki wzrostu ilości surowca w UE.

Ważnym elementem kształtującym ceny mleka jest także sytuacja geopolityczna na świecie, a szczególnie konflikty w Ukrainie i na Bliskim Wschodzie, utrudniające wymianę handlową i wpływające na zaburzenia łańcucha dostaw oraz na ceny paliwa. Te ostatnie są oczywiście bardzo istotne w ogólnej strukturze kosztów w każdym gospodarstwie. Barometrem zmian na rynku mleka pozostają giełdy artykułów mleczarskich, takie jak nowozelandzka giełda GDT, gdzie w ostatnich notowaniach mamy bardzo zróżnicowany obraz – niektóre ceny produktów, np. proszków mlecznych i serwatki, rosną, natomiast ceny masła i serów są nadal dużo poniżej cen zeszłorocznych.

W sierpniu średnia cena mleka płacona dostawcom w Polsce wzrosła w stosunku do lipca i wyniosła 1,77 zł/litr, ale była niższa od zeszłorocznej o 21,5%. Najwięcej za mleko w skupie otrzymywali producenci w województwie podlaskim – 1,91 zł/litr, a najmniej w województwie łódzkim – 1,62 zł/litr.

Według GUS w sierpniu 2026 roku skup mleka w Polsce wyniósł 1 129,6 mln litrów, co stanowi spadek o 0,9% w stosunku do sierpnia 2025 roku. W ciągu pierwszych ośmiu miesięcy bieżącego roku skupiliśmy w kraju 9 274,7 mln litrów i jest to o 1,9% więcej niż w analogicznym okresie roku ubiegłego.

W sierpniu dostawcy sprzedali do SM Mlekpol 187 mln litrów mleka, o 2,3% więcej niż w sierpniu 2025 roku. W okresie styczeń–sierpień natomiast – 1 526 mln litrów i jest to wzrost o 4,5% w stosunku do roku ubiegłego. W naszej Spółdzielni w sierpniu i wrześniu ceny mleka dla dostawców wzrosły odpowiednio o 0,06 zł/litr i o 0,10 zł/litr.



Kazimierz Czernewski
Dyrektor Wydziału Skupu

Jakie są prognozy na nadchodzące miesiące? Dynamika produkcji i skupu mleka zwolniła, co powinno przełożyć się na wzrost cen mleka surowego. W ocenie wielu analityków rynku obecnie jesteśmy na początku fazy wzrostowej cyklu mlecznego, a do końca roku ceny dla producentów mleka w Polsce powinny rosnąć.

Średnia cena mleka netto w Polsce w sierpniu

1,77 zł/litr

Zmiana na stanowisku Dyrektora IIPM w Mrągowie



Katarzyna Olszewska, Dyrektor Innowacji i Wdrożeń IIPM

Dnia 30 lipca 2026 roku w Instytucie Innowacji Przemysłu Mleczarskiego Sp. z o.o nastąpiła zmiana na stanowisku Dyrektora Innowacji i Wdrożeń. Funkcję tę objęła mgr inż. Katarzyna Olszewska, zastępując mgra inż. Tadeusza Szczęsnego, który po wielu latach pracy zawodowej przeszedł na emeryturę.

Katarzyna Olszewska posiada ponad 15-letnie doświadczenie w branży mleczarskiej. Ze Spółdzielnią Mleczarską Mlekpol związana jest od roku 2010, a z Instytutem Innowacji Przemysłu Mleczarskiego – od 2014 roku. Pełniła m.in. funkcję Kierownika Wydziału Produkcji w ZPM SM Mlekpol w Radomiu, a od 2015 roku kierowała Pracownią Technologiczną Instytutu, odpowiadając za realizację projektów badawczo-rozwojowych oraz wdrażanie nowych technologii i produktów.

Jest absolwentką Technologii Żywności i Żywienia Człowieka na Uniwersytecie Warmińsko-Mazurskim w Olsztynie. Swoje kompetencje rozwijała również dzięki międzynarodowym programom i praktykom zawodowym, m.in. w Holandii, Niemczech i Finlandii. W 2026 roku ukończyła studia podyplomowe Zarządzanie Innowacją.

Na nowym stanowisku Katarzyna Olszewska odpowiadać będzie za dalszy rozwój działalności IIPM w obszarze innowacji, nowych technologii i wdrażania produktów odpowiadających na potrzeby rynku.

XI Turniej Piłkarski o Puchar Prezesa Mlekpolu

W sobotę 22 sierpnia 2026 roku w Grajewie odbyła się XI edycja Turnieju Piłkarskiego o Puchar Prezesa Spółdzielni Mleczarskiej Mlekpol. Na boisku rywalizowały zespoły reprezentujące zakłady z: Radomia, Grajewa, Sokółki, Mrągowa, Zambrowa i Kolna, a także drużyna z Wydziału Konfekcjonowania Sera w Grajewie. Tytuł mistrzowski wywalczyli Kolnianie, wyprzedzając zespoły z Zambrowa (II miejsce) i Mrągowa (III miejsce).

Mimo niesprzyjającej aury zawodnikom nie brakowało woli walki, zaangażowania i sportowego zacięcia – mecze dowiodły pełnej mobilizacji i wysokiego morale wszystkich drużyn. Reprezentacja Kolna, która od kilku lat systematycznie meldowała się w czołówce turnieju, tym razem sięgnęła po najwyższe laury.

— Turniej o Puchar Prezesa to okazja, by pracownicy z różnych zakładów Mlekpolu spotkali się w jednym miejscu, na wspólnym boisku, niezależnie od tego, w którym mieście na co dzień pracują. Cieszę się, że mimo niesprzyjającej pogody, nikomu nie zabrakło sportowej determinacji i hartu ducha. Gratuluję wszystkim zawodnikom, ale szczególne wyrazy uznania kieruję w stronę drużyny z Kolna, która konsekwentnie budowała swoją formę przez ostatnie lata i w tym roku wywalczyła zasłużone zwycięstwo — **komentuje Tadeusz Mroczkowski, Prezes Zarządu SM Mlekpol**.

Gratulacje zawodnikom – w imieniu własnym i Rady Nadzorczej Mlekpolu – przekazał także obecny na meczach Przewodniczący Jan Zawadzki.

Na uczestników czekały atrakcyjne nagrody ufundowane przez następujących partnerów wydarzenia:

- EXPACK Sp. z o.o.
- Sp.k., ELOPAK S.A.,
- DS SMITH POLSKA Sp. z o.o.,
- STORA ENSO Poland S.A.,
- ECOLAB Sp. z o.o.,
- MODEL Opakowania Sp. z o.o,
- TETRA PAK Sp. z o.o.,
- KGL.S.A. – Oddział Czosnów,
- TOP – SYSTEM Sp. z o.o.,
- FABTOM Sp. z o.o.,
- PROST-KEY,
- MARPOL Sp. z o.o.,
- BIT Sp. z o.o.,
- NOVONESIS,
- WIP Sp. z o.o.,
- DSM FIRMENICH,
- ARMAPAK Sp. z o.o. Sp.k.,
- GREINER PACKAGING Sp. z o.o.,
- ZENTIS Polska Sp. z o.o.

Turniej przyciągnął wielu pracowników Mlekpolu wraz z rodzinami, którzy zapewnili reprezentacjom wspaniały, głośny doping.



Zwycięzcy Turnieju o Puchar Prezesa

Łaciate sponsorem tytularnym Astorii Bydgoszcz!



Od lewej: Tomasz Gryczewski, Dyrektor OZPM w Bydgoszczy, Zbigniew Groszyk, Wiceprezes Zarządu SM Mlekpol

Astoria Bydgoszcz wraca do koszykarskiej ekstraklasy. Wraz z awansem drużyny do Polskiej Ligi Koszykówki SM Mlekpol rozszerza współpracę z klubem, obejmując go sponsoringiem tytularnym. W sezonie 2026/2027 zespół występować będzie pod nazwą Enea Łaciate Astoria Bydgoszcz.

Łaciate to jedna z najcenniejszych polskich marek spożywczych, obecna na rynku od ponad 30 lat. Dziś jej portfolio jest bardzo szerokie i oprócz kultowego mleka obejmuje m.in.: śmietany, masło, twarogi, produkty wysokobiałkowe oraz desery. Łaciate cieszy się popularnością w kraju i na rynkach zagranicznych, a wyroby marki znaleźć możemy na sklepowych półkach w najdalszych zakątkach świata.

SM Mlekpol i marka Łaciate są związane z Bydgoszczą od ponad 20 lat. Przy ul. Niklowej od 2005 roku działa bowiem Zakład Produkcji Mleczarskiej, który przez ponad dwie dekady przeszedł rozbudowę i gruntowną modernizację, a zatrudnienie znajduje tam obecnie blisko 150 pracowników.

— Jako sponsor tytularny Astorii Bydgoszcz w pierwszej kolejności chcemy podkreślić związek z tym miastem. Łaciate, w którego ofercie znajdują się m.in. produkowane w Bydgoszczy jogurty pitne z linii Łaciate Protein+ czy nasza nowość, jaką jest skyr pitny Łaciaty, to marka bliska aktywnemu stylowi życia. Idealnie wpisuje się ona w potrzeby sportowców — **komentuje Tadeusz Mroczkowski, Prezes Zarządu i dodaje***: — Trzymamy kciuki za zawodników i liczymy na wiele sportowych emocji, które wspólnie przeżywać będą bydgoscy kibice.*

— Cieszymy się, że współpraca ze Spółdzielnią Mleczarską Mlekpol wchodzi na kolejny poziom. W poprzednich sezonach Mlekpol był sponsorem strategicznym naszego klubu i towarzyszył nam również podczas tegorocznej finałowej rywalizacji o awans do Polskiej Ligi Koszykówki. Dziś rozpoczynamy nowy etap tej współpracy. Szczególnie cieszy nas fakt, że łączą nas nie tylko wspólne cele, ale również Bydgoszcz, z którą zarówno Astoria, jak i Mlekpol są mocno związane. Jestem przekonany,

że wspólnie będziemy budować silną markę naszego klubu, godnie reprezentować nasze miasto na parkietach PLK i dostarczać kibicom wielu powodów do dumy — **mówi Marek Szczygieł, Wiceprezes Klubu**.

Pierwszą okazją do spotkania kibiców z przemianowaną drużyną była oficjalna prezentacja Enea Łaciate Astorii Bydgoszcz, która odbyła się 11 września 2026 roku w Grupie Moderator Arenie.

W weekend rozegrano natomiast pierwszą edycję Łaciate Cup.

Za bydgoską drużyną jest także inauguracja sezonu Polskiej Ligi Koszykówki, Pierwsze ligowe spotkanie Enea Łaciate Astoria Bydgoszcz rozegrała 3 października, mierząc się z Zastalem Zielona Góra.



Drużyna Enea Łaciate Astoria Bydgoszcz podczas oficjalnej prezentacji w Bydgoszczy

Nowość! Skyr pitny naturalny

Bogaty w białko, w poręcznej butelce, pełen wartości odżywczych – doskonale wpisuje się we współczesne trendy żywieniowe.

Naturalny wariant uzupełnia dotychczasową gamę smaków: od jagodowego i truskawkowego, po waniliowy oraz mango-marakuja. Za sprawą wysokiej zawartości białka i funkcjonalnego opakowania 360 g świetnie sprawdzi się jako szybka przekąska w ciągu dnia – w pracy, szkole, po treningu czy w drodze. Produkt wyróżnia się na półce dzięki silnej marce oraz nowoczesnej, wyrazistej szacie graficznej.



Mlekpol Przedsiębiorstwem Zielonych Rozwiązań

Spółdzielnia Mleczarska Mlekpol została laureatem XIX Rankingu Spółdzielni Mleczarskich, organizowanego przez Polską Izbę Mleka. Mlekpol zwyciężył w kategorii „Przedsiębiorstwo Zielonych Rozwiązań". Wyniki tegorocznego rankingu, w którym oceniono dane około 60 spółdzielni mleczarskich, ogłoszono 10 września 2026 roku podczas uroczystej gali 23. Międzynarodowego Forum Społeczności Mleczarskiej w Białymstoku.



Po prawej: Marcin Radomski, Dyrektor OZPM w Zambrowie

Nagrodzone rozwiązanie to wybudowany w Grajewie przez SM Mlekpol układ kogeneracyjny o mocy 1,2 MW z biogazownią. Instalacja pozwala na zagospodarowanie osadów powstających w zakładowej oczyszczalni ścieków oraz odpadów z procesów przetwórczych mleka, które są wykorzystywane do produkcji biogazu, a następnie energii elektrycznej i cieplnej.

Sercem instalacji jest fermentor o pojemności roboczej 6800 m³, w którym przebiega proces fermentacji beztlenowej. Wytwarzany biogaz trafia do układu kogeneracyjnego, gdzie powstaje energia elektryczna i cieplna wykorzystywana w zakładzie. Rozwiązanie wpisuje się w założenia gospodarki obiegu zamkniętego, pozwalając jednocześnie ograniczyć ilość odpadów oraz wykorzystać ich potencjał energetyczny.

Istotnym elementem instalacji jest również suszarnia osadu pofermentacyjnego. Wykorzystuje ona ciepło odpadowe powstające podczas pracy silnika kogeneracyjnego, dzięki czemu proces suszenia nie wymaga dostarczania dodatkowej energii cieplnej z zewnętrznych źródeł. Wysuszony osad jest następnie pakowany i może być wykorzystywany jako środek poprawiający właściwości gleby.

— Doświadczenia zdobyte podczas użytkowania instalacji w Grajewie będą przez nas wykorzystane przy rozbudowie zakładowych oczyszczalni ścieków w kolejnych zakładach Mlekpolu. Planowane rozwiązania obejmują m.in. węzły fermentacji beztlenowej z produkcją biogazu oraz układy kogeneracyjne — **podkreśla Tadeusz Mroczkowski, Prezes Zarządu SM Mlekpol**.

Ranking Spółdzielni Mleczarskich jest jednym z najważniejszych branżowych zestawień oceniających kondycję i kierunki rozwoju polskich spółdzielni mleczarskich.

5 nagród na Ogólnopolskim Święcie Sera w Olsztynie

Kortowo na dwa dni zamieniło się w stolicę polskich serów i twarogów. Wśród nagrodzonych przetwórców znalazła się SM Mlekpol, której produkty przypadły do gustu zarówno jury, jak i konsumentom odwiedzającym festiwal.

Zakład Produkcji Mleczarskiej w Mrągowie otrzymał Puchar Marszałka Województwa Warmińsko-Mazurskiego Marcina Kuchcińskiego za najwyższą jakość serów dojrzewających typu holenderskiego, produkowanych zgodnie z tradycyjnymi standardami i z uwzględnieniem aktualnych trendów.

W konkursie konsumenckim ser Jantar zdobył tytuł Króla Serowego w kategorii serów długodojrzewających. Natomiast wariant naturalny i warianty z wytrawnymi dodatkami serków śmietankowych Łaciatych otrzymały tytuł Króla Twarogowego. Ser Jantar długodojrzewający zdobył również wyróżnienie Hitu Serowego, a Mascarpone Łaciate zostało uhonorowane tytułem Hitu Twarogowego.

Podczas festiwalu na stoisku Mlekpolu odwiedzający mogli spróbować różnorodnych produktów, w tym wysokobiałkowej linii Łaciate Protein+,

skyrów pitnych Łaciatych czy deserów Łaciatych. Spółdzielnia była także partnerem konkursu ubijania masła.

Tegoroczna, XI edycja Ogólnopolskiego Święta Sera odbyła się w weekend 12 i 13 września 2026 roku.

To jedno z największych w kraju wydarzeń poświęconych serom i twarogom organizuje Katedra Mleczarstwa i Zarządzania Jakością Wydziału Nauki o Żywności Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie, przy współudziale samorządu województwa warmińsko-mazurskiego i Urzędu Miasta Olsztyna.



Puchar Marszałka Województwa Warmińsko-Mazurskiego

Złote Medale MTP 2026



Łaciate desery oraz skyry pitne zdobyły Złote Medale MTP 2026 – jedno z najbardziej rozpoznawalnych wyróżnień polskiej branży spożywczej, przyznawane podczas targów Polagra.

Desery Łaciate powstają na bazie maślanki z polskiego mleka, która stanowi 60% ich składu. W ofercie znajduje się pięć wariantów smakowych: muffinka jagodowa, tarta cytrynowa, z truskawkami i śmietanką, z nata de coco i kawałkami czekolady oraz brownie z wiśniami.

Złoty Medal otrzymały także skyry pitne Łaciate. To gęste, kremowe jogurty typu islandzkiego, które w jednej butelce o pojemności 360 g zawierają aż 23 g białka. Dostępne są w pięciu smakach: naturalnym, jagodowym, truskawkowym, mango-marakuja i waniliowym. Poręczne opakowanie sprawia, że po produkty te można sięgnąć także poza domem.

— Stale rozwijamy ofertę marki Łaciate, wprowadzając wyroby, które mają wyrazisty charakter, wysoką jakość oraz odpowiadają na konkretne potrzeby konsumentów. Cieszymy się, że nasze propozycje po raz kolejny znalazły uznanie specjalistów z branży — **podkreśla Tadeusz Mroczkowski, Prezes Zarządu SM Mlekpol**.

Wręczenie statuetek odbyło się 23 września 2026 roku podczas uroczystości otwarcia targów Polagra w Poznaniu.

Produkty Mlekpolu wśród bestsellerów „Hitu Handlu”



Aż siedem produktów SM Mlekpol znalazło się na podium tegorocznego zestawienia „Hit Handlu”. Liderami w swoich kategoriach okazały się Mleko Łaciate Świeże oraz ser Gouda Mlekpol w plastrach, ale wysokie pozycje zajęły także m.in. masło ekstra Łaciate, Maślanka Mrągowska czy serek homogenizowany Rolmlecz.

Raport „Hit Handlu” powstaje na podstawie analizy paragonów z tysięcy sklepów w całej Polsce – od placówek małoformatowych po supermarkety. Zestawienie wskazuje wyroby, które w minionym roku były najchętniej kupowane przez ich klientów. Nagrodzone pozycje z oferty Mlekpolu to:

- **Mleko Łaciate Świeże 3,2%** (butelka PET 1 l) – 1. miejsce, „Mleko”,
- **Ser Gouda Mlekpol** (plastry, 150 g) – 1. miejsce, „Sery żółte”,
- **Ser Królewski z Kolna** (plastry, 150 g) – 3. miejsce, „Sery żółte”,
- **Masło ekstra Łaciate 83%** (200 g) – 2. miejsce, „Masło, margaryny, miksy”,
- **Serek homogenizowany Rolmlecz waniliowy** (200 g) – 2. miejsce, „Serki homogenizowane”,
- **Serek śmietankowy Łaciaty naturalny** (135 g) – 3. miejsce, „Serki kanapkowe”,
- **Maślanka Mrągowska naturalna** (karton 1 l) – 3. miejsce, „Kefiry i maślanki”.

— Nieustannie pracujemy nad jakością i rozpoznawalnością naszych produktów, wzbogacając ofertę o nowe, funkcjonalne propozycje. Cieszy nas, że w tegorocznej odsłonie „Hitu Handlu” doceniono klasyczne wyroby aż czterech marek naszej Spółdzielni: Łaciate, Mlekpol, Maślanka Mrągowska oraz Rolmlecz. Potwierdza to ich ugruntowaną pozycję na rynku i fakt, że na stałe zagościły one w diecie wielu konsumentów, ciesząc się ich zaufaniem — **mówi Dorota Grabowska, Dyrektor Marketingu SM Mlekpol**.

Raport „Hit Handlu” został przygotowywany przez redakcję magazynu „Handel” oraz serwis branżowy Handelextra.pl we współpracy z firmą badawczą CMR.

Mlekpol na Polagrze 2026

Automatyzacja produkcji, własne źródła energii, innowacje produktowe i rozwój eksportu – o tych wyzwaniach i szansach stojących przed sektorem mleczarskim rozmawiali przedstawiciele Spółdzielni Mleczarskiej Mlekpol podczas debat zorganizowanych w ramach targów Polagra 2026.

Pierwszego dnia wydarzenia Prezes Zarządu SM Mlekpol Tadeusz Mroczkowski uczestniczył w debacie „Impuls dla innowacji. Co napędza rozwój branży?”. W swoim wystąpieniu poruszył m.in. temat cyfryzacji procesów produkcyjnych i inwestycji w efektywność energetyczną, a także realiów współczesnego rynku pracy.

— Branża mleczarska działa 365 dni w roku, siedem dni w tygodniu, 24 godziny na dobę – w trybie trzyzmianowym. Demografia nas nie rozpieszcza, a podejście do pracy mocno się zmienia. Dlatego automatyzacja i cyfryzacja są niezbędne, żeby nadal rozwijać skalę produkcji. Nie ma od tego odwrotu — ***podkreślił****.*

Jako przykład realizacji tego podejścia podał rozbudowę Wydziału Konfekcjonowania Sera w Grajewie, automatyzację procesów logistycznych oraz rozwiązania zwiększające niezależność energetyczną poszczególnych zakładów, jak kogeneracje i biogazownie.

Rynek oczekuje innowacji

Tadeusz Mroczkowski mówił również o innowacjach produktowych i zmieniających się oczekiwaniach konsumentów.

— Łaciate to marka z 30-letnią historią, sama w sobie będąca niezwykle innowacyjną. Dzięki skali naszej działalności możemy szybko reagować na pojawiające się trendy, wśród których wymienić można zainteresowanie produktami wysokobiałkowymi, jak skyr pitny Łaciaty czy linia Łaciate Protein+. Innym przykładem innowacji jest nasz Łaciaty deser z maślanką. W ostatnich latach nieco zapomnieliśmy o maślance, a przecież produkt ten posiada cenne cechy funkcjonalne — ***podkreślił****.*

Prezes Mlekpolu zwrócił ponadto uwagę, że produkty wysokobiałkowe, takie jak serki śmietankowe, kieruje się dziś do szerokiej grupy odbiorców. Wcześniej sięgali po nie głównie sportowcy i osoby aktywne fizycznie. Współcześnie wyroby tego rodzaju sprawdzają się także w wypadku osób starszych i dzieci, na przykład jako drugie śniadanie w szkole.

— Naszym atutem jest także fakt, że posiadamy zaplecze naukowe w postaci Instytutu Innowacji Przemysłu Mleczarskiego w Mrągowie. Pracuje tam zespół, który zajmuje się całym procesem powstawania nowych produktów: od technologii i opakowania po wydobycie z wyrobów ich prozdrowotnych funkcji — ***przekonywał****.*

Eksport to już niemal 35% sprzedaży

Drugiego dnia targów (24 września) w debacie „Polska marka na świecie. Jak skutecznie wspierać eksport i wzmacniać pozycję polskiej żywności" uczestniczył z kolei Tomasz Trzaska, Dyrektor Eksportu SM Mlekpol.

— Wszystko zaczyna się od mleka. Rocznie skupujemy i przerabiamy ponad 2 mld litrów surowca w 12 zakładach produkcyjnych. Dzięki powtarzalnej, wysokiej jakości produktów jesteśmy obecni nie tylko na rynku polskim, ale także na wielu rynkach zagranicznych. Myślę, że ten rok zamkniemy z eksportem na poziomie 35% wartości sprzedaży — ***zaznaczył****.*

Obecnie Mlekpol eksportuje produkty do krajów Unii Europejskiej i na rynki pozaeuropejskie, m.in.: do Wielkiej Brytanii, USA, na Bałkany, Bliski i Daleki Wschód czy do Afryki Północnej. Strategia handlowa Spółdzielni zakłada zarówno rozwijanie sprzedaży w krajach, w których jej produkty są znane od lat, jak i poszukiwanie nowych kierunków, szczególnie tam, gdzie popyt na wysokiej jakości wyroby mleczarskie rośnie.



Zespół SM Mlekpol podczas targów Polagra 2026

Wśród barier utrudniających polski eksport Tomasz Trzaska wymienił m.in.: wymagania weterynaryjne, cła oraz wahania kursów walut. Zwrócił uwagę, że przy otwieraniu dostępu do nowych rynków szczególnie istotne jest sprawne współdziałanie przedsiębiorstw i administracji.

— Występowanie pod egidą instytucji rządowych, na przykład KOWR, czy informacje pozyskiwane z PAIH – w wielu miejscach otwierają nam drogę i budują naszą wiarygodność. Z tego bardzo często korzystamy. Jednak oczekujemy również wsparcia instytucji państwowych w kwestiach weterynaryjnych na rynkach poza UE oraz zaangażowania władz w uzgadniane świadectw niezbędnych do eksportu — ***podsumował****.*

Tegoroczne targi Polagra odbyły się w dniach 23–25 września w Poznaniu. W ich trakcie Mlekpol został uhonorowany Złotymi Medalami MTP za Łaciate desery i skyry pitne oraz nagrodą Acanthus Aureus za najlepsze stoisko.

Forum Społeczności Mleczarskiej

Naszą strategią jest eksport

Około 30 procent polskiego mleka musi znaleźć nabywcę za granicą. W przeciwnym razie krajowi przetwórcy będą konkurować ceną na własnym rynku, co przyniesie korzyść głównie sieciom handlowym. Tak sytuację sektora podsumował Prezes Zarządu Spółdzielni Mleczarskiej Mlekpol Tadeusz Mroczkowski podczas debaty o strategii polskiego mleczarstwa do 2035 roku na 23. Międzynarodowym Forum Społeczności Mleczarskiej.

Panel „Czy polskie mleczarstwo ma wspólną strategię do 2035 roku? Czy polskie firmy mają sprecyzowane plany strategiczne i wyznaczone kierunki rozwoju?" odbył się w środę 9 września 2026 roku w Białymstoku.

Uczestnicy debaty zastanawiali się między innymi nad tym, czy sektor jest gotowy przejść od strategii opartej na zwiększaniu produkcji do strategii premiującej specjalizację i wartość dodaną oraz czy możliwe jest ograniczenie wewnętrznej konkurencji na rzecz wspólnej silnej pozycji polskich firm mleczarskich na rynkach zagranicznych.

Prezes Mlekpolu w swych wypowiedziach odniósł się przede wszystkim do struktury zagospodarowywania krajowej produkcji mleka.

— Występujące naprzemiennie okresy dobrej i słabszej koniunktury w polskim sektorze mleczarskim to codzienność, z którą po prostu musimy sobie radzić. Polska jest samowystarczalna pod względem ilości mleka, a nadwyżkę – około 30 procent produkcji – musimy przeznaczać na rynki zewnętrzne. Robią to przeważnie największe firmy, w tym Mlekpol. Dlatego też nasza Spółdzielnia konsekwentnie zabiega o dywersyfikację kierunków eksportu i pozyskuje nowych zagranicznych odbiorców. Zdajemy sobie sprawę, że niedostateczny eksport polskiego mleka oznacza rywalizację na rynku krajowym, która skutkuje zaniżaniem cen i na której korzystają przede wszystkim sieci handlowe — **mówił Tadeusz Mroczkowski i dodał:** *— Każdy zarząd ma swoją wizję rozwoju. Mlekpol, jako duża firma, od lat stawia na eksport.*

Prezes Zarządu SM Mlekpol zwrócił także uwagę, że sytuacja na polskim rynku mleka jest rezultatem zjawisk występujących globalnie: na rynkach europejskich i pozaeuropejskich.

Osobnym wątkiem dyskusji była kwestia kosztów energii i realnych możliwości wdrażania celów zrównoważonego rozwoju przez europejskie przetwórstwo mleczne. Tadeusz Mroczkowski zwrócił uwagę, że unijne regulacje powstawały w zupełnie innych warunkach rynkowych niż obecne.



Z mikrofonem: Tadeusz Mroczkowski, Prezes SM Mlekpol

— Unia Europejska nałożyła regulacje środowiskowe w dobie prosperity: taniego gazu i tanich mediów. Dziś widać w tym zakresie diametralne zmiany. Ceny energii mamy bardzo wysokie i realnie nie jesteśmy w stanie konkurować chociażby ze Stanami Zjednoczonymi, które posiadają własny gaz i własne czynniki energetyczne. Dlatego dalsze wdrażanie zasad ESG wypadałoby postawić pod znakiem zapytania. Mamy powołane zespoły, pracujemy nad spełnieniem wymogów, ale sytuacja nie jest prosta. Szumne hasła przegrywają w konfrontacji z rzeczywistością — **mówił Tadeusz Mroczkowski**.

Międzynarodowe Forum Społeczności Mleczarskiej to jedno z największych wydarzeń branży mleczarskiej w Europie Środkowo-Wschodniej. Tegoroczna, 23. edycja odbywa się w Białymstoku w dniach 9–10 września 2026 roku.

Mlekpol „Liderem Inwestycji”

Suwalska Specjalna Strefa Ekonomiczna S.A. obchodzi w tym roku 30-lecie działalności. Jubileuszowa gala, która odbyła się 10 września 2026 roku w Suwałkach, była okazją do podsumowania trzech dekad wspierania przez SSSE S.A. przedsiębiorczości i inwestycji w północno-wschodniej Polsce. Jednym z wyróżnionych przedsiębiorstw została SM Mlekpol, która otrzymała statuetkę „Lider Inwestycji”. Nagrodę odebrała Wiceprezes Zarządu Małgorzata Cebelińska.

Wyróżnienie przyznano za skalę realizowanej przez Mlekpol inwestycji w Grajewie – największego przedsięwzięcia objętego dotychczas wsparciem SSSE S.A. Jej podstawowa wartość wynosi 414 mln zł, a w 2025 roku inwestycja otrzymała decyzję o rekordowym wsparciu w wysokości ponad 160 mln zł. Projekt obejmuje m.in. rozbudowę i modernizację zakładu, automatyzację procesów, rozwój Wydziału Konfekcjonowania Sera, zwiększenie mocy produkcyjnych oraz rozbudowę powierzchni magazynowej.

Jubileusz SSSE S.A. jest również okazją do podsumowania znaczenia Strefy dla gospodarki północno-wschodniej Polski. Od momentu powstania w 1996 roku przedsiębiorcy zainwestowali na jej obszarze ponad 8 mld zł, a dzięki realizowanym przedsięwzięciom powstało i zostało utrzymanych ponad 25 tys. miejsc pracy.



Statuetka „Lider Inwestycji”



Gala 30-lecia Suwalskiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej S.A.

Relacja z targów WOFEX 2026 w Manili

Mlekpol zaprezentował swoją ofertę podczas WOFEX – World Food Expo w Manili. Grajewska Spółdzielnia znalazła się w gronie jedenastu polskich firm na stoisku „Poland Tastes Good" – pierwszym w historii polskim stoisku narodowym na tym rynku, zorganizowanym przez Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa we współpracy z Ministerstwem Rolnictwa i Rozwoju Wsi.

Targi WOFEX odbyły się w terminie 29 lipca – 1 sierpnia 2026 roku. Polskie stoisko narodowe otworzył minister rolnictwa i rozwoju wsi Stefan Krajewski. To największe wydarzenie branży spożywczej, gastronomicznej i HoReCa na Filipinach, co roku gromadzące producentów, importerów, dystrybutorów oraz przedstawicieli handlu i sektora HoReCa z całego regionu ASEAN.

— Azja Południowo-Wschodnia to jeden z bardziej perspektywicznych kierunków w naszej działalności eksportowej. Na Filipinach widać rosnące zainteresowanie wysokiej jakości produktami mlecznymi, a WOFEX był dla nas okazją do bezpośrednich rozmów z importerami i dystrybutorami z całego regionu. Liczymy, że nasza obecność w Manili zaowocuje kolejnymi partnerstwami handlowymi w tej części świata — **mówi Tomasz Trzaska, Dyrektor Handlu Zagranicznego SM Mlekpol**.



Zespół SM Mlekpol w Manili

Obecnie około 30% produkcji Spółdzielni trafia na rynki zagraniczne, a jej wyroby są dostępne w ponad 100 państwach na sześciu kontynentach. W ofercie eksportowej Mlekpolu znajdują się produkty m.in. marek Łaciate i Mlekpol, a także specjalnie stworzone marki Happy Barn i Milcasa.

Mlekpol na targach Vietfood & Beverage 2026

W dniach 6–8 sierpnia 2026 roku Mlekpol uczestniczył w 30. edycji targów Vietfood & Beverage w Ho Chi Minh City – jednego z najważniejszych wydarzeń branży spożywczej w Wietnamie i Azji Południowo-Wschodniej.

Na stoisku „Drop of Excellence", zorganizowanym przez Polską Federację Hodowców Bydła i Producentów Mleka, Mlekpol zaprezentował wybrane produkty ze swojego portfolio. Znalazły się wśród nich mleko UHT marek Łaciate, Happy Barn i Milcasa, śmietanka Łaciata oraz mleczka smakowe UHT Łaciate.

Udział w wydarzeniu był częścią unijnego projektu wspierającego promocję polskiego sektora mleczarskiego na rynkach azjatyckich.



Delegacja SM Mlekpol w Wietnamie

Augustowski Festiwal Biegowy z udziałem Łaciate Team

Setki biegaczy na trasie, sportowe emocje i produkty wspierające regenerację po wysiłku fizycznym – Mlekpol już po raz czwarty objął sponsoringiem Augustowski Festiwal Biegowy. W wydarzeniu wzięła także udział drużyna Łaciate Team, startując w Biegu Charytatywnym oraz w Półmaratonie.

Augustowski Festiwal Biegowy to jedno z ważniejszych sportowych wydarzeń w regionie. W tym roku jego program poszerzono o nowy bieg na 5 km pod nazwą „Necko Nocą".

Mlekpol angażuje się w tę inicjatywę od 2023 roku. Podobnie jak podczas wcześniejszych edycji uczestnicy AFB mogli liczyć na regeneracyjny posiłek złożony z produktów Spółdzielni. W tym celu przygotowano bowiem wysokobiałkowe jogurty z linii Łaciate Protein+, skyry Łaciate oraz mleczka smakowe Łaciate UHT. Zwycięzcy biegów dziecięcych otrzymali ponadto od Mlekpolu plecaki i gadżety marki Łaciate.

— Regularnie wspieramy inicjatywy, które promują aktywny styl życia pośród osób reprezentujących różne grupy wiekowe — od dzieci po seniorów. Augustowski Festiwal Biegowy to doskonała okazja do spędzenia czasu w gronie rodziny i znajomych, w „pięknych okolicznościach przyrody". Dla nas to także szansa na bezpośredni kontakt z konsumentami i budowanie świadomości dotyczącej produktów oraz nowości — **mówi Dorota Grabowska, Dyrektor Marketingu SM Mlekpol i dodaje***: — Nasz Łaciate Team po raz kolejny stanął na starcie, włączając się w to wydarzenie poprzez obecność pracowników i dostawców Spółdzielni. Gratulujemy wszystkim biegaczom wytrwałości i liczymy, że ich grono będzie się stale powiększać.*

Za organizację Augustowskiego Festiwalu Biegowego odpowiada Augustowskie Towarzystwo Pływackie. Impreza od lat ściąga do miasta biegaczy zarówno z regionu, jak i z całej Polski, proponując im rywalizację na kilku dystansach oraz biegi dziecięce. Tegoroczna edycja odbyła się 19 i 20 września 2026 roku. Sprzyjająca pogoda pozwoliła w pełni wykorzystać przygotowane przez organizatorów malownicze trasy, a sam festiwal dostarczył mnóstwa sportowych emocji.



Łaciate Team podczas Augustowskiego Festiwalu Biegowego

Masz Łaciaty? Masz Połatane!

Ruszyła kampania skyrów od Mlekpolu

Pora na lunch? Przekąska w podróży? Napięty kalendarz? Spokojna głowa – z marką Łaciate odpowiedź jest jedna: „Połatane”! Od wakacji realizujemy ogólnopolską kampanię promującę skyr Łaciaty – jogurt pitny typu islandzkiego, który zaspokaja głód dokładnie wtedy, kiedy tego potrzebujesz. Działania marketingowe potrwają do końca roku i obejmą: telewizję, digital, social media, sampling oraz nośniki outdoorowe.

Skyr Łaciaty to gęsty jogurt pitny z aż 23 g białka w butelce (360 g), dostępny w pięciu apetycznych smakach: naturalnym, jagodowym, truskawkowym, mango-marakuja i waniliowym. Kampania „Połatane” zachęca, by produkty wysokobiałkowe na stałe zagościły w naszej diecie – zwłaszcza w formule on-the-go, gdy posiłek trzeba zabrać ze sobą do pracy, na uczelnię, na trening czy w podróż.

Hasło przewodnie wyrasta wprost z DNA marki. „Połatane” nawiązuje bowiem do charakterystycznych łat Łaciatego, ale przede wszystkim oznacza to, co niemal każdy z nas zna z codziennego życia. Połatane? Czyli zrobione, załatwione, problem z głowy! Wystarczy niewielki krok – sięgnięcie po butelkę skyru – tak, aby uzupełnić energię, zaspokoić głód i wrócić do swoich spraw z poczuciem, że wszystko jest pod kontrolą.

— Skyr Łaciaty to produkt, który powstał w odpowiedzi na realne potrzeby konsumentów – coraz częściej szukają oni produktów bogatych w białko, po które można sięgnąć zawsze i wszędzie. Dlatego również formy przekazu dobraliśmy tak, aby jak najlepiej dotrzeć do odbiorcy: jesteśmy w social mediach, w mieście, na ekranach. Pokazujemy, że zdrowy nawyk może być tak prosty jak wrzucenie butelki jogurtu do torby czy plecaka — **mówi Dorota Grabowska, Dyrektor Marketingu.**

Kampania realizowana jest w modelu 360°. Na wstępnym etapie działania prowadzone były w kanałach digital i social mediach oraz koncentrowały się na bezpośrednim kontakcie z produktem, czyli na szeroko zakrojonym samplingu i współpracy ze społecznością testerów Streetcom, którzy jako pierwsi ocenili nowość i podzielili się z innymi swoimi opiniami.

Od 13 lipca marka pojawiała się natomiast w telewizji z billboardami sponsorskimi – na antenach Polsatu i TVN, zaś w kolejnych miesiącach komunikację wzmocnią nośniki outdoorowe (OOH). Istotną rolę odgrywają także twórcy internetowi, którzy pokazują, jak skyr wpisuje się w ich codzienne aktywności i rytuały.

Sercem kampanii w sieci są nowe profile @mampolatane na TikToku i Instagramie oraz strona mampolatane.pl. To właśnie tam publikowane są materiały wideo, wyzwania dla społeczności i relacje z wydarzeń. Marka zachęca odbiorców do dzielenia się własnymi sposobami na „połatanie” dnia i budowanie zdrowych nawyków.





Jak smakuje maślanka?

Nowa kampania od Mlekpolu

Jest orzeźwiająca i lekka, a w smaku – wbrew nazwie – daleko jej do masła! Maślanka Mrągowska rozpoczyna nową, wielokanałową kampanię skierowaną głównie do młodszego pokolenia.

Marka stawia na odważną zmianę narracji, szeroką obecność w internecie i współpracę z influencerami. W pierwszej odsłonie kampanii głos oddano twórcom internetowym, którzy przełamują stereotypy i pokazują maślankę w nowym świetle. Przekaz jest jeden: maślankę pije każdy! Sercem działań był konkurs, który ruszył 6 sierpnia i trwał do 16 września 2026 roku – to właśnie w nim ciekawość zamieniła się w pierwszy łyk.

— Wielu młodym osobom maślanka wciąż kojarzy się z masłem – tymczasem ci, którzy sięgają po nią po raz pierwszy, reagują pozytywnym zaskoczeniem. Dajemy więc konsumentom konkretny pretekst, by spróbowali maślanki, zamieniając ich w testerów smaku. Prosimy o opinię i pytamy, co zaskoczyło ich najbardziej: konsystencja, wartości odżywcze, a może coś zupełnie innego? Za otwartość na nowe czekały nagrody — **tłumaczy Dorota Grabowska, Dyrektor Marketingu i dodaje**: *— Maślanka Mrągowska, dzięki swoim właściwościom, idealnie wpisuje się we współczesne trendy żywieniowe. Może być pożywną przekąską w ciągu dnia, ale także składnikiem sosów, marynat czy deserów. Pokazujemy więc, że proste rozwiązania są na wyciągnięcie ręki.*

Kampania ma charakter wielokanałowy i obejmuje: reklamę telewizyjną w postaci billboardów sponsorskich, kampanie

wideo i display, działania w mediach społecznościowych, m.in. na TikToku i Instagramie. Maślanka Mrągowska pojawi się także w aplikacji zakupowej Listonic i w gazetkach promocyjnych online.

Za koncept kreatywny oraz kompleksową realizację kampanii odpowiada agencja IQ Marketing Sp. z o.o. Planowaniem i zakupem mediów zajął się dom mediowy K2 Precise. Po stronie SM Mlekpol za działania marki odpowiada brand manager Katarzyna Skrodzka.

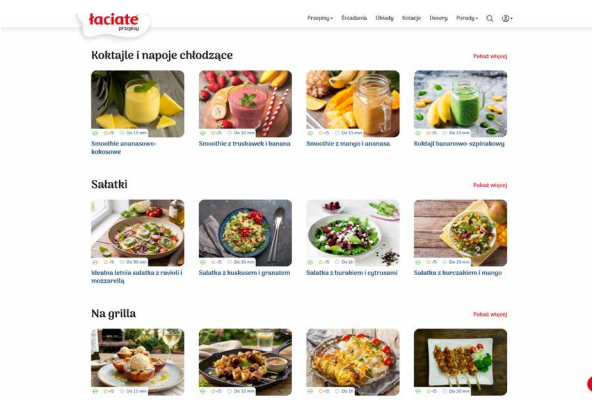
Maślanka Mrągowska jest produkowana w Mrągowie od 1997 roku. Przez blisko trzy dekady przeszła drogę od regionalnego specjału do wyrobu rozpoznawalnego i dostępnego w całej Polsce.



Nowe miejsce z kulinarnymi inspiracjami

Portal najlepszewkuchni.pl zmienia się w laciateprzepisy.pl! Nowa strona to jeszcze więcej propozycji na dania z wykorzystaniem produktów Mlekpolu.

W serwisie laciateprzepisy.pl czeka na Państwa bogaty wybór propozycji na śniadania, obiady, kolacje, a także wiele przepisów na wypieki i desery. Są tu również szybkie i proste dania dla tych, którzy na gotowanie mają niewiele czasu. W recepturach wykorzystano produkty Mlekpolu, a także różnorodne składniki, dzięki czemu każdy znajdzie coś odpowiadającego indywidualnym upodobaniom.



BIO GEN
BIOLider
NATURALNIE Z BIO-GEN

Utylizator nieczystości

BIOSAN®
KZ 2000



Wydajna i zdrowa hodowla krów

- Wspiera zdrowie zwierząt
- Ogranicza przykre zapachy
- Obniża zawartość siarkowodoru i amoniaku w obiektach
- Wspomaga i przyśpiesza utylizację gnojówki i obornika

POLSKI PRODUCENT
www.bio-gen.pl

Produkt dostępny w Zakładach Zaopatrzenia Rolnictwa SM MLEKPOL:

BYDGOSZCZ ul. Niklowa 4 tel. 52 582 72 30
DĄBROWA BIAŁOSTOCKA ul. 3 Maja 39 tel. 665 327 393
EŁK ul. Mickiewicza 41 tel. 87 621 56 30
GRAJEWO ul. Elewatorska 26 tel. 86 273 05 12
KOLNO ul. Towarowa 9 tel. 502 897 577
MĘŻENIN Mężenin 69 tel. 86 270 10 05
MRĄGOWO ul. Kormoranów 5 tel. 89 741 97 80
RUTKA TARTAK ul. Górna 7 tel. 668 810 007
SOKÓŁKA ul. Głowackiego 48 tel. 733 033 496
STAWISKI ul. Cedrowska 15 tel. 86 2785517; 86 278 53 83
SUWAŁKI ul. Wojska Polskiego 110 C tel. 87 564 23 04
ZAMBRÓW ul. Polowa 8 tel. 86 270 85 29
ZWOLEŃ ul. Puławska 88 tel. 48 332 53 93

Mlekpol ponownie w „Doradcy Smaku”

Jesienną odsłonę programu prowadzi Michel Moran, znany widzom m.in. z „MasterChefa”. Od poniedziałku do czwartku o godz. 11.20 na antenie TVN ten znany i lubiany kucharz prezentuje szybkie i nowoczesne przepisy z wykorzystaniem produktów SM Mlekpol.

Wśród jesiennych propozycji znalazły się m.in.: tarta z pieczoną dynią i tymiankiem, wrapy z chrupiącym dorszem, indyk w sosie śmietanowo-musztardowym, zapiekanka rybna, sałatka z kurczakiem czy pieczone placuszki twarogowo-jabłkowe. W kolejnych tygodniach widzowie zobaczą także m.in. strudel z waniliowym twarogiem i wiśniami, zupę trzy sery czy maślane ciasto z brzoskwiniami i żurawiną.

To jednak nie koniec telewizyjnej obecności produktów Spółdzielni. W ramach współpracy Mlekpol pojawi się również w „Dzień Dobry TVN”. Pierwsze zaplanowane lokowanie odbędzie się 4 listopada, a kolejne w następnych dniach listopada i w grudniu.



Dobry zbiór to pierwszy krok do dobrej kiszonki

Kiszonka z kukurydzy jest jednym z najważniejszych komponentów dawek pokarmowych dla krów mlecznych. Jej jakość wpływa na wartość pokarmową dawki, pobranie paszy i możliwości produkcyjne stada. O jej wartości decydują nie tylko odmiana i przebieg wegetacji, ale również właściwy termin zbioru, jakość cięcia i prawidłowe zakiszanie.

Najważniejszy jest właściwy termin

W przypadku kukurydzy przeznaczonej na kiszonkę za optymalny zakres przyjmuje się około 32–35% suchej masy całej rośliny. Zbyt wczesny zbiór oznacza większą zawartość wody i ryzyko strat składników pokarmowych wraz z wyciekającymi sokami. Z kolei zbyt późny zbiór utrudnia dobre zagęszczenie masy i zwiększa ryzyko pozostawania w niej powietrza.

Pomocna jest obserwacja ziarna i tzw. linii mlecznej, jednak najpewniejszą informację daje oznaczenie suchej masy całej rośliny. Badanie warto wykonać możliwie blisko planowanego terminu koszenia, szczególnie w końcowej fazie dojrzewania.

Jakość cięcia ma znaczenie

Długość cięcia powinna być dostosowana do zawartości suchej masy i późniejszego wykorzystania kiszonki w dawce. Zbyt długie cząstki mogą utrudniać zagęszczenie, natomiast nadmierne rozdrobnienie ograniczać strukturę fizyczną paszy.

Ważne jest również odpowiednie rozdrobnienie ziarna. Kukurydza jest ważnym źródłem skrobi, dlatego ziarniaki powinny być skutecznie uszkodzone. Podczas zbioru warto regularnie kontrolować materiał opuszczający sieczkarnię. Obecność całych lub częściowo uszkodzonych ziaren może wskazywać na konieczność korekty ustawień urządzenia.

Od sieczkarni do silosu

Nawet dobrze zebrana kukurydza może stracić swoją wartość, jeśli niewłaściwie przebiegnie proces zakiszania. Kluczowe jest możliwie szybkie usunięcie powietrza z masy. Kukurydzę należy rozprowadzać cienkimi warstwami i systematycznie ugniatać, a tempo pracy dostosować do możliwości transportu i zagęszczania.
Po zakończeniu napełniania silos powinien zostać szczelnie zabezpieczony przed dostępem powietrza. To jeden z podstawowych warunków zachowania wartości przygotowanej paszy.

Dobra kiszonka zaczyna się od analizy

Wygląd, zapach czy struktura kiszonki mogą być pomocne w jej ocenie, ale nie określają jej rzeczywistej wartości pokarmowej. Dlatego po rozpoczęciu skarmiania nowej partii warto wykonać analizę laboratoryjną.

Badanie pozwala określić m.in. zawartość suchej masy, białka, włókna i skrobi oraz parametry związane z jakością zakiszania. Wyniki są ważne w żywieniu krów – różnice w zawartości składników pokarmowych mogą wymagać korekty dawki.

Analiza kiszonki to nie tylko ocena jakości paszy, ale informacja potrzebna do prawidłowego żywienia stada.

PFHBiPM – od pola do stołu paszowego

Przygotowanie dobrej kiszonki to proces, który zaczyna się jeszcze przed zbiorem. W ramach Akcji Kukurydza PFHBiPM hodowca może określić właściwy moment koszenia poprzez oznaczenie suchej masy świeżej kukurydzy. To szczególnie przydatne, gdy na podstawie obserwacji roślin trudno jednoznacznie ocenić ich dojrzałość.

Kolejnym krokiem może być analiza kiszonki w laboratoriach PFHBiPM. Uzyskane wyniki pokazują rzeczywistą wartość pokarmową i jakość paszy, a doradca żywieniowy może pomóc w jej właściwym wykorzystaniu w dawce.

Warto pamiętać, że dobry plon nie zawsze oznacza dobrą kiszonkę. O jej wartości decydują m.in. termin zbioru, zawartość suchej masy, jakość cięcia i rozdrobnienia ziarna, prawidłowe zagęszczenie oraz warunki przechowywania.

Dobra kiszonka zaczyna się na polu, a analiza i doradztwo pozwalają lepiej wykorzystać jej potencjał.



Maria Olszewska

Polska Federacja Hodowców Bydła i Producentów Mleka

POLSKA FEDERACJA
HODOWCÓW BYDŁA
I PRODUCENTÓW MLEKA

Gramy do jednej bramki

Ponad 130 hektarów ziemi, 250 sztuk bydła i przeszło milion litrów mleka produkowanego rocznie – gospodarstwo Państwa Kuczyńskich ze wsi Miecze przeszło w ostatnich latach dużą zmianę. O swojej codziennej pracy, wyzwaniach, jakie niesie dziś produkcja mleka oraz o tym, dlaczego mimo trudnych czasów warto pamiętać, że „wszystko [jest] z mleka" – opowiada Ewelina Kuczyńska.



Rodzina Państwa Kuczyńskich

Proszę opowiedzieć krótko o Państwa gospodarstwie – od ilu pokoleń jest w rodzinie? Ile hektarów obejmuje? Ile krów liczy obecnie stado i jak wygląda jego struktura?

Gospodarstwo przejęliśmy z mężem w 2019 roku od moich rodziców. Jesteśmy już czwartym pokoleniem pod adresem Miecze 34. Zaczęło się od mojego pradziadka i nieprzerwanie trwa tak do dziś. Od rodziców przejęliśmy 88 sztuk całego stada i około 46 ha ziemi. We wrześniu 2019 roku udało się dokupić 13,5 ha. Obecnie wraz z dzierżawami uprawiamy około 130 ha ziemi i utrzymujemy 250 sztuk bydła, z czego 118 sztuk to krowy dojne, a reszta to jałówki. Jeszcze do zeszłego roku utrzymywaliśmy do 40 sztuk byków, ale zabrakło już budynków i miejsca dla jałówek, więc ostatnie dorosłe sztuki sprzedaliśmy w listopadzie 2025 roku. Jeżeli chodzi o zasiewy, to rocznie mamy ok. 35 ha kukurydzy na kiszonkę, do 10 ha zbóż, pozostałe 85 ha to trawy.

Jak wygląda codzienna praca na gospodarstwie i kto jest w nią zaangażowany?

Na co dzień w gospodarstwie pracują trzy osoby: mój mąż Wojtek, ja i mój tato Remigiusz. Mama Elżbieta pomaga w prowadzeniu domu, przy opiece nad dziećmi i jest naszym centrum logistycznym. Zawozi dzieci do szkoły oraz na zajęcia dodatkowe, dzięki czemu możemy z mężem zająć się hodowlą i pracą w polu. Tato pomaga w codziennych oporządkach przy ścieleniu, sprzątaniu w kojcach, karmieniu cielaczków.

Mąż każdy dzień zaczyna od karmienia krów i jałówek (dziennie około 5 paszowozów plus suchy TMR raz w tygodniu), a później robi to, co akurat jest najpilniejsze (naprawa maszyn, sprzątanie dużych kojców u jałówek, które stoją na głębokiej ściółce). Organizacja prac polowych także należy głównie do męża. Wojtek stara się każdy dzień zaplanować wcześniej. Ja zajmuję się wszelaką „papierologią", odchowem cieląt, pilnuję rozrodu, genetyki, wycieleń, zasuszeń, ustalania dawek żywieniowych dla poszczególnych grup, profilaktyki i leczenia zwierząt, współpracuję z weterynarzem. Mąż śmieje się ze mnie, że jestem „Starszym Oborowym".

Każdy ma swoje obowiązki, ale główna zasada jest taka, że mąż pomaga mi przy bydle, a ja pomagam mężowi w polu. Jeżeli jest sezon na koszenie traw, kukurydzy czy żniwa, siadamy w ciągniki i razem ruszamy do pracy. Podobnie, gdy potrzebna jest mi pomoc przy obsłudze bydła – idziemy wspólnie z Wojtkiem do obory. Staramy się pomagać sobie nawzajem, bo przecież gramy do jednej bramki.

Co w prowadzeniu gospodarstwa mlecznego jest dziś największym wyzwaniem?

Brak stabilności. Nawet jeżeli cena mleka jest wyższa, to ceny paliw, pasz, energii i wszelakich towarów związanych z produkcją bardzo rosną. Trudno jest zaplanować rozwój gospodarstwa, bo nikt nie jest w stanie przewidzieć, jak sytuacja ukształtuje się za miesiąc czy dwa.

Najbardziej uciążliwe są niespodziewane wydatki, które wiążą się z dodatkowym obciążeniem finansowym. Przykładowo w tym roku spalił się nasz 100-konny ciągnik, więc na szybko trzeba było kupić inny. Trzy miesiące później spłonęło nam 100 bel słomy. Myślę, że każdy rolnik lub inny przedsiębiorca miał taki czas, gdy zastanawiał się, kto lub co próbuje sprawdzić, ile człowiek jest w stanie wytrzymać.

Przez te 7 lat prowadzenia gospodarstwa działo się naprawdę dużo dobrego i – niestety – złego. Na wiele rzeczy nie mamy wpływu, mimo że wszystko starannie planujemy i dajemy z siebie wszystko. Mój tato, przekazując mi gospodarstwo, powiedział bardzo ważne słowa, które utkwiły mi w pamięci: „Dziecko, doiłem krowy przez 40 lat, raz było lepiej, raz gorzej. Było różnie. Był czas na inwestycje, był czas, gdy trzeba było po prostu przetrwać, ale każda z was (mam jeszcze dwie siostry) skończyła studia, macie gdzie mieszkać, macie czym jeździć, my też. I to wszystko z mleka". I gdy w rolnictwie nie najlepiej się dzieje, tak jak w ostatnich miesiącach, cały czas sobie to powtarzam.

W 2019 roku przejęliście Państwo prowadzenie gospodarstwa. Co od tego czasu udało się Wam najbardziej rozwinąć?

Naszą największą jak dotąd inwestycją było postawienie obory wolnostanowiskowej z automatycznym systemem doju. W rezultacie przeszliśmy z obory uwięziowej na 70 sztuk, gdzie doiliśmy dojarką przewodową, na dój automatyczny. Obecnie posiadamy dwa roboty Lely Astronaut A5. Dodatkowo udało nam się kupić roboty do podgarniania paszy i sprzątania rusztów. W zeszłym roku osiągnęliśmy jeden z upragnionych celów – przekroczyliśmy 1 mln litrów sprzedanego mleka za cały 2025 rok. Ponadto od niedawna zaczęliśmy genomowanie stada i ku naszemu zaskoczeniu, efekt jest lepszy, niż się spodziewałam. Cieszę się, że udaje nam się rozwijać stado nie tylko ilościowo, ale też pod względem hodowlanym.

Jakie znaczenie mają dziś technologie i automatyzacja w prowadzeniu gospodarstwa?

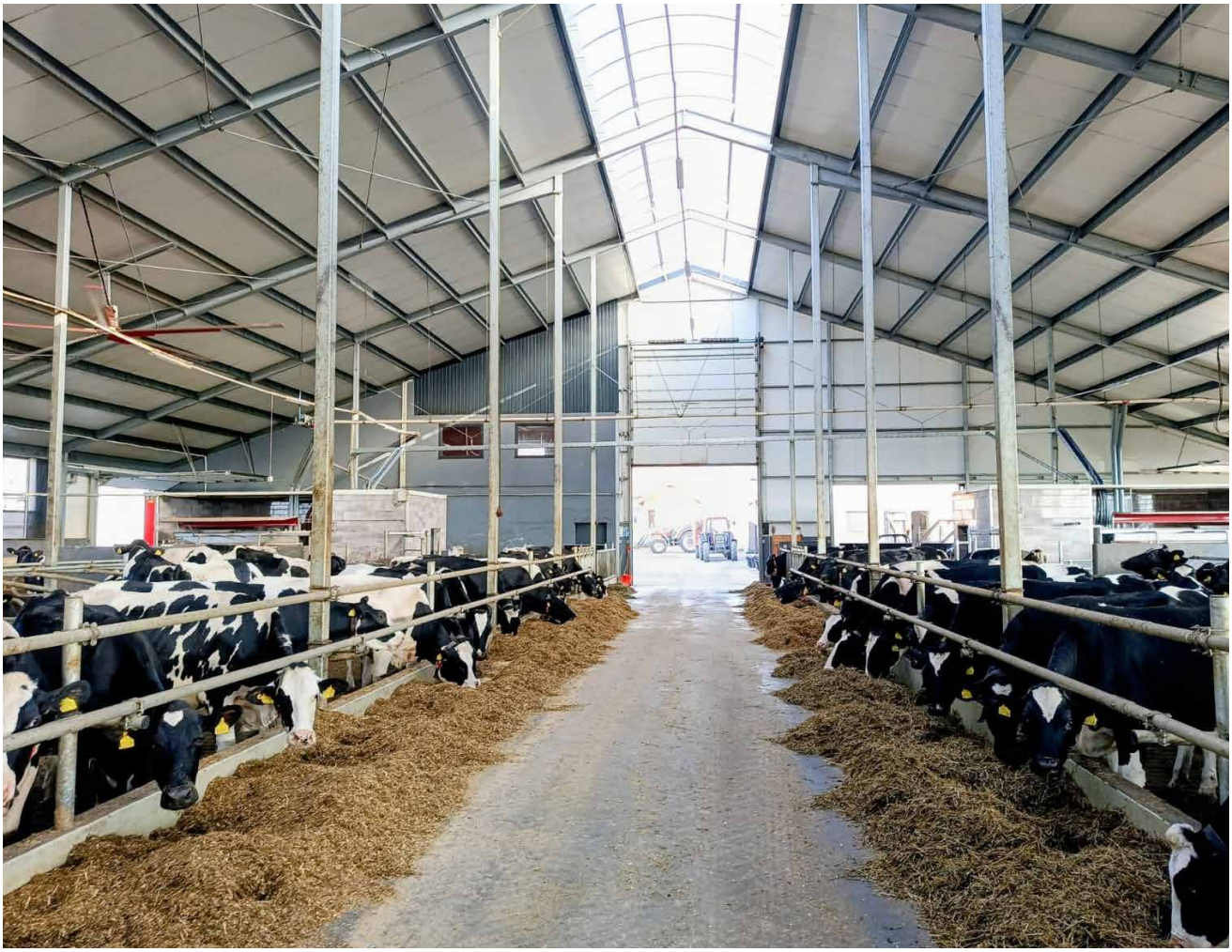
Technologie i automatyzacja w rolnictwie to najlepsze, co można było wymyślić. System zarządzania stadem, mówiąc kolokwialnie, robi naprawdę kawał dobrej roboty. Pomaga monitorować zdrowotność stada, kontrolować dawkę żywieniową, przypomina o zasuszeniach, wycieleniach. Często jest tak, że wzywam weterynarza, nawet nie widząc chorej krowy, bo system natychmiast daje znać, że na przykład dostała gorączki, nie je, nie przeżuwa, jest w rui. Bez tego jednej osobie trudno byłoby wyłapać to wszystko i dopilnować wszystkiego, jak należy.

Automatyzacja doju pozwala z kolei zaoszczędzić sporo czasu, co ma szczególne znaczenie, gdy zwiększa się obsadę. Siłą rzeczy jest wtedy więcej pracy poza dojeniem plus dodatkowe hektary upraw, którymi trzeba się zająć. Zabrakłoby nam doby, gdyby poza tymi zajęciami doszło jeszcze dojenie.

Marzy nam się także automatyczny system żywienia Lely Vector. Ułatwiłby nam pracę i zaoszczędził dużo czasu. Ale na wszystko przyjdzie pora. Może wyższa cena mleka w skupie pomoże nam w realizacji marzeń.

Jak wygląda Wasza współpraca z Mlekpolem i co jest dla Was w niej najważniejsze?

Z Mlekpolem nasze gospodarstwo jest związane już od ponad 40 lat. Rodzice zaczęli sprzedawać mleko do Grajewa, a my z mężem to kontynuujemy. Śmieję się, że to już taka nasza rodzinna tradycja. Najbardziej w naszej współpracy doceniam to, że z żadnym problemem nigdy nie zostaliśmy sami i w każdej sytuacji mogliśmy liczyć na pomoc w jego rozwiązaniu.



Kurczak smażony w cydrze



Jesień to idealny czas na aromatyczne, sycące dania. Soczysta pierś z kurczaka, kasza gryczana, słodycz jabłek i aksamitny sos na bazie Łaciatego masła oraz Łaciatej śmietanki i cydru stanowią połączenie, które przypadnie do gustu miłośnikom pożywnych obiadów.

Składniki:

- 2 piersi z kurczaka
- 1 cebula
- 1 jabłko
- 1 ząbek czosnku
- 1 szklanka mąki pszennej
- ⅓ łyżeczki czarnego pieprzu
- 1 łyżeczka oliwy
- ⅓ łyżeczki tymianku
- ⅓ łyżeczki mielonego ziela angielskiego
- 200 ml cydru jabłkowego
- 100 ml śmietanki UHT Łaciatej 18%
- 200 g kaszy gryczanej
- 400 ml wody
- ¼ kostki masła Łaciatego
- 1 łyżka i ½ łyżeczki soli
- ½ łyżeczki pieprzu
- ½ pęczka pietruszki

Przygotowanie:

Krok 1.

Do garnka wlej wodę, posól i wsyp kaszę. Gotuj pod przykryciem, aż kasza wchłonie całą wodę. Po ugotowaniu do kaszy dodaj masło Łaciate i dokładnie wymieszaj.

łaciate® przepisy

Krok 2.

Do miski wsyp mąkę, sól, pieprz oraz tymianek. Kurczaka pokrój w paseczki (jeśli jest mokry, należy go osuszyć ręcznikiem papierowym). Wrzuć pokrojonego kurczaka do miski. Każdy kawałek obtocz w mące z przyprawami. Na patelni rozgrzej olej i wyłóż kurczaka, smaż. Gotowego kurczaka przełóż na talerz.

Krok 3.

Cebulę pokrój na kawałki, a czosnek drobno posiekaj. Jabłek nie obieraj, tylko pokrój na ćwiartki. Na tej samej patelni, na której smażyłeś kurczaka, podsmaż cebulę i jabłka. Po 4 minutach dolej cydr. Przypraw solą i pieprzem oraz mielonym zielem angielskim. Chwilę duś. Dolej śmietankę UHT Łaciatą 18%, następnie gotuj przez 3-4 minuty. Wrzuć kurczaka i delikatnie wymieszaj.

Krok 4.

Na talerz wyłóż kaszę, nałóż kurczaka z sosem i posyp posiekaną pietruszką. Całość dopraw czarnym pieprzem.

Smacznego!

Zupa dyniowa z morelami



łaciate przepisy

Jesień to idealny czas na rozgrzewające zupy. Tym razem klasyczna dynia zyskuje nieco bardziej wyrazisty charakter dzięki słodkim morelom, aromatycznym przyprawom i delikatnej śmietance Łaciatej. Całości dopełniają chrupiące migdały oraz grzanki z serkiem śmietankowym Łaciatym i karmelizowanymi morelami. To połączenie kremowej konsystencji, korzennych nut i owocowej słodyczy, które doskonale sprawdzi się na jesienny obiad.

Składniki:

- 600 g dyni hokkaido
- 200 g moreli
- 4 ziemniaki
- 1 cebula
- 2 ząbki czosnku
- 1,5 l bulionu warzywnego
- 1 szczypta mielonego cynamonu
- ½ łyżeczki mielonej gałki muszkatołowej
- 1 szczypta kurkumy
- 100 g serka śmietankowego Łaciatego naturalnego
- 200 ml śmietanki UHT Łaciatej 12%
- 4 kromki pieczywa
- olej
- prażone płatki migdałów

Przygotowanie:

Krok 1.

Dynię, ziemniaki, cebulę i czosnek pokrój na mniejsze kawałki. Usmaż w nagrzanym garnku z odrobiną oleju, zaczynając od cebuli i czosnku. Następnie dodaj dynię i przyprawy ją kurkumą. Dodaj ziemniaki, przesmaż chwilę, a potem zalej wszystko bulionem tak, aby było go trochę więcej niż warzyw.

Krok 2.

Do zupy dodaj większość moreli i doprowadź do wrzenia. Gotuj na średnim ogniu, aż warzywa zmiękną.

Krok 3.

Gotową zupę zblenduj, aż do powstania konsystencji zupy krem. Dopraw gałką muszkatołową. Dodaj śmietankę Łaciatą i wymieszaj.

Krok 4.

Na patelni grillowej przygotuj grzanki. Pozostałe morele usmaż na patelni i dopraw mielonym cynamonem. Morele polej odrobiną syropu, w którym były przechowywane i krótko skarmelizuj.

Krok 5.

Grzanki posmaruj obficie serkiem śmietankowym Łaciatym, a następnie nałóż na nie karmelizowane morele.

Krok 6.

Zupę podawaj z prażonymi płatkami migdałów oraz grzankami.

Smacznego!

Jesienna Krzyżówka





Hasło:

1	2	3	4	5	6



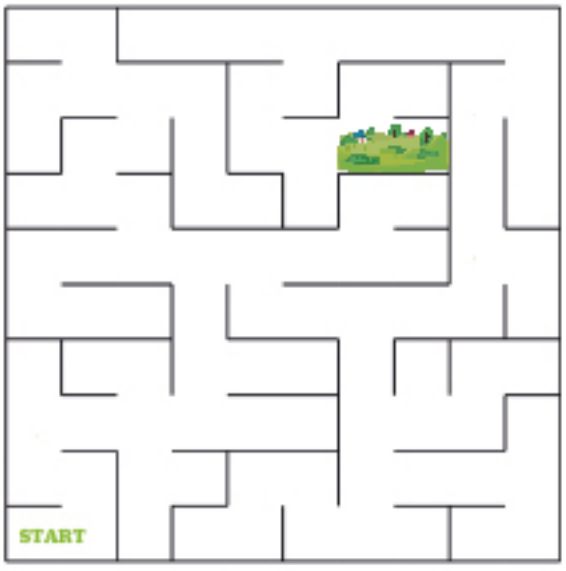
Poziomo

2. Spada z chmur i często pojawia się jesienią.
3. Brązowy owoc dębu, który można znaleźć w lesie.
4. Spada z drzewa jesienią i może być żółty, czerwony lub brązowy.

Pionowo

1. Rośnie na jabłoni, może być czerwone, zielone albo żółte.
5. Miesiąc, który przychodzi po wrześniu.
6. Leśne zwierzę z porożem.





Pomóż jesiennej krówce dotrzeć do pastwiska!



Jesienny lampion ze słoika

Jesienne wieczory są coraz dłuższe, dlatego warto stworzyć własną, kolorową dekorację, która doda wnętrzu ciepłego i przytulnego klimatu. Zwykły szklany słoik można w prosty sposób zamienić w piękny lampion. To kreatywne DIY, które dzieci mogą wykonać, wykorzystując jesienne kolory i motywy.



Potrzebujesz:

- małego i czystego słoika
- kolorowych liści lub papierowych listków
- kleju typu wikol lub kleju do prac plastycznych
- pędzelka
- kawałka sznurka lub wstążki
- małej lampki LED na baterie
- opcjonalnie: farbek, brokatu lub naklejek

Sposób wykonania:

Najpierw dokładnie umyj i osusz słoik, a następnie przygotuj jesienne ozdoby – możesz wykorzystać prawdziwe liście albo wyciąć z kolorowego papieru listki, dynie czy żołędzie. Za pomocą pędzelka nałóż cienką warstwę kleju na wybrane miejsca słoika i przyklej przygotowane dekoracje, tworząc własny jesienny wzór. Na szyjce słoika możesz zawiązać sznurek lub kolorową wstążkę i dodać dodatkowe ozdoby. Na koniec włóż do środka małą lampkę LED na baterie. Nie używaj prawdziwej świeczki, ponieważ słoik jest wykonany z materiałów dekoracyjnych.

Gotowe!

Jesienne drzewko z odcisków palca

Kolorowe jesienne drzewa można stworzyć własnymi rękami! To prosta praca plastyczna, do której potrzebujesz tylko kilku rzeczy.



Potrzebujesz:

- kartki
- brązowej farby
- farb w kolorach czerwonym, żółtym i pomarańczowy
- pędzelka

Sposób wykonania:

Na kartce namaluj brązową farbą pień i gałęzie drzewa. Następnie zamocz palec w kolorowych farbach i odbijaj go na gałęziach, tworząc jesienne liście. Możesz używać różnych kolorów, aby drzewko było jeszcze bardziej kolorowe.











MLEKPOL®

Spółdzielnia Mleczarska Mlekpol w Grajewie
ul. Elewatorska 13, 19-203 Grajewo
tel: +48 (86) 273 04 00

TECHNIK TOOLS

WWW.TECHNIKTOOLS.PL

MASZ ROBOTĘ? MY MAMY NARZĘDZIA

Milwaukee · makita · JONNESWAY PROFESSIONAL TOOLS SERIES · HiKOKI HIGH PERFORMANCE POWER TOOLS · metabo PROFESSIONAL POWER TOOL SOLUTIONS · AIRPRESS · Sherman · caramba · YATO

- ELEKTRONARZĘDZIA
- NARZĘDZIA RĘCZNE
- PNEUMATYKA
- SPAWALNICTWO
- ARTYKUŁY BHP
- CHEMIA TECHNICZNA
- WYPOSAŻENIE WARSZTATÓW
- NARZĘDZIA OGRODOWE

(WYSYŁKA W CAŁEJ POLSCE)

SUPER OFERTA



950-*

SMAROWNICA
M18GG-0



750-*

PIŁA SZABLASTA
M18FSZ-0



620-*

DMUCHAWA
M18FBLG3-0



1299-*

KLUCZ UDAROWY
M18 FHIW2F12-0

*CENA BRUTTO NA HASŁO „MLEKPOL"

KUPUJESZ U AUTORYZOWANEGO DYSTRYBUTORA MILWAUKEE WIĘC MASZ ZAPEWNIONE 3 LATA GWARANCJI

TECHNIK TOOLS SP ZOO
AL. LEGIONÓW 141 D
18-400 ŁOMŻA

TEL. 534 364 906
606 823 984
E-MAIL: SKLEP@TECHNIKTOOLS.PL

ZAMAWIAJĄC NA STRONIE WWW.TECHNIKTOOLS.PL WPISZ KOD RABATOWY: MLEKPOL
OTRZYMASZ RABAT NA CAŁE ZAKUPY