

POLSKA TO JABŁKA

poland means apples

JESTEŚMY ŚWIATOWĄ POTĘGĄ W ZBIORACH I EKSPORCIE JABŁEK. TO POWÓD DO DUMY, ALE I WYZWANIE. ■ WE ARE THE WORLD LEADER IN HARVESTING AND EXPORTING APPLES. THIS IS CERTAINLY SOMETHING TO BE PROUD OF, BUT STAYING THERE IS ALSO A GREAT CHALLENGE.

TEKST | BY MIROSLAW KONKEL

Kiedy w roku 1948 leciałem niedużym samolotem śmigłowym do Polski, rzuciłem przez okienko jabłko, które mi zostało z deseru. Często zastanawiam się nad tym, gdzie upadło, co się stało z tym jabłkiem” – zapisał w swoim dzienniku hiszpański malarz Pablo Picasso. Być może ktoś owoc ten podniósł z ziemi, umył i zjadł ze smakiem. Bo w latach 40. i 50. XX w. jabłko w naszym kraju było rarytasem, nawet wśród mieszkańców wsi. Kto mógł wtedy przypuszczać, że staniemy się europejską, ba! – światową potęgą w produkcji i eksporcie jabłek?

RENETA KONTRA GALA I FUJI

W 2014 r. w Polsce zebrano 3,2 mln ton jabłek, w 2015 – 4 mln ton, a obecny sezon ma się zakończyć wynikiem 3,5 mln ton. Popyt wewnętrzny nie jest w stanie wchłonąć takiej ilości. Dlatego dużą część produkcji już niemal od sadzonki prowadzi się z myślą o rynkach zagranicznych, czego nie zmieniło nawet wprowadzone dwa lata temu przez Moskwę embargo. Wielu sadowników w rosyjskich sankcjach widzi wręcz szansę. Nie próżnują, szukając nowych, chłonnych kierunków zbytu. Serce rośnie na wieść o setkach kontenerowców, które z naszymi jabłkami płyną do tak odległych krajów jak Egipt, Arabia Saudyjska czy – od tego roku – Chiny. Dużo sobie też obiecujemy po rozmowach z kontrahentami z Wietnamu. Warto również wspomnieć o dostawach do Włoch, Francji i Wielkiej Brytanii.

Gdzie jeszcze można kupić polskie jabłka? *Na Dalekim Wschodzie – Singapur, Hongkong czy Indie. Na zachodzie – Kanada. Na południu – Senegal, Gabon. Na północy z kolei to Norwegia. Z bliższych miejsc w Europie to Czechy, Rumunia, Bułgaria* – w rozmowie z portalem PolandWeek wymienia Roman Jagieliński, były wicepremier i minister rolnictwa, założyciel Grupy

“I was flying a propeller plane to Poland in 1948, when I threw an apple left over from dessert out of the window. I often wonder where it landed and what happened to it”, Spanish painter Pablo Picasso wrote in his diary. Perhaps someone picked the fruit up, washed it and ate it. In the 1940s and 1950s, apples were a rarity in Poland, even in the countryside. Who would have thought that we would one day become a European, and even international, powerhouse in cultivating and exporting apples?

THE RENNET VS GALA AND FUJI

Some 3.2 million tonnes of apples were picked in Poland in 2014. In 2015, it was 4 million tonnes, and this season's harvest is expected to reach 3.5 million tonnes. Internal demand is incapable of consuming these sorts of quantities. That is why a large portion is destined for foreign markets right from the seedling. The Russian embargo has not affected this trend in the slightest. Many orchardists even see the Russian sanctions as an opportunity. They have not been idle, but keep looking for new, absorbent markets. The news of hundreds of containers filled with our apples sailing to distant countries such as Egypt, Saudi Arabia and – as of this year – China, are a source of pride and joy. Talks with prospective purchasers from Vietnam are also promising. Apart from these faraway destinations, Polish apples are being exported to Italy, France and the UK.

Where else are they available? “In the Far East i.e. Singapore, Hong Kong and India. Canada in the West. Senegal and Gabon in the South. Norway in the North. Within Europe, Polish apples are exported to the Czech Republic, Romania and Bulgaria”, says Roman Jagieliński, former Deputy Prime Minister and Agriculture Minister, founder of the Roja Group of

Chcę być lekarzem
Maja, 7 lat

I want to be a doctor
Maja, age 7



Na lepsze jutro
For a better tomorrow



Obligacje Oszczędnościowe
najlepsza inwestycja w przyszłość.

+ Prostota i przejrzystość:

stała cena zakupu, bez limitów,
ukrytych opłat i prowizji.

+ Bezpieczeństwo:

wykup obligacji oszczędnościowych
jest gwarantowany przez Skarb Państwa.

+ Elastyczność:

sam decyduj, jak długo oszczędzasz
i osiągasz realne zyski.

Savings bonds
investment for the future.

+ Simplicity and transparency:

fixed prices, no limits, hidden fees
or commissions.

+ Security:

the State Treasury guarantees
the savings bonds will be redeemed.

+ Flexibility:

you decide how long you save.
Achieve real profits.



MINISTERSTWO FINANSÓW
**OBLIGACJE
SKARBOWE**

Dowiedz się więcej na \ To learn more go to:

www.obligacjeskarbowe.pl

Infolinia \ Hotline: 801 310 210

+48 815 35 66 55



Producentów Owoców Roja. A Mirosław Maliszewski, prezes Związku Sadowników RP, dodaje, że szczególnie obiecującym rynkiem wydaje się Azja. Chińczycy – podkreśla – gotowi są kupić nawet 100 tys. ton owoców, jeśli będą spełniały ich wyśrubowane standardy jakości. Optymistą jest również Eberhard Makosz, przewodniczący Towarzystwa Rozwoju Sadów Karłowych. Jak przewiduje, eksport jabłek może wzrosnąć nawet do 1,2 mln ton, czyli do poziomu sprzed 2014 r. Wiąże się to jednak – wskazuje ekspert – z koniecznością spełnienia kilku warunków. Po pierwsze, ofertę handlową należy dostosować do zapotrzebowania na danym rynku. Po drugie, trzeba natychmiast reagować na zamówienia składane przez zagranicznych kontrahentów. Po trzecie, jakość owoców musi być naprawdę dobra.

Odmianą o największym potencjale eksportowym jest gala – dzięki atrakcyjnemu wyglądowi (mocno prążkowane zabarwienie) i wysokim walorom smakowym. Za granicą chętnie kupowane są także idaredy, championy, jonagoldy i kilka ich mutantów. Wśród ja-

Fruit Producers, in an interview with the PolandWeek portal. Mirosław Maliszewski, President of the Polish Union of Orchardists, adds that Asia seems to be a very promising market. The Chinese, he argues, are willing to purchase up to 100,000 tonnes of fruit provided they meet their strict quality standards. Eberhard Makosz, Chairman of the Society for the Development of Dwarf Orchards, is equally optimistic. According to some estimates, apple exports could increase by as much as 1.2 million tonnes i.e. to the levels recorded prior to 2014. However, he claims that this presupposes that several conditions are met. Firstly, whatever we offer has to be tailored to the needs of the given market. Secondly, orders placed by foreign purchasers have to be responded to instantly. Thirdly, the quality of the fruit must be very high.

The variety with the greatest export potential is the Gala, which owes its popularity to its attractive appearance (stripy colouring) and excellent taste. Other varieties popular abroad include the Idared, Champion, Jonagold, and a few mutants. The Mutsu is the

CORAZ WIĘCEJ STARYCH ODMIAN – KRÓLOWA RENET, SZTETYNA ZIELONA, A TAKŻE ANANAS BERŻENICKI, MALINÓWKA, KOSZTELA, KRONSELKA – PODBIJA POLSKIE SADY EKOLOGICZNE.
MORE AND MORE OLD CULTIVARS LIKE QUEEN OF ALL RENNETS – SZTETYNA ZIELONA, BERŻNIK ANANAS, MALINÓWKA, KOSZTELA, AND KRONSELKA, ARE CULTIVATED IN POLISH ORGANIC ORCHARDS.

blek o zielonej skórce popularnością cieszy się mutsu. A gatunek szczególnie pożądanym w Europie to fuji.

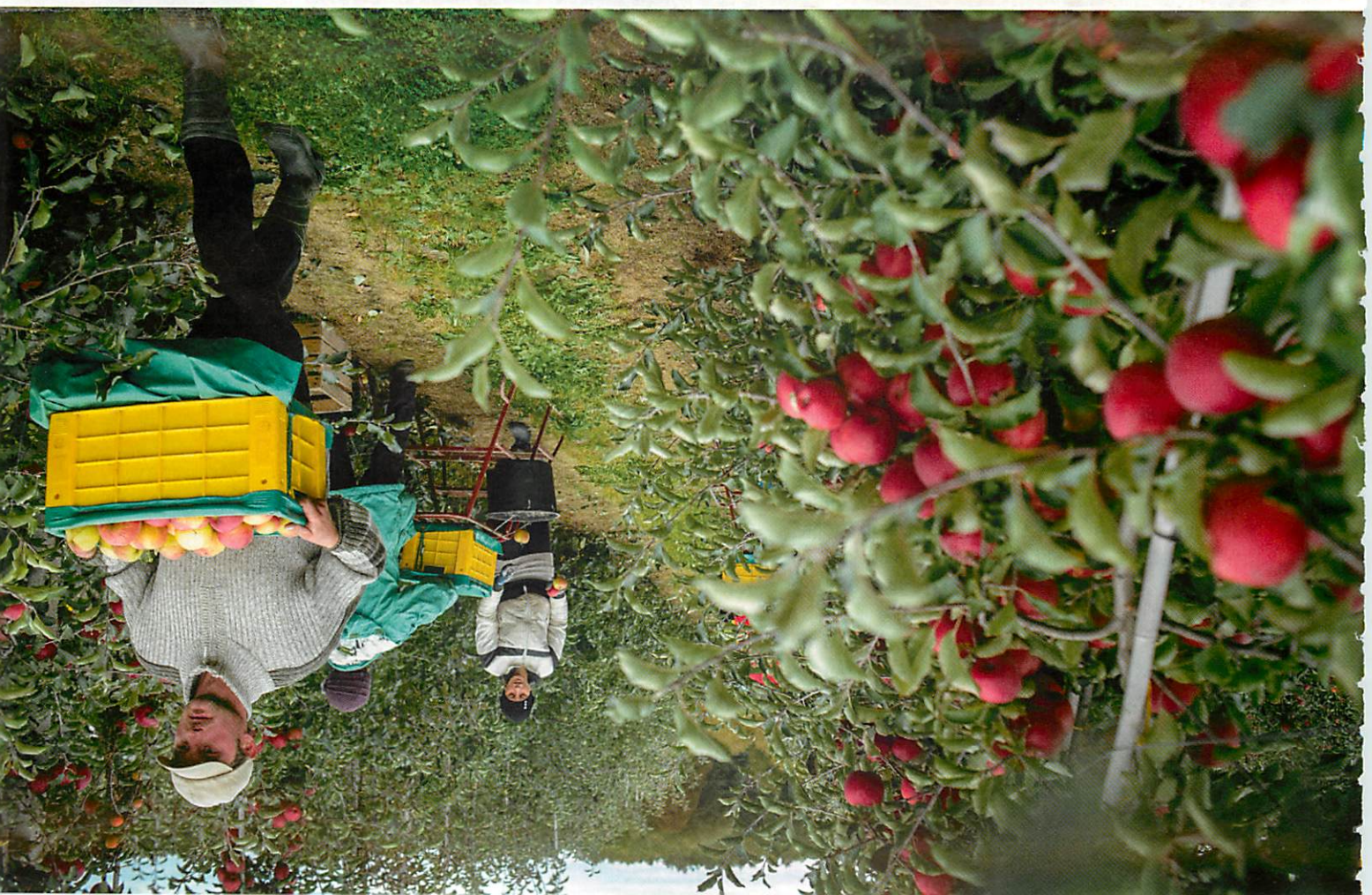
Co równie istotne: do łask wracają popularne jeszcze dwie, trzy dekady temu antonówki, papierówki i kosztela. Pytają o nie m.in. 50-latkowie, którzy chcą poczuć smaki, jakie zapamiętali z ogrodów swoich dziadków. Owoce te cechuje niezwykła odporność na mrozy, choroby i szkodniki, przez co często nie potrzebują oprysków. Coraz więcej starych odmian – królowa renet, sztetyna zielona, a także ananas berżenicki, malinówka, kosztela, kronselka – podbija polskie sady ekologiczne (i przydomowe ogródki). Stają się specjalnością lokalnych targowisk, ale i wielkomiejskich slowfoodowych degustacji.

Na co liczą sadownicy, którzy zainwestowali w przedwojenne, często XIX-wieczne odmiany jabłek? W dużym stopniu na rynek wewnętrzny. Pierwsze próby promocji prowadzone przez Towarzystwo Rozwoju Sadów Karłowych pokazały, że – mimo wyższej ceny – polski konsument jest zainteresowany odmianami wysokiej jakości. Ale producenci ci mają też nadzieję na eksport do krajów wysokorozwiniętych. Nie brakuje tam klientów, którzy zmęczeni przemysłową ży-

most popular of the green apples. The Fuji is the favourite in Europe.

Interestingly, cultivars which were popular 20-30 years ago, e.g. the White Transparent and the Kosztela, are making a comeback. They are popular with people in their fifties, who want to rediscover the taste of the apples they knew as children. The fruit is particularly immune to freezing temperatures, diseases and pests, which means they do not need a lot of chemical spraying. The queen of Polish Rennets, the Sztetyna Zielona, along with other Polish cultivars, such as the Berżnik Ananas, Malinówka, Kosztela, and Kronselka, are being more widely cultivated by Polish organic orchards (and home gardens). They are becoming a speciality product of local markets and slow food events held in large cities.

What are the expectations of orchardists who have invested in re-cultivating pre-war cultivars – some dating back to the 19th century? Primarily, they intend to sell them on the domestic market. Initial attempts to promote these varieties, undertaken by the Society for the Development of Dwarf Orchards, have shown that the Polish consumer is prepared to pay



nością, byle jaką i bez smaku, coraz chętniej sięgają po lokalne wyroby.

MAŁE JEST PIĘKNE

Niebiańsko słodkie, ale i wykręcająco kwaskowate. Czerwone, żółte, zielone. Polska ma najbardziej zróżnicowane pod względem koloru, aromatu i smaku jabłka w Europie. Jednak jeszcze kilka lat temu za granicą mało kto o tym wiedział. Zmienił to międzynarodowy szum wywołany rosyjskim embargiem – nagle nasze jabłka stały się silną, rozpoznawalną na całym świecie marką. Po uderzających w naszych sadownikach decyzjach Kremla zachodni dziennikarze robili sobie

a premium for top-quality cultivars. But these producers are also hoping to export them to highly developed countries. There is no shortage of people who are fed up with the blandness of processed food and are willing to buy local produce.

SMALL IS BEAUTIFUL

Divinely sweet but also mouth-twistingly sour. Red, yellow, green. Poland truly has the best – and most varied in terms of colour and taste – apples in Europe. Only a few years ago, however, very few people outside the country had any idea of what fruit gems Poland had in store. All this changed with the international media attention that followed the announcement of the Russian embargo. Polish apples became a strong, recognised brand all over the world overnight. No sooner had the Kremlin made its decision, which threatened the operations of Polish orchardists, when Western journalists began posting images of themselves eating Polish apples. A list of stores that stocked Polish apples was published in the UK.

This free promotion did not last long and in any case was no substitute for an effective marketing strategy and a modern identification system that would enable foreign consumers to see where the fruit came from. Trade organisations of producers took up the challenge to make the Polish product known. They availed themselves of new technologies. Special stickers featuring a logo and QR code were stuck on apple crates and individual fruits.

As much as 70 per cent of Polish production consists of industrial apples, which cannot be exported, except as jams, concentrates, juice and alcoholic beverages. "Over the long term, apart from winning non-European markets, our hopes for an increase in demand for Polish fruit rest on the expansion of certain industry sectors", says Jan Gmurczyk, an economist and columnist on the Civic Institute portal.

Even small craft plants have started making juice – natural, pressed juice. What once seemed drawbacks – small scale of production, hand-me-down recipes, and antiquated manufacturing methods – have become decided pluses. Apple presses, some of them mobile, have been popping up in Lesser Poland, the Nowy and Stary Sąd regions, and Mazovia. Dariusz Jezierski, an owner of such a mobile device from the Łódź voivodeship, has been travelling *the length and breadth* of the country encouraging producers to make fruit juice out of their excess.

TIME FOR CIDER

A nostalgia for old traditions has spread across the world. This is backed up by the conviction that local produce is better and healthier than the processed industrial foods available in supermarket chains.

**SŁODKIE, KWASKOWATE, CZERWONE, ŻÓLTE, ZIELONE.
POLSKA MA NAJBARDZIEJ ZRÓŻNICOWANE JABŁKA W EUROPIE.
SWEET, SOUR, RED, YELLOW AND GREEN. POLAND HAS
THE GREATEST VARIETY OF APPLES IN EUROPE.**



zdjęcia, jak jedzą jabłka z polskich sadów. A w Wielkiej Brytanii opublikowano nawet listę sklepów, w których można było je kupić.

Ta bezpłatna reklama oddziaływała jednak przez krótki czas i nie była w stanie zastąpić efektywnej strategii marketingowej czy nowoczesnego systemu identyfikacji wizualnej pozwalającej zagranicznym konsumentom dowiedzieć się, skąd pochodzą owoce. Branżowe organizacje producenckie za punkt honoru wzięły więc wytworzenie rozpoznawalności produktu. Z pomocą przychodzą im nowe technologie. Przykładem są przyklepane do skrzynek,

ale i pojedynczych owoców etykiety zawierającej logo i kod QR.

Aż 70 proc. polskiej produkcji to jabłka przemysłowe, które na eksport się nie nadają. Chyba że w formie dżemów, koncentratów, soków i wyrobów alkoholowych. *W dłuższym horyzoncie czasu nadzieję na wzrost popytu na polskie owoce oferuje – obok podboju pozaeuropejskich rynków – rozwój niektórych gałęzi przetwórstwa* – potwierdza na portalu Instytutu Obywatelskiego ekonomista i publicysta Jan Gmurczyk.

Nawet małe rzemieślnicze zakłady zaczęły robić soki. Naturalne, wyciskane. To, co wcześniej wydawało się ułomnością – niewielka skala produkcji, babcine receptury i staroświeckie metody wytwarzania – stało się atutem. W Małopolsce, na Sądecczyźnie i Mazowszu pojawiły się tłocznie, z czasem też mobilne.

CZAS NA CYDR

Na świecie rośnie nostalgia za tradycją, którą wzmacnia przekonanie, że lokalne towary są lepsze i zdrowsze niż przemysłowa żywność z sieci handlowych. Na tej fali karierę robią małe regionalne browary. Jeden z krajowych portali dla miłośników chmielowego trunku przekonuje, że jabłko pasuje do piwa jak śliwka do schabu. Zachwala m.in. produkt Browaru Staropolskiego – pięknie mętne piwo z dodatkiem syropu o smaku pieczonego jabłka wzbogaconego startym cynamonem.

Kolejnym polskim hitem eksportowym może stać się też cydr, zwany jabłecznikiem. To fermentowany

napój zaliczany do wyrobów winiarskich o niskiej zawartości alkoholu (4–7 proc.). Jego krajowa produkcja ma w tym roku wzrosnąć do 15 mln litrów. Według prognoz w ciągu najbliższych kilku lat roczna sprzedaż tego trunku w Polsce osiągnie 40 mln litrów. Nie dość tego – krajowy rynek jest w stanie wchłonąć 70 mln litrów cydru rocznie, odbierając 2 proc. wartości rynkowi piwa, z którym konkuruje.

Polscy sadownicy prześcigają się w pomysłach na podbój świata. Ciekawe, co jeszcze z jabłek zdołają wycisnąć! ■

Small craft breweries have benefited from this trend. One of the Polish portals for beer lovers argues that apples go with beer like plums with pork. The portal recommends a product available from Browar Staropolski – a murky beer with a drop of syrup with a baked apple flavour spiced up with cinnamon.

Cider may well become another popular Polish export. This fermented apple beverage is classified as a low-alcohol wine product (4-7 per cent). Its domestic production could reach 15 million litres this year. According to some estimates, annual cider sales will be 40 million litres in a few years. Interestingly, the domestic market is capable of consuming 70 million litres of cider annually. It might even slice 2 per cent off the market share claimed by beer – its main competitor.

Polish orchardists just cannot stop coming up with new ideas on how to take over the world. Let's see what else they can squeeze out of our apples. ■



granny smith



antonówka



reneta



kosztela



rubin



lobo



bojken



golden



ligol



kortland



jonagold



malinowe



papierówka



eliza



champion



gala



gloster



idared



Fukier

THE OLDEST
restaurant IN WARSAW

25 years of traditional Polish Cuisine

by *Magda Gessler*

Restauracja „U Fukiera”,
Rynek Starego Miasta 27 00-272 Warszawa



Telefon: +48 22 8311013 / +48 600999933

E-mail: fukier@ufukiera.pl

www.ufukiera.pl