



Wracamy do tradycji



MATERIAŁY PRASOWE

♦ **Zenon Daniłowski,**
prezes zarządu
Polskiej Giełdy Spożywczej

✦: **Praska Giełda Spożywcza zaopatruje Warszawę i Mazowsze w artykuły spożywcze.**

ZENON DANIŁOWSKI: Giełda rozpoczęła działalność 19 lat temu i przez ten czas była świadkiem, a jednocześnie uczestnikiem wielu wydarzeń na rynku spożywczym, a ten, jak wiadomo, ulega różnym modom, trendom. Jedne produkty się pojawiają, inne znikają, ale niektóre pozostają na stałe.

Od paru lat obserwujemy zwrot Polaków w kierunku zdrowej, także tradycyjnej żywności. W Niemczech taka żywność stanowi już około 20 proc. ogólnej konsumpcji, w Polsce prawie 10 proc. Rynek tego typu żywności rośnie błyskawicznie, prognozy na najbliższe lata są obiecujące. Od dziesięciu lat promujemy zdrowe jedzenie i jesteśmy przekonani co do słuszności tych działań.

Jaka jest rola Praskiej Giełdy Spożywczej w upowszechnianiu tego typu żywności?

Budujemy rynek dla tych produktów. Chcemy, żeby żywność tradycyjna miała stałe miejsce w obrocie na szerszą skalę. Dlatego m.in. dajemy w czynszu najmu firmom, które wprowadzają takie towary na rynek. Dzięki temu, mam nadzieję, będzie szansa, że trafi on na stoły wszystkich warszawiaków. Takie duże miasta jak stolica mogłyby napędzać produkcję. Warto podkreślić, że

przyszłości tego typu produktów nie można wiązać ze sprzedażą na bazarach, w zajazdach czy na przydrożnych stoiskach. Powinny być one w najlepszych sklepach w całym kraju. Powszeczną dostępność do nich będzie dopiero wtedy, gdy uzyskamy produkcję na tyle dużą, by pozwoliło to stworzyć profesjonalny łańcuch dystrybucji od producenta do konsumenta.

Kolejnym działaniem giełdy jest wystawa Polskie Smaki. Kto ją odwiedza?

Co roku w maju zapraszamy do nas producentów regionalnych przysmaków z całego kraju, którzy mają się okazję poznać, nawiązać kontakty biznesowe ze sklepami, restauracjami, firmami cateringowymi, poczęstować swoimi wyrobami. Z roku na rok przyjeżdża coraz więcej dostawców i klientów, którzy poszukują żywności dobrej i zdrowej. A jak wiadomo, tego typu jedzenie można kupić tylko w nielicznych sklepach. Przyczyną tego jest brak odpowiedniego systemu przepływu tych towarów. Mamy regionalni producenci mają problem z dostarczeniem swoich wyrobów do sklepów. Zbyt duże są koszty dowozu i nie opłaca się to szczególnie małym, rodzinnym firmom. Dlatego rolą PGS jest tworzenie łańcucha przepływu tej żywności. Producent powinien sprzedawać swój towar hurtownikowi, a ten następnie dostarczać go do sklepów i restauracji. Jeśli powstanie taki system dystrybucji, to ceny żywności tradycyjnej będą niższe.

Dla małych, często rodzinnych firm produkujących zdrową żywność duży rynek zbytu byłby szansą na rozwój, także regionalny, na walkę z bezrobociem.

Owszem. Małe zakłady w dłuższej perspektywie nie są w stanie konkurować z masową produkcją. Dlatego stawiają na niszę, taką jak ekologia, tradycja. Nadzieją dla nich jest to, że na te specjalności będzie rósł popyt. Jestem optymistą, wierzę, że odniosą sukces. Przykładem może tu być pewna kobieta, która z Małopolski przyniosła się do Kobyłki. Długo szukała pomysłu na życie, na pracę. Aż w końcu na wielkiej patelni zaczęła smażyć konfitury, zgodnie z recepturą, która od lat była w jej rodzinie. Dziś jej firma prężnie się

rozwija, wciąż pojawiają się nowe zamówienia.

Jaka jest kondycja firm wytwarzających zgodnie z tradycyjną recepturą?

Najlepiej mają się drobne firmy, które wcześniej produkowały żywność masową, ale obecnie zmieniły profil i wytwarzają wyroby tradycyjne. Poyskują receptury, dostawców surowców, zmieniają technologię. Gorzej jest z gospodarstwami rolnymi, rodzinnymi firmami. One potrzebują wiedzy z zakresu prowadzenia biznesu, marketingu. Im też wychodzimy naprzeciw i organizujemy szkolenia, np. z pozyskiwania środków unijnych. Działa u nas także Stowarzyszenie Rozwoju Przedsiębiorczości i Inicjatywa Lokalnych, które wspiera mikro i małych przedsiębiorców, prowadząc doradztwo, szkolenia i pożyczając pieniądze na nowe interesujące projekty.

Trudna dostępność towarów regionalnych nie jest jedyną przeszkodą w ich rozpowszechnianiu. Barierą dla większości Polaków jest cena tych smakolików.

Żywność tradycyjna nie może być wyprodukowana np. z surowca genetycznie modyfikowanego, z surowca, który był hodowany w warunkach ferm przemysłowych. Klienci muszą zdawać sobie sprawę z tego, że składniki używane do produkcji prawdziwych serów, ciast, wędlin są naturalne, a to oznacza, że kosztują więcej niż żywność hodowana lub uprawiana metodami przemysłowymi. Ponadto wytwarzanie zgodnie ze starymi recepturami oznacza w głównej mierze pracę ręczną. Dzięki temu jedzenie lepiej smakuje i jest zdrowsze. Za to trzeba zapłacić. Na szczęście coraz więcej ludzi przekonuje się, że opłaca się jeść zdrowo.

Czy mieszkańcy poszczególnych regionów chętniej kupują lokalną żywność?

Patriotyzm lokalny nie jest u nas jeszcze tak rozwinięty jak np. w Austrii, gdzie na każdej stacji benzynowej można znaleźć dział produktu lokalnego. To jest droga dla naszych przedsiębiorców, ale i urzędów marszałkowskich, które powinny bardziej promować swój region i jego tradycje. Dobrym przykładem jest Podlasie, które bardzo się promuje i słynie z dobrego jedzenia. Jedną z cieka-

wych ofert jest rozwinięta produkcja serów. Sery korycińskie są bardzo smaczne i znane już na rynku warszawskim.

Myślę, że większość z nas nie do końca wie, co można zjeść w danym regionie. Podróżując po kraju i jadając w restauracjach, łatwiej zamówić pizzę niż lokalny specjal.

Wynika to z naszego nastawienia. Był taki okres, że wszystko, co było polskie, tradycyjne, wiejskie, było wypierane, odrzucane. W latach 90. XX wieku zjadaliśmy się duńskimi konserwami, które miały kilkuletni okres przydatności do spożycia. Więcej było w nich chemii niż mięsa. Polacy fascynowali się wszystkim, co pochodziło z importu. Do dziś są grupy społeczne, które nie dostrzegają uroku tego co nasze i nie szukają polskich smaków. Kupują to, co leży na półce, do czego przywykli i co jest tanie, nie starają się poszukiwać lepszych, zdrowszych produktów. Pochodzę z regionu Biłgoraja, gdzie wypiekany jest pieróg biłgorajski. Myślę, że niewielu warszawiaków wie, jak on smakuje i z czego jest robiony.

W Polsce modna jest teraz kuchnia śródziemnomorska. A pan otwiera w czerwcu restaurację, która będzie promować polskie smaki.

Mam nadzieję, że Gospoda Polskie Smaki będzie odpowiedzią na zapotrzebowanie rynku. Chcemy upowszechnić polską żywność także w gastronomii. W tej dziedzinie jest najwięcej do zrobienia. Na całym świecie wszyscy sięgają do korzeni, wyszukują produkty wywodzące się z ich tradycji, a w Polsce, szczególnie w Warszawie, łatwiej zjeść fast food niż np. dobre pierogi. Będąc ostatnio w Waszyngtonie, w jednej z bocznych uliczek widziałem, jak sprzedawano na straganie pierogi. W świecie znają nasze kiełbasy, pierogi i wódkę. By inne kraje mogły poznać nasze kulinarne dziedzictwo, należałoby rozwijać w Polsce turystykę kulinarną, bardzo popularną na Zachodzie. Sektor turystyczny powinien mieć wśród proponowanych atrakcji właśnie kuchnię regionalną i tradycyjną.

Jakich dań będzie można skosztować w restauracji?

Przed wszystkim będą to proste, zdrowe i smaczne potrawy kuchni pol-

skiej, np. dobry bigos, wołowina, drób, ryby, schabowy oraz pierogi. Zebraliśmy bardzo dużo receptur, które kiedyś były obecne w kuchniach dworskich, w przydrożnych karczmach, w chatach włościańskich. Poprzez kuchnię chcemy dotrzeć do klienta. Przez lata współpracy z producentami dorobiliśmy się wyselekcjonowanej grupy dostawców produktów z przydomowej zagrody i zapewniam, że w gospodarze będziemy używać najwyższej jakości surowców.

Przed nami szósta edycja Dni Produktu Tradycyjnego Polskie Smaki. Przyjadą firmy z Małopolski, Mazowsza, Podlasia. Co szykują dla gości?

Z tatarskiej wioski Kruszymiany przyjedzie Tatarska Jurta, która przywiezie m.in. piekarczewnik, którym mieszkańcy wioski częstowali księcia Karola podczas jego wizyty w Polsce. Piekarczewnik to charakterystyczny dla kuchni białostockiej duży pieróg nadzwiany mięsem wołowym lub gęsim lub podawany na słodko. Gościem specjalnym będzie też firma Bacówka z Rajbrotu, która produkuje i sprzedaje ekologiczne mięso i wędliny, a także konfitury i przetwory z warzyw. Specjalnością zakładu są wędliny tradycyjne, m.in. kiełbasa swoja, polędwica Maryny. Będzie można kupić też naturalne soki, pieczywo bez polepszaczy, przyprawy.

Co jest mocną stroną giełdy?

Codziennie zaopatruje się u nas około 3 tysięcy sklepów oraz restauracje i firmy cateringowe. Jesteśmy największym dostawcą mięsa i wyrobów mięsnych w Warszawie i okolicach. Stolica konsumuje dziennie 350 ton mięsa i jego wyrobów. Dostarczamy na ten rynek około 90 ton. W dużej mierze są to produkty wielkich firm mięsnych. Zaopatrujemy także w mleko, jogurty, jaja oraz ciasta. Oprócz tego mamy produkty delikatesowe, napoje, warzywa i owoce. Zaletą kupowania u nas jest to, że każdy nabywca może najpierw spróbować danego wyrobu i dopiero zdecydować, który mu najbardziej odpowiada. Zaletą kupowania na rynku hurtowym jest także możliwość negocjowania cen, sprzedający często dają różne upusty, rabaty, by bardziej zachęcić klienta.

—rozmawiała Agnieszka Usiarczyk