

Gala podsumowująca 26 krajową edycję konkursu Agroliga

Dolnoślązacy w Lidze Mistrzów

AGROLIGA 2018. Gala podsumowująca 26 krajową edycję konkursu Agroliga

Dolnośląska przetwórnia Kiszzone warzywa z Doliny Baryczy z Karnic, należąca do Michała Sznajdera zdobyła tytuł Wicemistrza krajowego AgroLigi 2018 w kategorii firmy. W gronie laureatów krajowych w kategorii rolnicy znalazło się także gospodarstwo Jolanty i Wojciecha Skowrońskich z Sułowa. W poniedziałek 10 czerwca w Belwederze odbyła się uroczysta gala podsumowująca 26 edycję konkursu Agroliga, podczas której wyróżniono 15 rodzinnych gospodarstw rolnych i 14 rolniczych firm.

Mistrzami krajowymi AgroLigi 2018 zostali Antoni Kuśmierczak, Anna Kuśmierczak-Kuceł oraz Ireneusz Kuśmierczak, którzy w Bełżcu (woj. lubelskie) prowadzą 125-ha gospodarstwo rybackie specjalizujące się w hodowli m.in. karpia, amurów, linów, szczupaków i sandaczy.

W kategorii firma tytułem mistrza uhonorowana została firma Roltoma Tomasz Stypułkowski w Sokołach (woj. podlaskie). Przedsiębiorstwo od 2006 roku zajmuje się zaopatrzeniem w maszyny rolnicze i zapewnia części zamienne do nich.

W uroczystości brali udział prezydent Andrzej Duda wraz z małżonką Agatą Kornhauser-Dudą, minister rolnictwa Jan Krzysztof Ardanowski i sekretarz stanu w MRiRW Tadeusz Romańczuk.

W konkursie AgroLiga, który jest prowadzony od 1993 roku, udział wzięło już blisko osiem tysięcy rolników i agrofirm. Od 2008 roku Honorowy Patronat na Galą AgroLigi sprawuje Prezydent RP.

Ogórki kiszzone latem

Wicemistrzowie krajowi w kategorii firmy, czyli przetwórnia warzyw „Kiszzone warzywa z Doliny Baryczy Michał Sznajder” to rodzinne gospodarstwo w Karnicach w trzebnickim powiecie. Jego specjalnością są kiszzone ogórki oraz kiszona kapusta. Tradycję kiszenia zapoczątkował dziadek Pana Michała – Stefan

Sznajder w latach 50-tych ubiegłego wieku. Pola uprawne znajdują się na obszarze Parku Krajobrazowego Doliny Baryczy, jednego z największych w Europie kompleksów stawów rybnych i największego w Polsce ornitologicznego rezerwatu.

Dziś już trzecie pokolenie w rodzinie sieje, sadi, a później zbiera i kisi kapustę oraz ogórki. W recepturze kiszenia nic się nie zmieniło od lat. Jest tak prosta, jak była, czyli bez chemicznych dodatków, bez konserwantów, przyspieszaczy fermentacji czy wybielaczy. Ogórki są kiszone latem, kapusta – jesienią, nie jest ona kwaszona octem. Powolny proces kiszenia jest sekretem smaku i uznania zdobywanego na targach i konkursach. Gospodarstwo należy do międzynarodowej sieci Dziedzictwo Kulinarne, promującej zdrową i lokalną żywność. Produkty zostały wyróżnione znakiem Dolina Baryczy Poleca. W 2018 r. otrzymały tytuł Orła Rolnictwa magazynu WPROST i KOWR.

Reklama dźwignią handlu

Momentem przełomowym w gospodarstwie było skoncentrowanie się na szeroko rozumianym marketingu. Powstało nowe logo, etykiety, strona www, profil na fb. Firma postawiła też na bezpośredni kontakt z konsumentami – stąd wzięły się liczne degustacje na targach i jarmarkach. Właściciele zrobili to własnymi siłami.

W 2015 roku w firmie wdrożona została strategia skrócenia łańcucha dostaw. Powstała sieć sprzedaży na terenie województwa dolnośląskiego i punkt na rynku hurtowym warzyw i owoców we Wrocławiu – TargPiast. Ruszył również sklep internetowy i sprzedaż wysyłkowa na terenie całego kraju. Zatrudniony kierownik rozwozi kiszonki do restauracji i sklepów we Wrocławiu samochodem chłodnią.

Wspólne łuskanie bobu

Gospodarstwo prowadzi także działalność edukacyjną – warsztaty kiszenia i przygotowywania surówek dla dzieci i dorosłych. Właściciele zapraszają grupy na zwiedzanie gospodarstwa, wykopki, wspólne łuskanie bobu czy rwanie ogórków. Takie inicjatywy zwiększają zaufanie konsumentów do produktów, budują więzi i pozytywne relacje, a w długim okresie przekłada się to na wzrost sprzedaży. Jednocześnie ściśle współpracują ze Stowarzyszeniem Dolina Baryczy Poleca, w zakresie promocji regionu i wspierania turystyki kulinarnej. Są też członkiem Szlaku Kulinarного Dolnego Śląska – Smaki Dolnego Śląska.

Zmiany wprowadzane od 2015 roku to także modernizacja budynków produkcyjnych, zakup nowych beczek do kiszenia oraz remont pomieszczeń socjalnych. W kolejnym roku planowany jest zakup sortownika do ogórków oraz

wybudowanie nowej, dużej chłodni.

Kiszony czosnek, kiszony kalafior

Największym wyzwaniem stworzenie zespołu pracowników sezonowych zmotywowanych do wydajnej pracy, a jednocześnie na tyle zadowolonych z warunków, by co roku tu wracać. Firma dopasowuje się do potrzeb klientów – wprowadzając nowe produkty na rynek. To między innymi kiszony czosnek czy kalafior. Poszerzyła również ofertę o mniejsze opakowania oraz kiszonki w słoikach. Brak pasteryzacji i konserwantów sprawia, że dystrybucja kiszzonek jest kosztowniejsza, wymaga ciągu chłodniczego. Kiszonki zachowują w ten sposób żywe bakterie probiotyczne, a przez to właściwości zdrowotne. Zostało to potwierdzone przez naukowców z Uniwersytetu Przyrodniczego we Wrocławiu i Politechniki Łódzkiej.

W planowaniu wydatków właściciele opierają się na finansowaniu własnym, nie zaciągają kredytów, rozwijają się stopniowo. Obrona w 2015 roku strategia budowania własnej marki i sieci sprzedaży sprawdza się – sprzedaż produktów pod własną marką wzrosła z poziomu 20% do 80%. Celem firmy jest uzyskanie 100% w 2019 roku.

Pomidory, truskawki, maliny

Gospodarstwo ogrodnicze Skowroński zostało założone w 1954 roku w Sułowie w powiecie milickim. Od 1995 roku jest prowadzone przez Jolantę i Wojciecha Skowrońskich. Wielkość gospodarstwa wynosi 5,5 ha, w tym 2 ha stanowią uprawy pomidorów pod osłonami. Pozostała część to owoce miękkie – truskawki i maliny.

W szklarniach prowadzone są odmiany pomidorów koktajlowych, malinowych oraz kumato. Rośliny są chronione biologicznie. Właściciele gospodarstwa używają kurtyn energooszczędnych w celu zmniejszenia emisji spalin z kotłów oraz instalacji odpylających.

Produkty z gospodarstwa trafiają na rynek włoski i angielski.

Strona, sklepik i wycieczki

Gospodarstwo posiada własną stronę internetową www.ogrodnictwoskowronski.pl oraz profil na facebook-u. Prowadzi również własny sklepik warzywno-owocowy w ramach sprzedaży bezpośredniej. Promocja gospodarstwa odbywa się nie tylko przez internet, alei poprzez udział w konkursach czy wizytach studyjnych

organizowanych przez LGD dolina Baryczy, do których należą właściciele.

Państwo Skowrońscy przekazują swoje produkty bezpłatnie na obozy i wycieczki szkolne czy lokalne imprezy.

Red.



- [Udostępnij](#)
- [Drukuj](#)
- [PDF](#)

Data publikacji

2019-06-19

[Wszystkie Aktualności](#)