

Jakim wyzwaniom należy sprostać?

Podczas pierwszego dnia konferencji towarzyszącej XIII Międzynarodowym Targom Agrotechniki Sadowniczej – FruitPRO, które odbyły się w dniach 1–2 lutego 2017 r. w Warszawie, szczególną uwagę zwrócono na jakość produkowanych w Polsce owoców i wymagania, jakie muszą spełnić, aby znalazły stałych nabywców na nowych rynkach.

Sytuacja na rynku jabłek

Jak informował poseł Mirosław Maliszewski (fot. 1), prezes Związku Sadowników RP, embargo ma i nadal będzie miało de-



Fot. 1. Sytuację na rynku jabłek w Polsce omówił poseł Mirosław Maliszewski, prezes Związku Sadowników RP

cydujący wpływ na ceny polskich jabłek. Nie ma bowiem większych szans na szybkie zastąpienie rynku rosyjskiego innym – równie bliskim, o podobnych wymaganiach co do odmian i jakości produktu. Po wprowadzeniu embargo cena jabłek do przetwórstwa znacznie się obniżyła, a co za tym idzie również cena owoców deserowych. Wzrost ich ceny notowano tylko w okresach wycofywania jabłek z rynku. Jesienią 2016 r. zarówno ceny owoców

przemysłowych, jak i deserowych były niższe niż w analogicznym okresie 2015 r. (tab. 1).

Mimo iż mechanizmy związane z wycofywaniem jabłek z rynku były przez wielu krytykowane i pozostawiały wiele do życzenia, to i tak miały największy wpływ na wzrost ceny tych owoców. Przy czym należy pamiętać, że od lat występuje ogromna dysproporcja w cenach jabłek w UE. Na przykład w listopadzie 2016 r. średnia cena jabłek wynosiła 0,52 €/kg, przy czym we Francji było to 0,81 €/kg, we Włoszech 0,69 €/kg, w Niemczech 0,39 €/kg, a w Polsce tylko 0,19 €/kg – informował M. Maliszewski.

Jak na razie w Polsce mamy niższe koszty produkcji, dzięki mniejszym niż

Tabela 1. Ceny jabłek w 2015 i 2016 r.; w zł/kg (za M. Maliszewskim)

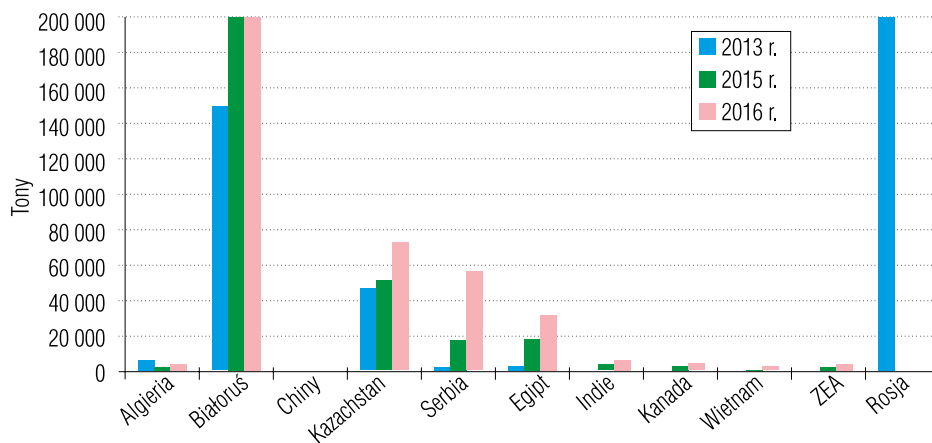
Miesiąc	Deserowe		Przemysłowe	
	2015 r.	2016 r.	2015 r.	2016 r.
Wrzesień	1,35	0,84	0,47	0,20
Październik	1,13	0,78	0,45	0,24
Listopad	1,11	0,87	0,43	0,32
Grudzień	1,11	0,93	0,41	0,35
Średnia	1,18	0,86	0,46	0,28

Tabela 2. Zagospodarowanie jabłek w 2015 i 2016 r.; w tys. ton (za M. Maliszewskim)

Przeznaczenie	2015 r.	2016 r.
Przetwórstwo	2250	2300
Eksport	960	1100
Spożycie w kraju łącznie z bezpłatną dystrybucją	825	650
Razem	4085	4050

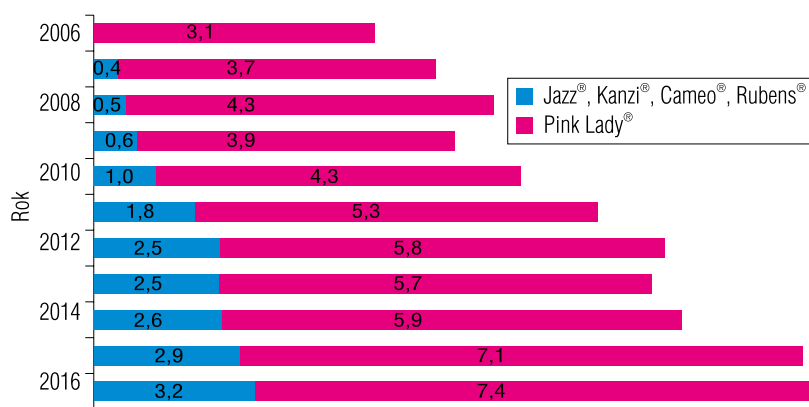
w krajach zachodniej Europy kosztom siły roboczej. Należy liczyć się jednak z tym, że systematycznie będą one rosły i u nas, w tym właśnie siły roboczej. Jednocześnie odbiorcy owoców z nowych rynków zbytu mają ogromne wymagania jakościowe (a produkcja takich owoców nie jest tania), które musimy spełnić, aby

Rys. 1. Eksport jabłek do wybranych krajów w 2013, 2015 i 2016 r.



Rok	Algieria	Białoruś	Chiny	Kazachstan	Serbia	Egipt	Indie	Kanada	Wietnam	ZEA	Rosja
2013	3604,259	145 094,410		47 150,304	1986,495	1544,918	37,904			364,365	677 165,908
2015	2650,630	256 681,948	1,196	56 610,607	17 199,261	13 488,864	929,143	206,980	214,730	1253,040	
2016	2971,870	534 139,837	337,390	77 261,073	47 937,507	32 751,675	2263,349	693,718	1487,630	2122,033	

Rys. 2. Udział odmian klubowych w rynku jabłek w Niemczech; w % (za H. Schwartau)



nie utracić ich zaufania. Na tych rynkach jakość jest bowiem czynnikiem, który liczy się przede wszystkim. Konkurowanie ceną już nie wystarczy.

Eksport w przypadku jabłek jest dla nas kluczowym sposobem ich zbytu. Jego struktura zaczyna się zmieniać, ale w którym kierunku pójdą te zmiany, zależy od tego, jaki asortyment odmianowy i jakiej jakości będziemy w stanie zaoferować (rys. 1). W krajach UE ze znaczącą produkcją tych owoców, np. Francji, Włoszech, Niemczech – utrzymuje się ona na dość stabilnym poziomie. Natomiast w Polsce wzrasta i nie ma tendencji do wyhamowania. Teoretycznie produkujemy coraz więcej owoców deserowych, ale i tak połowa z nich trafia do zakładów przetwórczych (tab. 2) – zauważył M. Maliszewski.

Perspektywiczne odmiany do obrotu międzynarodowego

Nie tylko w Polsce mówi się o nadprodukcji jabłek czy boryka się z niskimi ich cenami. Dalego też ich produkcja w krajach znaczących ich producentów w UE utrzymuje się na w miarę stałym poziomie, wyjątek stanowi oczywiście Polska – zwrócił uwagę dr Helwig Schwartau (fot. 2) z AMI Hamburg, Niemcy. Obecnie o tym, co opłaca się produkować, decyduje rynek. Pod wpływem wymagań stawianych przez konsumentów zmienia się więc struktura odmian w sadach zarówno w Europie, jak i na świecie. W przypadku UE w ostatnich latach zmalała produkcja m.in. odmian ‘Golden Delicious’ (z 2582 tys. ton w 2008 r. do 2364 tys. ton w 2016 r.), ‘Red Delicious’ (odpowiednio z 769 tys. ton do 633 tys. ton)

i ‘Elstar’ – (z 471 tys. ton do 394 tys. ton). Wzrosła natomiast produkcja m.in. ‘Gali’ (z 1051 tys. ton do 1329 tys. ton), grupy Jonagold (z 1041 tys. ton do 1259 tys. ton), ‘Idareda’ (z 895 tys. ton do 1064 tys. ton), ‘Granny Smith’ (z 313 tys. ton do 390 tys. ton) oraz ‘Cripps’ (z 120 tys. ton do 260 tys. ton).

Mimo iż sadownicy starają się dostosowywać swoją produkcję do oczekiwań konsumentów, spożycie jabłek deserowych w UE zmniejsza się o 100–150 tys. ton rocznie. Jednocześnie wymagania względem ich jakości są coraz wyższe.

Jak informował dr H. Schwartau, wzrosła odsetek osób, dla których jakość produktu jest najważniejsza, maleje zaś tych kierujących się przede wszystkim jego ceną. Zmienia się także struktura sprzedaży jabłek w handlu detalicznym. W Niemczech w sezonie 2012/2013 jabłka z produkcji konwencjonalnej stanowiły 83%, ekologicznej – 6%, a odmiany klubowe 11%, natomiast w sezonie 2015/2016 było to odpowiednio: 79%, 7% i 14%.

Z badań prowadzonych na rynku niemieckim wynika, że młodzi konsumenci preferują odmiany klubowe – a więc nie cena jest tu głównym czynnikiem zakupowym, lecz jakość produktu. Najchętniej kupują oni Kanzi® i Pink Lady®.



Fot. 2. Jak informował dr Helwig Schwartau, obecnie pod wpływem wymagań stawianych przez konsumentów zmienia się struktura odmian w sadach zarówno w Europie, jak i na świecie

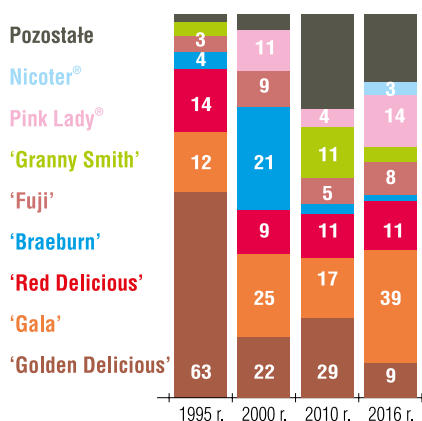
Dlatego też część sadowników rezygnuje z produkcji odmian standardowych na korzyść klubowych (rys. 2).

Obecnie odmiany klubowe uprawiane są w Europie na 14 000 ha (głównie w południowej i zachodniej części kontynentu), co stanowi 7% upraw jabłoni w UE-15. Ich potencjał produkcyjny wynosi ponad 0,5 mln ton. Najważniejsze marki klubowe to: Pink Lady®, Jazz®, Kanzi®, Red Prince®, Envy®, Ambrosia®, Ariane®, Kiku®, Junami®, Honeycrunch®, Cameo®, Sveetango® oraz wprowadzona niedawno yello®.

Wzrost produkcji owoców odmian klubowych (obecnie stanowią one 13% produkcji ogółem) notuje się np. w Holandii, są to przede wszystkim Kanzi® (od 2009 r. produkcja tych jabłek zwiększyła się o ponad 30%) oraz Junami®. Również w Południowym Tyrolu zajmują one znaczący udział w nasadzeniach – uprawia się je obecnie na około 1647 ha: Pink Lady® – 827 ha, Kanzi® – 400 ha, Jazz® – 127 ha, Envy® – 99 ha, Modi® – 59 ha, Ambrosia® – 61 ha, Evelina® – 55 ha, Rubens® – 19 ha. Jak zaznaczył dr H. Schwartau, największy ▷

Produkcja owoców odmian klubowych zapewnia producentom jabłek z zachodniej Europy przewagę nad dostawcami jabłek standardowych odmian ze wschodniej części kontynentu. Uzyskują oni za nie wyższe ceny, ale też – jak zaznaczył dr H. Schwartau – ponoszą wyższe koszty związane z ich produkcją.

Rys. 3. Struktura odmianowa w Południowym Tyrolu (VOG + VI.P); w % (za H. Schwartzau)



◁ producent jabłek, jakim jest Polska, nie ma dostępu do odmian klubowych uprawianych w zachodniej Europie z powodu braku zaufania do polskich firm handlowych.

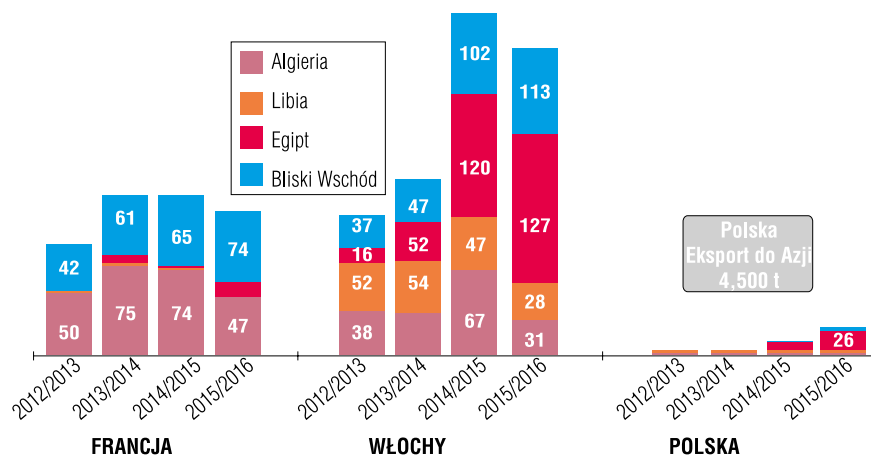
Przyszłość – jak informował dr H. Schwartzau – należy do jabłek wysokiej jakości, które odróżniają się od produkcji masowej, czyli odmian klubowych i jabłek z produkcji ekologicznej. Owoce te są też sposobem na zdobywanie udziałów w nowych rynkach oraz sposobem na sprostanie konkurencji na jabłkowym rynku.

Oprócz wzrostu uprawy w ostatnich latach odmian klubowych zwiększa się także w wielu krajach produkcja odmiany 'Gala'. Jabłka te można bowiem sprzedać niemal na każdym rynku na świecie (rys. 3). Zmienia się struktura uprawianych odmian, ale też struktura ich eksportu (rys. 4), m.in. do krajów arabskich.

Jakich jabłek oczekuje rynek w Chinach oraz na Bliskim Wschodzie?

Jak informował Chris White (fot. 3), prezes FruitNet z Wielkiej Brytanii (przed 20 laty zaczęli wydawać pismo skierowane na rynek azjatycki), konsumenci w Chinach, szczególnie młode pokolenie, mają mocne poczucie wartości produktów markowych. Możliwość kupowania rzeczy markowych jest dla nich nobilitacją, czymś, co świadczy o ich pewnym statusie społecznym. Młodzi konsumenci mają wysokie wymagania,

Rys. 4. Eksport jabłek z Francji, Włoch i Polski do Algierii, Libii, Egiptu i na Bliski Wschód



Jabłka produkowane w RPA trafiają obecnie głównie na rynki w Afryce i Azji. Również przez europejskich producentów tych owoców Azja postrzegana jest jako nowy, obiecujący ich importer – 51 krajów zamieszkuje bowiem 4,3 mld ludzi. Należy jednak pamiętać, że konsumenci na większości z tych rynków mają ogromne oczekiwania wobec jakości oferowanych tam owoców. Preferowane są tam takie odmiany jak 'Gala', 'Red Delicious', 'Granny Smith' (rys. 5). Poszczególne kraje mają również swoją specyfikę, różny jest też tam udział w handlu owocami supermarketów – w Singapurze wynosi on 80%, Tajlandii – 60%, Indonezji – 70%, Tajwanie – 50%, a w Indiach tylko 10%.



Fot. 3. O tym, jakich jabłek oczekuje rynek w Chinach oraz na Bliskim Wschodzie, mówił Chris White, prezes FruitNet z Wielkiej Brytanii

fot. 1–4 M. Strużyk

ceną sobie jakość ponad atrakcyjną cenę. Zaopatrują się głównie w supermarketach, a kupno markowych produktów jest dla nich bardzo istotnym aspektem. Tak są też postrzegane wysokiej jakości owoce i warzywa z Europy. Konsumenci z Chin oczekują, że produkty te będą oferowane w atrakcyjny sposób, a ich wysoka jakość będzie odpowiednio wyeksponowana. Mimo iż wiele marketów i sklepów firmowych jest podobnych do tych w Europie, Chińczycy na zakup owoców czy warzyw poświęcają dużo więcej czasu. Uważnie je oglądają i wybierają spośród innych.

W Azji czerwone jabłka o błyszczącej skórce są postrzegane jako produkt wysokiej jakości, na drugim miejscu jest ich smak. Chińczycy od niedawna dopiero zaczęli uwzględniać właśnie i ten parametr – młodzi konsumenci coraz chętniej kupują owoce o nieco innej skórce, ale słodkie i chrupiące.

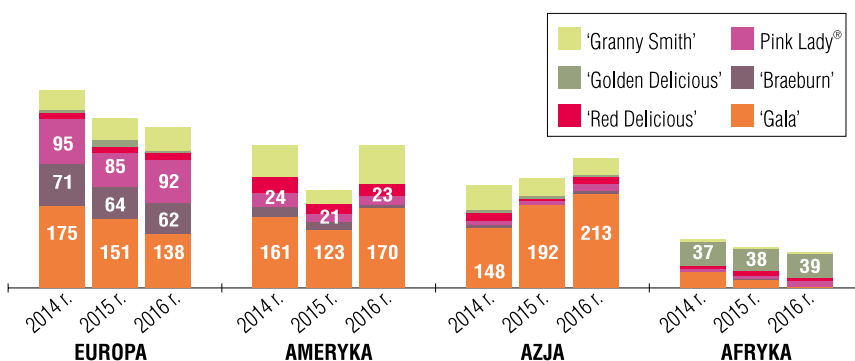
Jabłka są ważnym produktem w Chinach. Dlatego – jak informował Chris White – ich rodzimi producenci opracowują i wprowadzają do uprawy nowe odmiany z przeznaczeniem owoców na rynek wewnętrzny. Powstaje też coraz więcej intensywnych sadów, takich samych jak w Europie.

Chris White zwrócił też uwagę na innych importerów jabłek. Indie są bardziej złożonym rynkiem, tam z kolei udział supermarketów jest znacznie mniejszy niż w Chinach. Ale też konsumenci, których stać na zakup importowanych owoców, oczekują, że będą one bardzo wysokiej jakości. Również rynek w Tajwanie wymaga owoców bardzo wysokiej jakości, natomiast rynki Japonii i Korei to rynki tradycyjne, trudno na nich zaistnieć. Ciekawymi rynkami są Malezja, Tajlandia i Singapur – rynki zdominowane przez supermarkety, na których dużym zainteresowaniem cieszą się wysokiej jakości produkty europejskie.

Przechowywanie i przygotowanie jabłek przeznaczonych na dalekie rynki

Mysząc o sprzedaży owoców na dalekie rynki, musimy przede wszystkim przestrzegać wytycznych określonych przez ich odbiorców, a przede wszystkim wymagań fitosanitarnych. Podstawą jest wysoka jakość owoców. A ta docelowo zależy nie tylko od samych zabiegów agrotechnicznych prowadzonych przez cały sezon wegetacyjny w sadzie. Równie ważne jest też właściwe wyznaczenie terminu zbioru owoców. Następnie ich zbiór, transport, schłodzenie – przypominał dr Krzysztof Rutkowski (fot. 4), IO Skierniewice. Jeszcze przed zbiorem owoców ważne jest określenie ich przydatności, czyli możliwości zbytu na danym rynku. A o tym właśnie decyduje jakość produktu. Nie należy kierować do przechowywania owoców słabej jakości, m.in. po gradzie, z oparzeniami słonecznymi czy przemrożonych. Takie działanie generuje tylko straty i są one tym wyższe, im nowocześniejszych technologii użyjemy do przechowania. Takie owoce nie spełniają bowiem wymagań stawianych wysokiej jakości owocom

Rys. 5. Międzynarodowy handel jabłkami – światowy eksport do końca lipca; w tys. ton



Fot. 4. Dr Krzysztof Rutkowski informował, na co zwrócić uwagę podczas przechowywania i przygotowania jabłek przeznaczonych na dalekie rynki

deserowym, a już na pewno tym przeznaczonym na eksport na dalekie rynki.

Stosując nowoczesne technologie przechowalnicze w odniesieniu do owoców wysokiej jakości, można jednak znacznie wydłużyć okres ich podaży. Standardem, a zarazem wymogiem, powinno być też systematyczne prowadzenie pomiarów ich jędrności na każdym etapie łańcucha przechowalniczo-dystrybucyjnego.

Jeśli owoce mają być przeznaczone na eksport, ważne, aby miały one ocze-kiwaną jędrność nie podczas przygotowania ich do sprzedaży, ale po dotarciu do odbiorcy i przez określony czas podczas ich obrotu. Należy bowiem pamiętać, że transport na dalekie rynki może trwać nawet 1,5 miesiąca,

i to po takim czasie owoce muszą mieć jędrność minimum 6 kN, a nie podczas ich pakowania w Polsce.

Przewidywanie zmian cech jakościowych podczas przechowywania, transportu i obrotu towarowego to kluczowe wyzwanie dla osób zarządzających jakością. Pomiary takie prowadzone systematycznie ułatwią określenie przydatności owoców do dalekiego transportu – mówił dr K. Rutkowski.

Problemy, z jakimi możemy borykać się w transporcie owoców na dalekie rynki (często nie można bowiem zapewnić takich warunków chłodniczych, jak byśmy chcieli, czy trudno je kontrolować, a wręcz jest to niemożliwe), to stresowe uszkodzenia skórki, oparzelizna powierzchniowa oraz GPP.

Podczas transportu w opakowaniach/kontenerze z owocami zwiększa się stężenie etylenu (w wyniku ich dojrzewania). Aby ograniczyć dojrzewanie owoców i zmniejszyć ryzyko wystąpienia oparzelizny powierzchniowej, podczas transportu owoców na dalekie rynki można wykorzystać worki (system Xtend®) wykonane ze specjalnej, selektywnie przepuszczającej tlen, dwutlenek węgla i parę wodną folii. Rozwiązaniem istotnie ograniczającym stężenie etylenu wewnątrz opakowań transportowych jest zastosowanie pochłaniaczy etylenu, np. saszetek (ETEN®). *Należy jednak pamiętać, że saszetka czy worek to jedynie narzędzia do utrzymania wysokiej jakości owoców i nie jest to antidotum na wszelkie problemy związane z dalekim transportem. To są narzędzia, które nam pomagają, a nie rozwiązują problemy – ostrzegł dr K. Rutkowski.*

Monika Strużyk