



RYNEK SPOŻYWCZY W POLSCE

ROLNICTWO,
PRODUKCJA, HANDEL,
ORAZ ALTERNATYWNE
SPOSOBY
POZYSKIWANIA
JEDZENIA



OUR FOOD
OUR FUTURE
WE ARE HUNGRY FOR JUSTICE

Fundacja Kupuj Odpowiedzialnie (FKO) jest ogólnopolską organizacją prowadzącą działalność na rzecz zrównoważonego rozwoju i ochrony środowiska, odpowiedzialnej konsumpcji i produkcji oraz przestrzegania praw człowieka i zasad ochrony środowiska w biznesie. Chcemy sprawić, by w gąszczu towarów i usług każdy mógł odnaleźć produkty wytworzone z poszanowaniem środowiska i godności pracowników, dlatego szukamy informacji o tym kto szyje nasze ubrania, jak kupić produkty żywnościowe bezpośrednio od rolnika, czy gdzie szukać odpowiedzialnych producentów.

DŁĄCZ DO NAS!

Wsparcie takich osób jak Ty nadaje naszym działaniom sens. Włącz się w nasze kampanie, akcje uliczne, zbieraj z nami podpisy, prowadź zajęcia z młodzieżą.

Więcej informacji: www.ekonsument.pl/dolacz

Wspieraj nas!

Tylko wsparcie takich osób jak Ty nadaje naszym działaniom sens.

ekonsument.pl/wesprzyj

Jeżeli masz pytania - napisz do nas:

info@ekonsument.pl

ekonsument.pl

Autorka: Anna Kokocińska

Współpraca przy zbieraniu materiałów i prowadzeniu badań: Dominika Cieślar

Konsultacje i korekta: Maria Huma

Opracowanie graficzne i skład: Aneta Sitarz, manto

Fotografia na okładce: Agnieszka Maniewska, Foodsharing Wrocław

Kraków 2021

„Our Food Our Future” to międzynarodowa kampania, którą współtworzymy z 18 organizacjami partnerskimi z Europy i świata. Jej celem jest zmobilizowanie młodzieży do przyjęcia zrównoważonych wzorców konsumpcji i aktywnego wspierania zrównoważonych łańcuchów dostaw żywności, uczciwych stosunków handlowych, poszanowania praw człowieka i praw pracowniczych oraz zrównoważonego rozwoju, poprzez ulepszoną politykę instytucjonalną i korporacyjną na poziomie UE i państw członkowskich.



Współfinansowane
przez Unię Europejską



Publikacja jest współfinansowana ze środków Unii Europejskiej. Za treść publikacji odpowiada Fundacja Kupuj Odpowiedzialnie, poglądy w niej wyrażone niekoniecznie odzwierciedlają oficjalne stanowisko Unii Europejskiej.

SPIS TREŚCI

4	Streszczenie
6	Krajowy rynek spożywczy
7	Charakterystyka gospodarstw
8	Produkcja roślinna
8	Produkcja zwierzęca
8	Eksport
10	Import
10	Producenci żywności
11	Handel
13	Alternatywne sposoby produkowania i dystrybucji żywności
13	Rolnictwo Wspierane przez Społeczność
15	Kooperatywy Spożywcze
17	Ogrody społeczne i farmy miejskie
19	Podmioty ekonomii społecznej
19	Targowiska z żywnością ekologiczną
21	Rynek produktów wegetariańskich oraz wegańskich
24	Żywność Fair Trade na polskim rynku
26	Sklepy zero waste
27	Marnotrawstwo jedzenia oraz drugi obieg żywności w Polsce
28	Banki Żywności
28	Foodsharing
30	Freeganizm
31	Opinie młodych konsumentów w Polsce

STRESZCZENIE

Niniejszy raport przedstawia analizę wybranych zagadnień związanych z sytuacją rynku spożywczego w Polsce. Pierwsze części opracowania dotyczą krajowej produkcji żywności, zarówno roślinnej, jak i zwierzęcej. W Polsce głównie uprawiane są pszenica, żyto, jęczmień, owies i mieszanki zbożowe, pszenżyto, kukurydza na ziarno, ziemniaki, buraki cukrowe, rzepak, warzywa oraz owoce. Nasz kraj jest największym producentem porzeczek w UE, znajduje się również w czołówce światowych producentów jabłek, truskawek, wiśni, czereśni i malin. Na światowym rynku jesteśmy również w czołówce producentów przetworzonych produktów rolnych: zagęszczonego soku, mrożonych owoców i warzyw. Produkcja żywności to największy sektor przemysłu w Polsce. Na polskim rynku wyróżniają się firmy z przemysłu mleczarskiego produkujące zarówno na rynek krajowy jak i eksport: sery, jogurty, kefiry, masło, napoje itd. Ważnym elementem przemysłu spożywczego jest również produkcja mięsa, zwłaszcza drobiu i wieprzowiny, oraz przetworów mięsnych.

Na mapie polskiego handlu produktami spożywczymi znajdziemy najwięcej sklepów ogólnospożywczych. Najpopularniejsze oraz posiadające największą liczbę sklepów sieci dyskontów, to sklepy należące do zagranicznych koncernów.

Mimo, że polskie rolnictwo opiera się głównie na hodowli konwencjonalnej, na polskim rynku znajdziemy różne inicjatywy ułatwiające pozyskanie żywności z ekologicznych upraw. Rolnictwo wspierane przez społeczność, kooperatywy spożywcze, farmy miejskie i ekologiczne targi żywności to miejsca i inicjatywy dzięki którym można znaleźć odpowiedzialnie wyprodukowane warzywa, owoce czy rzemieślnicze przetwory. Taka forma zakupów to również bezpośredni kontakt z rolnikami i rolniczkami, tworzenie społeczności, czasem oznacza również możliwość zaangażowania się w prace w gospodarstwie, możliwość uczestniczenia w spotkaniach i wydarzeniach związanych z produkcją żywności. Wśród inicjatyw, które opierają swoją działalność na odpowiedzialnym podejściu do biznesu znajdziemy również spółdzielnie społeczne. W przestrzeniach miejskich oprócz farm znajdziemy również ogródki działkowe oraz ogrody społeczne.

Od 2016 r. można zauważyć spadek spożycia mięsa w Polsce, jednocześnie rośnie dostępność roślinnych zamienników produktów odzwierzęcych w sklepach. Rośnie również liczba przedsiębiorstw produkujących żywność wegańską na polskim rynku oraz producentów włączających w swoją ofertę roślinne produkty. Mimo, że według danych z badań

przeprowadzonych na przełomie 2019 i 2020 r. najczęściej wegańskich produktów dostępnych jest w hipermarketach, to również dyskonty jak i mniejsze sklepy osiedlowe zaczęły wzbogacać swoją ofertę o roślinne zamienniki produktów odzwierzęcych.

Wśród dostępnych na polskim rynku produktów pochodzących z importu – np. kawy, kakao znajdziemy produkty opatrzone certyfikatami Sprawiedliwego Handlu, głównie certyfikatem Fairtrade. Ten certyfikat oznacza, że rolnicy uprawiający produkty spożywcze pochodzące z krajów globalnego Południa otrzymali wyższe ceny skupu, mają zapewnione lepsze warunki pracy i uczestniczą w bardziej sprawiedliwych warunków handlowych.

Na każdym etapie produkcji żywności można wskazać wiele czynników, które sprawiają, że nasz jadłospis tworzy ślad węglowy oraz wodny. Teren hodowli, metoda upraw, zużycie wody czy transport między poszczególnymi miejscami produkcji oraz dystrybucji ma duże znaczenie. Ważnym aspektem jest także fakt, że na każdym z tych etapów żywność jest przechowywana a następnie sprzedawana w opakowaniach, zazwyczaj plastikowych. W Polsce wraz z ideą zero waste i minimalizmem pojawiły się sklepy sprzedające żywność do pojemników klienta, wyspecjalizowane w sprzedaży zwłaszcza produktów sypkich takich jak kasze, mąki, makarony, orzechy, przyprawy.



fot. Thomas Gamstaetter on Unsplash

Według najnowszych danych w Polsce marnuje się prawie 5 milionów ton żywności rocznie¹. Marnowanie i straty żywności wiążą się ze sposobami i standardami produkcji, sprzedaży, a także z gospodarowaniem produktami spożywczymi w domach. W przestrzeniach polskich miast i miejscowości znajdziemy jadłodzielnie – miejsca z których można swobodnie korzystać – zarówno oddając jak i biorąc z nich jedzenie. Większość polskich jadłodzielni prowadzona jest przez nieformalne grupy należące do międzynarodowego ruchu społecznego – foodsharingu. Wśród instytucji wspierających walkę z marnowaniem żywności znajdziemy Banki Żywności, które pośredniczą między firmami oddającymi jedzenie, a przyjmującymi je osobami lub organizacjami.

1. S. Łaba, B. Bilka, M. Tomaszewska, R. Łaba, K. Szczepański, A. Tul-Krzyszczuk, M. Kosicka-Gębska, D. Kołożyn-Krajewska, *Próba oszacowania strat i marnotrawstwa żywności w Polsce*, „Przemysł Spożywczy” 2020, nr 11 (74), s. 15.

KRAJOWY RYNEK SPOŻYWCZY

W 2018 roku wartość sprzedaży w sektorze spożywczym w Polsce wynosiła 233,55 mld zł¹. Na ten sektor składa się 1385 firm zatrudniających powyżej 49 pracowników. Liczba zatrudnionych, według Głównego Urzędu Danych Statystycznych z 2018 roku, wynosiła 381,2 tys. osób. Eksport osiągnął wartość 94,68 mld zł, co dało 41% wartości produkcji sektora. Nakłady inwestycyjne wyniosły 7,22 mld złotych, a wartość produkcji sprzedanej tego sektora osiągnęła 184,17 mld zł.

Polska jest samowystarczalna, jeśli chodzi o produkcję większości podstawowych surowców rolniczych przeznaczonych zarówno do bezpośredniego spożycia, jak i do produkcji żywności². Samowystarczalność żywnościowa jest jednym z wyznaczników bezpieczeństwa żywnościowego. Według Global Food Safety Initiative Polska zajmuje 24 miejsce wśród 113 krajów pod względem bezpieczeństwa żywnościowego (17 miejsce biorąc pod uwagę tylko kraje europejskie). W Global Food Safety Index brane są pod uwagę analizy systemów

żywnościowych oraz wpływ produkcji rolniczej na zmiany w środowisku naturalnym.

Dochód w gospodarstwach rolnych jest uzależniony od ich wielkości ekonomicznej oraz typu rolniczego. Niektóre gospodarstwa najmniejsze i największe ekonomicznie³ nie mogą funkcjonować bez wsparcia finansowego⁴. Gospodarstwa o średniej i dużej wielkości ekonomicznej najczęściej są w stanie wytworzyć dochód bez korzystania z dopłat. Szacowany dochód z rodzinnego gospodarstwa w 2019 r. wynosił 43 745 zł. Charakter produkcji rolniczej oraz zależność od warunków pogodowych wpływają na potrzebę zatrudniania pracowników sezonowych. Niedobór pracowników w rolnictwie sprzyja zatrudnianiu obcokrajowców. Według danych Ministerstwa Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej oraz GUSu w 2019 r. liczba zezwoleń tylko na pracę sezonową wydanych przez powiatowe urzędy pracy w sektorach: rolnictwo, leśnictwo, łowiectwo i rybactwo wyniosła ponad 126 tys. dla osób pochodzących z innych krajów, w tym prawie 125 tys. dla obywateli Ukrainy⁵.

1 <https://www.paih.gov.pl/sektory/spozywczy> (dostęp: 03.09.2020).

2 Zdolność gospodarki, w tym rolnictwa, przemysłu spożywczego i innych sektorów, do zaspokojenia/pokrycia – czyli zapotrzebowania na produkty rolne (zarówno do bezpośredniego spożycia i do produkcji żywności) jest określana jako samowystarczalność żywnościowa. Raport GUS: Rolnictwo w 2019, <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/rolnictwo-lesnictwo/rolnictwo/rolnictwo-w-2019-roku,3,16.html> (dostęp 10.10.2020), s. 65.

3 Wielkość ekonomiczna gospodarstwa to możliwa wartość produkcji, którą gospodarstwo może osiągnąć w danym regionie, posiadając określone zasoby.

4 Raport GUS: Rolnictwo w 2019 r., <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/rolnictwo-lesnictwo/rolnictwo/rolnictwo-w-2019-roku,3,16.html> (dostęp: 10.10.2020), s.16.

5 Ibidem, s. 27.

CHARAKTERYSTYKA GOSPODARSTW

W 2019 r. w strukturze gospodarstw rolnych, 53,5% stanowią gospodarstwa najmniejsze (do 5 ha użytków rolnych), gospodarstwa największe (o powierzchni 50 ha i więcej użytków rolnych) to 2,4%⁶. Średnia powierzchnia użytków rolnych przypadających na gospodarstwo wynosiła w 2019 r. 10,4 ha, natomiast powierzchnia zasiewów 10,9 mln ha. Struktura zasiewów była zdominowana przez zboża (72,4%), 10,8% stanowiły uprawy przemysłowe, a 8,9% uprawy pastewne.

W Polsce dominuje konwencjonalny system gospodarowania, co w praktyce oznacza, że głównym celem rolnictwa jest intensyfikacja produkcji, bez uwzględnienia kosztów środowiskowych⁷. Integrowany i ekologiczny system gospodarowania nie są powszechne⁸. Warto podkreślić fakt, że rolnictwo ma duży wpływ na zmianę klimatu, która z kolei wpływa na stan rolnictwa. W 2018 r. funkcjonowało tylko 7,9 tys. gospodarstw działających w ramach metody integrowanej oraz 19,2 tys. stosujących ekologiczne metody produkcji⁹. Należy zaznaczyć, że większość ekologicznych gospodarstw stosuje zrównoważone metody upraw wyłącznie w hodowli roślin, a pozostałe w produkcji mieszanej (zwierzęcej i roślinnej)¹⁰. Powierzchnia ekologicznych upraw rolnych stanowiła 3,3% powierzchni wszystkich upraw. Najwięcej upraw ekologicznych znajdziemy w województwach: zachodniopomorskim oraz warmińsko-mazurskim, najmniej w opolskim i kujawsko-pomorskim.

Modernizacja, intensyfikacja oraz specjalizacja produkcji rolniczej wpływają na wzrost regionalizacji. W Polsce tereny centralne, wschodnie oraz północne to obszary, na których występuje przewaga upraw żyta, mieszanek zbożowych i kukurydzy¹¹. Na Mazowszu (rejon grójecki), w województwie

lubelskim, okolicach Sandomierza oraz w Wielkopolsce i województwie łódzkim dominują sady oraz plantacje owoców jagodowych. W południowo-wschodniej i zachodniej Polsce, a także w regionie Żuław i Warmii spotkamy uprawy zbóż – zwłaszcza pszenicy, oraz rzepaku i buraków cukrowych.

Województwa podlaskie, mazowieckie, warmińsko-mazurskie i wielkopolskie to obszary, na których znajdziemy najwięcej hodowli bydła mlecznego¹². Jeśli chodzi o trzodę chlewną to koncentruje się ona w województwach wielkopolskim, mazowieckim, łódzkim i kujawsko-pomorskim. Najwięcej hodowli drobiu przypada na tereny Wielkopolski i województwa mazowieckiego¹³. Większe stada owiec znajdziemy tylko na górskich terenach województwa małopolskiego i podkarpackiego.

Intensyfikacja oraz koncentracja produkcji doprowadziła do zwiększenia udziału rolnictwa w emisji gazów cieplarnianych oraz innych zanieczyszczeń, np. amoniaku¹⁴. Na wzrost emisji wpływa rosnące zużycie środków produkcji (nawozy, pestycydy, paliwo), gospodarowanie nawozami naturalnymi, zabiegi agrotechniczne a także spalanie resztek poźniwnych. Udział sektora rolnego w emisji gazów cieplarnianych w 2018 r. wynosił 8%. Rolnictwo było odpowiedzialne za 10% emisji pyłu PM10 oraz po 14% emisji lotnych związków niemetanowych i pyłów TSP. Odnotowano bardzo duży poziom emisji amoniaku, który wynika z nieracjonalnej gospodarki nawozami naturalnymi odpowiadającymi za 79% emisji tego związku. Na zwiększenie emisji wpłynął również wzrost pogłowiu zwierząt hodowlanych – bydła i trzody chlewnej.

6 Ibidem, s. 15.

7 Ibidem, s. 16.

8 Integrowany sposób gospodarowania umożliwia realizację zarówno celów ekonomicznych, jak i ekologicznych.

9 Raport GUS: Rolnictwo w 2019 r., <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/rolnictwo-lesnictwo/rolnictwo/rolnictwo-w-2019-roku,3,16.html> (dostęp: 10.10.2020), s. 16.

10 Ibidem, s. 84.

11 Ibidem, s. 16.

12 Ibidem.

13 Raport GUS: Zwierzęta gospodarskie w 2018 r., https://stat.gov.pl/download/gfx/portalinformacyjny/pl/defaultaktualnosci/5508/6/19/1/zwierzeta_gospodarskie_w_2018_roku (dostęp: 01.12.2020) s. 41.

14 Raport GUS: Rolnictwo w 2019 r., <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/rolnictwo-lesnictwo/rolnictwo/rolnictwo-w-2019-roku,3,16.html> (dostęp: 10.10.2020), s. 17.

PRODUKCJA ROŚLINNA

W 2019 r. ogólna powierzchnia zasiewów wynosiła ok. 10,8 mln ha. W strukturze zasiewów dominowały zboża – 72,4% (w tym pszenica i pszenżyto), uprawy przemysłowe zajęły 10,8% i uprawy pastewne 8,9%¹⁵. Dominujące na rynku produkty roślinne to: pszenica, żyto, jęczmień, owies i mieszanki zbożowe, pszenżyto, kukurydza na ziarno, ziemniaki, buraki cukrowe, rzepak i rzepik, warzywa oraz owoce. Z uwagi na długotrwałą suszę w 2019 r. produkcja warzyw gruntowych (takich jak: kapusta, kalafior, cebula, marchew jadalna, buraki ćwikłowe, ogórki, pomidory) była niższa niż 2018 roku – wyniosła 3,8 mln ton¹⁶. Zbiory owoców z drzew wyniosły 3,5 mln ton w 2019 r., z czego większość stanowiły jabłka, śliwki oraz gruszki. Zbiory z sadów wiśniowych wyniosły ok. 152 tys. ton. Zbiory owoców z krzewów owocowych oraz plantacji jagodowych wyniosły niespełna 0,5 mln ton. W 2019 roku zebrano ok. 177 tys. ton truskawek, 126 tys. ton różnych rodzajów porzeczek, ok. 75 tys. ton malin, ok. 9,6 tys. ton agrestu.

PRODUKCJA ZWIERZĘCA

Pogłowie bydła w 2019 r. wyniosło 6260,9 tys. sztuk, a trzody chlewnej 11215,5 tys. sztuk¹⁷. Produkcja wieprzowiny wynosiła 1866 tys. ton, mięsa drobiowego 2704 tys. ton, a wołowiny wraz z cielęciną – 566 tys. ton. Produkcja jaj w 2019 r. osiągnęła 12056 mln sztuk, a produkcja mleka 14 090 mln litrów.

EKSPORT

Polska żywność na zagranicznych rynkach jest konkurencyjna ze względu na jakość oraz cenę. W 2019 r. wartość eksportu produktów rolno-spożywczych wynosiła 31,4 mld euro, natomiast wartość importu – 21,1 mld euro¹⁸. Saldo wymiany handlowej było dodatnie i wynosiło 10,3 mld euro. Podobnie jak w poprzednich latach w strukturze eksportu dominowały (ponad 80%) produkty przetworzone. W 2019 r. Polska eksportowała

produkty rolno-spożywcze głównie na rynek unijny, przede wszystkim do Niemiec. Wartość produktów rolno-spożywczych sprzedanych na niemiecki rynek wynosiła 7,6 mld euro. Znaczącymi odbiorcami polskich towarów były również Wielka Brytania, Holandia, Francja, Włochy oraz Czechy. Eksport do krajów europejskich spoza UE osiągnął 5,9 mld euro, a do byłych republik ZSRR trafiły produkty o wartości 1,6 mld euro. Znaczącymi partnerami w eksporcie są również Stany Zjednoczone, Arabia Saudyjska, Izrael oraz Chiny.

W 2019 r. Polska była największym producentem porzeczek w UE (ok. 126 tys. ton) i drugim na świecie po Federacji Rosyjskiej¹⁹. W produkcji jabłek (3,1 mln ton) zajęła drugie miejsce (po Chinach) na świecie, pierwsze w UE. Z produkcją truskawek (177 tys. ton) Polska plasuje się na 5 miejscu na świecie. Nasz kraj zalicza się również do czołówki państw UE produkujących wiśnie, czereśnie oraz maliny. Polska zajmuje również znaczące miejsce w światowej produkcji przetworzonych produktów rolnych. W produkcji zagęszczonego soku jabłkowego zajmuje drugie miejsce (po Chinach) na świecie. Jeśli chodzi o produkcję mrożonych owoców i zagęszczonych soków z owoców miękkich zajmuje trzecie miejsce na świecie (po USA i Chinach) i piąte w produkcji mrożonych warzyw. Na rynku unijnym Polska zajmuje 3 pozycję (po Belgii i Hiszpanii) w produkcji mrożonych warzyw. W Unii Europejskiej Polska jest największym eksporterem produktów drobiowych, piątym, jeśli chodzi o produkty wołowe, a szóstym produktów wieprzowych. Produkty drobiowe stanowiły ok. 49% wartości eksportu, wieprzowe ok. 26%, a wołowe ok. 25%²⁰.

¹⁵ Ibidem, s. 41.

¹⁶ Ibidem, s. 50-51.

¹⁷ Ibidem, s. 54-58.

¹⁸ Ibidem, s. 68.

¹⁹ Ibidem, s. 69.

²⁰ Ibidem.



OUR FOOD OUR FUTURE

phot. Newman Studio, Shutterstock

IMPORT

Głównym partnerem handlowym Polski w imporcie są kraje Unii Europejskiej. W 2018 r. ponad połowę wydatków poniesionych na import produktów rolno-spożywczych stanowiły zakupy: żywności, mięsa i przetworów mięsnych, ryb i przetworów rybnych, a także owoców i ich przetworów oraz ziarna zbóż, nasiona roślin oleistych i tłuszczów roślinnych oraz kawy, herbaty i kakao²¹.

PRODUCENCI ŻYWNOSCI

Polskie firmy

Produkcja żywności jest jedną z największych i najbardziej znaczących gałęzi przemysłu w Polsce²². Największą prywatną firmą produkującą żywność w naszym kraju oraz jeden z największych koncernów na rynku producentów żywności w Europie Środkowo-Wschodniej jest **Maspex**. Firma specjalizuje się w produkcji soków, nektarów, napojów, produktów instant, dżemów, sosów, keczupów, makaronów, dań gotowych i przetworów warzywnych²³. Wśród marek Grupy Maspex znajduje się m.in. **Tymbark** – jeden z liderów na polskim rynku napojów, produkujący soki owocowe i warzywne, nektary, napoje gazowane a także owocowe musy²⁴. Na polskim rynku żywności wyróżniają się duże firmy z przemysłu mleczarskiego. **Mlekovita** zajmuje się przetwórstwem mleka, ma w ofercie 1000 produktów, które sprzedaje w 167 krajach²⁵. Spółdzielnia Mleczarska **Mlekoop** skupuje ponad 1,93 mld litrów mleka rocznie²⁶, wyroby mleczarskie trafiają na zagraniczne rynki, w tym 30% eksportu trafia do Chin. Kolejną znaczącą na rynku marką z branży mleczarskiej jest **Piątnica**, która w swojej ofercie ma linię Piątnica BIO – produktów z unijnym certyfikatem ekologicznej żywności²⁷. **Polindus-Laktopol** zajmuje się przetwórstwem mleka na proszki mleczne – jest czołowym producentem

odtłuszczonego mleka w proszku, serwatki słodkiej w proszku, a także preparatu mleczno-tłuszczowego²⁸. **Polindus Laktopol** eksportuje produkty na rynek unijny oraz do Azji, Afryki oraz obu Ameryk. Grupa **Polmlek**, zatrudniająca 2464 pracowników, zajmuje się produkcją nabiału, soków, napojów oraz żywności wegańskiej – deserów, napojów i owsianek²⁹. **Spomlek** to firma specjalizująca się w produkcji serów żółtych, produkuje również desery, napoje fermentowane, masło oraz produkty sproszkowane³⁰. Kolejną dużą firmą z branży mleczarskiej jest **Łowicz**, która oprócz posiadania w sprzedaży serii produktów opartych na mleku krowim, wprowadziła niedawno serię produktów roślinnych³¹. Podobnie **Bakoma** – w której ofercie znajdziemy m.in: jogurty, kefir (również z serii bio), napoje mleczne, sery – w 2020 roku wypuściła serię produktów wegańskich³².

Wśród dużych polskich producentów żywności znajdziemy również firmy z sektora drobiarskiego. **Indykpól** to lider w produkcji i przetwórstwie indyków. W skład firmy wchodzi spółki drobiarskie zajmujące się hodowlą, produkcją oraz sprzedażą mięsa indyczego i przetworów indyczych³³. **SuperDrob** to przedsiębiorstwo, które zajmuje się produkcją oraz sprzedażą wyrobów drobiowych, wyroby eksportuje na rynki Unii Europejskiej³⁴. **Fermy Woźniak** to największy producent jaj oraz produktów przetwórstwa jajecznego w Polsce, firma eksportuje towary do 60 krajów³⁵.

Tarczyński to jedna z większych polskich firm zajmujących się produkcją wędlin, są liderem w produkcji kabanosów, również w wersji roślinnej wprowadzonej na rynek w październiku 2020 roku³⁶. W ofercie firmy znajdziemy również linię roślinnych zamienników wędlin, mięsa mielonego czy pasztetów, past – Z Gruntu Dobre³⁷. **Graal** jest wiodącym w Polsce producentem konserw rybnych, w swojej ofercie ma również ryby mrożone, owoce morza, kawior, sałatki

21 Raport GUS: Produkcja i handel zagranicznymi produktami rolnymi w 2018 r., <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/rolnictwo-lesnictwo/uprawy-rolne-i-ogrodnictwo/produkcja-i-handel-zagraniczny-produktami-rolnymi-w-2018-roku,1,15.html> (dostęp: 22.10.2020), s. 15-16.

22 Raport GUS: Produkcja wyrobów przemysłowych w 2019 roku, <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/przemysl-budownictwo-srodki-trwale/przemysl/produkcja-wyrobow-przemyslowych-w-2019-roku,3,17.html>, s. 11, dostęp (11.20.2020).

23 <https://maspex.com/o-firmie/> (dostęp: 11.10.2020).

24 <https://tymbark.com/o-firmie/o-firmie/o-firmie/> (dostęp: 25.11.2020).

25 <https://www.mlekovita.com.pl/pl/strona/o-nas/grupa-mlekovita> (dostęp: 12.10.2020).

26 <https://mlekoop.com.pl/index.php/o-firmie/> (dostęp: 12.10.2020).

27 <https://piatnica.com.pl/historia> (dostęp: 12.10.2020).

28 <http://www.polindus.com.pl/o-nas> (dostęp: 12.10.2020).

29 <https://polmlek.com/o-nas/> (dostęp: 12.10.2020).

30 <https://www.spomlek.pl/o-nas/firma> (dostęp: 13.10.2020).

31 <https://mleczarnia.łowicz.pl/o-nas/o-firmie/> (dostęp: 14.10.2020).

32 <https://bakoma.pl/> (dostęp: 30.11.2020).

33 <https://www.indykpól.pl/o-nas/grupa-indykpól/> (dostęp: 13.10.2020).

34 https://superdrob.pl/o-firmie/#o_nas (dostęp: 13.10.2020).

35 <https://www.fdw.pl/fermy-wozniak/> (dostęp: 13.10.2020).

36 <https://grupatarczyński.pl/o-firmie/#misja-firmy> (dostęp: 13.10.2020).

37 <https://www.zgruntudobre.com/> (dostęp: 07.01.2021).

rybne, dania obiadowe, konserwowane mięsa, marynaty oraz sałatki warzywne z mięsem³⁸.

Polski Cukier to kolejna znacząca firma na polskim rynku spożywczym, jest największym producentem cukru w Polsce oraz jednym z większych w Europie³⁹. Polski Cukier handluje również wyrobami powstałymi w trakcie wytwarzania cukru oraz zajmuje się przetwórstwem owocowo-warzywnym. **Firma Colian** zajmuje się produkcją słodczy, przypraw, bakalii oraz napojów⁴⁰. Swoje wyroby Colian eksportuje do ponad 60 krajów. Wśród marek Colian Holding S.A. znajdziemy: **Goplanę**, **Jutrzenkę** oraz **Solidarność** produkujące popularne w Polsce czekolady, ciastka, wafelki i galaretki⁴¹. **Wawel** to jedna z najstarszych na polskim rynku firm produkujących słodczy: czekolady, czekolady nadziewane, cukierki, batony oraz galaretki⁴².

Według danych z 2019 r. Polska znajduje się w pierwszej dziesiątce krajów eksportujących czekolady oraz wyroby zawierające kakao⁴³. Część popularnych polskich marek produkujących słodczy jest własnością zagranicznych koncernów. Historia marki **Wedel** sięga 1851 r. Od 2010 r. jest częścią japońskiego koncernu LOTTE⁴⁴. Flagowe produkty marki to czekolady, praliny, batony, ciastka oraz Ptasia Mleczko i Torciki Wedlowskie. Produkcja jest ulokowana w fabryce na warszawskiej Pradze, gdzie w ciągu minuty powstaje około 500 tabliczek czekolady⁴⁵. Wyroby Wedla trafiają na rynki wszystkich kontynentów, docierając do ponad 60 państw.

Prince Polo zdobyło status nie tylko najpopularniejszego wafelka w Polsce, ale równie dużą popularnością cieszy się za granicą. Pierwszy wafelek powstał w latach 50. XX wieku w Zakładach Przemysłu

Cukierniczego **Olza** w Cieszynie⁴⁶. Obecnie Olza należy do Mondelēz International, a Prince Polo są dostępne w USA, Islandii, a pod nazwą Siesta znajdziemy je w Czechach, Słowacji i na Węgrzech⁴⁷.

Zagraniczne firmy

Największe zagraniczne firmy w polskim sektorze spożywczym to: Schulstad, Animex, Nestle, De Heus, Heinz, Unilever, Lisner, Cargill, Coca-Cola, Danone, Bonduelle, Mars, Drosed, Orkla Foods Nordic, Wrigley Poland, Lotte, Firtolay, Eisberg, Ferrero, Royal Canin, Kraft Foods, Nutricia, Bongrain Polska, Kruszwica a Bunge Company, Zott, Carlsberg, Stastnik, FoodCare, Segafredo, Bahlsen⁴⁸.

HANDEL

W 2018 r. w Polsce funkcjonowało 69,8 tys. sklepów ogólnospożywczych, 5,5 tys. owocowo-warzywnych, 9,9 tys. mięsnych, 1,1 tys. rybnych, oraz 8,5 tys. piekarni i ciastkarni⁴⁹. Stałych, zarejestrowanych targowisk działało 2156, z przewagą w handlu drobnodetalicznym⁵⁰.

W segmencie dyskontów na polskim rynku dominuje należąca do portugalskiego Jeronimo Martins sieć **Biedronka**, której pozycja umocniła się jeszcze bardziej od początków pandemii Covid-19⁵¹. Jest to największy prywatny pracodawca w Polsce, który przy ponad 3031 sklepów na terenie całego kraju, zatrudnia około 60 tys. pracowników. W 2019 r. osiągnęła największy przychód wśród firm handlowych w wysokości 55,7 mld zł⁵². Dyskont jest też najpopularniejszym sklepem w Polsce⁵³.

38 <https://graalgroup.com.pl/firma/> (dostęp: 11.10.2020).

39 <https://www.polski-cukier.pl/> (dostęp 13.10.2020).

40 http://www.colian.pl/profil_korporacyjny/pl/grupa-colian/o-grupie (dostęp: 13.10.2020).

41 <https://itro.pl/informator/rynek-slodczy-2020/> (dostęp: 13.12.2020).

42 <https://www.wawel.com.pl/o-firmie> (dostęp: 13.12.2020).

43 <https://itro.pl/informator/rynek-slodczy-2020/> (dostęp: 13.12.2020).

44 <https://wedel.pl/o-firmie/historia> (dostęp: 10.12.2020).

45 M. Walków, 500 tabliczek czekolady na minutę. Tak działa fabryka Wedla w Warszawie, <https://businessinsider.com.pl/firmy/zarzadzanie/fabryka-wedla-jak-produkowana-jest-czekolada/6m7jm5f> (dostęp: 10.12.2020).

46 http://superbrands.pl/wp-content/uploads/2014/03/2005_PrincePolo.pdf (dostęp: 13.12.2020).

47 Ibidem.

48 <https://www.paih.gov.pl/sektory/spozyczny> (dostęp: 13.10.2020).

49 Raport GUS: Rynek wewnętrzny w 2018 roku, <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/ceny-handel/handel/rynek-wewnetrzny-w-2018-roku,7,25.html> (dostęp 11.10.2020), s.23.

50 Ibidem, s. 25.

51 P. Pallus, Tak Biedronka rosła w czasie pandemii. Polska sieć winduje wyniki całej grupy, <https://businessinsider.com.pl/finanse/handel/wyniki-biedronki-w-trakcie-pandemii-i-polrocze-2020-roku/1g27qv1> (dostęp 09.10.2020).

52 P. Pallus, Oto giganci handlu w Polsce. Lider ma ogromną przewagę, <https://businessinsider.com.pl/finanse/handel/10-najwiekszych-firm-handlowych-w-polsce-dane-mf/g742d54> (dostęp 11.10.2020).

53 Biedronka utrzymała pozycję ulubionego sklepu Polaków. W top 10 pojawiła się polska sieć, <https://businessinsider.com.pl/finanse/handel/yougov-brandindex-2020-biedronka-obronila-1-miejsce-awans-dino/6n05n8q> (dostęp: 12.10.2020).

Kolejnym, co do ilości sklepów, ale także wielkości przychodów jest **Lidl**. Dyskont, należący do niemieckiej grupy Schwarz, ma ponad 720 placówek w Polsce, a jego przychód w 2019 r. wyniósł 18,5 mld zł⁵⁴. Pierwszą trójkę firm z najwyższym dochodem w 2019 roku zamyka Grupa Eurocash z dochodem 16,2 mld zł. Firma zajmuje się zarówno handlem hurtowym – zaopatrując jako Eurocash: 8 964 sklepy **abc** oraz 5 167 placówek sieci stworzonych przez swoje spółki: **Groszek**, **Euro Sklep**, **Lewiatan** i **PSD**⁵⁵. Posiada też własną sieć sklepów – **Delikatesy Centrum** (1 347 placówek), sieci **Eko** i **Mila** (wspólnie 216 marketów). W tym roku Eurocash przejął resztę udziałów w serwisie dowożącym żywność do odbiorcy: **Frisco.pl**.

Francuska firma **Auchan** ma w Polsce ponad 100 sklepów. Składają się na nie hipermarkety (największe na polskim rynku) oraz supermarkety Auchan oraz sklepy osiedlowe **Moje Auchan**⁵⁶. Na polskim rynku znajdziemy również super i hipermarkety brytyjskiego **Tesco**. Firma ma ponad 320 placówek, jednak prawie wszystkie zostały sprzedane firmie **Salling Group**, bo docelowo **Tesco** zniknie z Polski⁵⁷. **Kaufland**, firma należąca do Grupy Schwarz, ma ponad 220 hiper- i supermarketów, zatrudnia ok. 16 tys. osób, jej roczny przychód wynosi 9,7 mld złotych⁵⁸. Na terenie Polski znajdziemy 923 sklepy należące do sieci **Carrefour** (90 z nich to hipermarkety, 154 to supermarkety, a 679 to małe sklepy i sklepy osiedlowe)⁵⁹. **Carrefour** ma też 20 centrów handlowych, jego roczne przychody to 9,6 mld zł.



fot. Anna Kokocińska

W segmencie sklepów osiedlowych sklepów ponad 6,6 tys. sklepów **Żabka** należy do amerykańskiego funduszu **CVC**⁶⁰. Sklepy te funkcjonują na zasadzie franczyzy. Franczyzobiorca otwierający **Żabkę** musi posiadać wkład własny w biznes. W ramach umowy przedsiębiorca zapewnia wyposażenie i zaopatrzenie w towar sklepu oraz udostępnia markę⁶¹. Również na zasadzie franczyzy opiera swój program partnerski **MAKRO** – na polskim rynku znajdziemy 2600 sklepów **ODIDO** należących do tej sieci hurtowej⁶².

54 Ibidem.

55 J. Frączyk, Główny konkurent Biedronki podał wyniki. Akcje mocno w górę, <https://businessinsider.com.pl/gielda/wiadomosci/wyniki-eurocash-za-ii-kw-2020-zaskoczyly-rynek-akcje-w-gore/ycj6nwc> (dostęp: 11.10.2020).

56 P. Pallus, Oto giganci handlu w Polsce. Lider ma ogromną przewagę, <https://businessinsider.com.pl/finanse/handel/10-najwiekszych-firm-handlowych-w-polsce-dane-mf/g742d54> (dostęp: 11.10.2020).

57 Ibidem.

58 Ibidem.

59 Koronawirus uderzył w wyniki Carrefoura. Polska z drugim największym spadkiem w Europie, <https://businessinsider.com.pl/finanse/handel/koronawirus-uderzyl-w-wyniki-carrefoura-w-ii-kwartale-2020-roku/jdpzmcq> (dostęp: 11.10.2020).

60 <https://www.zabka.pl/franczyza> (dostęp: 13.12.2020).

61 <https://www.zabka.pl/franczyza/przydatne-informacje/oferujemy> (dostęp: 13.12.2020).

62 **ODIDO** świętuje urodziny, <https://businessinsider.com.pl/finanse/handel/odido-swietuje-urodziny/qg05r5x> (dostęp: 11.10.2020).

ALTERNATYWNE SPOSOBY PRODUKOWANIA I DYSTRYBUCJI ŻYWNOŚCI

ROLNICTWO WSPIERANE PRZEZ SPOŁECZNOŚĆ

Idea bezpośrednich zakupów od rolników, oparta na zaufaniu i współpracy, pojawiła się w Japonii w latach 70. XX wieku⁶³. Grupa Japonek przeciwna stosowaniu środków chemicznych w przemyśle spożywczym podjęła współpracę z miejscowym gospodarstwem ekologicznym. W Europie pierwsze przedsięwzięcie tego typu – Les Jardins de Cocagne – powstało w 1978 r. w Szwajcarii⁶⁴. Według badań European CSA Research Group w 2015 roku RWS działało w 21 państwach europejskich⁶⁵. W Polsce pierwszy RWS – Świeże Panki powstał w 2012 r.⁶⁶.

Jak działa RWS?

To model współpracy między konsumentami a producentami żywności opierający się na kontakcie osobistym, zaufaniu i obustronnym zaangażowaniu⁶⁷.

Współpraca w ramach RWS opiera się na pięciu podstawowych zasadach: partnerstwo, solidarność, bliskość, różnorodność, zaangażowanie. Konsument na początku sezonu płaci rolnikom wspólnie ustaloną kwotę. Dzięki temu rolnik zna roczny przychód i niezależnie od urodzaju czy wahań cen rynkowych, może prowadzić swoje gospodarstwo. Bezpieczeństwo finansowe pozwala rolnikom również uniknąć zaciągania pożyczek. Rolnicy zobowiązują się do ograniczania stosowania przy uprawie nawozów sztucznych oraz środków ochrony roślin. Konsument ma dostęp do świeżej, zdrowej, lokalnej żywności po przystępnej cenie – zazwyczaj w formie cotygodniowej paczki sezonowych produktów dostarczanej przez rolników.

Przykłady RWS w Polsce:

Eko-Farma u Piotra
Wojciechówka
Dobrzyńskie Warzywa
Gut-u-Anki
Eko-Luchowo
Dobrodziej

63 Żywność, ludzie, środowisko, czyli Rolnictwo Wspierane przez Społeczność w działaniu, red. M. Jarocka, J. Olszewska, Warszawa 2016, https://igo.org.pl/wp-content/uploads/2016/09/rws_makieta_27.09.pdf (dostęp: 30.11.2020) s. 14.

64 Overview of Community Supported Agriculture in Europe, <http://urgenci.net/wp-content/uploads/2016/05/Overview-of-Community-Supported-Agriculture-in-Europe-F.pdf> (dostęp 30.11.2020), s. 9.

65 Ibidem.

66 Rolnictwo Wspierane przez Społeczność. Partnerstwo między rolnikami a konsumentami, red. J. Olszewska, P. Trzaskowski, Warszawa 2014, <https://igo.org.pl/wp-content/uploads/2014/04/PrzewodnikRWS-NET.pdf> (dostęp: 30.11.2020), s. 9.

67 Ibidem, s. 5.

BARTŁOMIEJ KEMBLÓWSKI - RWS DOBRZYŃSKIE WARZYWA

POCZĄTKI

Skąd taki pomysł? Kiedy pracowałem w Warszawie, 6-7 lat temu, z racji nadmiaru czasu chciałem się czymś zająć. Moi rodzice prowadzili wtedy gospodarstwo i chciałem im w jakiś sposób pomóc ze sprzedażą produktów. Jedna z kooperatyw warszawskich potrzebowała dostawcy warzyw i w ten sposób udało się nawiązać współpracę. Później ktoś z tej kooperatywy wpadł na pomysł założenia RWSu. Wtedy na Zachodzie funkcjonowały już RWSy, a w Polsce powstała dopiero pierwsza taka grupa. Pomyśleliśmy, czemu nie zrobić by drugiej? I tak to się zaczęło. 24 osoby i rodziny zdecydowały się na współpracę. W kolejnym roku postanowiliśmy zająć się tym zawodowo. I, krok po kroku, doszliśmy do tego momentu, w którym jesteśmy teraz.

JAK DZIAŁA INICJATYWA?

W zależności od lokalizacji, mamy różne oferty. Są u nas dwa rodzaje abonamentu. Cotygodniowe paczki i paczki dwutygodniowe. Przed sezonem wpłaca się ustaloną kwotę za warzywa. W ramach tej kwoty przez 26 tygodni (w przypadku paczek cotygodniowych) lub 14-15 tygodni (w przypadku paczek dwutygodniowych) dostarczamy klientom skomponowane przez nas paczki warzyw. Klienci nie mają wpływu na to, co jest w paczkach, to my decydujemy. Na przestrzeni lat możemy powiedzieć, że w kolejnym sezonie paczka będzie w 80% porównywalna do tej z poprzedniego sezonu.

Nasi odbiorcy są z Warszawy, Torunia i Bydgoszczy. Dostarczamy im paczki od wtorku do piątku. Poniedziałek jest dla nas dniem organizacyjnym, wykorzystujemy go na pielenie, robimy też wszystko to, czego nie jesteśmy w stanie zrobić, jak szykujemy towar. Dostawy realizujemy w godzinach od 17 do 18. W danej lokalizacji mamy ustaloną godzinę przyjazdu. Dostarczamy paczki, ale też dodatkowe warzywa, które można u nas kupić ponad to, co jest w paczce.

Jak można dołączyć do RWS Dobrzyńskie Warzywa?

Na koniec sezonu organizujemy zapisy do grup klientów. Realizujemy zamówienia w tych lokalizacjach, które mamy ustalone od kilku lat. To są zamknięte grupy na Facebooku dla naszych klientów z danej lokalizacji. Na Facebooku podnosimy wszystkie kwestie odnośnie organizacji dostaw, ale też tego, co dzieje się w gospodarstwie. Z jakimi problemami się borykamy na przestrzeni pór roku. Dlaczego coś się udało, a coś nie. W jaki sposób warunki atmosferyczne wpływają na uprawę warzyw. Dlaczego coś jest złej jakości, dlaczego czegoś jest więcej lub czegoś brakuje. Zazwyczaj na koniec sezonu część osób z różnych powodów rezygnuje. Czasem ten typ współpracy niektórym nie odpowiada lub ludzie się po prostu przeprowadzają i zwalniają się nowe miejsca. Na miejsce tych osób szukamy wtedy nowych klientów, chociaż teraz to bardziej klienci nas szukają. Mało się reklamujemy, to bardziej działa na zasadzie polecenia.

KOOPERATYWY SPOŻYWCZE

Kooperatywa spożywcza to inicjatywa konsumentów, którym zależy na pozyskaniu lokalnej żywności przy jednoczesnym budowaniu sprawiedliwej relacji z rolnikiem lub producentem⁶⁸. Działanie w kooperatywie daje możliwość poznania rolnika/producenta żywności oraz warunki, w których powstają produkty. Ważnym aspektem działania kooperatyw jest tworząca się społeczność rolników, producentów i konsumentów, nastawionych na wspólne działanie i podejmowanie decyzji.

Jak działają kooperatywy?

Pierwszy etap działania to zbieranie zamówień od członków danej inicjatywy. Potem następuje kontakt z dostawcą i ustalenie szczegółów (minimalne zamówienie, cena, termin i miejsce odbioru). Ostatnim etapem jest odbiór zamówień. Konsument korzystający z kooperatywy spożywczej ma dostęp do wyselekcjonowanej oferty produktów wysokiej jakości, często produkowanej w odpowiedzialny i ekologiczny sposób⁶⁹. Producent żywności ma zapewniony pewny i regularny zbytni, możliwość nawiązania trwałej współpracy. Dzięki ograniczeniu braku pośrednictwa producenci oraz konsumenci otrzymują lepszą cenę. Przed powstaniem kooperatyw podobną funkcję pełniły spółdzielnie. Pierwsza kooperatywa spożywcza w Polsce pojawiła się w styczniu 2010 roku w Warszawie. Grupa znajomych postanowiła zamawiać jedzenie od lokalnych rolników. W ciągu kolejnych miesięcy powstały kooperatywy w innych miastach.

Obecnie w Polsce funkcjonuje kilkadziesiąt kooperatyw spożywczych oraz grup na portalach społecznościowych. Kooperatywy najczęściej zakładane są w większych miastach. Na terenie Warszawy znajdziemy Kooperatywę Dobrze oraz Grochowską Kooperatywę, w Krakowie Wawelską Kooperatywę Spożywcza.

Ze względu na brak jasnej definicji kooperatywy spożywczej w Polsce nazywa się nimi również grupy konsumenckie, które ułatwiają pozyskiwanie żywności od producenta lub rolnika. Do takich grup należy Kooperatywa Spożywcza Wrocław czy Kooperatywa Izerska (obie funkcjonują na portalu Facebook).

Przykłady kooperatyw spożywczych:

Kooperatywa Dobrze (Warszawa)

Grochowska Kooperatywa (Warszawa)

Wawelska Kooperatywa Spożywcza (Kraków)

Kooperatywa Spożywcza w Łodzi

Poznańska Kooperatywa Spożywcza

Wawelska Kooperatywa działa dzięki wspólnej pracy osób zaangażowanych⁷⁰. Członkowie zobowiązują się do przepracowania 2 godzin w miesiącu na rzecz kooperatywy. Cotygodniowe zamówienia pochodzą od lokalnych rolników. W ofercie kooperatywy znajduje się około 180 różnych produktów. Zamówienia składać można poprzez arkusz kalkulacyjny udostępniony w aplikacji internetowej. Osoba chcąc dołączyć do kooperatywy, musi zapłacić wpisowe (jeśli w przeciągu miesiąca nie przekona się do takiej formy działania, może odzyskać pieniądze). Kooperatywa finansuje bieżące potrzeby z tzw. funduszu gromadzkiego (od każdego zamówienia pobierane jest 10% jego wartości).

Na podobnych zasadach, co kooperatywy – grupy konsumenckie działa usługa **Lokalny Rolnik**, która łączy konsumentów z rolnikami/producentami za pomocą Internetu oraz punktów odbioru w różnych miejscach.

⁶⁸ Czym są kooperatywy spożywcze, <https://kooperatywni.pl/aktualnosci/2017/09/06/kooperatywy-spozywcze-czym-sa/> (dostęp: 19.10.2020).

⁶⁹ Kooperatywy spożywcze alternatywną formą sprzedaży dla rolników, <http://ekoarka.com.pl/kooperatywy-spozywcze-alternatywna-forma-sprzedaży-dla-rolników/> (dostęp: 19.10.2020).

⁷⁰ Kim jesteśmy?, <https://wawelskakooperatywa.pl/blog/> (dostęp: 19.10.2020).

WOJTEK MEJOR – KOOPERATYWA SPOŻYWCZA DOBRCZE

POCZĄTKI

Kooperatywa Dobrze powstała w 2013 r. i była pierwszą kooperatywą w Polsce, której celem od początku było utworzenie sklepów kooperatywnych i zatrudnienie pracowników. Na cotygodniowych spotkaniach odbywał się podział produktów dostarczonych przez producentów, każdy odbierał swoje zamówienie. Mniej więcej po roku otworzyliśmy pierwszy sklep na ul. Wilczej w Warszawie. Początkowo było dosyć skromnie, jednak miejsce powoli rozwinęło się do tego stopnia, że po kilku latach mogliśmy otworzyć drugi sklep przy ul. Andersa. Obecnie planujemy otwarcie trzeciego sklepu, jednak jeszcze nie wiemy jak dokładnie się to potoczy. W okresie pandemii, sklep na ulicy Wilczej funkcjonuje bardziej jako magazyn, który jest jednocześnie miejscem odbiorów zamówień online.

JAK DZIAŁA INICJATYWA?

Cała nasza społeczność liczy około 500 członków rzeczywistych i wspierających (stan na styczeń 2021). Jesteśmy stowarzyszeniem formalnym, więc musimy spełniać wszystkie formalne warunki stowarzyszenia. Są walne zebrania, są głosowania, są wybory do zarządu, składki i raporty. Jest komisja rewizyjna i wszystkie formalności związane z prowadzeniem stowarzyszenia. Kooperatywę tworzą w tej chwili zarząd, pracownicy, członkowie wspierający oraz w jakimś stopniu też klienci korzystający z naszych sklepów, którzy nie są członkami kooperatywy. To jest właśnie ważne w kooperatywie, że wokół naszych sklepów i działalności zbudowała się bardzo żywa społeczność. Ta społeczność jest głównym elementem planu biznesowego.

Bo kooperatywa jest przedsiębiorstwem społecznym, w którym społeczność jest ważnym, integralnym elementem. Przy czym rachunek ekonomiczny jest również istotny. Trzeba mieć pieniądze na wypłaty, na czynsze, na zatowarowanie sklepów itd., ale w tym wszystkim najważniejsi są ludzie. Te wszystkie ekonomiczne aspekty nie mogą zepchnąć na margines tej społecznościowej kwestii, bo to ona jest dla nas kluczowa. Na przykład w trakcie kryzysu związanego z pandemią, wspólnie zdecydowaliśmy, jak odpowiemy na różne wyzwania, m.in. takie jak niemożność realizowania dyżurów przez członków kooperatywy podczas pandemii. Wszyscy mają obowiązek pomagać i odrabiać swoje dyżury w ramach działalności kooperatywy, jednak przez reżim sanitarny obowiązki te zostały ograniczone, przez co wzrosły koszty prowadzenia kooperatywy. To my jako społeczność, zdecydowaliśmy jak sobie z tym poradzimy. Nie była to decyzja podjęta jedynie w gronie zarządu. Na walnym zgromadzeniu wspólnie zdecydowaliśmy w jaki sposób pokryjemy możliwy deficyt i jak odpowiemy na to wyzwanie.

JAK MOŻNA DOŁĄCZYĆ DO KOOPERATYWY DOBRCZE?

Żeby dołączyć do naszej kooperatywy trzeba przyjść na spotkanie dla nowych osób. To spotkanie wprowadzające, na którym można się dowiedzieć wszystkiego na temat kooperatywy i tego, jak działamy. Poznać różne zasady, idee, obowiązki. Należy się zapisać do stowarzyszenia, wpłacić składkę i dołączyć się do kooperatywy Dobrze. Najbliższy termin spotkania można znaleźć u nas na stronie.

OGRODY SPOŁECZNE I FARMY MIEJSKIE

Idea ogrodu społecznego pojawiła się w Stanach Zjednoczonych w latach 70'tych XX wieku wraz z otwarciem Liz Christy Bowers Houston Garden w Nowym Jorku⁷¹. W Polsce w czasach PRL-u prywatne ogródki działkowe dawały możliwość własnej hodowli warzyw i owoców w ramach gospodarki niedoboru. W gwałtownie rosnących ośrodkach miejskich ogródki działkowe likwidowano, na miejsca pod budowę dróg oraz budynków. Dzięki działaniom miejskich aktywistów i aktywistek w przestrzeniach polskich miast pojawia się coraz więcej inicjatyw związanych z miejskim ogrodnictwem. Kryzys klimatyczny, pytania o funkcjonowanie dużych metropolii w nowych warunkach oraz o samowystarczalność miast sprawiły, że działania miejskich ogrodników są coraz bardziej popularne w przestrzeniach miast.

Jak działają ogrody społeczne?

Ogrody społeczne to inicjatywy ogrodnicze, które charakteryzuje: wspólnotowość (są inicjatywą otwartą, społeczną), organizacja (mają uregulowaną sytuację prawną, opracowane zasady użytkowania) oraz działalność ogrodnicza (wspólna uprawa ziemi)⁷². Dodatkowo ogród społeczny może spełniać funkcje edukacyjne, terapeutyczne, integracyjne – być miejscem spotkań i wydarzeń. Ogrody społeczne najczęściej powstają na niezagospodarowanych terenach należących do miasta, dzięki zaangażowaniu lokalnych społeczności. Fundusze na ich działalność pozyskuje się z dofinansowań z budżetu miasta, grantów lub/i ze składek osób tworzących te społeczności. Na terenie ogrodów społecznych często znajdziemy architekturę ogrodową, która jest wykonana przez członków wspólnoty z przedmiotów z odzysku/upcyklingu.

Przykłady ogrodów społecznych:

Ogród Społeczny Kolektyw Kąpielisko (Poznań)
Schronowy Ogród Społeczny (Poznań)
Grunwaldzki Ogród Społeczny (Poznań)
Ołbiński Ogród Otwarty (Wrocław)
Ogród Społeczny Motyka i Słońce (Warszawa)
Ogród Społeczny Fort Bema (Warszawa)
Krakowski Ogród Społeczny Macierzanki (Kraków)
Ogród Społeczny Salwator (Kraków)

Ogród Społeczny "Motyka i Słońce" prowadzony jest przez grupę ogrodniczek i ogrodników z Warszawy⁷³. W ogrodzie uprawia się przede wszystkim warzywa, zioła i owoce. Dodatkowo miejsce to służy do organizowania wydarzeń edukacyjnych i kulturalnych oraz różnych przedsięwzięć wspierających miejskie ogrodnictwo. Ogród powstał w 2015 roku, rozwija się bardzo dynamicznie dzięki współpracy i aktywnym działaniom członków wspólnoty.

W ramach tkanki miejskiej powstają również wyspecjalizowane w produkcji żywności farmy np. Poznańska Farma Miejska czy Krakowska Farma Miejska. Dystrybucja plonów pochodzących z farm odbywa się zazwyczaj na zasadach podobnych, do tych, które związane są działaniem RWSów. Klienci mogą wykupić za określoną kwotę abonament, a farmerzy zobowiązują się do dostarczania paczek/skrzynek warzyw w określonych terminach. Klienci zazwyczaj mają możliwość osobistego odbioru paczek oraz uczestniczenia w życiu farmy – pomagając w pracy, uczestnicząc w wydarzeniach itp.

71 Ogrody społeczne jako sposób na rewitalizację przestrzeni miejskiej i integrację sąsiedzką, <http://www.chronmyklimat.pl/projekty/eko-lokator/aktualnosci/ogrody-spoleczne-jako-sposob-na-rewitalizacje-przestrzeni-miejskiej-i-integracje-sasiedzka> (dostęp: 19.10.2020).

72 E. Grotowska, H. Ruman, *Ogrody społeczne. Bank dobrych praktyk*, Wrocław 2019, https://www.funduszeuropejskie.gov.pl/media/95443/9_wr_ogrodyspolecznee-book-1.pdf (dostęp: 19.10.2020), s. 7.

73 <http://bujnawarszawa.pl/motyka-i-slonce/> (dostęp: 17.10.2020).

JAN SZPIŁ - KRAKOWSKA FARMA MIEJSKA

POCZĄTKI

Pomysł Krakowskiej Farmy Miejskiej pojawił się latem 2019 r. Pierwsze działania przygotowawcze rozpoczęliśmy w grudniu, a fizycznie zaczęliśmy pracować na początku kwietnia 2020 r. Farmę założyliśmy w trójkę. Każdy z nas – trzech założycieli – marzył o takim działaniu od dawna. A skąd się wzięło to marzenie? Inspirowaliśmy się tym, że ludzie robią takie rzeczy na świecie. Chcieliśmy stworzyć w Krakowie farmę miejską i akurat pojawił się moment, kiedy mieliśmy na to przestrzeń i możliwości. Później dołączyły kolejne osoby. Od samego początku, dostawaliśmy bardzo pozytywne informacje zwrotne, no i po prostu zaczęliśmy to robić. Mamy kompetencje i doświadczenie, również w uprawie warzyw w mieście.

JAK DZIAŁA INICJATYWA?

Farma będzie działać od marca do końca października. W ostatnim sezonie to wyglądało tak, że co tydzień publikowaliśmy na Facebooku post, że można złożyć zamówienie na paczkę. Do paczek dajemy, to co w danym momencie jest świeże i gotowe do zbiorów, czyli nie zawsze to co ludzie chcą. Do takiej paczki można sobie czasem dobrać dodatki, ale generalnie oferta jest co tydzień inna. Co uprawiamy? Sałaty różnego rodzaju, rukolę, musztardowca (to jest nasz największy przebój), marchewki, rzodkiewki, buraki liściowe, cukinie, dynie, słonecznik, fasolkę szparagową, pory i inne.

JAK MOŻNA DOŁĄCZYĆ DO FARMY MIEJSKIEJ?

Co tydzień można złożyć u nas na stronie zamówienie przez formularz rejestracyjny lub spotkać się z nami bezpośrednio na farmie w dzień zbiorów i kupić warzywa. Można też przyjść w inne dni i nam pomóc. Mamy też grupę na Facebooku „Krakowska Farma Miejska – Barter”, gdzie ogłaszamy informacje, kiedy pracujemy, kiedy mamy dzień zbiorów i wydawania paczek. Można przyjść, pomóc nam w pracach i otrzymać za to jakieś warzywa. Planujemy dalszy rozwój. Poszerzamy już areał, który będziemy uprawiać. Nie brakuje nam miejsca dla ludzi, którzy chcieliby do nas dołączyć i się zaangażować.



fot. Olga Solarz, Jan Szpil, Krakowska Farma Miejska

PODMIOTY EKONOMII SPOŁECZNEJ

Ekonomia społeczna w Polsce i Europie ma bogatą historię. Prekursorem i inicjatorem przedsiębiorczości społecznej był m.in. Stanisław Staszic, który w 1816 r. utworzył na swojej ziemi *Towarzystwo Rolnicze Hrubieszowskie*, które powstało na podstawie umowy zawartej z 329 gospodarzami ziemskimi, tworząc tzw. kontrakt Towarzystwa RH, który miał na celu udoskonalenie rolnictwa i przemysłu oraz deklarację wspólnego ratowania się w nieszczęściach⁷⁴.

Jak działają podmioty ES?

Ekonomia społeczna dotyczy działań organizacji, które łączą cele gospodarcze oraz społeczne⁷⁵. Wśród podmiotów ekonomii społecznej znajdziemy spółdzielnie, towarzystwa ubezpieczeń wzajemnych, stowarzyszenia oraz fundacje. Mimo, że najbardziej wpisują się one w działania organizacji społeczeństwa obywatelskiego, to jednocześnie działają w ramach charakterystycznych dla sektora publicznego (np. polityka zatrudnienia, polityka integracji społecznej) oraz sektora prywatnego (np. społeczna odpowiedzialność biznesu)⁷⁶. Działanie podmiotów ekonomii społecznej zazwyczaj charakteryzuje autonomia zarządzania, nie są one kontrolowane przez państwo ani prywatnego właściciela, a proces podejmowania decyzji opiera się na zarządzaniu partycypacyjnym⁷⁷. Takie zarządzanie daje możliwość aktywnego uczestnictwa różnym grupom interesariuszy – osobom zatrudnionym, wolontariuszom, konsumentom. Podmioty ekonomii społecznej charakteryzuje lokalność i ograniczony zasięg działania – powstają w odpowiedzi na potrzeby konkretnej społeczności/wspólnoty.

Przykłady podmiotów ES produkujących żywność:

Spółdzielnia Socjalna Serowa Kraina w Rajczy

Cafe PoWoli

Wspólny Stół

Spółdzielnia Socjalna Nie jesteś sam

Spółdzielnia Socjalna Lepiej

Spółdzielnia Socjalna Ziota Siedleckie

Dobrym przykładem przedsiębiorstwa społecznego działającego w obszarze odpowiedzialnej konsumpcji jest **Spółdzielnia Socjalna „Ziota Siedleckie”**, która produkuje m.in. wyroby ciastkarskie oraz susze ziołowe z roślin zielarskich dziko rosnących⁷⁸. Wśród swoich celów spółdzielnia wymienia społeczną integrację osób z niepełnosprawnościami oraz aktywizację zawodową społeczności lokalnej.

TARGOWISKA Z ŻYWNOŚCIĄ EKOLOGICZNĄ

Na targowiskach ekologicznych znaleźć możemy przede wszystkim produkty polskich producentów, z małych manufaktur, od lokalnych firm rodzinnych. Produkty pochodzą z odpowiedzialnych hodowli, większość z nich jest certyfikowana. Na przykład na odbywającym się dwa razy w tygodniu **Targu Pietruszkowym** w Krakowie można znaleźć produkty z ekologicznych gospodarstw oraz z małych gospodarstw konwencjonalnych⁷⁹. Produkty sprzedawane są bezpośrednio od rolników/wytwórców, pochodząc z gospodarstw znajdujących się w promieniu ok. 150 km od Krakowa. **Wrocławski EkoBazar** to miejsce spotkania producentów ekologicznych i klientów, którzy bezpośrednio mogą dowiedzieć się od wytwórców co, i jak zostało wyprodukowane⁸⁰. Targowiska ekologiczne oferują szeroki wachlarz asortymentu: od ryb i wyrobów garmazeryjnych przez pieczywo, sorki, owoce, warzywa, mięso i wędliny po wyroby z nabiału. **Eko Targ w Olsztynku** to miejsce, w którym spotykają się producenci wysokiej jakości wyrobów regionalnych, tradycyjnych i ekologicznych⁸¹.

74 M. Broniszewski, *Rozwój podmiotów ekonomii społecznej w Polsce ze szczególnym uwzględnieniem regionu opolskiego – uwarunkowania instytucjonalnoorganizacyjne*, [w:] *Ekonomia Społeczna*, Nr 2/2016, s. 38–47.

75 J. Hausner, *Ekonomia społeczna jako kategoria rozwoju*, [w:] *Ekonomia społeczna a rozwój*, red. J. Hausner, Kraków 2008, s. 11.

76 Ibidem, s. 13.

77 Ibidem, s. 14.

78 <https://ziolasiedleckie.pl/pl/i/O-nas/8> (dostęp: 23.10.2020).

79 <https://targpietruszkowy.pl/o-nas/o-targu/> (dostęp: 17.10.2020).

80 <http://ekobazarwroclaw.com> (dostęp: 17.10.2020).

81 <https://biohubbazar.pl> (dostęp: 17.10.2020).

Głównym celem targów w Olsztynku jest skrócenie łańcucha dostaw, co umożliwia klientom bezpośredni kontakt z producentami z regionu Warmii i Mazur.

Niezależnie od lokalnych targów i bazarów w Polsce organizowane są również wydarzenia na większą skalę, związane ze zrównoważoną produkcją żywności. **BIOEXPO Warsaw** to międzynarodowe wydarzenie biznesowe poświęcone branży ekologicznej⁸². Wśród wystawców znajdziemy również przedstawicieli sektorów: żywności, napojów oraz rolnictwa ekologicznego. Podczas targów odbywa się Kongres BIOEXPO, w ramach którego odbywają się konferencje, seminaria oraz warsztaty.

82 <https://bioexpo.pl/> (dostęp: 19.10.2020).



fot. Adrianna Augustyniak, RWS Dobrzyńskie Warzywa

RYNEK PRODUKTÓW WEGETARIANSKICH ORAZ WEGAŃSKICH

Od 2016 roku można zauważyć na polskim rynku tendencję spadkową w spożyciu mięsa. Roczne spożycie mięsa na osobę w Polsce w 2016 r. wynosiło 5,32 kg, by w 2019 roku spaść do 5,08 kg na osobę⁸³. Porównując zaś dane GUSu dotyczące konsumpcji mięsa na osobę w samych latach 2018 i 2019 obserwujemy spadek spożycia o 2,24%.

Wegańskie produkty pojawiają w coraz większej ofercie w supermarketach oraz dyskontach. RoślinnieJemy i Fundacja Alberta Schweitzera przeprowadziły badania dostępności produktów w 14 największych sieciach handlowych w kraju. Wyniki badań, prowadzonych na przełomie 2019 i 2020 r., wskazują, że produkty wegańskie najłatwiej znaleźć w sklepach wielkopowierzchniowych, a najmniej dostępne są w polskich sieciach handlowych⁸⁴. W pierwszej trójce sklepów najlepiej zaopatrzonych w roślinne produkty znajdziemy hipermarkety Auchan, Carrefour oraz Kaufland⁸⁵. Autorzy raportu zaznaczają, że wśród badanych sklepów większość posiada ofertę roślinnych alternatyw nabiału, zwłaszcza jeśli chodzi o odpowiedniki mleka⁸⁶.

Rośnie popularność roślinnych zamienników mleka, spada spożycie mleka odzwierzęcego. Badania Nielsen wskazują na wzrost popularności napojów roślinnych. W 2018 roku zysk z ich sprzedaży wyniósł ponad 120 mln zł⁸⁷. Oprócz wzrostu wartości sprzedaży napojów rośnie również asortyment dostępnych produktów. Kilka lat temu na rynku wśród roślinnych zamienników mleka dominowały napoje sojowe, dziś jest to znacznie większy wybór, a dużą polarnością cieszą się napoje kokosowe i owsiane.

Wartość polskiego rynku substytutów nabiału szacuje się na ok. 140 mln złotych⁸⁸. Ze względu na wzrost zainteresowania konsumentów, zarówno roślinnymi zamiennikami nabiału, jak i mięsa, produkty roślinne wprowadzają do oferty firmy zajmujące się przetwórstwem mięsa (np. Sokołów⁸⁹) czy mleka (np. Łowicz z marką „Bez deka mleka”). **Jogurty MAGDA** to pierwsza w Polsce mleczarnia, która zrezygnowała z produkcji nabiału na rzecz roślinnych odpowiedników – roślinnych jogurtów, deserów, śmietan oraz napojów⁹⁰.

83 <https://bdl.stat.gov.pl/BDL/dane/podgrup/tablica> (dostęp: 14.12.2020).

84 Ranking supermarketów. Badanie dostępności produktów roślinnych w sklepach sieciowych w Polsce, <https://roslinniejemy.org/publikacje/ranking-dostepnosci-produktow-roslinnych-w-sieciach-handlowych>, (dostęp: 15.10.2020), s. 4

85 Ibidem, s. 60.

86 Ibidem, s. 61.

87 Raport Nielsen: Rynek napojów bezalkoholowych w Polsce: <https://www.nielsen.com/wp-content/uploads/sites/3/2019/04/market-of-non-alcoholic-beverages.pdf> (dostęp 15.10.2020), s. 40.

88 M. Mierzyńska, Zielony rynek, <https://mycompanypolska.pl/arttykul/zielony-rynek/4044> (dostęp: 03.10.2020)

89 <https://www.portalspozywczy.pl/mieso/wiadomosci/tarczynski-wprowadza-roslinne-kabanosy,190097.html> (dostęp 15.10.2020).

90 O. Bosomtwe, Pierwsza polska mleczarnia postawiła w pełni na produkty roślinne, <https://noizz.pl/jedzenie/pierwsza-polska-mleczarnia-jogurty-magda-postawila-w-pelni-na-produkty-roslinne/nsvnhn> (dostęp: 13.12.2020).

Jednocześnie rośnie liczba przedsiębiorstw produkujących wegańskie produkty. Przychody netto **Polsoi** – jednego z największych producentów produktów roślinnych w Polsce – wynosiły ponad 30 mln złotych w 2018 roku⁹¹. **Polsoja** istnieje na rynku od 1993 roku, firma początkowo zajmowała się produkcją tofu⁹². Dziś wśród produktów marki dostępnych w dyskontach oraz hipermarketach znajdziemy m.in. roślinne kiełbaski, parówki, wędliny, pasztety i pasty⁹³. W sieciach dyskontów i marketów znajdziemy również roślinne produkty **Sante**: napoje roślinne, pasty, smalce, pasztety⁹⁴. Wśród produkowanych w Polsce roślinnych alternatyw dla mięsa znajdziemy m.in. roślinne: kiełbasy, bocзки, karkówkę, pieczeń tworzone przez **Seitan Threat**⁹⁵, pepperoni, szynki lub żeberka produkowane przez **Bezmieśny**⁹⁶ oraz klopsy, kiełbaski czy dukaty marki **Dobra Kaloria**⁹⁷. Roślinne zamienniki dla wołowiny oraz kurczaka produkuje m.in. **GoPlant**⁹⁸. Wśród roślinnych odpowiedników nabiału znajdziemy sery oraz masła wytwarzane z orzechów nerkowca i nasion słonecznika przez **Wege Siostry**⁹⁹. Napoje tworzone z płatków jaglanych, ryżu jaśminowego i orzechów nerkowca, sprzedawane w szklanych butelkach znajdują się w ofercie firmy **Rośleko**¹⁰⁰. **Me Gusto** to firma produkująca głównie wegańskie słodycze.

Zwiększa się również liczba lokali gastronomicznych przygotowujących dania oparte na kuchni roślinnej. W 2019 r. portal **HappyCow.com** opublikował ranking 10 najbardziej przyjaznych weganom miast na świecie¹⁰¹. Warszawa znalazła się na 7 miejscu w rankingu z 47 lokalami wegetariańskimi oraz z 122 miejscami przyjaznymi wegetarianom.

Wśród dostępnych wegańskich oraz wegetariańskich produktów spożywczych na polskim rynku znajdziemy te, które posiadają oznaczenie V-Label. Znak V-Label Vegan gwarantuje konsumentowi, że produkt nie zawiera żadnych składników pochodzenia zwierzęcego a podczas produkcji zastosowano odpowiednie standardy¹⁰².

W maju 2019 r. **RoślinnieJemy** zleciło badania dotyczące preferencji żywnościowych Polek i Polaków. Wynika z nich, że 6,6% Polaków powyżej 18 roku życia jest na diecie wegetariańskiej, 1,8% na wegańskiej, a prawie 4% badanych ograniczało spożycie mięsa do ryb w ciągu poprzedzającego badanie miesiąca¹⁰³. Wynik też jest wyższy w grupie konsumentów w wieku 18-24 lat, gdzie 21,7% deklaroowało rezygnację z mięsnych posiłków. Prawie 12% Polaków nie pije mleka i nie spożywa produktów mlecznych, kolejne tyle nie spożywa jajek i produktów je zawierających, jednocześnie nie wykluczając z diety mięsa. Taki wynik wskazuje, że z rynku produktów roślinnych korzystają nie tylko weganie i wegetarianie, ale również osoby z alergiami oraz nietolerancjami pokarmowymi. Najwięcej produktów odzwierzęcych spożywały w danym miesiącu osoby w wieku 55+¹⁰⁴. Jednocześnie osoby w tym przedziale wiekowym wykazują najmniejsze zainteresowanie roślinnymi produktami.

91 M. Mierzyńska, *Zielony rynek*, <https://mycompanypolska.pl/artykul/zielony-rynek/4044> (dostęp 15.09.2020).

92 <https://www.polsoja.pl/o-nas> (dostęp 13.12.2020).

93 <https://www.polsoja.pl/produkty> (dostęp 13.12.2020).

94 <https://www.portalspozywczy.pl/handel/wiadomosci/marka-bezmiesny-wchodzi-do-auchan,176140.html> (dostęp 13.12.2020).

95 <https://www.seitanthreat.pl/> (dostęp 13.12.2020).

96 <https://www.bezmiesnymiesny.pl/kategoria/produkty> (dostęp 13.12.2020).

97 <https://dobrakaloria.pl/kategorie-produktow/niemieso/> (dostęp 13.12.2020).

98 <https://goplant.pl/o-nas/> (dostęp 07.01.2020).

99 <https://www.wegesiostry.pl/> (dostęp 13.12.2020).

100 <https://www.rosoleko.pl> (dostęp 07.01.2020).

101 10 najbardziej przyjaznych weganom miast na świecie, wśród nich Warszawa, <https://www.focus.pl/artykul/10-najbardziej-przyjaznych-weganom-miast-na-swiecie-wsrod-nich-warszawa> (dostęp: 15.10.2020).

102 <https://www.v-label.eu/pl/v-label> (dostęp: 16.20.2020).

103 Raport **RoślinnieJemy**: Podsumowanie badań opinii publicznej o stosunku do produktów i dań roślinnych, https://static.roslinniejemy.org/2019/12/Postawy_wobec_prod_ros%CC%81linnych_RoslinnieJemy.pdf (dostęp: 15.10.2020), s. 9.

104 Ibidem, s. 7.



fot. Agnieszka Maniewska, Foodsharing Wrocław

ZWYKŁOŚĆ FAIR TRADE NA POLSKIM RYNKU

Określenia „Sprawiedliwy Handel” lub „Fair Trade” używa się do opisywania ruchu związanego z wymianą handlową prowadzoną z krajami globalnego Południa¹⁰⁵. To wymiana oparta na korzystniejszych dla producentów zasadach niż reguły panujące na międzynarodowym rynku. Pojęcie Sprawiedliwego Handlu można odnieść do różnych organizacji oraz systemów certyfikacji organizacji i produktów. Początki ruchu określa się na koniec lat 40. ubiegłego wieku¹⁰⁶. W Stanach Zjednoczonych handel wyrobami pochodzącymi z małych wspólnot etnicznych był odpowiedzią na sytuację w jakiej znalazły się społeczeństwa w krajach globalnego Południa w momencie dekolonizacji. Wśród pionierów ruchu znajdziemy organizację Then Thousand Villages, która powstała w 1946 roku. W 1964 roku powstała inicjatywa handlu alternatywnego – Oxfam Trading. Forma pomocy krajom postkolonialnym opierała się na wspieraniu wymiany handlowej, sprzedaży rękodzieła, za które rzemieślnicy otrzymywali godziwe wynagrodzenie. Idea alternatywnego handlu pojawiła się w debacie nad Nowym Międzynarodowym Ładem Ekonomicznym. W 1968 roku koncepcja „Trade not Aid” („Handel, a nie pomoc”) została

określona jako działanie bardziej efektywne niż inne formy pomocy rozwojowej. Wśród organizacji pozarządowych sprzyjających rozwojowi handlu alternatywnego znaczącą rolę pełniły organizacje holenderskie. Holenderskie grupy zainicjowały w latach 60. kampanie sprzedaży cukru trzcinowego z krajów globalnego Południa. To właśnie w Holandii powstał w 1969 roku pierwszy Sklep Świata. To był początek zakładania sklepów specjalistycznych, które sprzedawały produkty pochodzące od drobnych wytwórców oraz promowania idei Sprawiedliwego Handlu. Równocześnie w krajach globalnego Południa powstawały organizacje zajmujące się doradztwem, wspierające drobnych wytwórców, promujące alternatywne formy handlu. Organizacje te miały partnerów wśród organizacji działających w krajach Północy, np. Sklepach Świata.

Jak działa Sprawiedliwy Handel?

W ramach tych działań powstawały zasady Sprawiedliwego Handlu: ustalenie ceny za produkt, która pokrywa koszty produkcji, zapewnienie godziwej płacy, inwestowanie w rozwój działalności, wypłata premii na rozwój społeczności lokalnych, pomoc w tworzeniu infrastruktury, tworzenie długoterminowych, partnerskich relacji handlowych oraz ochrona środowiska naturalnego.

¹⁰⁵ Fair Trade vs Fairtrade, <https://www.fairtrade.org.pl/sprawiedliwy-handel/fair-trade-vs-fairtrade/> (dostęp 12.12.2020).

¹⁰⁶ Historia ruchu Fair Trade, <https://www.sprawiedliwyhandel.pl/category/historia-ruchu-fair-trade/> (dostęp 12.12.2020).

Działacze organizacji Sprawiedliwego Handlu interesowali się również problemami związanymi z rynkiem podstawowych produktów rolnych. Kryzys, który pojawił się na rynku kawy, sprawił, że w latach 80. organizacje Sprawiedliwego Handlu zaczęły wspierać spółdzielnie drobnych producentów kawy, a w późniejszym czasie również herbaty, kakao, ryżu, bananów, przypraw, produktów medycyny naturalnej itd. Wraz z wzrostem popularności produktów Sprawiedliwego Handlu wprowadzono certyfikaty i oznaczenia, żeby łatwiej można było odróżnić je od innych produktów.

Najbardziej rozpowszechnionym i rozpoznawalnym certyfikatem potwierdzającym spełnienie zasad Sprawiedliwego Handlu to certyfikat Fairtrade. Certyfikat Fairtrade został wprowadzony przez międzynarodową organizację Fairtrade International i jest nadawany produktom, które pozytywnie przeszły audyt niezależnej organizacji kontrolującej standardy powstawania produktu¹⁰⁷. Standardy te weryfikowane są za pomocą audytów przez niezależną jednostkę FLOCERT. Znak Fairtrade oznacza, że producenci otrzymali za swoje plony co najmniej cenę minimalną Fairtrade, co daje im ochronę przed wahaniami cen na rynku światowym. Producenci otrzymują również premię Fairtrade, którą przeznaczają na wybrany przez siebie cel. Premie zazwyczaj są przeznaczane na dalszy rozwój działalności lub na projekty społeczne służące poprawie warunków życia danej społeczności. Certyfikat Fairtrade oznacza również sprawiedliwe i równe traktowanie kobiet jak i mężczyzn, bezpieczne warunki pracy, możliwość zrzeszania się w związki zawodowe, zakaz pracy dzieci czy pracy przymusowej.

W Polsce działają dwie marki produkujące żywność, które posiadają certyfikat Fairtrade¹⁰⁸. **Cafe Borówka** to wrocławska palarnia kawy. Pod marką MayBe Organic, Cafe Borówka oferuje trzy rodzaje 100% arabiki z certyfikatem Fairtrade. **Szczypta Świata**

powstała w 2004 r. i prowadzi sprzedaż produktów pochodzących ze Sprawiedliwego Handlu. Firma posiada markę własną Pizca del Mundo, która oferuje kawy, herbaty, yerba mate oraz kakao i czekoladę do picia z certyfikatem Fairtrade.

Żywność wyprodukowana zgodnie ze standardami Sprawiedliwego Handlu jest dostępna również w dyskontach (**Action, Aldi, Lidl, Netto**) oraz supermarketach (**Auchan, Carrefour, Kaufland, Leclerc, Spar**)¹⁰⁹. Znajdziemy ją również w sklepach internetowych m.in.: Batom, Bio Planet, Biosprawiedliwi, Blueberry Roasters, Bracia Ziółkowscy, Coffee Hunter, Fair Trend, Organic Farma Zdrowia, czy Kooperatywa Dobrze¹¹⁰.

107 Co to jest Fairtrade?, <https://www.fairtrade.org.pl/fairtrade/co-to-jest-fairtrade/> (dostęp: 11.02.2020).

108 Polskie marki Fairtrade, <https://www.fairtrade.org.pl/fairtrade/odkryj-polskie-marki-fairtrade/> (dostęp: 11.10.2020).

109 <https://www.fairtrade.org.pl/podmioty/sieci-detaliczne/> (dostęp: 27.11.2020).

110 <https://www.fairtrade.org.pl/podmioty/sklepy-online/> (dostęp: 27.11.2020).

SKLEPY ZERO WASTE

Jednym z problemów związanych z produkcją, dystrybucją, ale także konsumpcją jedzenia jest ilość opakowań towarzyszących jej na każdym etapie. Według organizacji Friends of the Earth Europe istnieje zależność między zwiększoną produkcją plastikowych opakowań a marnowaniem żywności¹¹¹. Promocje i oferty „2 w cenie 1” na zakup kilku opakowań sprawiają, że konsumenci kupują więcej niż potrzebują. Ważnym aspektem działań są zmiany w prawodawstwie, dotyczące m.in. gospodarowania odpadami, ale też zobowiązujące duże koncerny do odpowiedzialności za produkowane odpady.

W Polsce rośnie liczba sklepów zero waste (zero odpadowych) sprzedających produkty do opakowań konsumentów. Ideą, która przyświeca takim miejscom jest możliwość robienia zakupów unikając niepotrzebnych, zazwyczaj plastikowych, opakowań, tym samym ograniczanie marnowania zasobów oraz ilości produkowanych śmieci. W sklepach zero waste w asortymencie dominuje żywność – produkty sypkie typu kasze, ryże, makarony, mąki, przyprawy, bakalie, orzechy. Niektóre miejsca sprzedają również produkty typu oleje, octy również do własnych opakowań/butelek.

W ofercie sklepów znajdziemy też kosmetyki czy produkty, z których możemy zrobić środki czyszczące/piorące.

Przykłady sklepów zero waste:

Bez Pudła (Wrocław)

Zielony Smak (Warszawa)

BIOre (Poznań)

Avocado (Gdańsk)

Ziemia (Gdańsk)

LUZEM (Kraków)

Na Gramy (Łódź, Warszawa, Wrocław)

Siejba (Ostrzeszów, Kępno, Ostrów Wielkopolski, Poznań, Kalisz)

111 W. McCallum, *Jak zerwać z plastikiem: zmień świat krok po kroku*, Kraków 2008, s. 123-124.

MARNOTRAWSTWO JEDZENIA ORAZ DRUGI OBIEG ŻYWNOSCI W POLSCE

Marnotrawstwo żywności to problem sytuujący się na jednym z ostatnich ogniw globalnego łańcucha żywności. Według danych Banku Światowego co roku marnuje się od 1/4 do 1/3 produktów spożywczych. Straty są dokonywane na różnych poziomach – podczas hodowli, produkcji, dystrybucji i sprzedaży. Marnowanie żywności przyczynia się do zwiększenia globalnej emisji gazów cieplarnianych¹¹². Według badań Federacji Polskich Banków Żywności 42% Polaków przyznaje się do marnowania żywności¹¹³. Zarówno w Polsce, jak i na świecie, problematyczna jest metodologia badań marnowania żywności oraz terminologia używana przy opisie wyników badań. Ze względu na problemy związane z niespójnymi metodologiami Komisja Europejska 3 maja 2019 r. - „(...)” przyjęła akt delegowany ustanawiający wspólną metodykę pomiaru strat i odpadów żywności. Ma ona na celu wsparcie państw członkowskich w ilościowym określaniu strat, marnotrawienia i odpadów żywności na każdym etapie łańcucha produkcji żywności i łańcucha dostaw. Metodyka ma zapewnić spójne monitorowanie poziomów marnotrawienia żywności w całej Unii Europejskiej¹¹⁴.

W 2020 r. ukazała się monografia dotycząca strat i marnotrawstwa żywności w Polsce. Autorki i autorzy przyjęli definicję opracowaną przez Polskie Towarzystwo Technologów Żywności (PTTŻ) w projekcie badawczym MOST (Model Ograniczania Strat i Marnowania Żywności z Korzyścią dla Społeczeństwa). „Pod pojęciem strat i marnotrawstwa żywności należy rozumieć surowce i produkty żywnościowe, wytworzone na cele spożywcze, które nie zostały spożyte przez ludzi, a więc nie zostały wykorzystane zgodnie z pierwotnym przeznaczeniem żywności, na każdym etapie łańcucha żywnościowego, od produkcji podstawowej, przez przetwórstwo i dystrybucję, do końcowej konsumpcji w gospodarstwach domowych”¹¹⁵.

Badając temat marnotrawstwa żywności warto zwrócić uwagę na rozróżnienie pojęć – straty (w ang. *food losses*) oraz marnowania (w ang. *food waste*). Pojęcie „straty” wiąże się z powstawaniem niechcianych strat na etapach: produkcji podstawowej, przetwórstwa, magazynowania i obsługi. Natomiast pojęcie „marnowania” odnosi się do strat powstających na poziomie handlu, dystrybucji oraz konsumpcji.

112 *What a Waste 2.0 A Global Snapshot of Solid Waste Management to 2050*, <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/30317> (dostęp: 15.09.2020), s. 115

113 *Nie marnuj jedzenia 2019*, https://niemarnuje.bankizywnosci.pl/wp-content/uploads/2019/11/banki-zcc87ywnosci_-raport-nie-marnuj-jedzenia-2019.pdf (dostęp: 15.09.2020), s. 3.

114 *Straty i marnotrawstwo żywności w Polsce. Skala i przyczyny problemu*. Monografia, red. S. Łaba, Warszawa 2020, s.15.

115 Ibidem, s. 14.

Przepisy regulujące rynek spożywczy sprawiają, że część warzyw i owoców nie zostaje sprzedana, ze względu na nietypowy kształt lub wymiar. Globalny kapitalizm sprawia, że przybywające np. do Polski owoce i warzywa z innych części świata mogą zostać odrzucone przed trafeniem do sklepu, gdyż podczas transportu zostały uszkodzone lub kupiec stwierdzi, że zostały zerwane zbyt wcześnie i nie będą w stanie dojrzeć na półkach. Po zbiorach owoce trafiają do przechowalni, a po sortowaniu i pakowaniu jadą do sklepu – transport w chłodzie zapewnia optymalne warunki. Od momentu znalezienia się w cieplejszej atmosferze zahamowany przez zimno proces dojrzewania przyspiesza. Każdy świeży produkt ma określone życie półkowe (w ang. *shelf life*) – czas, w którym może przebywać na sklepowej półce. Straty powstają również podczas układania towarów: podczas transportu z miejsca produkcji, magazynów jak i układaniu ich w halach sklepowych. Kolejnym czynnikiem warunkującym starty w żywności, zanim jeszcze opuści ona sklep, są działania konsumentów. Warzywa i owoce mają różną odporność na dotyk, kontakt z ludzkimi dłońmi może doprowadzić do szybszego starzenia się produktu.

Według najnowszych badań dotyczących marnowania żywności przeprowadzanych w ramach projektu PROM (uśrednione dane z lat: 2017-2018) w Polsce rocznie marnuje się 4840,946 ton żywności¹¹⁶. Z czego 15,48% jest marnowane podczas produkcji, 16,57% na poziomie przetwórstwa, 6,96% na poziomie handlu, a 60,17% w gospodarstwach domowych. Oznacza to, że konsumenci wyrzucają 2912,776 ton żywności rocznie. Ze względu na wcześniej umówioną problematykę prowadzenia badań nad marnowaniem żywności (kwestia niespójnych metodologii, trudności w pozyskiwaniu danych) przedstawione przez PROM wyniki badań różnią się znacznie np. od danych pochodzących z raportu Komisji Europejskiej z 2011 roku. Wyniki

analiz i badań różnych organizacji wskazują, że żywności marnuje się zbyt wiele na każdym etapie – od produkcji do konsumpcji. Z marnowaniem żywności walczą zaangażowane w ruchy miejskie aktywistki i aktywiści oraz instytucje stworzone w celach pomocy charytatywnej.

BANKI ŻYWNOCI

Jeśli chodzi o działalność charytatywną to jednym z większych odbiorców i zarazem dystrybutorów dobrej żywności, która mogłaby się zmarnować jest **Federacja Polskich Banków Żywności**¹¹⁷. Banki odbierają od dawców niepotrzebne nadwyżki i przekazują do dystrybucji organizacjom charytatywnym. W 2019 r. Banki Żywności przekazały ponad 67 tys. ton żywności na cele społeczne.

FOODSHARING

Idea foodsharingu pojawiła się w Niemczech w 2012 r.¹¹⁸. Pierwsza jadalnia w Polsce została otworzona w maju 2016 r. w Warszawie. Od tego czasu rośnie liczba miast, w których pojawiają się punkty umożliwiające swobodne dzielenie się jedzeniem. Motyw ratowania żywności pojawia się również w działaniach organizowanych przez aktywistki i aktywistów ruchu Food Not Bombs. W przypadku działań tych grup trudniej zmierzyć skalę uratowanego jedzenia, bo zazwyczaj nie mają one możliwości robienia pomiarów. Udaje się to w warszawskiej grupie foodsharing, która rejestruje w systemie odebraną żywność¹¹⁹. Tylko w lutym 2019 r. ratownicy żywności pozyskali i rozdystrybuowali 4 tony jedzenia.

116 S. Łaba, B. Biłska, M. Tomaszewska, R. Łaba, K. Szczepański, A. Tul-Krzyszczuk, M. Kosicka-Gębska, D. Kotożyn-Krajewska, *Próba oszacowania strat i marnowania żywności w Polsce*, „Przemysł Spożywczy” 2020, nr 11 (74), s. 15.

117 <https://bankizywnosci.pl/o-bankach-zywnosci/informacje-ogolne/> (dostęp: 17.10.2020).

118 M. Sapała, *Na marne*, Wołowiec 2019, s. 214.

119 Ibidem, s. 218-219.



found in our survey

TAK
Jakie produkty można
przynosić do **Jaśka** **Ściebki**

[illegible]

Możesz przynieść tu żywność, której
nie dasz rady zagospodarować.
Dzielić się lub sprzedając produkty zapobiegasz
marnotrawieniu jedzenia.

NIE
Jakich produktów nie należy
przynosić do **Jasnej Góry**

**SIĘ I CZĘSTUJ!
UJ JEDZENIA!**

Wielki nasz wpływ! On produkt ma się do nasycić, nie potrzebuj go w jedności!

**JEDZ, DZIEL SIĘ I CZĘSTUJ!
NIE MARNUJ JEDZENIA!**

Важнейшие направления в развитии информатизации:
 - развитие инфраструктуры, создание информационно-коммуникационных систем;
 - развитие кадров, повышение квалификации специалистов;

FOODSHARING

fot. Agnieszka Maniewska, Foodsharing

Jak działa Foodsharing?

Głównym założeniem foodsharingu jest przeciwdziałanie marnotrawstwu jedzenia. Do korzystania z jadłodzielni zaproszeni są wszyscy, bez względu na status materialny i społeczny. Punkty zazwyczaj powstają w miejscach publicznych (na ulicach), czasem w miejscach, które są otwarte w konkretnych godzinach (uniwersytety, stanowiska na targowiskach). Każdy punkt posiada regulamin korzystania, w którym zaznaczone jest m.in. konieczność opisanie dania własnej produkcji, zakaz zostawiania surowego mięsa czy produktów zawierających surowe jaja. Użytkownicy korzystają z lodówek na własną odpowiedzialność. Idea przyświecająca foodsharingowi opiera się na zaufaniu społecznym.

Przykłady grup:

Foodsharing Kraków

Foodsharing Wrocław

Foodsharing Warszawa

Jadłodzielnia Wildecka

Jadłodzielnia Foodsharing Toruń

Jadłodzielnia Foodsharing Bielsko-Biała

W ramach inicjatywy **Foodsharing Wrocław** znajdziemy 7 lodówek założonych przez wolontariuszki i wolontariuszy foodsharingu w celu swobodnego dzielenia się nadwyżkami dobrego jedzenia. Grupa składa się z kilkunastu osób – wolontariuszek/ wolontariuszy oraz dwóch koordynatorek. Działania są organizowane i koordynowane zazwyczaj za pomocą grup i konwersacji grupowych na portalu Facebook. Przed pandemią oraz związanymi z nią obostrzeniami wrocławska grupa organizowała spotkania, na których omawiane były bieżące problemy i plany działania. Grupa włącza się w różne inicjatywy mające na celu przeciwdziałanie marnowaniu jedzenia, m.in. prowadzi wykłady na spotkaniach czy warsztaty edukacyjne dla dzieci i młodzieży. Uczestniczy również w piknikach osiedlowych oraz wspiera działania innych wrocławskich grup zajmujących się dystrybucją nadwyżek żywności takich jak Food Not Bombs czy Z Głodu.

FREEGANIZM

Kolejną grupą, która działa aktywnie na rzecz niemarnowania żywności są freeganie, czyli osoby pozyskujące żywność ze śmietników i kontenerów¹²⁰. Freegan określa bardziej indywidualny tryb działania. Ze względu na panujące w Polsce prawo i związane z nim niejasności dotyczące pozyskiwania żywności z kontenerów sklepów, freeganie nie zrzeszają się w jawnie działające inicjatywy. Można jednak znaleźć dedykowane freeganom w konkretnych miastach na portalu Facebook, np. Freeganie Kraków, która łączy ze sobą prawie 4 tys. użytkowników zainteresowanych freeganizmem. W Internecie znajdziemy również stronę, na której można znaleźć lub/i oznaczyć dostępne miejsca, w których potencjalnie można znaleźć dobre do spożycia, ale wyrzucone jedzenie: <http://dumpstermap.org>.

Działania różnych grup społeczności „ratujących” żywność przenikają się lub przecinają w pewnych punktach, a ich cechą wspólną jest również to, że podejmowane inicjatywy odbywają się ramach lokalnej struktury miast, w przestrzeniach publicznych.

120 A. Modrzyk, *Społeczeństwo marnotrawców? Funkcje i status normy niemarnowania żywności*, Kraków 2019, s. 68 – 69.

OPINIE MŁODYCH KONSUMENTÓW W POLSCE

Pomiędzy 13 a 18 września 2020 r. ponad 8,5 tys. konsumentów z 17 krajów Unii Europejskiej w przedziale wiekowym 20-35 lat (w tym 520 z Polski) zostało zapytanych o nawyki zakupowe dotyczące nabywania żywności. Badanie przeprowadziła agencja YouGov dla organizacji Oxfam w ramach międzynarodowego projektu „Our Food. Our Future”. Większość badanych w Polsce (90%) wskazuje supermarkety jako główne miejsce zakupów spożywczych, na kolejnym miejscu znajdują się dyskonty (45%), zakupy na targach deklaruje 35% badanych, w sklepach rzemieślniczych (typu piekarnie, masarnie) kupuje 34%. W sklepach ekologicznych zakupy robi 15% respondentów. Z usług kooperatyw spożywczych korzysta 10% a ze sklepów zero waste i paczek od rolników poniżej 10% ankietowanych.

Podobnie – jak w większości innych krajów – najważniejsze kryteria, którymi kierują się młodzi konsumenci w Polsce to świeżość (80%) oraz cena produktu (80%). Kolejnym kryterium jest zawartość niezdrowych składników (alergeny, tłuszcze, cukier) – kieruje się nim 44% badanych. Respondenci biorą pod uwagę także to, czy dany produkt jest wyprodukowany lokalnie lub regionalnie (40%). Na redukcję ilości opakowań zwraca uwagę 30% badanych. Jedna czwarta ankietowanych unika produktów, które

mają związek z łamaniem praw pracowników/ człowieka/ kobiet oraz z łamaniem praw zwierząt (27%). Prawie jedna piąta badanych zwraca uwagę na to czy produkt jest ekologiczny, a 16% na to czy ma certyfikat Sprawiedliwego Handlu. Produkty wegetariańskie/wegańskie to kryterium wskazane przez 12%. Zainteresowanie zmniejszeniem śladu węglowego jako kryterium przy zakupach wykazuje tylko 10% badanych.

Jeśli chodzi o ceny etycznej żywności¹²¹ to opinie respondentów rozłożyły się mniej więcej po równo. Prawie połowa badanych twierdzi, że nie jest ona za droga (43%), podczas, gdy 42% uważa, że ceny są wysokie. Więcej niż połowa badanych zwraca uwagę na fakt, że taka żywność nie jest dla nich łatwo dostępna. Jednocześnie większość badanych nie uważa, że poszukiwanie odpowiedzialnie wyprodukowanej żywności jest zbyt czasochłonne. Około jednej czwartej młodych konsumentów nie ufa danym oraz informacjom umieszczonych na etykietach tego typu produktów spożywczych, a 33% ankietowanych uznaje etyczną żywność za kolejny

121 Definicja etycznej żywności – „żywność, przy której produkcji zostały uwzględnione wpływ na ludzi/pracowników/rolników, zwierzęta oraz na środowisko naturalne, dążąca do poprawy warunków pracowniczych jak i związanych ze środowiskiem oraz dobrostanem zwierząt” – została przedstawiona badanym przed zadaniem pytań.

sposób bogacenia się firm. Prawie połowa (44%) ankietowanych uważa, że etyczna żywność przyczynia się do bardziej sprawiedliwych warunków pracy w produkcji żywności. Większość ankietowanych (60%) wybierając restaurację lub dostawcę żywności nie kieruje się kryteriami związanymi z etyczną żywnością.

W kwestionariuszu pojawia się pytanie o to, czy podczas zakupów ważne jest zwracanie uwagi na prawa kobiet w kontekście produkcji i dystrybucji żywności. Odpowiedź: dość ważne wskazało 29%, bardzo ważne – 29%, zaś prawie jedna czwarta badanych wskazała, że w ogóle nie zwraca uwagi na tą kwestię, a 10% uznało ją za nieważną.

W ankiecie pojawiało się również pytanie dotyczące sytuacji migrantów pracujących przy zbiorach warzyw i owoców w krajach europejskich. Ponad połowa osób (55%) zgadza się z twierdzeniem, że powinni oni mieć takie same prawa (w zakresie wynagrodzeń i świadczeń) jak obywatele państw w których pracują. Ze stwierdzeniem, że jako migranci powinni otrzymywać wynagrodzenie na poziomie adekwatnym do poziomu życia w swoim kraju zgadza się 22% ankietowanych. Jedna czwarta ankietowanych wybrała odpowiedź, że jako migranci powinni uzyskać określony status z ograniczonym zakresem praw, a 13% że powinni uzyskać prawo do pobytu.

Jeśli chodzi o opinię młodych osób na temat tego w jaki sposób bardziej skutecznie wprowadzać zmiany wpływające na poprawę warunków pracy podczas produkcji żywności, to 42% badanych uważa, że rozwiązaniem jest uchwalenie prawa wymagającego od przedsiębiorców poprawy warunków pracy (w całym łańcuchu dostaw). Za dobrowolnym podjęciem zmian przez przedsiębiorców w zakresie poprawy warunków pracy opowiedziało się 40% ankietowanych.

Na pytanie o to, kto z podmiotów na rynku produkcji żywności powinien zmienić swoją politykę/postępowanie w celu promowania bardziej sprawiedliwych systemów produkcji żywności: 34% osób wskazało detalicznych sprzedawców żywności oraz markety i supermarkety; 34% pośredników handlowych/importerów; 32% twórców prawa UE; 31% konsumentów; 28% organizacje pracownicze w krajach produkujących żywność; 23% rolników/właścicieli gruntów w krajach produkujących żywność; 10% przedsiębiorstwa nasienne.

Jeśli chodzi o ewentualną formę zaangażowania się w promowanie etycznie wyprodukowanej żywności to 42% respondentów i respondentek preferuje działania online (petycje, oznaczanie za pomocą hashtagów), 27% kampanie bojkotujące (online i offline). Protesty uliczne lub protesty pod supermarketami interesują 13% badanych. Jedna czwarta badanych zaznaczyła, że nie zaangażowałaby się w żadną wymienioną formę aktywności.

Na pytanie o to, czy osoba badana poszukuje informacji na tematy związane z odpowiedzialną produkcją żywności tylko 7% badanych stwierdziło, że szuka takich informacji. Większość osób, która zadeklarowała zainteresowanie wiadomościami dotyczącymi produkowania żywności podała Internet jako źródło wiedzy, nie podając konkretnych adresów. Jedna osoba wspomniała aplikację do sprawdzania składu po kodzie kreskowym. Pojawiły się też odniesienia do konkretnych stron internetowych np.: czytajsklad.com, czytamyetykiety.pl, wegannerd.blogspot.com, www.fairtrade.org.pl. Wspomniana została również strona ministerstwa zdrowia, fora i blogi instytucji sanitarnych, gospodarstwa rolnego, wskazany został jeden youtuber.

