



MLEKOVITA



Wysokie Mazowieckie, 15 kwietnia 2024 r.

Prezes Mlekovity wskazuje na kluczowe czynniki pobudzenia popytu wewnętrznego w polskim mleczarstwie.

Polskie mleczarstwo znalazło się w trudnej sytuacji rynkowej której konsekwencją może być likwidacja gospodarstw produkujących mleko, gdyż przy obecnej presji cenowej ze strony rynku zakłady przetwórcze nie są w stanie pokryć ceną skupu surowca rentowności gospodarstw rolnych. Rozwiązaniem tych trudności do natychmiastowego wprowadzenia są: przywrócenie zerowego podatku VAT na produkty mleczarskie, wprowadzenie dopłat do eksportu produktów mleczarskich z uwagi na bardzo silną złotówkę oraz likwidacja Funduszu Ochrony Rolnictwa.

1) Przywrócenie zerowego podatku VAT na produkty mleczarskie.

Z końcem marca br. został wycofany zerowy VAT na żywność. Konieczność objęcia produktów mleczarskich podatkiem VAT wpływa na ceny na półkach sklepowych. *W obecnej sytuacji zdecydowanie pomogłoby przywrócenie zerowej stawki VAT na produkty mleczarskie w trosce o konsumentów, byt polskiego mleczarstwa i całego polskiego rolnictwa. Zmiana stawki VAT jest szczególnie odczuwalna dla osób o niższych dochodach, bo żywność, w tym podstawowe produkty mleczarskie, stanowią znaczną część ich wydatków* – mówi Prezes Zarządu Grupy Mlekovita Dariusz Sapiński.

2) Osłabienie kursu złotego lub wprowadzenie dopłat do eksportu produktów mleczarskich.

Zniesienie zerowej stawki VAT na żywność nałożyło się w czasie z relatywnie wysoko kształtującymi się notowaniami złotego. Polska waluta pozostaje silna w relacji do głównych walut świata. – *Słabnący popyt i nadwyżki produkcyjne, których nie wchłonie polski rynek – wszystko to stanowi zagrożenie dla naszych dostawców – polskich rolników, którym musimy zagwarantować skup produkowanego przez nich surowca nawet w tak trudnej rynkowej sytuacji. Dlatego tak ważne jest ustabilizowanie na rynku walutowym, sprzyjające rentowności polskiego eksportu. Odpowiedzialny za politykę walutową Narodowy Bank Polski powinien wziąć pod uwagę trudną sytuację polskiego mleczarstwa i obniżyć stopy procentowe o minimum 2%, do poziomu, który nie groziłoby niszczeniem konkurencyjności polskiego eksportu mleczarskiego Inną drogą wsparcia mleczarstwa w tej trudnej sytuacji jest wprowadzenie dopłat do eksportu produktów mleczarskich.* – podkreśla Prezes Dariusz Sapiński.

3) Zawieszenie składek do Funduszu Ochrony Rolnictwa.

Od 1 stycznia 2024 r. tzw. podmioty skupujące produkty rolne od rolników, mające status czynnych podatników VAT, mają naliczać i wносить obowiązkowe wpłaty na Fundusz Ochrony Rolnictwa (FOR). – *Rozumiejąc pobudki o utworzeniu funduszu, który dbałby o interesy polskich rolników, należy zauważyć, że obciążanie w obecnym trudnym czasie polskich*



MLEKOVITA



spółdzielni mleczarskich wpływa na osłabienie ich konkurencyjności i w efekcie zamiast pomóc, może wręcz zaszkodzić polskiemu mleczarstwu. Dlatego zasadne jest, że w tak trudnym dla polskiego mleczarstwa okresie wpłaty na Fundusz Ochrony Rolnictwa powinny zostać zawieszane – podkreśla Prezes Dariusz Sapiński.

Biuro Prasowe MLEKOVITA Komunikat nr 8/2024

Polska MLEKOVITA, firma o długoletniej tradycji i ugruntowanej marce nie tylko na rynku polskim, ale również zagranicznym, jest największą grupą mleczarską w Europie Środkowo-Wschodniej. Każdego dnia w 25 zakładach produkcyjnych przetwarzanych jest 8 milionów litrów najlepszego mleka dostarczanego przez 15 000 polskich rolników. Ponad 5 000 wykwalifikowanych pracowników dba o najwyższą jakość produktów wytwarzanych na ponad 185 liniach produkcyjnych. Ponad 1600 mlecznych smakowitości znanych jest nie tylko w polskich domach, ale i w 167 krajach świata. Dystrybucja odbywa się dzięki 35 własnym centrom dystrybucyjnym, w tym pierwszym w branży hurtowniom Cash&Carry, 147 sklepom firmowym Mlekovitka oraz sklepowi internetowemu mlekovitka.pl z szerokim asortymentem.

MLEKOVITA oferuje największy wybór nabiału w Polsce i Europie, m.in.: sery twarde dojrzewające typu holenderskiego, szwajcarskiego i angielskiego, sery topione i wędzone, sery pleśniowe, sery salatkowo-kanapkowe, serek ziarnisty, ser mascarpone, sery mozzarella, mleka UHT i pasteryzowane, śmietany i śmietanki, mleka zagęszczone i mleka zagęszczone słodzone, kajmak, mleka smakowe, desery mleczne, napoje wysokobiałkowe, kefir, jogurty, maślanki, twarogi i twarożki smakowe, masła i tłuszcze do smarowania, mleka w proszku, serwatkę w proszku oraz koncentraty białek serwatkowych. Wiele z nich jest liderami kategorii w branży (np. mleko POLSKIE w butelce, mleko WYPASIONE, ser FAVITA, ser SOKÓŁ, masło ekstra POLSKIE, masło klarowane). Pierwsza w kraju wprowadziła na rynek masło klarowane, jako jedyna w Polsce produkuje ser Cheddar oraz jedyna na Podlasiu – lody na skalę przemysłową. Pierwsza w branży wprowadziła do swojej oferty napoje wysokobiałkowe i jako jedyna produkuje koncentraty białek serwatkowych w wariantach smakowych. MLEKOVITA pracuje zgodnie ze Zintegrowanym Systemem Zarządzania, obejmującym System Zarządzania Środowiskowego ISO 14001 oraz System Bezpieczeństwa Żywności FSSC 22000, który jest równoważny z IFS i BRC.

MLEKOVITA jest przedsiębiorstwem ze 100-procentowym kapitałem polskim i niekwestionowanym liderem branży w kraju oraz liderem eksportu sektora mleczarskiego. Posiada certyfikat kosztowności (Koher Certificate) i certyfikat HALAL; została również wpisana do bazy Sedex – firm o etycznych standardach produkcji w łańcuchu dostaw. Za swój największy sukces uznaje przede wszystkim satysfakcję klientów, oferując im produkty najwyższej jakości i rokrocznie wprowadzając nowy asortyment, który nie tylko

zdobywa uznanie konsumentów, ale i liczne nagrody (np. renomowane tytuły w badaniach konsumenckich i eksperckich: Doceń Polskie – Top Produkt, Laur Konsumenta, Wybór Konsumenta, Odkrycie Roku, Najlepsze w Polsce itp.; złote medale prestiżowych krajowych i zagranicznych targów, uznanie ekspertów biznesu: Lider Jakości Żywności, Lider Polskiego Biznesu, Heros Polskiej Gospodarki, Superbrands, Solidna Firma, Filar Polskiej Gospodarki itp.; oraz nagrody o znaczeniu międzynarodowym: Lider Polskiego Eksportu, Mister Eksportu, Medal Europejski itp.). Efektywność zarządzania i osiągnięte rokrocznie coraz lepsze wyniki finansowe bezpośrednio przekładają się na systematyczny wzrost wartości marki MLEKOVITA.