



Mazowsze.
serce Polski



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”
Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 - Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi
Operacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej
„Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020

MAGDALENA WALUSIAK

Dobre praktyki w sprzedaży żywności lokalnej na terenie Podlasia Nadbużańskiego



PIWNICZKA PEŁNA SMAKÓW PODLASIA

Na pograniczu Podlasia, Mazowsza i Lubelszczyzny powstaje mikroregionalna grupa operacyjna Piwniczka Podlaska. Smakowita nazwa? Owszem, bo chodzi o znakomitej jakości produkty spożywcze serwowane w wielu miejscach i w konkurencyjnych cenach. Jak to możliwe, że lokalne specjały wytwarzane według tradycyjnych receptur mogą konkurować z innymi towarami na lokalnym rynku, a w dodatku są też dostępne poza regionem?



NADBUŻAŃSKA ARKADIA

Nadrzeczne łąki pachnące ziołami, sady owocowe po horyzont i lasy pełne grzybów. Plantacje truskawek i szparagów. Pasieki w sąsiedztwie starych lipowych alei, pól słonecznikowych i na polanach pośród sosen. Cisza, spokój, meandrująca wielka rzeka, nagły łopot skrzydeł czapli zrywającej się do lotu i bobry buszujące przy brzegu, a najbliższe wielkie miasto – ponad 100 km stąd. To nie sen i nie wspomnienie sprzed lat. Tak wygląda współczesne Podlasie Nadbużańskie.



Na styku trzech województw – podlaskiego, mazowieckiego i lubelskiego – powstają pyszne, zdrowe produkty spełniające wszelkie unijne wymogi: żywność produkowana bez chemii i według tradycyjnych receptur skrojonych pod współczesne oczekiwania. Bo sielski pejzaż, szczęśliwe pszczoły i piękne widoki bez fabrycznych kominów to tylko część nadbużańskiego krajobrazu. W tle działają prężnie niewielkie prywatne przetwórnice warzyw i owoców, gospodarstwa rolne o różnorodnych specjalizacjach i inne rodzinne firmy produkujące taką żywność, jakiej oczekuje wytrawny smakosz.



Turyści znajdujący na tych terenach naturalne, zapierające dech w piersiach widoki i wiele możliwości aktywnego wypoczynku, mogą też liczyć na dodatkowy walor pobytu: smaczne, tradycyjne, a przy tym zdrowe jedzenie.

Co zrobić, żeby poznali możliwie najszerszą ofertę i mogli z niej korzystać także po powrocie do domu? Jak zbudować różnorodną i bogatą propozycję także dla lokalnych i regionalnych odbiorców – restauracji, sklepów, szkół i przedszkoli? Zadajesz pytanie – znajdujesz odpowiedź: trzeba stworzyć strukturę, która to wszystko zbierze, uporządkuje, zaprezentuje i zaoferuje klientom!



PIWNICZKA PODLASKA

Oto odpowiedź na potrzebę chwili: Piwniczka Podlaska – grupa operacyjna zrzeszająca lokalnych producentów z Podlasia Nadbużańskiego! W chwili startu jest to kilkanaście firm lokalnych oferujących sprawdzone produkty wysokiej jakości: wcale albo mało przetworzone, wyprodukowane w sposób tradycyjny i bezpieczny oraz pod każdym względem zgodny z prawem.



Kluczową sprawą jest dostępność i to na kilku poziomach. Po pierwsze – cena nie powinna być barierą, czyli jak najmniej pośredników między producentem a klientem. Wspólny transport, a także promocja i marketing, to też ogromna oszczędność. Po drugie – wygodne dla klientów miejsca sprzedaży – najlepiej atrakcyjne turystycznie, skoro turyści mają być ważnymi odbiorcami. Wracamy przy okazji do oszczędności: wspólne miejsca sprzedaży. A to oznacza – po trzecie – pełen wybór produktów w każdym współpracującym sklepie mikroregionu oraz możliwość szybkiego uzupełnienia towaru. I nie można zapominać o turystach, którzy zdążyli zakochać się w lokalnych produktach, dlatego – po czwarte – niezbędny jest pręźnie działający sklep internetowy. Albo – jeszcze lepiej – portal zawierający informacje o produktach i producentach, z najnowszymi wiadomościami o sezonowej ofercie połączony z aplikacją sprzedażową.

Wspólne: transport, sprzedaż, promocja i marketing – czyli wydajnie, oszczędnie i ekologicznie. Im mniej energii, tym delikatniejszy ślad węglowy, czyli tym lepiej dla środowiska. Krótki łańcuch dostaw – to jeden z kluczy do sukcesu.

Elementami spinającym sieć producentów lokalnych w grupę działającą jako Piwniczka Podlaska są: Lokalna Organizacja Turystyczna „LOT nad Bugiem” zapewniająca projektowi wsparcie organizacyjne oraz Nadbużańskie Centrum Promocji Produktu Lokalnego „Zagubek”, które zajmuje się profesjonalnie sprawami promocji.



SPRAWDZENI PRODUCENCI

Lokalne firmy wchodzące w skład Piwniczki Podlaskiej to firmy znakomicie znane klientom indywidualnym i instytucjonalnym na lokalnym rynku. Działając na miejscu od lat, zdobyły zaufanie odbiorców, a często także certyfikaty jakości i wyróżnienia na konkursach branżowych. Prawdziwy „deam team”.

Lokalna Organizacja Turystyczna



„LOT nad Bugiem” jest motorem Piwniczki Podlaskiej, a jednocześnie jej spoiwem. Od 2018 roku zrzesza lokalnych producentów, sadowników i plantatorów wspierając ich na wiele różnych sposobów. Pomaga w nawiązywaniu kontaktów i współpracy na wszystkich poziomach: lokalnym, regionalnym i ogólnopolskim, a czasem także międzynarodowym. Organizuje lub współorganizuje spotkania, kursy, warsztaty i wizyty studyjne. LOT nastawiona jest na lokalność, ale stawia na nowoczesne środki komunikacji i rozwiązania biznesowe cenione na całym świecie i pomaga swoim członkom wdrażać najlepsze rozwiązania. Kilka lat zdobywania doświadczeń, także w promowaniu lokalnych produktów, zaowocowało bezcennymi umiejętnościami i doświadczeniem.

W ramach Piwniczki Podlaskiej „LOT nad Bugiem” m.in. koordynuje działania związane z rozwojem i funkcjonowaniem grupy: od zapewnienia sprzętu i pracowników przez obsługę prawną i księgową po relacje i współpracę między członkami grupy, a także między grupą i jej klientami.

Miejsko-Gminny Ośrodek Kultury w Drohiczynie



Drohiczyński MGOK to złożona struktura. Jego częścią jest Nadbużański Ośrodek Promocji Produktu Lokalnego „Zagubek” – nowy, otwarty w 2021 r. ośrodek z doskonałą lokalizacją w centrum Drohiczyna. Mieści się w nim m.in. sklepik z lokalnymi produktami, pokój zagadek, w którym głównymi bohaterami są... również produkty lokalne, sala wystawowa z ekspozycją etnograficzną oraz punkt informacji turystycznej. Krótko mówiąc jest to miejsce bardzo atrakcyjne zwłaszcza dla turystów. I właśnie tam można nabyć produkty Piwniczki Podlaskiej oraz odebrać towary zamówione w jej internetowym sklepie.

Drohiczyński MGOK jako instytucja jest dla grupy także ważnym wsparciem promocyjnym dzięki popularnym profilom w mediach społecznościowych oraz własnym stronom internetowym.



**Nadbużański Ośrodek
Promocji Produktu
Lokalnego**





Gospodarstwo Sadownicze
Alina Paluch i córka

Nazwa nie oddaje rozbudowanej struktury działającej w Klimczycach. Sad jabłoniowy to jej najstarsza część należąca do rodziny od dziesięcioleci. Obok sadu działa od 2012 r. tłocznia soków produkująca popularną na rynku lokalnym markę Samo Jabłko. Można tu również skorzystać z usługi tłoczenia soków. W 2020 r. dołączył kolejny element tej perfekcyjnie działającej maszyny: inkubator przetwórstwa rolno-spożywczego wyposażony w kocioł do gotowania konfitur, szatkownicę do warzyw, piec-pasteryzator, urządzenia do mycia opakowań, obórki surowców oraz pakowania i wiele innych udogodnień pozwalających na sprawną produkcję przetworów.

Zwieńczeniem całości jest stacjonarny i internetowy sklep Zakamarek Klimczyce, w którym można nabyć towary wszystkich producentów współpracujących w ramach Piwniczki Podlaskiej.





GOSPODARSTWO SADOWNICZE

Michał Karwacki

Sady Michała Karwackiego to źródła świeżych, soczystych owoców. Do wyboru, do koloru: jabłonie i grusze, wiśnie i czereśnie. A także porzeczki – czarne i czerwone. Owoce trafiają do klientów zarówno w sprzedaży detalicznej, jak i hurtowej, także poza granicami Polski.

Specjalnością gospodarstwa są ogórki kiszone przygotowywane według tradycyjnej receptury. Jest ona jednym z wielu przepisów znajdujących się w zbiorach pana Michała, można więc spodziewać się w przyszłości kolejnych pysznych kiszzonek.





Jabłka i wiśnie prosto z drzewa to specjalność gospodarstwa Michała Michaluka. Owoce trafiają do sprzedaży detalicznej, a także do sklepów oraz lokalnych instytucji: szkół i szpitali. Część wiśni dostarczana jest do inkubatora przetwórstwa rolno-spożywczego, gdzie powstają z nich wysmienite konfitury dostępne w ofercie Piwniczki Podlaskiej.



PRZYSTANEK SZPARAGI

Szparagi – oto znak firmowy tego gospodarstwa. Anna i Olgierd Religioni zdecydowali się jakiś czas temu na poszerzenie oferty sadowniczej po trudnym dla drzew owocowych sezonie. Uprawiają szparagi zielone i białe bez używania nawozów. Sprzedają je klientom indywidualnym w swoim przydomowym sklepiku oraz takim instytucjom jak szkoły, przedszkola i szpitale.

Aby dostarczać klientom szparagi przez cały rok, państwo Religioni postawili na współpracę z inkubatorem przetwórstwa rolno-spożywczego i przygotowują swoje produkty w zalewie octowej.





GOSPODARSTWO ROLNO-SADOWNICZE

Łukasz Wawryniuk

Sady owocowe Łukasza Wawryniuka bogate są w różne odmiany wiśni, czereśni, jabłek, gruszek i śliwek. Część owoców sprzedawana jest detalicznie na lokalnych targowiskach i rozwożona do domów klientów, a także do lokalnych hurtowni. Pękające czereśnie, za mało idealne, by trafić do sprzedaży jako owoce deserowe, zostały poddane obróbce w inkubatorze przetwórstwa rolno-spożywczego. Tak powstały znakomite konfitury czereśniowe dostępne w ofercie Piwniczki Podlaskiej.





PIOTR DMOWSKI
gospodarstwo sadownicze

Drzewa owocowe w sadach Piotra Dmowskiego rodzą jabłka, gruszki, śliwki, wiśnie i czereśnie. Są one dostępne w sprzedaży detalicznej na miejscu oraz dostarczane lokalnym hurtowniom. Oczywiście mowa o owocach najwyższej jakości.

Śliwki nieco mniej doskonale trafiają natomiast do inkubatora przetwórstwa rolno-spożywczego i tam, po obróbce, zamieniają się w pyszne powidła śliwkowe, którymi szczyci się Piwniczka Podlaska.





To tutaj powstaje klasyka kulinarna Podlasia: kiszka oraz babka ziemniaczana. Podstawą są uprawiane w gospodarstwie ziemniaki. Firma Ewy Boguszewskiej i jej męża oferuje także słynne w okolicy pierogi. Można je odgrzewać na różne sposoby, ale są pyszne także na zimno!

Od 2020 r. pani Ewa wynajmuje lokal w Podlaskim Centrum Rolno-Towarowym w Białymstoku, w którym sprzedaje własne produkty, a także to, co wytwarzają partnerzy z Piwniczki Podlaskiej.





Pasieka pod Kaliniakiem to tak naprawdę 10 pasiek i rodzinne gospodarstwo, bo do Jerzego i Małgorzaty Krawczyków dołączył niedawno ich syn Michał opiekujący się własną grupą uli.

Gospodarstwo Krawczyków produkuje miody, głównie wielokwiatowy i lipowy, pyłek oraz mieszankę miodu z pyłkiem i propolisem, a także świece woskowe. Wszystkie produkty można kupić na miejscu w gospodarstwie.





SCHEDA
PODLASKA

Krzysztof Popławski prowadzi pensjonat i restaurację Scheda Podlaska, w której serwuje gościom posiłki przyrządzane na bazie lokalnych produktów. Część warzyw pozyskuje z gospodarstwa rolnego, którym zajmuje się razem z żoną. Dzięki rozbudowanemu zapleczu kuchennemu zaczął również przygotowywać przetwory, które znalazły się w ofercie jego restauracji i pensjonatu, w tym pyszne ogórki kanapkowe. Trafiły one także do miejsc sprzedaży produktów Piwniczki Podlaskiej.





Dwór Zaścianek Zbigniewa Aftaruka słynie ze znakomitej kuchni. Przeważają w niej produkty lokalne, a robione na miejscu wędliny cieszą się coraz większą sławą. Nic dziwnego, przyrządzane tradycyjnymi metodami pachną i smakują wyśmienicie.

Na miejscu serwowane są także domowe pierogi oraz dziczyzna, charakterystyczna dla kuchni Podlasia, podawana na różne sposoby.





EKOLOGICZNE GOSPODARSTWO ROLNE

Tradycja i ekologia spłoty się w tym gospodarstwie w nierozdzielalną całość. U Moniki Styczek-Kuryluk powstają znakomite mąki, kasze, oleje i soki. Wszystkie produkty wytwarzane są z troską o środowisko naturalne i spełniają wszelkie wymogi żywności ekologicznej.



W gospodarstwie, które pani Monika prowadzi wspólnie z mężem, można kupić nie tylko to, co powstaje na miejscu, ale także inne produkty Piwniczki Podlaskiej.

DOBRY START

Wszystkie firmy, gospodarstwa i osoby współpracujące w ramach grupy operacyjnej Piwniczka Podlaska wspierają się i wzajemnie dopingują. Podmioty posiadające sklepiki bądź inną przestrzeń sprzedażową, udostępniają także towarom innych producentów z grupy.

Sprawnie aktualizowane media społecznościowe oraz strony internetowe wykorzystywane są do promowania własnej oferty oraz produktów partnerów. Ważna jest też wymiana informacji oraz koordynowanie działań związanych z dostawami czy akcjami promocyjnymi.



Piwniczka Podlaska dopiero rozpoczyna działalność , zdecydowanie i z przytupem. O kolejnych pomysłach, projektach oraz członkach i produktach tego przedsięwzięcia z Podlasia Nadbużańskiego można będzie szukać informacji na portalu sprzedażowo-promocyjnym grupy oraz na stronach i w mediach społecznościowych wszystkich jej członków.



LOT NAD BUGIEM
LOKALNA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA