

Wojna cydrowa: czy nasi politycy opowiedzą się po stronie polskiej?

Autor tekstu: **Mariusz Agnosiewicz**

Gros naszych polityków jak wiemy ma „immanentno-strukturalną predylekcję” do uprzywilejowywania i promowania zagranicznych firm i koncernów. Była niedawno premier Kopacz reklamująca warzywa z Biedronki, był Sikorski przyznający medale dla Biedronki, obecnie do tego grona dołącza Palikot — reklamując „Cydr Lubelski” i umacniając tym samym fatalny monopol niemieckiego koncernu na fenomenalnie rozwijającym się polskim rynku cydru.

Cydr Lubelski jest tak samo polski jak Biedronka — jest to firma należąca do MIĘDZYNARODOWEGO KONCERNU Schloss Wachenheim AG (http://www.schloss-wachenheim.com/cgi-bin/cms?_SID=98ba6c0501dc90afadd311de6b696d899993d00900207603677729&sprache=unte_rnehmen&bereich=artikel&am_p;_aktion=detail&idartikel=100227) z siedzibą w Niemczech, który wyrósł na polskiego lidera dzięki temu, że szeroko jest promowany dystrybucyjnie w niemiecko-francuskich hipermarketach działających na terenie Polski.

Obok cydru niemieckiego koncernu są w Polsce oczywiście polskie cydry, produkowane przez polskie firmy, które są lepsze jakościowo. Wprawdzie kiedy Gazeta.pl robi „Wielki test cydrów” to im wychodzi, że najlepszy wśród polskich jest cydr niemiecki („Cydr Polski Rumiany” — > Schloss Wachenheim AG). Niemniej jednak Polskie Towarzystwo Wspierania Przedsiębiorczości przyznało certyfikat Dobry Produkt jest Produkt Wysokiej Jakości 2014 (<http://www.portalspozywczy.pl/konferencje/106526.html>) polskiemu Cidder INN Niebieski Wytrawny firmy JRBB Sp. z o.o. (<http://www.poradnikhandlowca.com.pl/wywiady/robert-sieradzki-pre-zes-zarzadu-jrbb-sp-z-oo>) (od 2014 dostępny m.in. w Warszawie)



Jak to jest, że kiedy polski producent Cidder Inn założył sobie konto na Instagramie, to zaraz [runęła nań Komisja Etyki Reklamy](http://www.wirtualnemedi.pl/artykul/komisja-etyki-reklam-y-cydr-cider-inn-nie-moze-miec-konta-na-instagramie) (<http://www.wirtualnemedi.pl/artykul/komisja-etyki-reklam-y-cydr-cider-inn-nie-moze-miec-konta-na-instagramie>) z nakazem skasowania konta, natomiast [na Twitterze](http://twitter.com/wroblewski_m/status/645222435965530114) (http://twitter.com/wroblewski_m/status/645222435965530114) hula sobie reklama niemieckiego Cydru Lubelskiego, promowanego przez lidera Zjednoczonej Lewicy. Chodzi o to, że na Twitterze można, a na Instagramie nie?

Reklamowanie przez Palikota niemieckiego cydru jest zdumiewające, gdyż jakiś czas temu Twój Ruch przekonywał nas, że istnieje patriotyzm nowoczesny i nienowoczesny. Ten nienowoczesny jest emocjonalny (flagi itd). Ten nowoczesny to patriotyzm ekonomiczny. Panie Januszu, czy patriotyzm gospodarczy ma polegać na reklamie niemieckiego monopolisty na polskim rynku, w czasie, kiedy akurat trwa wielki bój o rodzący się wielki rynek i polscy producenci usiłują w nim zająć nieco lepsze miejsce niż przy podziale rynku piwnego? Czy może nie chodziło o żaden patriotyzm gospodarczy a jedynie o to, aby dowalić tym, którzy na 11 listopada wychodzą na ulice z polskimi flagami?

Janusz Palikot osobiście był związany z firmą Ambra, w której był przewodniczącym rady nadzorczej w 2002 i stąd pewnie ta reklama po dekadzie w momencie rynkowo decydującym.

Polski rynek cydru stworzyło dwóch Polaków, Konstanty Wesołowski i Oskar Skuteli, którzy wypromowali Cydr Lajk w warszawskich klubach — bez żadnej akcji marketingowej. Gdy rychło sprzedali 100 tys. butelek, musieli zawiesić działalność, gdyż nie posiadali własnej linii produkcyjnej, a wielcy nie chcieli im już rozlewać, uznając, że sami wprowadzą ten produkt do dystrybucji. Rozpoczęła się [wojna o cydr](http://biznes.onet.pl/wiadomosci/kraj/wojna-o-cydr/x6qmf) (<http://biznes.onet.pl/wiadomosci/kraj/wojna-o-cydr/x6qmf>). W 2013 produkcja cydru sięgnęła 2 mln litrów, w 2014 — 10 mln. W 2015 może być ok. 20 mln. Prezes polskiej firmy Jantoni szacuje, że do 2018 rynek cydru może urosnąć do 50 mln litrów. Jego firma chciałaby w nim mieć [udział 25%](http://www.portalspozywczy.pl/alkohole-uzywki/wiadomosci/janton-cydr-wazna-kategoria-prod-uktowa-zwiekszymy-udzial-w-tym-ryнку,111713.html) (<http://www.portalspozywczy.pl/alkohole-uzywki/wiadomosci/janton-cydr-wazna-kategoria-prod-uktowa-zwiekszymy-udzial-w-tym-ryнку,111713.html>). Obecnie

większość polskiego rynku opanował niestety koncern niemiecki.

Polscy producenci nie zamierzają oddać pola bez walki. Polski Cider Inn o niemieckim Cydrze Lubelskim:



Szkoda tylko, że w tej batalii polscy producenci mają przeciwko sobie nie tylko międzynarodowe koncerny, ale i wierchuszkę polityczną. Palikot był jedynym poza Komorowskim kandydatem na prezydenta, który natrętnie forsował przyjęcie euro w Polsce, co jest również wybitnie niemieckim interesem.

Jak łatwo zauważyć, zwykły konsument nawet jak chce to po etykiecie nie zawsze jest w stanie stwierdzić, czy ma do czynienia z firmą polską czy tylko działającą w Polsce. Tym bardziej, że nierzadko polskie firmy tworzą zagranicznie brzmiące marki, w nadziei na mniejszą dyskryminację i lepsze przebicie się na rynku, tymczasem zagraniczne koncerny często nadużywają słów „polskie”. Dla dobra polskiej gospodarki oraz wolności wyboru konsumentów należy wprowadzić regulacje, które zobowiązują producentów, by na etykietach była zawarta informacja o tym do kogo należy dana firma, czy jest polska czy zagraniczna.

Oto kilka polskich marek na rynku cydru:



Zobacz także te strony:
[Piwo, koncerty i wielka polityka](#)

Mariusz Agnosiewicz

Redaktor naczelny Racionalisty, założyciel PSR, prezes Fundacji Wolnej Myśli. Autor książek [Kościół a faszyzm. Anatomia kolaboracji](#) (2009), [Heretyckie dziedzictwo Europy](#) (2011), trylogii [Kryminalne dzieje papieżstwa: Tom I](#) (2011), [Tom II](#) (2012), [Zapomniane dzieje Polski](#) (2014).
[Strona www autora](#)

[Pokaż inne teksty autora](#)



(Publikacja: 19-09-2015 Ostatnia zmiana: 20-09-2015)
[Oryginał.](http://www.racionalista.pl/kk.php/s,9911) (<http://www.racionalista.pl/kk.php/s,9911>)

Contents Copyright © 2000-2015 Mariusz Agnosiewicz
Programming Copyright © 2001-2015 Michał Przech

Właścicielem portalu Racionalista.pl jest Fundacja Wolnej Myśli.
Autorem portalu jest Michał Przech, zwany niżej Autorem.

Żadna część niniejszych opracowań nie może być wykorzystywana w celach komercyjnych, bez uprzedniej pisemnej zgody Właściciela, który zastrzega sobie niniejszym wszelkie prawa, przewidziane w przepisach szczególnych, oraz zgodnie z prawem cywilnym i handlowym, w szczególności z tytułu praw autorskich, wynalazczych, znaków towarowych do tego portalu i jakiegokolwiek jego części.

Wszystkie elementy tego portalu, wliczając w to strukturę katalogów, skrypty oraz

inne programy komputerowe są administrowane przez Autora. Stanowią one wyłączną własność Właściciela. Właściciel zastrzega sobie prawo do okresowych modyfikacji zawartości tego portalu oraz opisu niniejszych Praw Autorskich bez uprzedniego powiadomienia. Jeżeli nie akceptujesz tej polityki możesz nie odwiedzać tego portalu i nie korzystać z jego zasobów.

Informacje zawarte na tym portalu przeznaczone są do użytku prywatnego osób odwiedzających te strony. Można je pobierać, drukować i przeglądać jedynie w celach informacyjnych, bez czerpania z tego tytułu korzyści finansowych lub pobierania wynagrodzenia w dowolnej formie. Modyfikacja zawartości stron oraz skryptów jest zabroniona. Niniejszym udziela się zgody na swobodne kopiowanie dokumentów portalu Racjonalista.pl tak w formie elektronicznej, jak i drukowanej, w celach innych niż handlowe, z zachowaniem tej informacji.

Plik PDF, który czytasz, może być rozpowszechniany jedynie w formie oryginalnej, w jakiej występuje na portalu. **Plik ten nie może być traktowany jako oficjalna lub oryginalna wersja tekstu, jaki prezentuje.**

Treść tego zapisu stosuje się do wersji zarówno polsko jak i angielskojęzycznych portalu pod domenami Racjonalista.pl, TheRationalist.eu.org oraz Neutrum.eu.org.

Wszelkie pytania prosimy kierować do redakcja@racjonalista.pl