

KOMUNIKAT PRASOWY

Jedna noc może zniszczyć cały sezon.

Ekstremalne zjawiska pogodowe kosztują europejskie rolnictwo 28 mld euro rocznie.

Jedna mroźna wiosenna noc, nagła burza gradowa czy tygodnie suszy - dla rolników takie zdarzenia mogą przesądzić o powodzeniu albo porażce całego sezonu. To, co jeszcze niedawno było rzadkością, dziś staje się codziennością: ekstremalne zjawiska pogodowe występują częściej, są intensywniejsze i trudniejsze do przewidzenia.

Zmieniająca się pogoda coraz mocniej wpływa na produkcję żywności. Analiza przygotowana na zlecenie Europejskiego Banku Inwestycyjnego i Komisji Europejskiej pokazuje, że europejskie rolnictwo traci dziś średnio 28 mld euro rocznie na skutek ekstremalnych zjawisk pogodowych. Do 2050 r. straty mogą wzrosnąć do 40 mld euro rocznie, a w latach szczególnie trudnych przekroczyć 90 mld euro. Największym źródłem strat pozostaje susza - odpowiadająca za ponad połowę szkód w rolnictwie UE. Dane wskazują również na rosnące ryzyko wiosennych przymrozków, szczególnie w odniesieniu do drzew i krzewów owocowych oraz coraz częstsze ulew i grad, które powodują szkody w bardzo krótkim czasie. Średnio każdego roku Europa traci równowartość ok. 6% swojej produkcji rolnej z powodu zjawisk pogodowych, a w trudnych sezonach ta wartość przekracza 10%.

“Ekstremalne zjawiska pogodowe przestały być czymś wyjątkowym - stały się codzienną rzeczywistością dla wielu gospodarstw. Rolnicy pracują w warunkach, na które nie mają wpływu, a mimo to odpowiadają za wyniki produkcji i stabilność dostaw. Jedna noc z przymrozkami lub nagłe gradobicie może zniszczyć miesiące pracy, dlatego coraz większego znaczenia nabiera umiejętność zarządzania ryzykiem i zwiększania odporności gospodarstwa na nieprzewidywalne zjawiska.” - Michael Lösche, dyrektor zarządzający VH POLSKA

Mieliśmy w tym swój udział to kampania, w której VH POLSKA przedstawia, jak wygląda dziś produkcja rolna w warunkach coraz bardziej nieprzewidywalnej pogody - od codziennej pracy rolników po ryzyka, które niesie zmieniający się klimat. Celem inicjatywy jest zwiększenie świadomości na temat wyzwań, z którymi mierzy się produkcja żywności.”

“Za codziennymi produktami spożywczymi stoją miesiące pracy w polu.” - mówi Katarzyna Pankiewicz, kierownik ds. marketingu VH POLSKA. - *„Za każdym bochenkiem chleba, każdym jabłkiem czy każdą butelką oleju kryją się długie tygodnie pracy, często prowadzonej w coraz bardziej nieprzewidywalnych warunkach pogodowych. Chcemy tę rzeczywistość pokazać i nadać jej należne znaczenie.”*

Materiały kampanii są dostępne na stronie: <https://www.vh-polska.pl/mielismy/>

O VH POLSKA

VH to europejski ubezpieczyciel o ponad 200-letniej tradycji, który powstał z inicjatywy rolników i do dziś pozostaje częścią rolniczej społeczności. Od pokoleń wspólnie z rolnikami tworzy rozwiązania ubezpieczeniowe dopasowane do realiów pracy w polu - łącząc doświadczenie, praktyczną wiedzę i odpowiedzialność za przyszłe sezony.

Osoba do kontaktu:
Katarzyna Pankiewicz
k.pankiewicz@vh-polska.pl
605 920 270