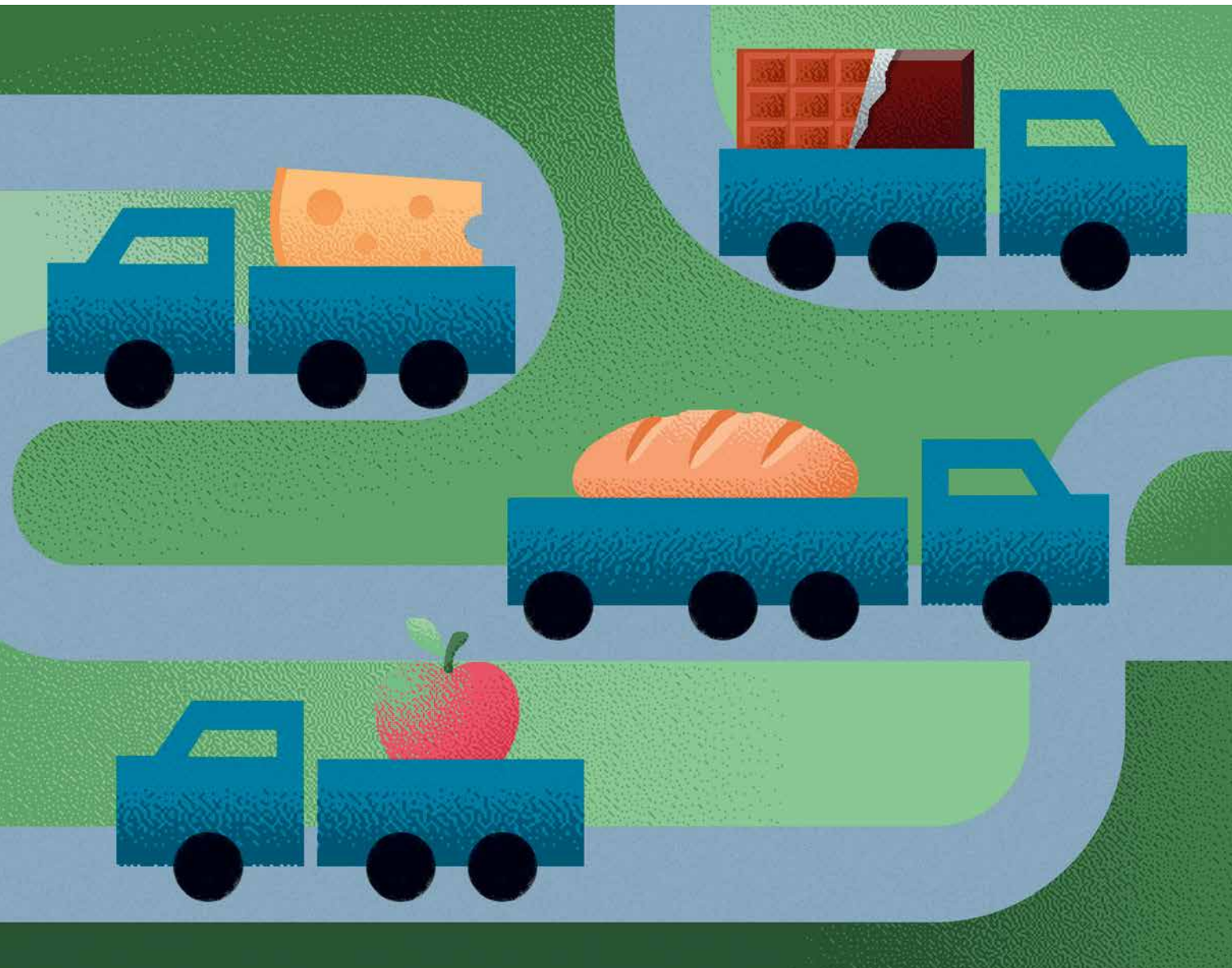
Biuletyn Informacyjny

Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa

TRENDY NARZĘDZIA KIERUNKI

NR 3/2026



KALENDARZ WYDARZEŃ #KUPUJŚWIADOMIE

20.11.2026 – 21.12.2026	Bydgoski Jarmark Świąteczny 2026	Bydgoszcz
21.11.2026	Podkarpacki Bazarek - lokalna żywność prosto od producentów (wydarzenie cykliczne, kolejne: 05.12.2026)	Rzeszów
21.11.2026	Sobotni Bazarek na Bronowickiej (wydarzenie cykliczne, kolejne: 05.12.2026, 19.12.2026)	Szczecin
25.11.2026	Smaki i Tradycje - Kongres Kół Gospodyń Wiejskich	Bydgoszcz
29.11.2026	IV Jarmark Bożonarodzeniowy Dwór Kulik	Kulik
03–06.12.2026	Królewski Jarmark Świąteczny	Gniezno
04–06.12.2026	XIII edycja Jarmarku Bożonarodzeniowego	Szczecin
05.12.2026	Jarmark Lubelski „Lubelskie na święta" (wydarzenie cykliczne, kolejne: 12.12.2026, 19.12.2026, 23.12.2026)	Lublin
06.12.2026	Jarmark Świąteczny w Krotoszynie	Krotoszyn
10–13.12.2026	Warmiński Jarmark Świąteczny 2026	Olsztyn
11–13.12.2026	Jarmark Bożonarodzeniowy na Zamku w Mosznej	Moszna
11–13.12.2026	VI Akademicki Jarmark Bożonarodzeniowy	Bydgoszcz
19.12.2026	Jarmark Bożonarodzeniowy w DODR we Wrocławiu	Wrocław
19.12.2026	Podkarpacki Bazarek - lokalna żywność prosto od producentów	Boguchwała

Bądź na bieżąco

SPIS TREŚCI

2. **Słowo wstępne**
Henryk Smolarz, Dyrektor Generalny Krajowego Ośrodka Wsparcia Rolnictwa

3. **Gdzie leży granica wzrostu eksportu polskiej żywności?**
Katarzyna Razik

5. **Narzędzia ekspansji eksportowej – najlepsze praktyki, wnioski i doświadczenia**
Joanna Pietrzak

8. **„Poland tastes good"– jak zaangażować konsumentów za granicą w promocję polskiej żywności**
Piotr Kondraciuk

12. **Nieodpłatne przekazanie nieruchomości Zasobu Własności Rolnej Skarbu Państwa**

15. **Rola ustawy o kształtowaniu ustroju rolnego w obrocie nieruchomościami rolnymi na rynku prywatnym**
Karolina Mazur, Piotr Kania

18. **„Energia z rolnictwa" – jak w krótkim czasie powstał ekosystem edukacyjny wspierający rozwój OZE w Polsce**
Emilia Olszewska-Brzezińska

20. **Festiwal Polskiej Żywności #KupujŚwiadomie – rodzime produkty w centrum uwagi**

24. **Sytuacja na rynkach rolnych**
Marzena Trajer, Ewa Bochińska, Martyn Mieczkowski, Paulina Kafarska, Maria Włodarczyk



KOWR wspiera polskich eksporterów żywności

Sukces polskiego eksportu żywności ma swoje źródła w wysokim potencjale produkcji rolnej, nowoczesnym przetwórstwie, przechowalnictwie i logistyce, a także zdolności polskich producentów do dostosowania oferty do oczekiwań konsumentów na rynkach zagranicznych. Obecnie Polska znajduje się wśród wiodących producentów i eksporterów żywności w Unii Europejskiej, a w strukturze eksportu większość stanowią produkty przetworzone o wysokiej wartości dodanej. Producenci żywności planujący ekspansję zagraniczną mogą skorzystać ze wsparcia Krajowego Ośrodka Wsparcia Rolnictwa, który oferuje szereg narzędzi ułatwiających prowadzenie działań eksportowych. To m.in. stoiska narodowe podczas targów zagranicznych, misje handlowe oraz przyjazdowe zagranicznych importerów i dystrybutorów czy webinaria. Wszystko pod wspólnym hasłem „Poland tastes good". Narzędzia te pomagają przedsiębiorcom na każdym etapie wchodzenia na nowy rynek: od zainteresowania eksportem do konkretnych rozmów z potencjalnymi kontrahentami.

Biuletyn Informacyjny KOWR
ISSN 1233-2437
nakład 9400 egz.

Wydawca:
Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa
01-207 Warszawa
ul. Karolkowa 30

Redakcja:
Departament Rozwoju Rynku
tel. 22 376-71-14
e-mail: biuletyn@kowr.gov.pl

Wydawnictwo bezpłatne

SZANOWNI PAŃSTWO, DRODZY CZYTELNICY,

z dumą odnotowujemy sukcesy polskiej żywności na rynkach zagranicznych i szybkie tempo wzrostu eksportu towarów rolno-spożywczych. To zasługa potencjału polskiego rolnictwa, jakości produktów, rozwijających się technologii i innowacyjności. Te wszystkie atuty sprawiają, że polska żywność zdobywa światowe rynki i trafia do blisko 200 krajów i regionów świata. W 2025 r. wartość eksportu produktów rolno-spożywczych osiągnęła 58,7 mld euro, o ponad 9 proc. więcej niż rok wcześniej.

Eksport polskiej żywności wciąż rośnie. W pierwszych ośmiu miesiącach 2026 r. jego wartość osiągnęła 38,9 mld euro, notując wzrost o prawie 2% w porównaniu z analogicznym okresem ubiegłego roku. Jednocześnie dodatnie saldo handlu zagranicznego zwiększyło się o ponad 6%, osiągając 13,1 mld euro. Dalszy rozwój eksportu zależy m.in. od otwierania nowych rynków i znoszenia barier handlowych.

Nie byłoby sukcesów polskich eksporterów bez rolników i przetwórców rolnych. Ważną rolę odgrywają w tym procesie również działania realizowane przez administrację publiczną, w tym Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa. Łamy kwartalnika poświęcamy zagadnieniom związanym z możliwościami i narzędziami rozwoju eksportu.

Artykuły ekspertów KOWR koncentrują się na działaniach pod hasłem „Poland tastes good", narzędziach ekspansji eksportowej i granicach możliwości polskiego wywozu. Działania promocyjne realizowane za granicą przez Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa wspierają proces dywersyfikacji kierunków eksportu i wzmacniają obecność polskiej żywności na światowych rynkach.

Nie tylko obecność na targach i bezpośrednie spotkania z przedstawicielami zagranicznych państw pozwalają polskim producentom zaprezentować ofertę i nawiązać kontakty, które mogą pomóc w rozwijaniu eksportu. Oferowanych przez KOWR narzędzi wspierających obecność polskich produktów na rynkach zagranicznych jest dużo więcej. Przybliżamy je naszym Czytelnikom.

W numerze piszemy także o kwestiach związanych z gospodarowaniem nieruchomościami pozostającymi w Zasobie Własności Rolnej Skarbu Państwa przez KOWR. Gospodarowanie nimi to nie tylko dzierżawa czy sprzedaż gruntów. Istotnym elementem działalności Krajowego Ośrodka Wsparcia Rolnictwa jest także ich nieodpłatne przekazywanie uprawnionym podmiotom. Nieruchomości pochodzące z ZWRSP służą m.in. realizacji ważnych społecznie przedsięwzięć.

Grunty rolne to nie tylko towar rynkowy – ale przede wszystkim niepomnażalne, elementarne dobro publiczne, które stanowi podstawę bezpieczeństwa żywnościowego państwa oraz fundament funkcjonowania gospodarstw rodzinnych. Artykuł o obrocie nieruchomościami rolnymi na rynku prywatnym w Polsce omawia zadania KOWR w tym zakresie. Ustawa z 11 kwietnia 2003 r. o kształtowaniu ustroju rolnego wyznacza Krajowemu Ośrodkowi Wsparcia Rolnictwa rolę instytucji nadzorującej prawidłowość obrotu gruntami rolnymi zgodnie z celami polityki rolnej państwa.

W numerze piszemy także o „Energii z rolnictwa" – ekosystemie edukacyjnym wspierającym rozwój OZE w Polsce. Głównym celem projektu realizowanego w ramach programu Agro OZE – Energia z rolnictwa jest przekazywanie rzetelnej wiedzy na temat korzyści płynących z lokalnych inwestycji w odnawialne źródła energii na obszarach wiejskich. Rozwój programu pokazuje, że dobrze zaplanowana edukacja może stać się jednym z najważniejszych narzędzi wspierających transformację energetyczną.

W „Biuletynie" zamieszczamy również relacje z Festiwalu Polskiej Żywności #KupujŚwiadomie oraz finału Konkursu Kulinarnego „Polska smakuje", a także cykliczną analizę sytuacji na rynkach podstawowych produktów rolnych.

Zapraszam do lektury!

Henryk Smolarz
Dyrektor Generalny
Krajowego Ośrodka Wsparcia Rolnictwa

GDZIE LEŻY GRANICA WZROSTU EKSPORTU POLSKIEJ ŻYWNOŚCI?

Sukces polskiego eksportu żywności ma swoje źródła w wysokim potencjale produkcji rolnej, nowoczesnym przetwórstwie, przechowalnictwie i logistyce, a także zdolności polskich producentów do dostosowania oferty do oczekiwań konsumentów na rynkach zagranicznych. Obecnie Polska znajduje się wśród wiodących producentów i eksporterów żywności w Unii Europejskiej, a w strukturze eksportu większość stanowią produkty przetworzone o wysokiej wartości dodanej.

Kamieniem milowym dla sektora było przystąpienie Polski do Unii Europejskiej. Dzięki dostosowaniu sektora do unijnych standardów jakościowych, otwarciu rynku państw członkowskich UE oraz objęciu Polski Wspólną Polityką Handlową, od 2004 r. wartość polskiego eksportu rolno-spożywczego wzrosła ponad jedenastokrotnie, z 5,2 mld euro do 58,7 mld euro.

Czy możliwy jest dalszy wzrost eksportu? To zależy od wielu czynników, które zostaną omówione w poniższym artykule.

POTENCJAŁ PRODUKCYJNY I EKSPORTOWY POLSKIEGO SEKTORA ROLNO-SPOŻYWCZEGO

Sektor produkcji rolno-spożywczej to znacząca gałąź polskiej gospodarki. W 2025 r. udział produkcji sprzedanej przemysłu spożywczego w ogólnej wartości produkcji sprzedanej wyniósł około 23%. W zakładach przetwórstwa spożywczego oraz produkujących napoje pracowało ponad 460 tys. osób, co stanowiło 14,5 % wszystkich zatrudnionych w przemyśle.

Według danych GUS w 2025 r. największy udział w produkcji sprzedanej miały: przetwórstwo mięsne (32%), mleczarstwo (15%), przetwórstwo owocowo-warzywne (8%), pasze i karma dla zwierząt (8%), wyroby piekarnicze i mączne (8%). Znaczącą grupą produktów sprzedanych były również wyroby czekoladowe i kakao (5%) przetwory z ryb (5,6%), produkty przemiału zbóż i skrobia (4%) oraz oleje i tłuszcze (3%).

Struktura polskiego eksportu rolno-spożywczego w dużej mierze odzwierciedla strukturę produkcji sprzedanej. Do najważniejszych grup eksportowych należą: mięso i jego przetwory (drób, wieprzowina i wołowina) mleko i produkty mleczne, ryby i przetwory rybne, owoce i warzywa wraz z ich przetworami, zboża i produkty zbożowe oraz wyroby czekoladowe.

Jednocześnie coraz większe znaczenie zyskują produkty innowacyjne, żywność o szczególnych właściwościach prozdrowotnych, produkty ekologiczne oraz tzw. produkty „convenience".

KIERUNKI POLSKIEGO EKSPORTU ROLNO-SPOŻYWCZEGO

Struktura geograficzna eksportu rolno-spożywczego odzwierciedla silną integrację Polski z rynkiem Unii Europejskiej, na który trafia około 75% eksportu. Najważniejszym odbiorcą polskiego eksportu żywności są Niemcy (25%), następnie Francja (7%), Niderlandy (6%), Czechy (5%) oraz Włochy (5%). Wśród głównych europejskich odbiorców produktów rolno-spożywczych są również kraje EFTA: Szwajcaria oraz Norwegia.

Obecnie około 25% polskiego eksportu żywności kierowane jest na rynki krajów trzecich, a jego największymi odbiorcami są Wielka Brytania (7%), Ukraina (2%) oraz USA (1%). Do znaczących odbiorców polskiej żywności należą również kraje Afryki Północnej, Półwyspu Arabskiego, a także kraje azjatyckie. W 2025 r. produkty rolno-spożywcze z Polski trafiły do 199 krajów i terytoriów na całym świecie.

BARIERY W MIĘDZYNARODOWYM HANDLU ŻYWNOŚCIĄ

Produkcja i eksport żywności należą do sektorów szczególnie wrażliwych na zmiany sytuacji międzynarodowej, zarówno w wymiarze gospodarczym, jak i geopolitycznym.

Zależność rolnictwa od warunków pogodowych i biologicznych, sezonowość produkcji, konieczność zapewnienia bezpiecznej, zdrowej i przystępnej cenowo żywności, a także ochrona lokalnych producentów sprawiają, że wiele państw stosuje działania protekcjonistyczne w postaci barier taryfowych (wysokie cła na

tzw. produkty wrażliwe) i pozataryfowych (np. wymagania weterynaryjne i fitosanitarne, procedury certyfikacyjne czy szczególne wymagania dotyczące składu produktów).

Dodatkowym wyzwaniem dla eksporterów jest rosnąca konkurencja. Na rynkach zagranicznych spotykają się dostawcy z krajów o wysokim potencjale produkcyjnym i eksportowym, którzy konkurują między sobą ceną, jakością, innowacyjnością oraz stabilnością dostaw.

WYZWANIA DLA POLSKIEGO EKSPORTU ROLNO-SPOŻYWCZEGO

Polscy eksporterzy mierzą się z wieloma wyzwaniami i barierami zarówno wewnętrznymi, jak i zewnętrznymi. Niewątpliwym ograniczeniem dla eksportu są możliwości dalszego zwiększania wolumenu krajowej produkcji, rozbudowy zakładów przetwórczych oraz wdrażania innowacji.

Istotną barierą są rosnące koszty energii oraz paliw, które przekładają się na wzrost kosztów produkcji, transportu oraz przechowywania, a w konsekwencji na wzrost cen, który może obniżać konkurencyjność polskiej oferty eksportowej.

Dodatkowym wyzwaniem jest stopień dojrzałości aktualnych rynków zbytu. Obecnie większość polskiego eksportu rolno-spożywczego trafia do krajów europejskich, co oznacza, że dalszy wzrost na tym obszarze może być już ograniczony, zwłaszcza przy silnej konkurencji innych państw o wysokim potencjale eksportowym takich jak Niemcy, Niderlandy, Francja, Włochy, Belgia, Hiszpania czy Ukraina.

Konieczne jest więc wzmacnianie pozycji na rynkach, na których polskie produkty żywnościowe są już dobrze znane, oraz poszukiwanie i dywersyfikacja nowych rynków eksportowych.

Kolejną barierą, obecną przede wszystkim w eksporcie produktów mięsnych, są zakłócenia związane z chorobami zwierząt (np. przypadki grypy ptaków HPAI wśród drobiu lub ASF wśród trzody chlewnej), powodującymi likwidację stad i ograniczającymi lub nawet czasowo zamykającymi dostęp do niektórych rynków.

Ważnym czynnikiem pozostaje również zaufanie konsumentów, które z uwagi na wrażliwość na kryzysy wizerunkowe wymaga wzmacniania poprzez prowadzenie działań promocyjnych.

DOBRE PRAKTYKI W EKSPORCIE

Polscy producenci i eksporterzy prowadzą liczne działania ukierunkowane na rozszerzanie rynków zbytu oraz dostosowanie oferty do potrzeb zagranicznych odbiorców.

Przykładem skutecznej dywersyfikacji oraz wdrażania innowacji może być sektor mleczarski. Polska należy do wiodących producentów i eksporterów mleka i produktów mlecznych w Unii Europejskiej (3. i 5. miejsce w 2024 r.). Około 30% krajowej produkcji trafia na eksport. Oferowany asortyment jest szeroki i obejmuje zarówno produkty przeznaczone do bezpośredniej konsumpcji: sery, mleko, śmietanę, masło, lody, napoje fermentowane, jak i produkty do przetwórstwa: proszki mleczne (odtłuszczone i pełne mleko w proszku), serwatkę oraz kazeinę. Głównymi pozaeuropejskimi kierunkami eksportu są kraje Bliskiego Wschodu, Afryki Północnej oraz Azji Południowo-Wschodniej. Sery i masło z Polski są sprzedawane m.in. na rynkach Arabii Saudyjskiej i Izraela, jogurty – w Arabii Saudyjskiej i na Filipinach, mleko UHT – w Korei Południowej oraz w Chinach. Proszki mleczne oraz koncentraty białkowe trafiają na rynki Algierii, Arabii Saudyjskiej, Filipin, Malezji oraz Indonezji.

Odbiorców poza Europą poszukują również producenci produktów mięsnych. Mięso drobiowe znajduje swoich odbiorców m.in. w Wietnamie, Kongu oraz Ghanie, a także Katarze i Hongkongu. Wieprzowina jest eksportowana do USA, Wietnamu, Hongkongu i Nowej Zelandii. Wołowina natomiast znalazła swoich odbiorców w Turcji, Izraelu oraz Japonii.

Dobrym przykładem zdolności do dostosowywania się do zmieniających się warunków rynkowych jest także sektor sadowniczy. Eksport jabłek, po zakłóceniach związanych z utratą rynku rosyjskiego oraz blokadami wprowadzanymi na rynku Białorusi, został przekierowany do krajów Afryki Północnej i Bliskiego Wschodu oraz na rynki azjatyckie.

Powyższe przykłady pokazują, że działania polegające na dywersyfikacji kierunków eksportu wspierają zarówno rozwój sprzedaży jak i pomagają zmniejszyć ryzyko związane z zakłóceniami rynkowymi.

PERSPEKTYWY DALSZEGO WZROSTU

Dotychczasowy sukces eksportowy polskiego sektora rolno-spożywczego potwierdza, że polska żywność, pomimo dużej konkurencji, zajmuje ugruntowaną pozycję w handlu międzynarodowym. Granice dalszego wzrostu nie są jednoznacznie ustalone i zależą od wielu czynników. Dalszy rozwój będzie zależał od możliwości utrzymania lub zwiększania poziomu produkcji, zapewnienia stabilności dostaw, wdrażania innowacji, wysokiej jakości produktów oraz skutecznego poszukiwania nowych rynków poza Unią Europejską.

Bardzo ważne dla wsparcia zagranicznej wymiany handlowej będą również różnorodne działania promocyjne oraz wsparcie polskich eksporterów w nawiązywaniu kontaktów handlowych.

Katarzyna Razik
Departament Wsparcia Eksportu KOWR

NARZĘDZIA EKSPANSJI EKSPORTOWEJ – NAJLEPSZE PRAKTYKI, WNIOSKI I DOŚWIADCZENIA

Producenci żywności planujący ekspansję zagraniczną mogą skorzystać ze wsparcia Krajowego Ośrodka Wsparcia Rolnictwa, który oferuje szereg narzędzi ułatwiających prowadzenie działań eksportowych. To m.in. stoiska narodowe podczas targów zagranicznych, misje handlowe oraz przyjazdowe zagranicznych importerów i dystrybutorów, webinaria, a wszystko pod wspólnym hasłem „Poland tastes good". Narzędzia te pomagają przejść drogę od zainteresowania eksportem do konkretnych rozmów z potencjalnymi kontrahentami.

Polska branża rolno-spożywcza może poszczycić się kolejnym rekordowym wynikiem eksportowym w 2025 r. na poziomie 58,7 mld euro. Za tym wynikiem stoją przede wszystkim przedsiębiorcy, którzy konsekwentnie poszukują nowych rynków zbytu, rozwijają swoją ofertę i doskonalą produkty. Jednak nawet najlepszy jakościowo produkt, będący jednym z kluczowych czynników sukcesu eksportowego, nie gwarantuje powodzenia przedsiębiorstwa na zagranicznym rynku. Przekonanie zagranicznego konsumenta, aby sięgnął w sklepie po konkretny produkt jest procesem długim, wymagającym znajomości specyfiki rynku, przygotowania oferty pod konkretnego odbiorcę, a także cierpliwego budowania relacji.

ŚWIAT SPOTYKA SIĘ NA TARGACH

Jednym z podstawowych i najbardziej rozpoznawalnych działań KOWR są polskie stoiska narodowe organizowane na zagranicznych targach spożywczych na całym świecie (w 2025 r. zorganizowane zostały 24 stoiska, w których udział wzięło ponad 600 uczestników). Dla przedsiębiorcy udział w międzynarodowych targach na stoiskach narodowych oznacza możliwość wejścia w środowisko biznesowe, do którego samodzielne dotarcie byłoby znacznie trudniejsze i bardziej kosztowne. Stoiska narodowe umożliwiają przedsiębiorcom prezentowanie oferty produktowej w ramach wspólnej promocji polskiej żywności pod hasłem „Poland tastes good". KOWR organizuje także działania towarzyszące wydarzeniom targowym (spotkania B2B, wizyty w lokalnych sieciach handlowych połączone ze spotkaniami z przedstawicielami sieci, pokazy kulinarne). Na co warto zwrócić uwagę planując udział w targach? Sama obecność na targach nie gwarantuje podpisania kontraktu, a traktowanie targów jako celu, a nie narzędzia jest błędem. Kluczowe jest wykorzystanie targów do zaprezentowania oferty jak najszerszemu gronu odbiorców, odbycia jak największej liczby spotkań, ale – żeby tak się stało – należy odpowiednio przygotować ofertę targową. Brak wcześniejszego umawiania spotkań, przygotowania próbek odpowiadających potrzebom rynku, brak materiałów promocyjnych w języku odbiorcy, a następnie tzw. działań follow-up oraz systematycznego podtrzymywania kontaktów powoduje, że potencjał targów nie jest wykorzystywany, a udział w targach kończy się na zebraniu wizytówek i rozdaniu katalogów. Targi powinny być traktowane nie jako cel sam w sobie, lecz jako element szerokiego procesu sprzedażowego.

MISJE HANDLOWE SKUTECZNĄ FORMĄ POZYSKIWANIA PARTNERÓW BIZNESOWYCH

Kolejnym narzędziem oferowanym przez KOWR są zagraniczne misje handlowe, które koncentrują się na bezpośrednim rozpoznaniu rynku oraz celowanych spotkaniach b2b z dobranymi partnerami, co znacznie skraca proces poszukiwania przez przed-

siębiorców partnerów do rozmów. Misje handlowe są szczególnie efektywnym narzędziem na rynkach, gdzie brakuje wydarzeń targowych o międzynarodowym zasięgu, a także w sytuacjach, gdy celem jest koncentracja na wybranej branży o znaczącym potencjale rozwoju na danym rynku (np. misja sektora zbożowego i młynarskiego do Egiptu w czerwcu 2026 r.). Programy misji konstruowane są tak, aby umożliwić odbycie jak największej liczby rozmów biznesowych, wizyt w sieciach handlowych, a często też spotkań z przedstawicielami lokalnej administracji w celu poznania całego otoczenia biznesowego: regulacji oraz wymogów administracyjnych. Misja wyjazdowa daje możliwość poznania lokalnych realiów: sposobu prezentacji produktów, asortymentu konkurencji czy oczekiwań partnerów. Kluczowe znaczenie dla efektywności misji, podobnie jak w przypadku targów, ma jednak odpowiednie przygotowanie przedsiębiorców, wcześniejsze rozeznanie rynku, analiza jego specyfiki oraz określenie celów, jakie mają zostać osiągnięte podczas wyjazdu.



POZNAWANIE POLSKIEJ ŻYWNOŚCI Z BLISKA

Uzupełnieniem zagranicznych misji handlowych są przyjazdowe misje zagranicznych importerów i dystrybutorów do Polski. W ramach programu misji organizowane są m.in. spotkania B2B z przedstawicielami polskich przedsiębiorstw. Zarówno zagraniczni importerzy, na etapie kwalifikacji do udziału w misji, jak i polskie firmy zgłaszające swoich reprezentantów do udziału w rozmowach handlowych, wypełniają szczegółowe kwestionariusze określające sektory działalności oraz grupy produktów będące przedmiotem ich zainteresowania. Umożliwia to precyzyjne dopasowanie uczestników po obu stronach i zwiększa efektywność prowadzonych rozmów biznesowych. Misje przyjazdowe są działaniem szczególnie istotnym z punktu widzenia małych przedsiębiorstw, które dopiero zaczynają myśleć o eksporcie i nie są gotowe ponieść nakładów finansowych związanych z wyjazdem na targi zagraniczne. Spotkania takie pozwalają na nawiązanie pierwszego, bezpośredniego kontaktu, zapoznanie się z oczekiwaniami odbiorcy. W ramach programów misji przyjazdowych organizowane są również wizyty w zakładach produkcyjnych i przetwórczych, umożliwiające zagranicznym partnerom bezpośrednie zapoznanie się z procesami produkcyjnymi i technologiami stosowanymi przez polskich producentów. Tego rodzaju wizyty pozwalają na weryfikację spełniania rygorystycznych standardów jakości i bezpieczeństwa żywności, stanowiących jeden z kluczowych atutów polskiego sektora rolno-spożywczego. Bezpośredni kontakt z miejscem produkcji sprzyja budowaniu zaufania oraz wzmacnianiu wiarygodności przedsiębiorstw, co ma istotne znaczenie dla rozwoju długofalowych relacji biznesowych.

WEBINARIA I SPOTKANIA INFORMACYJNE ŹRÓDŁEM WIEDZY WSPIERAJĄCYM EKSPORT

Istotnym uzupełnieniem stoisk narodowych oraz misji jest wsparcie informacyjno-analityczne realizowane poprzez organizowane webinaria oraz spotkania informacyjne, które pomagają przedsiębiorcy przygotować się do kolejnych kroków na drodze ekspansji eksportowej, dopasować produkt, wybrać wydarzenie targowe, zdobyć i usystematyzować wiedzę. Są to narzędzia szczególnie istotne dla firm, które dopiero rozważają wejście na dany rynek. Wielu przedsiębiorców zakłada, że produkt dobrze sprzedający się w Polsce automatycznie odniesie sukces za granicą. Tymczasem różnice w preferencjach konsumentów, kanałach dystrybucji, poziomie cen czy wymaganiach formalnych mogą znacząco wpłynąć na możliwości sprzedaży. Podczas spotkań organizowanych przez KOWR przedsiębiorcy mogą uzyskać informacje dotyczące regulacji, trendów konsumenckich, poszukiwanych produktów, kanałów dystrybucji, zasad współpracy z lokalnymi importerami czy specyfiki kultury biznesowej w danym kraju. Warto podkreślić, że konkretna informacja o rynku jest jednym z ważniejszych elementów ograniczenia ryzyka eksportowego. Dla początkującego eksportera takie spotkanie może być punktem wyjścia do oceny, czy dany rynek odpowiada jego produktom i skali działalności, natomiast dla firm doświadczonych w eksporcie może stanowić doskonałe źródło aktualnej wiedzy. Dopełnieniem webinariów są publikowane przez KOWR analizy rynków zagranicznych, które stanowią źródło podstawo-





wej wiedzy o dostępie do poszczególnych rynków, obejmują analizy trendów rynkowych, badania preferencji konsumentów, analizy regulacji prawnych oraz identyfikację barier w dostępie do poszczególnych rynków. Kompleksowe informacje wspierają eksporterów w podejmowaniu decyzji biznesowych i minimalizują ryzyko związane z wchodzeniem na nowe rynki.

PORTAL INTERNETOWY WIZYTÓWKĄ POLSKIEJ ŻYWNOŚCI

Uzupełnieniem wskazanych wcześniej narzędzi jest portal PolandTastesGood.pl, który łączy dostarczanie szerokiemu gronu odbiorcy informacji o aktualnych działaniach promocyjnych z bezpośrednią prezentacją konkretnych producentów żywności, którzy mogą w bazie producentów żywności prezentować zagranicznym odbiorcom swoją ofertę eksportową. Portal pełni swego rodzaju funkcję wizytówki polskiej żywności na świecie, wspierając budowanie rozpoznawalności marek oraz ułatwiając nawiązywanie kontaktów handlowych.

Wszystkie wymienione narzędzia tworzą spójną strategię budowania wizerunku polskiego sektora spożywczego pod hasłem „Poland tastes good". Budowanie rozpoznawalności polskiej żywności pod jednym hasłem pozwala tworzyć długofalowe skojarzenia kraju z określonymi cechami oferty: jakością, różnorodnością i konkurencyjnością, a jednocześnie jest wsparciem dla indywidualnych firm, które mają ograniczoną rozpoznawalność na rynkach zagranicznych lub nie mają jej wcale. Pamiętać jednak należy, że samo budowanie rozpoznawalności polskiej żywności jest tylko narzędziem wspierającym, a ostatecznie o powodzeniu eksportu decyduje oferta przedsiębiorcy, jej dostosowanie do rynku i zdolność do długoterminowej współpracy.

Skuteczna ekspansja eksportowa wymaga ciągłości, spójnej strategii obejmującej analizę rynku, dostosowanie oferty, działania promocyjne, rozwój sieci kontaktów oraz regularną obecność na rynku docelowym w celu konsekwentnego budowania trwałych relacji biznesowych. Dotychczasowe doświadczenia potwierdzają, że ekspansja zagraniczna wymaga nie jednego instrumentu, lecz całego zestawu wzajemnie uzupełniających się działań. Największe korzyści osiągają przedsiębiorcy, którzy traktują wskazane narzędzia jako elementy długofalowej strategii rozwoju eksportu, a nie jednorazowe działania promocyjne. W praktyce sukces na rynkach zagranicznych zależy od umiejętnego połączenia wsparcia instytucjonalnego z dobrze przygotowaną ofertą, dostosowaną do wymagań odbiorców i specyfiki rynku.

Joanna Pietrzak
p.o. Zastępca Dyrektora Departamentu
Wsparcia Eksportu KOWR

„POLAND TASTES GOOD" – JAK ZAANGAŻOWAĆ KONSUMENTÓW ZA GRANICĄ W PROMOCJĘ POLSKIEJ ŻYWNOŚCI

Podczas każdego wyjazdu za granicę praktycznie każdy z nas z radością i dużą satysfakcją odnajduje polskie produkty w sklepach spożywczych krajów, które odwiedzamy. Widząc te wizytówki polskiego sektora spożywczego, często nie mamy świadomości, że to tylko nieliczne perełki, za którymi stoi ogromny potencjał wszystkich branż.

W 2025 r. wartość sprzedaży towarów rolno-spożywczych za granicę osiągnęła rekordowy poziom 58,7 mld euro, tj. 249 mld zł, o ponad 9% wyższy niż rok wcześniej. W naszym eksporcie dominowały m.in. mięso drobiowe i wołowe, produkty mleczne, ryby i przetwory czy słodycze i przekąski.

Natomiast w zagranicznych sklepach widzimy najczęściej polskie marki słodyczy i przekąsek, przetworów warzywnych czy przetworów zbożowych. Gdzie w takim razie dostępne pozostałe produkty z Polski? Jest kilka odpowiedzi na tak postawione pytanie.

W pierwszej kolejności zauważmy, że rozpoznajemy polskie produkty, dostrzegając marki, które znamy z Polski – nie dostrzegamy tych wszystkich produktów wytworzonych w Polsce, ale sprzedawanych pod markami, których nie znamy lub nie kojarzymy z polskiego rynku. To jest jeden z ogromnych elementów naszego eksportu żywności – produkcja marek własnych dla sieci handlowych na całym świecie, gdzie dopiero szczegółowa analiza etykiety pozwala nam ustalić, że produkt pochodzi z Polski.

Lecz w ten sposób nie odnajdziemy wszystkich produktów z Polski – musimy rozejrzeć się szerzej, np. sprawdzić pochodzenie mięsa, które serwuje nam bar lub restauracja (w wielu krajach jest to ułatwione poprzez lokalny wymóg prezentowania w lokalu gastronomicznym danych o pochodzeniu mięsa serwowanego gościom) – dzięki temu możemy dowiedzieć się, że fantastyczny stek wołowy zaserwowany w klasycznym francuskim bistro pochodzi z Polski.

Czasami musimy zajrzeć jeszcze głębiej i sprawdzić skład produktów gotowych wytwarzanych w kraju, w którym jesteśmy, i dopiero tam znajdziemy składniki wytworzone w Polsce.

Choć może się wydawać nieprawdopodobne, to te wszystkie kanały eksportu polskiej żywności mają wiele cech wspólnych,



ale dwie są dominujące, tzn. jakość i dostępność. Jakość rozumianą zarówno jako spełnianie ustalonych, wyśrubowanych parametrów produktów, ale uwzględniającą również jej smak oraz standardy produkcji. Dostępność obejmującą zarówno rozsądną równowagę pomiędzy ceną a powtarzalnością parametrów jakościowych, jak i realizację zobowiązań dostaw dużych partii produktów do klientów na całym świecie. Klienci biznesowi, którzy podejmują decyzje o zakupie produktów od polskich producentów, decydują się na taki krok nie dlatego, że są zakochani w polskiej kuchni, krajobrazie czy kulturze. Ich decyzja wynika z pragmatyzmu i ekonomii – chcą kupić znakomity jakościowo produkt za cenę, którą finalnie akceptuje klient końcowy.

„POLAND TASTES GOOD" – DLA BIZNESU I KONSUMENTÓW

Projekt „Poland tastes good" dotychczas był skierowany na wsparcie polskich eksporterów w budowaniu relacji z klientami biznesowymi na całym świecie. Naszym celem było wsparcie przedsiębiorców szukających partnerów biznesowych i praktycznie nie zajmowaliśmy się kwestią pracy z klientem końcowym. Dostrzegając jednak, jak dynamicznie rośnie nasz eksport i zmienia się struktura eksportu żywności z Polski w kierunku produktów przetworzonych (obecnie to przeszło 60% naszego eksportu), musimy dostrzegać, że coraz częściej polskie produkty będą gościły na zagranicznych półkach sklepowych i stołach w takiej formie, w jakiej znamy ją z rynku polskiego. Stąd co raz częściej w projekcie „Poland tastes good" pojawiają się działania, w których polskie produkty pojawią w swoim „naturalnym" otoczeniu, czyli kuchni polskiej. Chcąc jednak wybrać najbardziej prawidłowy sposób działania, analizujemy to, w jaki sposób swoje aktywności prowadzą inne kraje, które również stawiają na eksport żywności.

KULINARNE POTĘGI INSPIRACJĄ

Okazuje się, że podejście i osiągane efekty mogą być całkowicie odmienne – dziś na tapet wzięliśmy Włochy i Japonię, czyli dwa kraje, z których kuchnią spotkał się każdy, czy to w formie pizzy, lasagne czy sushi lub ramenu.

Sięgnęliśmy po dane handlowe (Trade Map) obejmujące eksport obu krajów do świata oraz import Wielkiej Brytanii i Polski z Włoch i Japonii, licząc na to, że pokażą nam, ile realnie żywność waży w całości wymiany handlowej tych dwóch kulinarnych potęg.

Pierwsza obserwacja jest wspólna dla obu krajów i chyba nieco otrzeźwiająca: nawet dla Włoch, których kuchnia jest chyba najlepiej rozpoznawalna na świecie, żywność to w 2025 r. zaledwie 11,2% całego eksportu (w 2016 r. było to 9,1%). W eksporcie Japonii – kraju, którego kuchnia podbiła świat równie skutecznie za sprawą sushi i ramenu – żywność odpowiada za zaledwie 1,3% całości sprzedaży zagranicznej (w 2016 r. – 0,9%). Gdy spojrzymy na import Wielkiej Brytanii, żywność stanowi 18,3% tego, co Brytyjczycy kupują z Włoch, ale już tylko 1% tego, co kupują z Japonii. Podobnie w przypadku Polski – z Włoch importujemy żywność stanowiącą 13,4% całego importu, z Japonii – 0,4%.

Za tymi liczbami stoi jednak coś więcej niż tylko różnica skali. Eksport włoskiej żywności rośnie szybciej niż cały eksport tego kraju









(+90% wobec +54% w latach 2016–2025) i ten wzrost napędzają dokładnie te produkty, które kojarzymy z włoską kuchnią – wino, makaron, sery, kawa palona, czekolada. Innymi słowy: to, co Włosi gotują u siebie w kuchni, faktycznie eksportują pod własną nazwą i marką.

Z Japonią jest inaczej. Gdy sprawdziliśmy dokładnie, co dokładnie znajduje się w japońskim eksporcie żywności, okazało się, że ryż, wodorosty czy sos sojowy – a więc dokładnie te składniki, które kojarzymy z sushi – zajmują w japońskim eksporcie miejsca dalekie od czołówki, z wartościami o rząd wielkości niższymi niż włoskie wino czy makaron w analogicznych relacjach handlowych. Sushi zjedzone w warszawskiej czy londyńskiej restauracji w zdecydowanej większości powstaje z ryżu i ryby wyprodukowanych lokalnie lub sprowadzonych z zupełnie innych krajów niż Japonia – a nie, jak można by się spodziewać, bezpośrednio stamtąd. To, co Japonia faktycznie eksportuje w kategorii żywności, to głównie wołowina, mrożone ryby i owoce morza, piwo, zielona herbata czy whisky – kategorie, które nie mają wiele wspólnego z wizerunkiem „kuchni sushi", za to często noszą własną, odrębną markę premium.

Można by z tego wyciągnąć prosty wniosek, że sama popularność kuchni nie przekłada się na eksport, chyba że produkt niesie ze sobą wyraźną identyfikację z krajem pochodzenia – tak jak włoskie wino czy ser noszące oznaczenie DOC czy DOP. Zanim jednak uznamy to za regułę, warto zadać sobie pytanie, czy nie porównujemy dwóch różnych etapów tej samej drogi. Włoski system oznaczeń pochodzenia rozwija się konsekwentnie od kilkudziesięciu lat i ma charakter twardej infrastruktury prawnej, a nie tylko marketingu. Japońska promocja eksportu żywności – wagyu, sake, owoce premium – to w dużej mierze zjawisko ostatniej dekady. Może więc efekt eksportowy popularności kulinarnej po prostu przychodzi z dużym opóźnieniem i wymaga równie długiej, konsekwentnej polityki, a nie jest bezpośrednim skutkiem samej rozpoznawalności dania.

„POLAND TASTES GOOD" – WYBÓR DROGI

Gdzie w tym wszystkim jest miejsce dla Polski i dla projektu „Poland tastes good"? Może właśnie tu – między tymi dwoma modelami. Jeśli przyjmiemy, że do większego eksportu polskiej żywności prowadzi więcej niż jedna droga, przestajemy szukać jednej odpowiedzi na pytanie „Włochy czy Japonia" i zaczynamy myśleć w kategoriach dwóch równoległych tras. Jest autostrada – szybka, efektywna, po której już dziś jeździmy z sukcesem: ustandaryzowane wolumeny, konkurencyjna cena, kontrakty z klientami biznesowymi na całym świecie. I jest piękna droga przez malownicze krajobrazy – wolniejsza, wymagająca cierpliwości, ale prowadząca tam, gdzie autostradą nie da się dojechać: do sprzedaży produktu rozpoznawanego jako polski, kupowanego nie tylko za cenę, ale i za tożsamość.

Polska ma już pierwsze punkty orientacyjne na tej drugiej trasie, choć rzadko myślimy o nich w kategoriach eksportowych. Polska Wódka – chronione oznaczenie geograficzne zastrzeżone dla wódek produkowanych wyłącznie z polskiego zboża lub ziemniaków, na terytorium kraju, według tradycyjnej receptury – to najbardziej oczywisty kandydat: produkt, którego tożsamość z Polską jest wpisana w samą nazwę i chroniona prawnie, podobnie jak włoskie Chianti czy Parmigiano Reggiano. Podobną logikę noszą regionalne specjały z unijnym oznaczeniem – kiełbasa







lisiecka, rogal świętomarciński, jabłko grójeckie czy wkrótce gęś owsiana – dziś sprzedawane głównie na rynku krajowym, ale wyposażone w dokładnie ten sam rodzaj infrastruktury prawnej, którą Włosi budowali dekadami wokół swoich DOP. Do tego można dodać miody pitne, odkrywane na nowo za granicą w segmencie premium, czy rzemieślnicze piwo, które choć nie ma jeszcze regionalnych oznaczeń na miarę belgijskich czy niemieckich tradycji, coraz śmielej buduje własną, rozpoznawalną tożsamość.

Warto przy tym unikać jednej pułapki: piękna droga nie oznacza małej skali. Włoskie wino czy makaron to nierzadko produkcja przemysłowa idąca w setki milionów butelek czy opakowań rocznie – różnica nie leży w wielkości produkcji, ale w tym, czy produkt niesie rozpoznawalną tożsamość pochodzenia, czy jedzie anonimowo pod cudzą marką. Da się więc jechać piękną drogą nawet dużą ciężarówką – liczy się to, co ma napisane na burcie, a nie ile waży ładunek.

Dla projektu „Poland tastes good" oznacza to w praktyce dwa różne zestawy narzędzi: dalsze, konsekwentne wspieranie eksporterów na autostradzie kontraktów B2B – tam, gdzie dziś rozgrywa się większość wartości naszego eksportu – oraz cierpliwe, długofalowe budowanie rozpoznawalności konkretnych, zakorzenionych w polskim pochodzeniu produktów na drugiej trasie. Pytanie, nie brzmi więc już „którą drogą jechać", ale w jakiej proporcji inwestować w obie – i czy jesteśmy dziś gotowi na cierpliwość, jakiej wymaga ta druga.

Piotr Kondraciuk
Dyrektor Departamentu Wsparcia Eksportu KOWR



NIEODPŁATNE PRZEKAZANIE NIERUCHOMOŚCI ZASOBU WŁASNOŚCI ROLNEJ SKARBU PAŃSTWA

Gospodarowanie nieruchomościami pozostającymi w Zasobie Własności Rolnej Skarbu Państwa to nie tylko dzierżawa czy sprzedaż gruntów. Istotnym elementem działalności Krajowego Ośrodka Wsparcia Rolnictwa jest także ich nieodpłatne przekazywanie uprawnionym podmiotom.

Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa jest państwową osobą prawną, której Skarb Państwa powierzył wykonywanie praw własności i innych praw rzeczowych w odniesieniu do mienia wchodzącego w skład Zasobu Własności Rolnej Skarbu Państwa (dalej Zasób WRSP).

Mechanizm nieodpłatnego przekazywania nieruchomości ZWRSP uprawionym podmiotom ma szczególne znaczenie dla społeczności lokalnych. Odpowiednio zagospodarowane nieruchomości mogą służyć budowie i rozwojowi infrastruktury publicznej, poprawie jakości życia mieszkańców, realizacji zadań określonych w Narodowym Programie Mieszkaniowym w sprzyjaniu powstawania budownictwa mieszkaniowego wielorodzinnego, realizacji zadań samorządów, a także ochronie i rozwojowi gospodarki leśnej.

Skala tego działania jest znacząca. Według danych KOWR od 1992 r. do 30 czerwca 2026 r. nieodpłatnie przekazano uprawnionym podmiotom **698 294 ha gruntów Zasobu**. Wśród gruntów przekazanych nieodpłatnie znajdują się grunty przekazane: samorządom terytorialnym, które otrzymały 62 790 ha, Lasom Państwowym – 157 915 ha, kościelnym osobom prawnym (różnych wyznań) – 90 457 ha, a także podmiotom uprawnionym na podstawie ustawy *Prawo wodne* – 253 446 ha.

Grunty Zasobu WRSP	Stan na 30.06.2026 r. (w tys. ha)	W okresie 01.01. – 30.06.2026 r. (w tys. ha)
Grunty przejęte do Zasobu WRSP	4 764,5	
Grunty rozdysponowane trwale:	3 445,7	4,4
w tym:		
sprzedane	2 747,4	2,3
przekazane, w tym nieodpłatnie	698,3	2,1
z czego:		
- jednostkom samorządu terytorialnego	62,8	0,5
- Lasom Państwowym	157,9	0,4
- na rzecz kościelnych osób prawnych	90,5	-
- innym uprawnionym podmiotom (parkom narodowym spółdzielniom mieszkaniowym, Polskiej Akademii Nauk, Izbom Rolniczym, Krajowej Radzie Izb Rolniczych, państwowym szkołom wyższym lub państwowym jedn. badawczorozwojowym, fundacjom i organizacjom pożytku publicznego, nadanie na własność osobom – dożywotnim użytkownikom, itp.)	70,2	0,4
- grunty pod wodami, przekazane organom właściwym do spraw gospodarowania wodami publicznymi	253,4	0,7
- wniesione, jako aport do Spółek	24,9	0,05
- rozdysponowane trwale w pozostałych formach	38,6	0.04

Trwałe rozdysponowanie gruntów Zasobu WRSP – nieodpłatne przekazanie – w okresie 01.01.2026 – 30.06.2026 r. (w ha) w podziale na OT KOWR

Lp.	Oddział Terenowy KOWR	przekazane nieodpłatnie				organom właściwym do spraw gospodarowania wodami publicznymi	wniesione jako aport do spółek	rozdysponowane trwale w pozost. formach	Razem
		jednostkom samorządu terytorialnego	Lasom Państwowym	kościelnym osobom prawnym	nieodpł. innym				
1.	OT Białystok	3,5	-	-	0,4	-	-	25,9	30
2.	OT Bydgoszcz	19,0	-	-	3,0	360,5	-	0,3	383
3.	OT Częstochowa	3,8	-	-	2,9	-	-	0,2	7
4.	OT Gorzów Wlkp.	19,7	14,7	-	3,4	4,5	-	-	42
5.	OT Kielce	4,8	-	-	5,3	0,001	-	-	10
6.	OT Koszalin	14,9	40,7	-	1,4	-	-	-	57
7.	OT Kraków	2,9	-	-	10,2	-	-	0,2	13
8.	OT Lublin	4,0	1,2	-	25,5	-	-	4,7	35
9.	OT Łódź	2,0	-	-	0,2	0,2	-	-	2,4
10.	OT Olsztyn	18,1	206,5	-	48,8	3,4	-	-	277
11.	OT Opole	13,5	-	-	1,4	-	-	3,2	18
12.	OT Poznań	42,0	-	-	3,8	200,1	-	-	246
13.	OT Pruszcz Gdański	5,2	42,4	-	8,2	91,8	-	0,1	148
14.	OT Rzeszów	8,9	10,4	-	1,6	5,8	-	2,9	30
15.	OT Szczecin	272,6	68,3	-	10,0	3,3	-	-	354
16.	OT Warszawa	4,4	-	-	217,9	0,04	47,5	-	270
17.	OT Wrocław	98,4	52,1	-	43,8	4,5	-	1,9	201
	Razem	538	436	-	388	674	47	39	2 123

W samym tylko pierwszym półroczu 2026 r. KOWR przekazał nieodpłatnie uprawnionym podmiotom 2123 ha gruntów Zasobu WRSP. Wśród przekazanych gruntów 538 ha trafiło do jednostek samorządu terytorialnego (głównie gmin) z różnych tytułów, 436 ha do Lasów Państwowych, natomiast 388 ha do pozostałych uprawnionych podmiotów (tj. parków narodowych, spółdzielni mieszkaniowych, Polskiej Akademii Nauk, Izb Rolniczych, Krajowej Rady Izb Rolniczych, państwowych szkół wyższych lub państwowych jednostek badawczo-rozwojowych, fundacji i organizacji pożytku publicznego, nadanie na własność osobom – dożywotnim użytkownikom, itp.).

To pokazuje, że nieodpłatne przekazania stanowią ważny element działalności KOWR przyczyniając się do realizacji założeń polityki społeczno-gospodarczej państwa. Działania te są realizowane za pośrednictwem różnych instytucji, z wykorzystaniem gruntów Skarbu Państwa.

GŁÓWNE KIERUNKI ROZDYSPONOWANIA GRUNTÓW ZASOBU WRSP

Grunty dla samorządów

Jednym z najważniejszych kierunków nieodpłatnego przekazywania nieruchomości jest ich przekazanie na rzecz jednostek samorządu terytorialnego różnego stopnia. Podstawę stanowi m.in. art. 24 ust. 5 pkt 1 lit. c ustawy z 19 października 1991 r. o gospodarowaniu nieruchomościami rolnymi Skarbu Państwa. Przepis ten umożliwia KOWR, w drodze umowy, nieodpłatne przekazanie nieruchomości na rzecz jednostki samorządu terytorialnego, na cele służące wykonywaniu zadań realizowanych przez tę jednostkę.

W praktyce grunty Zasobu stanowią podstawę inwestycji oraz narzędzie realizacji konkretnych potrzeb mieszkańców. Na przekazywanych gruntach powstają m.in. drogi, szkoły, przedszkola, świetlice, boiska, tereny rekreacyjne, parki, obiekty infrastruktury technicznej, urządzenia wodno-kanalizacyjne czy inne obiekty użyteczności publicznej.

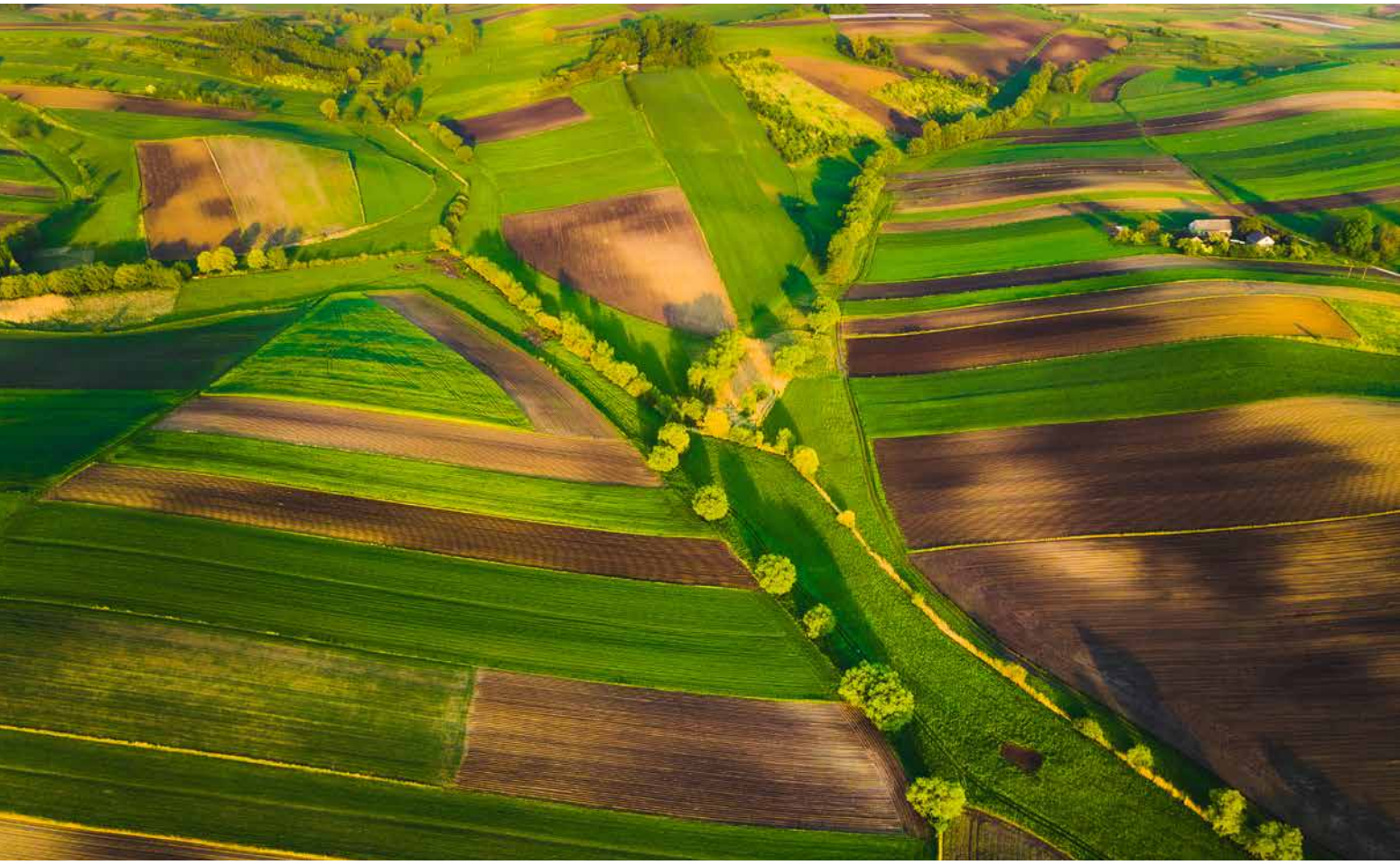
Grunty dla Lasów Państwowych

Drugim niezwykle istotnym obszarem jest współpraca KOWR z Lasami Państwowymi.

Ustawa przewiduje możliwość nieodpłatnego przekazywania Lasom Państwowym nieruchomości wchodzących w skład Zasobu. Dotyczy to przede wszystkim:

- działek ewidencyjnych użytkowanych jako lasy,
- gruntów przeznaczonych na cele związane z zalesianiem, jeżeli spełnione są wymagania planistyczne,
- innych gruntów potrzebnych gospodarce leśnej, na których nie jest możliwe prowadzenie racjonalnej gospodarki rolnej.

To rozwiązanie pozwala lepiej dopasowywać sposób wykorzystania nieruchomości do ich rzeczywistego potencjału. Grunt, który z przyczyn przyrodniczych, przestrzennych czy gospodarczych nie daje dobrych możliwości prowadzenia produkcji rolnej, może znaleźć zastosowanie w gospodarce leśnej.



Grunty dla kościelnych osób prawnych

Przepisy przewidują również możliwość nieodpłatnego przekazywania nieruchomości kościelnym osobom prawnym. W tym przypadku podstawy prawne przekazania wynikają zarówno z ustawy o gospodarowaniu nieruchomościami rolnymi Skarbu Państwa, jak i z przepisów regulujących stosunki państwa z poszczególnymi Kościołami i związkami wyznaniowymi.

W odniesieniu do Kościoła Katolickiego znaczenie mają przepisy ustawy o stosunku Państwa do Kościoła Katolickiego w Rzeczypospolitej Polskiej. Przewidują one określone możliwości nieodpłatnego przekazywania nieruchomości na cele związane m.in. z działalnością kościelnych osób prawnych, działalnością charytatywno-opiekuńczą czy oświatowo-wychowawczą.

Warto podkreślić, że przekazanie nieruchomości Zasobu WRSP odbywa się w granicach określonych przez ustawę i przy zachowaniu określonych warunków.

W przypadku przekazywania nieruchomości na rzecz uprawnionych podmiotów KOWR szczegółowo analizuje m.in. lokalizację nieruchomości, jej przeznaczenie w dokumentach planistycznych, cel przekazania, podstawę prawną realizowanego zadania, sposób finansowania inwestycji oraz planowany termin jej realizacji. Dodatkowo podmiot chcący realizować inwestycję na gruntach Zasobu musi również wykazać brak własnych gruntów lub określone okoliczności, które uniemożliwiają realizację inwestycji na gruntach własnych. Należy również zaznaczyć, że przejęcie nieruchomości od KOWR wiąże się również z obowiązkami, w tym m.in. obowiązkiem realizacji zadeklarowanego celu oraz jego utrzymanie w okresie 10 lat od dnia przejęcia nieruchomości. Za brak realizacji tych postanowień, zgodnie z ustawą, grozi sankcja w postaci zwrotu równowartości nieruchomości bądź też samej nieruchomości.

W obszarze nieopłatnego przekazania nieruchomości Zasobu widoczna jest rola KOWR jako instytucji łączącej gospodarowanie majątkiem Skarbu Państwa z realizacją celów społecznych, gospodarczych i środowiskowych. Dzięki ustawowym mechanizmom część nieruchomości Zasobu może pracować nie tylko na rzecz samego majątku Skarbu Państwa, lecz także **na rzecz lokalnych społeczności, rozwoju polskiej wsi i zachowania cennych zasobów przyrodniczych**.

Opracował zespół Departamentu
Gospodarowania Zasobem KOWR

ROLA USTAWY O KSZTAŁTOWANIU USTROJU ROLNEGO W OBROCIE NIERUCHOMOŚCIAMI ROLNYMI NA RYNKU PRYWATNYM

Obrót nieruchomościami rolnymi na rynku prywatnym w Polsce podlega szczególnej regulacji. Obecnie podstawowym aktem prawnym regulującym zasady jest ustawa z 11 kwietnia 2003 r. o kształtowaniu ustroju rolnego. Ustawa ta wyznacza Krajowemu Ośrodkowi Wsparcia Rolnictwa rolę instytucji nadzorującej prawidłowość obrotu gruntami rolnymi zgodnie z celami polityki rolnej państwa.

Grunty rolne to nie tylko towar rynkowy – ale przede wszystkim niepomnażalne, elementarne dobro publiczne, które stanowi podstawę bezpieczeństwa żywnościowego państwa oraz fundament funkcjonowania gospodarstw rodzinnych.

Poprzez postęp cywilizacyjny, procesy urbanizacyjne oraz zmiany klimatyczne powierzchnia gruntów rolnych w Polsce dość szybko maleje, a jako nieodnawialny zasób służący do prowadzenia działalności wytwórczej w rolnictwie stanowią one podstawę produkcji żywności, miejsce pracy rolników oraz sprzyjają rozwojowi obszarów wiejskich. Sposób ochrony i dystrybucji ziemi rolnej ma zatem wpływ nie tylko na dzisiejsze rolnictwo, ale również na przyszłe pokolenia.

CELE USTAWY O KSZTAŁTOWANIU USTROJU ROLNEGO

- poprawa struktury obszarowej gospodarstw rodzinnych
- przeciwdziałanie nadmiernej koncentracji gruntów rolnych
- wspieranie zrównoważonego rolnictwa i działalności rolniczej oraz sprzyjanie rozwojowi obszarów wiejskich
- zapewnienie właściwego zagospodarowania gruntów rolnych
- prowadzenie gospodarstw rolnych przez osoby o odpowiednich kwalifikacjach
- wzmocnienie bezpieczeństwa żywnościowego kraju.

ZADANIA KOWR ZWIĄZANE Z REALIZACJĄ USTAWY O KSZTAŁTOWANIU USTROJU ROLNEGO

- obsługa wniosków o wyrażenie zgody na nabycie nieruchomości rolnych
- realizacja uprawnień wynikających z prawa pierwokupu i prawa nabycia nieruchomości rolnych
- bezpośrednie nabywanie nieruchomości rolnych na własność Skarbu Państwa w celu poprawy struktury obszarowej gospodarstw rolnych
- obsługa wniosków o wyrażenie zgody zbycie lub oddanie w posiadanie innym podmiotom przed upływem 5 lat od dnia nabycia
- realizacja uprawnień wynikających z prawa pierwokupu i prawa nabycia udziałów i akcji spółek kapitałowych posiadających nieruchomości rolne o pow. co najmniej 5 ha
- za zgodą/na wniosek ministra właściwego do spraw rozwoju wsi obejmowanie i nabywanie akcji i udziałów w spółkach kapitałowych posiadających nieruchomości rolne o pow. co najmniej 5 ha.

Warto wspomnieć, iż ustawą z dnia 23 stycznia 2026 r. o zmianie niektórych ustaw w celu ochrony polskiego rolnictwa nadano m.in. ustawie o kształtowaniu ustroju rolnego nową preambułę. Wskazano w niej, że podstawą ustroju rolnego państwa są gospodarstwa rodzinne, a przepisy dotyczące obrotu gruntami rolnymi mają wspierać ich ochronę i rozwój.

Zwraca ona również uwagę na właściwe zagospodarowanie gruntów rolnych, bezpieczeństwo żywnościowe, zrównoważone rolnictwo oraz rozwój obszarów wiejskich. Nowa preambuła w przejrzysty sposób pokazuje więc, czemu mają służyć zawarte w ustawie rozwiązania i działania podejmowane przez KOWR.

Powyższe zmiany podkreślają znaczenie gruntów rolnych i potrzebę dostosowywania przepisów do aktualnej sytuacji oraz potrzeb rolników indywidualnych. Jest to szczególnie ważne dla gospodarstw rodzinnych, które stanowiąc podstawę ustroju rolnego państwa, odpowiadają za znaczną część produkcji rolnej, wspierają rozwój lokalnych społeczności i zapewniają ciągłość użytkowania gruntów rolnych.

Ustawa o kształtowaniu ustroju rolnego reguluje zatem istotne kwestie związane z obrotem m.in. nieruchomościami rolnymi na rynku prywatnym, które omawiamy poniżej.

Zgody na nabycie nieruchomości rolnych

Zgodnie z przepisami ww. ustawy nabywcą nieruchomości rolnej może być, co do zasady, rolnik indywidualny. Nabycie nieruchomości rolnej o powierzchni 1 ha lub większej przez osoby niespełniające ustawowej definicji rolnika indywidualnego, w przypadkach, gdy nie ma zastosowania żaden ustawowy wyjątek - wymaga uzyskania zgody Dyrektora Generalnego KOWR, na nabycie nieruchomości rolnej, wyrażonej w drodze decyzji administracyjnej.

Zgoda na nabycie nieruchomości rolnej wydawana jest na wniosek:

- zbywcy nieruchomości rolnej,
- osoby fizycznej zamierzającej utworzyć gospodarstwo rodzinne,
- osoby fizycznej zamierzającej powiększyć gospodarstwo rolne,
- uczelni do realizacji na nieruchomości rolnej celów dydaktycznych lub prowadzenia badań naukowych lub prac rozwojowych,
- inwestora realizującego inwestycję celu publicznego.

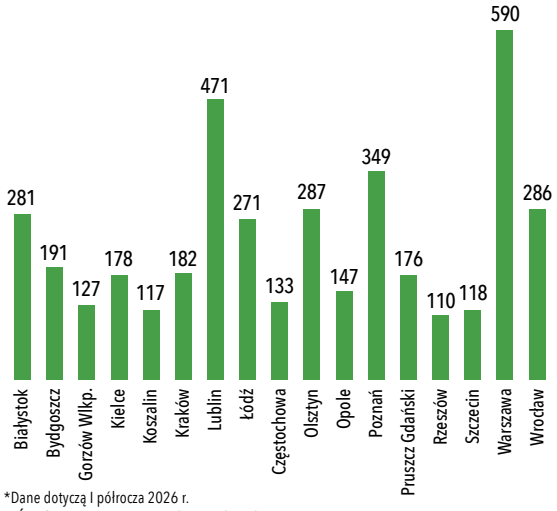
Wybór rodzaju wniosku zależy od samych zainteresowanych i powinien być adekwatny do warunków, jakie mogą oni spełnić, aby zgodę uzyskać.

Zgody na zbycie nieruchomości albo oddanie ich w posiadanie innym podmiotom, przed upływem 5 lat od dnia nabycia.

Przepisy ustawy o kształtowaniu ustroju rolnego – poza przewidzianymi w ustawie wyjątkami – nakładają, co do zasady na nabywcę nieruchomości rolnej określone obowiązki i ograniczenia:

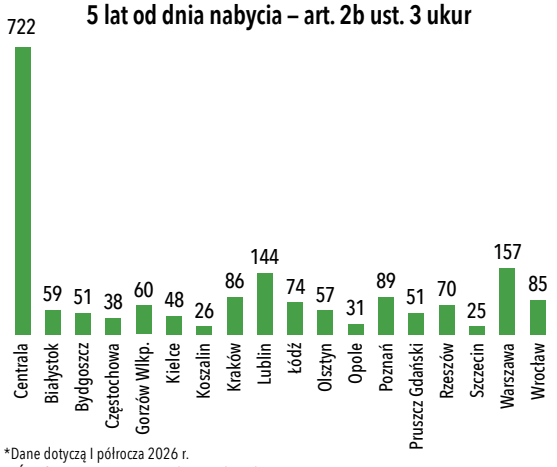
- **nabywca nieruchomości rolnej obowiązany jest prowadzić gospodarstwo rolne**, w skład którego weszła nabyta nieruchomość rolna, **przez okres co najmniej 5 lat od dnia nabycia przez niego tej nieruchomości**, a w przypadku osoby fizycznej – prowadzić to gospodarstwo rolne osobiście.

Liczba złożonych wniosków o wyrażenie zgody na nabycie nieruchomości rolnych – art. 2a ust. 4 ukur



*Dane dotyczą I półrocza 2026 r.
**Źródło: opracowanie na podstawie danych KOWR.

Liczba złożonych wniosków o wyrażenie zgody na zbycie lub oddanie w posiadanie nieruchomości przed upływem 5 lat od dnia nabycia – art. 2b ust. 3 ukur



*Dane dotyczą I półrocza 2026 r.
**Źródło: opracowanie na podstawie danych KOWR.

- **5 lat od dnia nabycia**, co do zasady, **nieruchomość ta nie może być zbyta ani oddana w posiadanie innym podmiotom**.

W przypadkach uzasadnionych ważnym interesem właściciela nieruchomości rolnej lub interesem publicznym Dyrektor Generalny Krajowego Ośrodka Wsparcia Rolnictwa, **na wniosek właściciela, może wyrazić zgodę** na zbycie lub oddanie w posiadanie tej nieruchomości przed upływem okresu 5 lat od dnia jej nabycia.

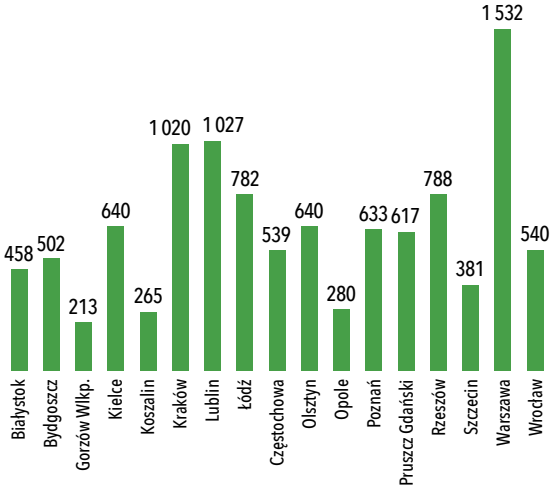
Prawo pierwokupu i prawo nabycia nieruchomości rolnej

W sytuacjach określonych przepisami ww. ustawy Krajowemu Ośrodkowi Wsparcia Rolnictwa działającemu na rzecz Skarbu Państwa przysługuje:

1) prawo pierwokupu nieruchomości rolnych,
2) prawo nabycia nieruchomości rolnych.

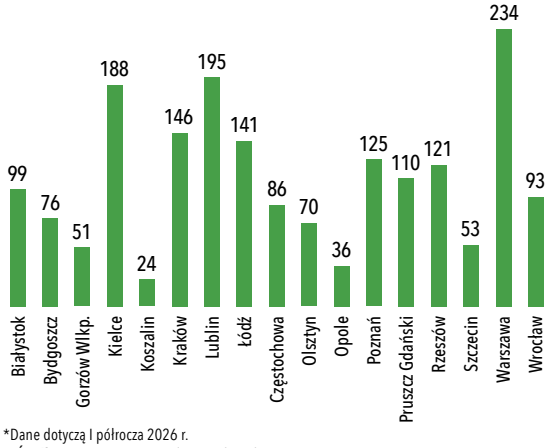
Wykonanie prawa pierwokupu czy prawa nabycia przez KOWR zależy m.in. od analizy celowości nabycia konkretnej nieruchomości rolnej (tj. czy nabycie tej nieruchomości będzie miało istotne znaczenie dla realizacji celów ustawy). Nabyte w wyniku powyższych uprawnień nieruchomości rolne są włączane do Zasobu Własności Rolnej Skarbu Państwa, a następnie rozdysponowywane w trybie przetargów na dzierżawę lub w trybie sprzedaży przede wszystkim lokalnym rolnikom indywidualnym w celu powiększenia gospodarstw rodzinnych.

Liczba umów warunkowych – art. 3 ust. 4 ukur



*Dane dotyczą I półrocza 2026 r.
**Źródło: opracowanie na podstawie danych KOWR.

Liczba zawiadomień o nabyciu – art. 4 ust. 1 ukur



*Dane dotyczą I półrocza 2026 r.
**Źródło: opracowanie na podstawie danych KOWR.

W wyniku realizacji ww. uprawnień w pierwszym półroczu 2026 r. (stan na 30 czerwca 2026 r.) KOWR nabył na rzecz Skarbu Państwa blisko 450 ha gruntów.

Prawo pierwokupu i prawo nabycia udziałów i akcji

KOWR może również przysługiwać (poza wyjątkami przewidzianymi w ustawie) **prawo pierwokupu oraz prawo nabycia udziałów/akcji w spółce kapitałowej** (która jest właścicielem lub użytkownikiem wieczystym nieruchomości rolnej o powierzchni co najmniej 5 ha albo nieruchomości rolnych o łącznej powierzchni co najmniej 5 ha) **i w spółce dominującej** (która posiada udziały lub akcje w spółce kapitałowej, która jest właścicielem lub użytkownikiem wieczystym nieruchomości rolnej o powierzchni co najmniej 5 ha albo nieruchomości rolnych o łącznej powierzchni co najmniej 5 ha).

Nabywanie na własność Skarbu Państwa nieruchomości rolnych w celu poprawy struktury obszarowej gospodarstw rolnych

Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa może nabywać na własność Skarbu Państwa nieruchomości rolne w celu poprawy struktury obszarowej gospodarstw rolnych. Właściciel nieruchomości rolnej może więc w tym zakresie skierować do KOWR **pisemny wniosek**. Nabycie takie następuje po cenie niewyższej niż wartość rynkowa tej nieruchomości z uwzględnieniem jej obciążeń.

Nadzór nad spełnianiem zobowiązań

Zgodnie z ustawą o kształtowaniu ustroju rolnego KOWR ma również inne uprawnienia oraz obowiązki związane z wykonywaniem tej ustawy, m.in. sprawuje nadzór nad spełnieniem ustawowych obowiązków i warunków wynikających z tych przepisów określonych dla nabywców nieruchomości rolnych.

W latach 2017–2025 przeprowadzono ponad 11 tys. kontroli dotyczących przestrzegania ustawowych obowiązków i ograniczeń przez nabywców nieruchomości rolnych.

Karolina Mazur
Paweł Kania
Departament Kształtowania
Ustroju Rolnego KOWR

„ENERGIA Z ROLNICTWA” – JAK W KRÓTKIM CZASIE POWSTAŁ EKOSYSTEM EDUKACYJNY WSPIERAJĄCY ROZWÓJ OZE W POLSCE

Głównym celem projektu realizowanego w ramach programu Agro OZE – Energia z rolnictwa jest przekazanie rzetelnej wiedzy na temat korzyści płynących z lokalnych inwestycji w odnawialne źródła energii na obszarach wiejskich.

Choć projekt „Energia z rolnictwa” ma zaledwie kilka lat, zdążył wypracować strukturę działań, która dziś przypomina pełnoprawny ekosystem edukacyjny. Jego początki sięgają końca 2023 r. – wtedy powstała strona internetowa, identyfikacja wizualna oraz pierwsze materiały edukacyjne. To był moment, w którym projekt zaczął funkcjonować jako spójna inicjatywa, a nie tylko zbiór pojedynczych aktywności realizowanych od 2017 r. Od tego czasu rozwija się dynamicznie, obejmując coraz więcej grup odbiorców i coraz szerszy zakres tematów związanych z odnawialnymi źródłami energii. W naszej opinii rozwój OZE wymaga nie tylko technologii, lecz również wiedzy i zrozumienia. Dlatego działania edukacyjne prowadzone są równolegle na kilku poziomach.

EDUKACJA NAJMŁODSZYCH: II EDYCJA KONKURSU

Najbardziej widocznym elementem jest konkurs dla dzieci „Energia z rolnictwa”, który w krótkim czasie stał się rozpoznawalną inicjatywą w szkołach i gminach. Trwa jego II edycja pod hasłem „Rozłóż OZE na 6 i wygraj”. Inicjatywa ta wprowadza temat energii odnawialnej w sposób lekki i naturalny. Dzieci poznają podstawowe pojęcia, tworzą prace konkursowe, a przy okazji rozmawiają o energii w domu i w szkole. To prosty mechanizm, który sprawia, że temat OZE zaczyna funkcjonować w codziennym języku.

Konkurs skierowany jest do uczniów klas IV–VII szkół podstawowych z terenów gmin wiejskich i miejsko-wiejskich. Uczestnicy mogą przygotować prace skupiające się wokół dwóch tematów: wieś/gmina zielonej transformacji lub rodzinne gospodarstwo zielonej transformacji. Wyzwanie realizowane jest w dwóch kategoriach:

- Prace indywidualne (uczniowie klas IV–V) – polegające na przygotowaniu pracy plastycznej w dowolnej technice.
- Prace grupowe (uczniowie klas VI–VII) – w których zespoły klasowe tworzą krótki film promujący OZE.

Edukacja najmłodszych działa jak miękkie otwarcie drzwi do szerszej rozmowy o energetyce – od podstaw.



PRAKTYCZNA WIEDZA DLA DOROSŁYCH: BEZPŁATNA OFERTA SZKOLENIOWA W IV KWARTALE 2026 R.

Równolegle w ramach projektu rozwijają się działania skierowane do inwestorów, przedsiębiorców i przedstawicieli administracji samorządowej. KOWR przygotował szeroką, całkowicie bezpłatną ofertą szkoleniową. Szkolenia mają charakter praktyczny. Dotyczą przygotowania inwestycji, oceny potencjału gospodarstwa, finansowania przedsięwzięć czy współpracy z gminą. Uczestnicy podkreślają, że dzięki takim spotkaniom łatwiej jest poruszać się w złożonym środowisku regulacyjnym i technologicznym. Edukacja w tym obszarze nie polega na przekazywaniu ogólnych informacji, lecz na tłumaczeniu konkretnych procesów, które decydują o powodzeniu inwestycji.

Wszyscy zainteresowani mogą w 2026 r. skorzystać z dwóch form edukacji: webinariów oraz szkoleń stacjonarnych. Kolejna edycja rozpoczęła się w październiku br.

1. Szkolenia stacjonarne dla przedstawicieli jednostek samorządu terytorialnego (dotyczące m.in. biogazowni rolniczych, spółdzielni energetycznych oraz bezpieczeństwa energetycznego):
   - 26–27 listopada 2026 r. – woj. opolskie (Kędzierzyn-Koźle)
   - 30 listopada – 1 grudnia 2026 r. – woj. dolnośląskie (Legnica)
   - 3–4 grudnia 2026 r. – woj. pomorskie (Łeba).

2. Webinaria online dla osób zainteresowanych tematyką spółdzielni energetycznych (poniżej terminy ostatnich 2 z 6 zaplanowanych spotkań):
   - Jak bilansować i rozliczać energię w spółdzielni energetycznej? Zasady, dane i praktyka
     - 9 listopada 2026 r.
   - Spółdzielnia energetyczna – i co dalej? Współpraca ze sprzedawcą, operatorem sieci i innymi uczestnikami rynku
     - 16 listopada 2026 r.

SYNERGIA I BUDOWANIE ZAANGAŻOWANIA

Ważnym elementem prowadzonych działań jest sposób, w jaki odbiorcy angażują się w aktywności edukacyjne. Nie jest to zaangażowanie rozumiane jako kampania czy akcja promocyjna, lecz jako codzienna aktywność: pytania zadawane podczas szkoleń, rozmowy prowadzone w urzędach, wymiana doświadczeń między rolnikami, przedsiębiorcami czy nauczycielami. To właśnie te drobne interakcje sprawiają, że projekt zaczyna działać jak sieć powiązań. Każda grupa odbiorców wnosi coś od siebie i jednocześnie korzysta z doświadczeń innych. Dzięki temu edukacja nie jest jednostronnym przekazem, lecz procesem, który rozwija się w odpowiedzi na realne potrzeby.

Warto zauważyć, że mimo krótkiej historii projekt zbudował strukturę, która obejmuje zarówno działania miękkie, jak i twarde.



Z jednej strony konkursy, materiały edukacyjne i komunikacja wizualna, które oswajają temat OZE i wprowadzają go do codziennych rozmów. Z drugiej – szkolenia, konsultacje i spotkania, które wspierają konkretne decyzje inwestycyjne i administracyjne. Ta równowaga sprawia, że „Energia z rolnictwa" działa nie tylko na poziomie świadomości, lecz także na poziomie praktyki. Efektem jest ekosystem, który wspiera rozwój rynku OZE w sposób naturalny i trwały. Edukacja najmłodszych buduje pozytywny klimat wokół energii odnawialnej. Szkolenia dla dorosłych zwiększają liczbę świadomych decyzji inwestycyjnych. Praca z samorządami usprawnia procesy administracyjne i zmniejsza ryzyko nieporozumień. A codzienne zaangażowanie uczestników sprawia, że wiedza zaczyna funkcjonować w praktyce, a nie tylko w materiałach informacyjnych.

Rozwój projektu pokazuje, że dobrze zaplanowana edukacja może stać się jednym z najważniejszych narzędzi wspierających transformację energetyczną. „Energia z rolnictwa" to przykład, jak w krótkim czasie można zbudować inicjatywę, która łączy różne środowiska, odpowiada na realne potrzeby i wpływa na jakość transformacji energetycznej – zarówno dziś, jak i w przyszłości.

Chcesz dowiedzieć się więcej lub zapisać się na bezpłatne szkolenia?
Odwiedź oficjalną stronę projektu:
www.energiazrolnictwa.pl
lub skontaktuj się telefonicznie pod numerem:
+22 376 71 30

Emilia Olszewska-Brzezińska
Departament Innowacji KOWR

FESTIWAL POLSKIEJ ŻYWNOŚCI #KUPUJŚWIADOMIE – POLSKIE PRODUKTY W CENTRUM UWAGI

Tysiące spotkań, rozmów, historii zamkniętych w smakach i wyjątkowych produktach, które powstają w Polsce. 19 i 20 września 2026 r. PGE Narodowym królowały polskie produkty wysokiej jakości od 127 wystawców. Czwarta edycja Festiwalu Polskiej Żywności #KupujŚwiadomie to dwa dni pełne spotkań z wystawcami, pokazów, degustacji, warsztatów kulinarnych i rękodzielniczych, inspirujących paneli dyskusyjnych, spotkań autorskich, wykładów, animacji dla dzieci, a także finał Konkursu Kulinarnego „Polska smakuje".

4. edycja

4 strefy tematyczne – producentów, warsztatów, kulinarna i wiedzy

10 000 m² powierzchni

127 regionalnych producentów żywności

9 rodzajów warsztatów rękodzielniczych i produktowych w **76 cyklach** z udziałem **1092 uczestników**

15 paneli dyskusyjnych i wykładów z udziałem **62 ekspertów**

12 pokazów rękodzielniczychi produktowych

5 spotkań z autorami książek o tematyce kulinarnej

8 instytucji partnerskich

finał Konkursu Kulinarnego **„Polska smakuje"**.

Wydarzenie pod honorowym patronatem Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi oraz Prezydenta m.st. Warszawy.

WYJĄTKOWE PRODUKTY W SERCU FESTIWALU

Odwiedzający wydarzenie mieli okazję porozmawiać z wytwórcami, zapytać ich o metody produkcji, skład czy pochodzenie surowców oraz zyskać pewność co do jakości wybieranej żywności. To dzięki nim na festiwalowych stoiskach zagościły produkty przygotowywane z dbałością o jakość, najlepsze składniki i niepowtarzalny charakter.

Festiwalowi wystawcy to prawdziwi ambasadorzy polskiego smaku i wysokiej jakości wyrobów – łączą tradycję z nowoczesnością, lokalne receptury z rzemieślniczą starannością, a przede wszystkim wkładają serce w to, co trafia na polskie stoły. Goście mogli poznać wytwórców polskiej żywności, posmakować jej i odkryć, ile mamy powodów, by wybierać to, co polskie. Świadomy wybór zaczyna się przecież lokalnie.

FINAŁ KONKURSU „POLSKA SMAKUJE" I POKAZY KULINARNE

Finał Konkursu Kulinarnego „Polska smakuje", który odbył się pierwszego dnia festiwalu, udowodnił, że koła gospodyń wiejskich w sposób szczególny kultywują rodzime dziedzictwo kulinarne. Wyjątkowemu pokazowi polskich tradycji kulinarnych towarzyszyły ogromne emocje!







W finałowych zmaganiach wzięło udział 16 drużyn – laureatów rozgrywek wojewódzkich – które godnie reprezentowały swoje regiony.

Zwycięzcy edycji 2026:
I miejsce – KGW Rusowo z woj. zachodniopomorskiego za pomuchlę;
II miejsce – KGW Nadoliczanki z woj. dolnośląskiego za kresowego koziołka z kopytkami.
III miejsce – KGW „Tradycja i My" w Czerniewicach z woj. łódzkiego za czerniewickiego królika po dworsku.

Jury przyznało 5 wyróżnień dla:
- KGW „Nowinka" (woj. kujawsko-pomorskie) za pierogi z siekaną gęsiną;
- KGW Nasale (woj. opolskie) za duet idealny – bigos myśliwski z pajdą swojskiego chleba;
- KGW „Muszkowianki" (woj. lubuskie) za piróg gryczany z wołowiną – wschód i zachód, leśna nuta;
- KGW w Węglinie (woj. lubelskie) za perlicę młynarza z warzywem i klusem;
- KGW Moja Wolica Ługowa (woj. podkarpackie) za gęś spod wolickiej strzechy.

Pokazy kulinarne i degustacje kół gospodyń wiejskich podbiły serca i podniebienia smakoszy rodzimej kuchni. Domowe wypieki, przetwory, tradycyjne wędliny, sery i inne regionalne przysmaki cieszyły się uznaniem konsumentów.

EDUKACJA – PANELE, WYKŁADY I POKAZY

Rozmowy i dyskusje o polskiej żywności, jej jakości i bezpieczeństwie, tradycjach kulinarnych – zapraszaliśmy na otwarte panele dyskusyjne z udziałem wyjątkowych prelegentów. Wydarzenie zgromadziło 62 ekspertów z branży rolno-spożywczej. W trakcie dwóch dni festiwalu odbyło się 15 paneli dyskusyjnych i wykładów.

Uczestnicy paneli rozmawiali m.in. o roli znaków jakości w zapewnieniu bezpieczeństwa żywności, wyrobach lokalnych, znaczeniu odpowiedzialnej edukacji w duchu „zero waste", informacjach zamieszczanych na etykietach produktów spożywczych, kultywowaniu dziedzictwa kulinarnego w działalności KGW oraz rękodziele ludowym. Wśród poruszanych tematów każdy mógł znaleźć coś, co go zainteresuje – od produkcji i jakości, przez tradycję i lokalność, aż po świadome wybory konsumenckie.

Słuchacze podkreślali, że warto było dołączyć do rozmów, posłuchać ekspertów i spojrzeć na polską żywność z różnych perspektyw.

Panele są dostępne:
19 września 2026 r.
20 września 2026 r.

Aż 12 pokazów produktowych i rękodzielniczych. Podczas Festiwalu można było nie tylko skosztować wyjątkowych produktów, ale także zobaczyć i dowiedzieć się, jak powstają regionalne przysmaki i rękodzieło.

Odwiedzający brali udział w pokazach wyrobu cebularza lubelskiego, rogala świętomarcińskiego, ciastek ze skwarkami, dotyczących kuchni RAW, nowoczesnych technologii w służbie polskiej żywności, pieczarek, koronek koniakowskich, wycinanek łowickich, żywego octu jabłkowego oraz zakwasu mocy.







Podczas wykładów można było poznać m.in. fascynujący świat pszczół, tradycję rosołu w Polsce czy tajniki rzemiosła stolarskiego. Pozyskiwanie wiedzy u źródła cieszyło się dużym zainteresowaniem.

SPOTKANIA AUTORSKIE – ANGAŻUJĄCE ROZMOWY O POLSKIEJ KUCHNI

Historie o polskiej kuchni, przepisy przekazywanych z pokolenia na pokolenie i kulinarne inspiracje – niektóre z nich zostały zapisane na kartach wyjątkowych książek. Podczas Festiwalu Polskiej Żywności #KupujŚwiadomie przygotowaliśmy spotkania z autorami publikacji kulinarnych: Katarzyną Bosacką, Małgorzatą Kur, Ewą Michalską, Magdaleną Tomaszewską-Bolałek i Pawłem Ochmanem. Ich uczestnicy mogli zdobyć książkę oraz autograf ulubionej autorki lub autora.

WARSZTATY KULINARNE I RĘKODZIELNICZE WYJĄTKOWĄ ATRAKCJĄ DLA DZIECI I DOROSŁYCH

Wielkim zainteresowaniem cieszyły się warsztaty kulinarne, serowarskie, kiszonkarskie i zielarskie oraz rękodzielnicze: ceramiczne, garncarskie, plecionkarskie, stolarskie i wycinanki łowickiej. Udział w nich wzięły 1092 osoby!

Warsztaty kulinarne były doskonałą okazją, by spotkać pasjonatów polskiej kuchni, nauczyć się czegoś nowego, a przy okazji spędzić czas w wyjątkowej atmosferze pełnej smaków, aromatów i miłości do polskiego jedzenia.

Warsztaty ze zdobienia ceramiki metodą stempelkową, jak co roku przyciągnęły miłośników wyrobów z Bolesławca, chętnych, by poznać tradycyjną technikę dekorowania naczyń, inspirowaną charakterystycznym stylem.

Na warsztatach plecionkarskich można było własnoręcznie wykonać tacki lub koszyczki do żywności. Warsztaty garncarskie umożliwiały chętnym spróbowania sił w pracy z gliną. Coś dla początkujących pasjonatów pracy z drewnem – na warsztatach stolarskich można było nauczyć się zdobienia i wykańczania deseczek kuchennych.

Warsztaty z kiszenia były praktycznymi zajęciami, na których uczestnicy uczyli się tradycyjnych metod fermentacji warzyw.

Wycinanki łowickie – jedna z najbardziej rozpoznawalnych tradycji regionu łowickiego –przyciągnęły chętnych do stworzenia własnych dzieł.

Warsztaty zielarskie polegały na komponowaniu własnych mieszanek ziół i herbat.

Prowadzący warsztaty serowarskie przedstawił najważniejsze etapy procesu serowarskiego – od przygotowania mleka, przez jego obróbkę i dodanie kultur oraz podpuszczki, po formowanie i dodanie dodatków smakowych.

TARG #KUPUJŚWIADOMIE I AKTYWNOŚCI Z CHRUMASEM

Targ dla dzieci #KupujŚwiadomie był nie lada atrakcją dla najmłodszych, którzy chętnie wcielali się w role świadomych konsumentów. W strefie „Programu dla szkół" zainteresowaniem cieszyły się zabawy i konkursy nt. zdrowej diety oraz sportowe wyzwania, do których zachęcał ambasador Programu – uwielbiany przez dzieci Chrumas.

EDUKACJA I AKTYWNOŚCI PRZYGOTOWANE PRZEZ INSTYTUCJE PARTNERSKIE

Odwiedzający bardzo chętnie korzystali z aktywności i warsztatów zorganizowanych w stoiskach instytucji partnerskich.

Stoisko Narodowego Instytutu Kultury i Dziedzictwa Wsi było miejscem spotkania z tradycyjną kulturą kulinarną i życiem dawnej polskiej wsi. Warsztaty ubijania masła pozwoliły uczestnikom poznać tradycyjny sposób jego wytwarzania. Warsztaty sadownicze i zielarskie przybliżyły uczestnikom



świat owoców i ziół oraz możliwości wykorzystywania naturalnego bogactwa polskiej wsi. Warsztaty tłoczenia oleju z siemienia lnianego pokazywały proces powstawania naturalnego produktu.

Oddział Regionalny Kasy Rolniczego Ubezpieczenia Społecznego w Warszawie zorganizował stoisko informacyjno-prewencyjne, którego celem było promowanie dobrostanu, zdrowego odżywiania oraz bezpieczeństwa pracy w gospodarstwie rolnym. Główną atrakcją stoiska była interaktywna gra edukacyjna „Bezpieczny Rolnik, Bezpieczna Wieś"

Warsztaty przygotowane przez Centrum Doradztwa Rolniczego w Brwinowie miały na celu pokazanie uczestnikom, jak dokonywać świadomych wyborów podczas zakupów, prawidłowo czytać etykiety produktów spożywczych, oraz zwrócenie uwagi na żywność pochodzącą bezpośrednio od rolników. Drugiego dnia uczestnicy mieli okazję poznać możliwości wykorzystania w codziennej diecie dzikich roślin oraz mało znanych i niedocenianych warzyw.

Stoisko Inspekcji Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych przybliżało zagadnienia związane z jakością żywności, oznaczeniami w ramach systemów jakości oraz ochroną produktów regionalnych i tradycyjnych. Eksperci IJHARS odpowiadali na pytania dotyczące znakowania żywności, a odwiedzający mogli poznać systemy jakości żywności funkcjonujące w Unii Europejskiej oraz dowiedzieć się, jakie znaczenie mają certyfikaty i oznaczenia potwierdzające wyjątkowe pochodzenie oraz jakość produktów.

Na stoisku informacyjno-promocyjnym Agencji Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa można było zasięgnąć informacji o aktualnych naborach wniosków o wsparcie ARiMR.

Wojewódzka Stacja Sanitarno-Epidemiologiczna w Warszawie promowała prawidłowe nawyki żywieniowe wśród osób dorosłych, dzieci i młodzieży oraz program edukacyjny „Trzymaj Formę" skierowany do uczniów dla V–VIII szkół podstawowych, ich rodziców i opiekunów. Eksperci uczyli prawidłowo komponować zdrowe posiłki z wykorzystaniem Talerza Zdrowego Żywienia oraz gry edukacyjnej „Jedz mądrze – zdrowe jedzenie na Twoim talerzu".

Analiza składu ciała metodą bioimpedancji elektrycznej (BIA), ocena techniki mycia rąk (metoda fluorescencyjna), kształtowanie sensorycznej pamięci dotykowej czy ocena śladu węglowego – to wybrane aktywności stoiska Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie. Odwiedzający mogli się również dowiedzieć m.in., jak poznać produkt ekologiczny oraz jakie są optymalne miejsca przechowywania żywności.

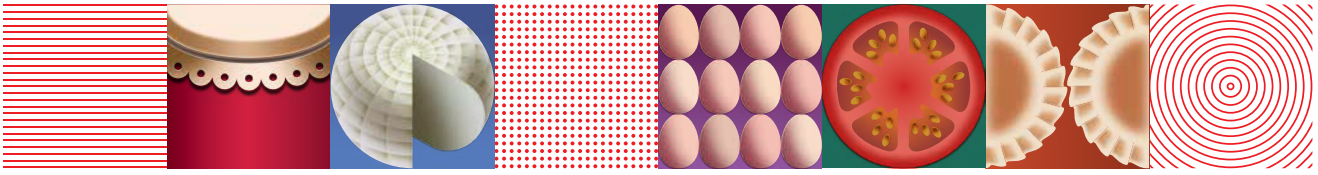
Stowarzyszenie Kraina Sadów i Ogrodów przygotowało stoisko kampanii „To Twój Pewniak!", którego głównym bohaterem było polskie jabłko. Na najmłodszych czekały m.in. łamigłówki i aktywności plastyczne oraz tworzenie wielkiej tarty. Dorośli mogli sięgnąć po materiały edukacyjne i dowiedzieć się więcej o owocach „zero pozostałości pestycydów".

NAJWIĘKSZA KORONKA ŚWIATA I WYSTAWA RĘKODZIEŁA

Podczas Festiwalu odwiedzający mogli podziwiać największą koronkę koniakowską świata o średnicy ponad 5 m, wpisaną do Księgi Rekordów Guinnesa.

W festiwalowych witrynach zaprezentowano rękodzieło, m.in. ceramikę bolesławiecką, koronki koniakowskie czy wycinanki łowickie.

Zapraszamy do obejrzenia filmu z tegorocznej edycji Festiwalu:



SYTUACJA NA RYNKACH ROLNYCH

RYNEK ZBÓŻ

Według prognozy USDA z września 2026 r. światowe zbiory zbóż w sezonie 2026/2027 mogą wynieść 2,41 mld ton i być o 2,5% mniejsze niż w poprzednim sezonie. Z uwagi na przewidywane utrzymanie światowego zużycia na poziomie 2,44 mld ton, zapasy zbóż na koniec sezonu mogą ulec zmniejszeniu o 5% r/r, do 581 mln ton[1].

W sezonie 2026/2027 światowe zbiory pszenicy mogą obniżyć się o blisko 3%, do 822 mln ton, przede wszystkim z powodu spodziewanej mniejszej produkcji w: USA (o 23%, do 42 mln ton), Argentynie (o 23%, do 21,5 mln ton), Australii (o 14%, do 31 mln ton), Kanadzie (o 11%, do 36 mln ton), Unii Europejskiej (o 8% r/r, do 134 mln ton) i Rosji (o 2,5%, do 88 mln ton). Wzrostu globalnej produkcji pszenicy można się spodziewać m.in. w: Turcji (o 34% r/r, do 22,5 mln ton), Ukrainie (o 8%, do 26 mln ton), Indiach (o 3%, do 121 mln ton) i Chinach (o 1%, do 141 mln ton).

Biorąc pod uwagę spadek globalnych zbiorów pszenicy, przy szacowanym niewielkim (o 0,3%) wzroście zapotrzebowania (z 824 mln ton do 827 mln ton), światowe zapasy pszenicy na koniec sezonu 2026/2027 mogą ulec obniżeniu o 1,5%, do 276 mln ton.

Prognozowany jest także spadek światowych zbiorów kukurydzy (o 3%, do blisko 1,3 mld ton), przede wszystkim z powodu spodziewanej mniejszej produkcji w: Argentynie (o 13% r/r, do 55 mln ton), UE (o 11%, do 51 mln ton), USA (o 7%, do 401 mln ton) i Brazylii (o 1%, do 139 mln ton). Spadku zbiorów nie zrekompensuje prognozowana większa produkcja kukurydzy w Ukrainie (32 mln ton, o 3%) i Rosji (16,5 mln ton, o 11,5%), a także w Kanadzie (17 mln ton, o 13%) oraz w Chinach (307 mln ton, o 2%).

Jednocześnie światowe zużycie kukurydzy może utrzymać się na poziomie 1,32 mld ton (o 29 mln ton wyższym od zbiorów), co spowoduje, że zapasy kukurydzy na koniec sezonu 2026/2027 mogą ulec obniżeniu o 10%, do blisko 272 mln ton.

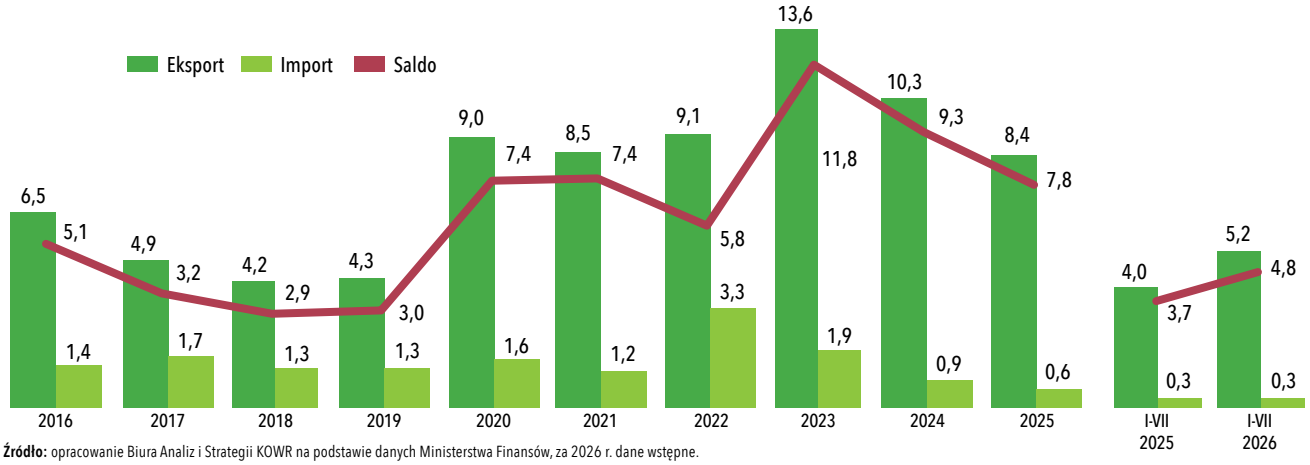
W Unii Europejskiej według szacunków KE z końca sierpnia 2026 r. zbiory zbóż w sezonie 2026/2027 mogą wynieść 263 mln ton i być o 9% mniejsze niż w rekordowym sezonie 2025/2026. Spadek zbiorów zbóż według Komisji Europejskiej prognozowany jest w większości państw członkowskich, w tym we Francji (o 12%, do 55 mln ton), w Niemczech (o 8%, do 41 mln ton). Zbiory pszenicy (łącznie pszenicy zwyczajnej i durum) w UE mogą obniżyć się o 8%, do blisko 132 mln ton, a jęczmienia o 5%, do 53 mln ton. Zbiory kukurydzy mogą ukształtować się na poziomie 50 mln ton, o 17% niższym od notowanych w poprzednim sezonie.

Polska zaliczana jest do grona największych (po Francji i Niemczech) producentów zbóż w Unii Europejskiej. GUS ocenił, że w 2026 r. krajowe zbiory zbóż (łącznie z kukurydzą, gryką i prosem) mogą wynieść 35,5 mln ton. Będzie to poziom o 1,9 mln ton (o 5%) niższy niż przed rokiem.

W Polsce zbiory zbóż podstawowych z mieszankami zbożowymi w sezonie 2026/2027 (bez kukurydzy, gryki i prosa) GUS szacuje na 25 mln ton wobec 26,6 mln ton w poprzednim sezonie (spadek o 6%). Zbiory pszenicy oszacowano na poziomie 12,2 mln ton, o 10% niższym niż w poprzednim roku gospodarczym. GUS ocenił, że tegoroczne zbiory jęczmienia, z uwagi na wzrost (o 21%) powierzchni uprawy, były o 12% większe i wyniosły blisko 3,4 mln ton. Zbiory pozostałych zbóż kształtowały się na poziomie niższym niż w sezonie 2025/2026[2].

W okresie siedmiu miesięcy 2026 r., pomimo dużej konkurencji na rynkach zagranicznych (zwłaszcza ze strony Rosji i Ukrainy), wywóz ziarna zbóż z Polski był większy niż przed rokiem. Eksport ziarna zbóż z Polski w okresie styczeń–lipiec 2026 r. wyniósł 5,2 mln ton i był o 28% większy niż w analogicznym okresie przed rokiem. W eksporcie dominowało ziarno pszenicy,

Polski handel zagraniczny ziarnem zbóż (w mln ton)



Źródło: opracowanie Biura Analiz i Strategii KOWR na podstawie danych Ministerstwa Finansów, za 2026 r. dane wstępne.

1 *Grain: World Markets and Trade*, USDA FAS,wrzesień 2026 r.
2 *Przedwynikowy szacunek głównych ziemiopłodów rolnych i ogrodniczych w 2026 r.*, Informacja sygnalna GUS opublikowana 30.09.2026 r.

którego wywieziono 2,9 mln ton (o 56% więcej niż przed rokiem) i kukurydzy – 1,6 mln ton (o 5% mniej)[3].

W okresie siedmiu miesięcy 2026 r. eksporterzy lokowali zboże głównie na rynku unijnym (2,7 mln ton, 52% wywiezionego ziarna ogółem). Do krajów trzecich wywieziono 2,5 mln ton ziarna (48%).

Na rynku pszenicy odbiorcą około 82% wolumenu eksportowanego z Polski ziarna były kraje trzecie, głównie: Nigeria (454 tys. ton, 16% udziału), RPA (325 tys. ton, 11%), Gwinea (266 tys. ton, 9%) oraz Demokratyczna Republika Konga (187 tys. ton, 6%). Do krajów unijnych wywieziono 513 tys. ton – 18% eksportu tego zboża. Odbiorcami pszenicy wśród krajów UE były Niemcy (486 tys. ton, 17% eksportu tego ziarna) i Niderlandy (15 tys. ton, blisko 1%).

Ziarno kukurydzy wywożono z Polski przede wszystkim do Niemiec (614 tys. ton, 40%), do Niderlandów (152 tys. ton, 10%), a także na Węgry (135 tys. ton, 9%), a spośród krajów pozaunijnych głównie do Wielkiej Brytanii (47 tys. ton, 3%) i Norwegii (39 tys. ton, około 3%).

W okresie styczeń–lipiec 2026 r. import ziarna zbóż do Polski wyniósł 0,3 mln ton i był o blisko 4% większy niż przed rokiem. Najwięcej przywieziono pszenicy, która stanowiła ponad połowę (179 tys. ton) wolumenu sprowadzonego do Polski ziarna zbóż ogółem. W strukturze importu kukurydza stanowiła 25% (87 tys. ton), a jęczmień – 10% (35 tys. ton).

Z krajów UE do Polski zaimportowano 297 tys. ton ziarna zbóż, czyli 86% wolumenu sprowadzonego do kraju ziarna ogółem. Tak jak w latach wcześniejszych zboże przywożono do Polski głównie z Czech (91 tys. ton – 26% importu ziarna, w tym 72 tys. ton pszenicy) oraz ze Słowacji (88 tys. ton – 26%, w tym 75 tys. ton pszenicy).

W okresie styczeń–lipiec 2026 r. wolumen krajowego salda handlu zagranicznego ziarnem zbóż był dodatni i ukształtował się na poziomie 4,8 mln ton (o 30% wyższym niż przed rokiem).

Polska eksportuje również produkty zbożowe pierwotnego przetwórstwa[4] oraz produkty zbożowe wysokoprzetworzone[5]. Największą wartość uzyskano z eksportu produktów zbożowych wysokoprzetworzonych. W okresie styczeń–lipiec 2026 r. wartość eksportu towarów wysokoprzetworzonych osiągnęła poziom blisko 2,5 mld euro, o 2% wyższy niż w analogicznym okresie poprzedniego roku. Do krajów UE sprzedano produkty zbożowe za 1,8 mld euro, co stanowiło 73% wartości eksportu tych produktów, a do krajów pozaunijnych za 668 mln euro (27% wartości eksportu).

Wartość wyeksportowanych z Polski produktów zbożowych pierwotnego przetwórstwa w okresie styczeń–lipiec 2026 r. była o ponad 11% niższa niż w analogicznym okresie roku poprzedniego i wyniosła 178 mln euro. Przychody uzyskane z eksportu produktów zbożowych pierwotnego przetwórstwa do krajów UE wyniosły blisko 108 mln euro i były o 11% mniejsze niż przed rokiem. Do krajów pozaunijnych wyeksportowano produkty zbożowe pierwotnego przetwórstwa o wartości 69 mln euro, tj. o 12% niższej niż przed rokiem.

Łączna wartość eksportu produktów zbożowych przetworzonych w okresie styczeń–lipiec 2026 r. wyniosła 2,6 mld euro i była o 1% wyższa niż w analogicznym okresie 2025 r.

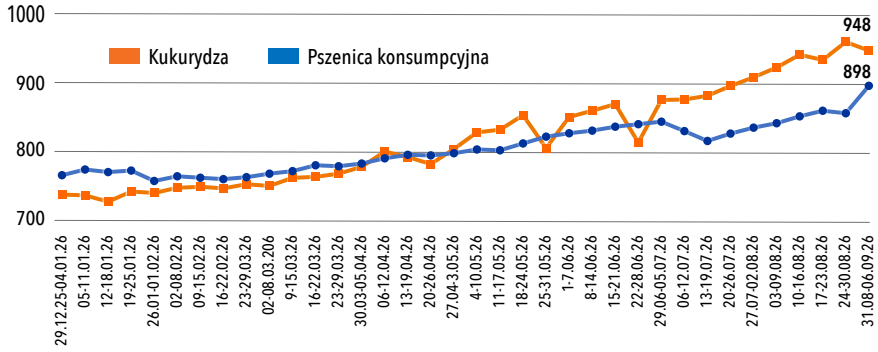
Od początku 2026 r. globalne ceny zbóż wykazywały tendencję wzrostową wzmacnianą konfliktem zbrojnym w regionie Morza Czarnego i zakłóceniami logistycznymi spowodowanymi działaniami wojennymi w regionie Bliskiego Wschodu. Ponadto doniesienia o pogłębiającej się suszy w USA oraz mniejszej powierzchni zasiewów pszenicy pod nowe zbiory u dużych producentów, m.in. w Australii i Argentynie podtrzymywały wzrosty cen zbóż. W czerwcu 2026 r. postępy zbiorów pszenicy i kukurydzy na świecie oraz perspektywy dobrych zbiorów w regionie Morza Czarnego przyczyniły się do spadku cen zbóż.

W lipcu i sierpniu 2026 r. zakłócenia w eksporcie zbóż w regionie Morza Czarnego oraz słabsze perspektywy zbiorów w niektórych częściach Europy spowodowane suszą i upałami przyczyniły się do wzrostu cen pszenicy i kukurydzy, a pośrednio również cen pozostałych zbóż. Potwierdza to wskaźnik indeksu cen zbóż Organizacji Narodów Zjednoczonych ds. Wyżywienia i Rolnictwa. W sierpniu 2026 r. indeks cen zbóż FAO ukształtował się na poziomie 116,3 pkt, o 2,5 pkt wyższym niż w lipcu 2026 r. i o 9,8 pkt wyższym niż przed rokiem[6].

Ceny zbóż na giełdzie MATIF w pierwszej połowie września 2026 r. pozostawały pod wpływem wydarzeń w regionie Morza Czarnego i Bliskiego Wschodu. Jednocześnie prognozy niższych zbiorów kukurydzy w USA oraz UE, przy wzroście globalnego zapotrzebowania na pasze i biopaliwa, przyczyniały się do utrzymywania się cen kukurydzy na poziomie wyższym od pszenicy. Po żniwach 2026 r. względnie wysoka globalna podaż zbóż ze strony eksporterów konkurencyjnych wobec Unii Europejskiej, wywierała presję na spadek cen pszenicy i kukurydzy.

W Polsce ceny zbóż podążały za trendami na światowych giełdach. Od stycznia do końca sierpnia 2026 r. ceny kukurydzy i pszenicy wykazywały przewagę tendencji wzrostowej. W zakładach zbożowych objętych monitoringiem ZSRIR MRiRW na przełomie sierpnia

Ceny netto zakupu pszenicy konsumpcyjnej i kukurydzy w Polsce (zł/tonę)



Źródło: opracowanie Biura Analiz i Strategii KOWR na podstawie danych ZSRIR MRiRW.

3 Wyniki polskiego handlu zagranicznego asortymentem zbożowym dotyczą wybranych towarów z pozycji CN 1001, 1002, 1003, 1004, 1005, 1007, 1008 i zostały obliczone na podstawie wstępnych danych Ministerstwa Finansów. Wyniki te obejmują wymianę z państwami UE i krajami trzecimi.

4 Kod CN 1101 - mąka pszenna i żytnio-pszenna, 1102 – mąka ze zbóż innych niż pszenica i mieszanka żyta z pszenicą, 1103 - kasze, grysiki i granulki ziaren ze zbóż, 1104 - ziarna zbóż obrobione w inny sposób, 1107 - słód palony lub nie, 1109 - gluten pszenny, nawet suszony.

5 Kod CN 1902 - makarony, 1904 - przetwory spożywcze otrzymane przez spęcznienie lub prażenie, 1905 - chleb, bułki, pieczywo cukiernicze, ciasta i ciastka, herbatniki.

6 Wskaźnik cen zbóż FAO obliczany na podstawie średnich miesięcznych zmian cen sorga, pszenicy, kukurydzy, jęczmienia oraz ryżu ważonych wielkością eksportu, lata 2014–2016 = 100. Odczyt: 4.09.2026 r.

i września 2026 r. cena pszenicy konsumpcyjnej kształtowała się na poziomie 898 zł/t i była o 6% wyższa niż przed miesiącem oraz o 12% wyższa niż rok wcześniej. Cena kukurydzy w ciągu miesiąca wzrosła o 3%, do 948 zł/t. Cena ta była nieznacznie (o 0,3%) niższa niż przed rokiem. W najbliższych miesiącach sytuacja geopolityczna pozostanie jednym z kluczowych czynników wpływających na światowy handel zbożami. Ryzyko zakłóceń w transporcie morskim spowodowane zamknięciem portów Morza Czarnego, zwiększonymi kosztami frachtu oraz wydłużonym czasem dostaw alternatywnymi szlakami będą oddziaływać zarówno na dostępność, jak i wahania cenowe zbóż.

RYNEK WIEPRZOWINY

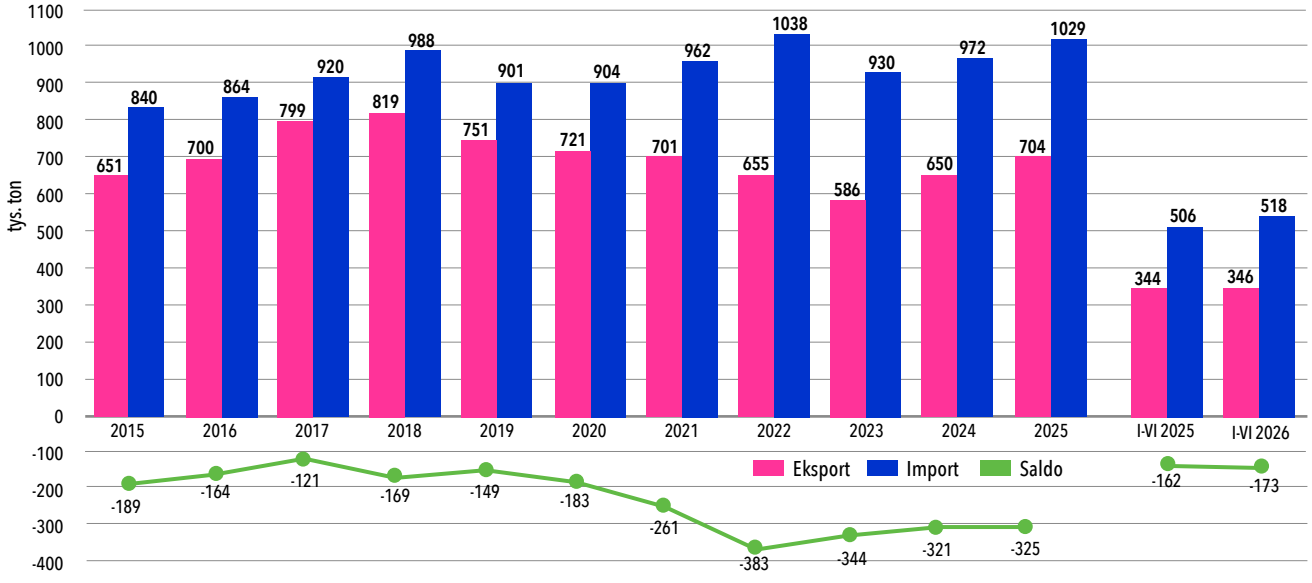
W 2026 r. światowa produkcja wieprzowiny, według prognozy FAO z czerwca 2026 r., może wzrosnąć nieznacznie – o 0,6%, do 129,5 mln ton. Wzrostowi produkcji będzie sprzyjał globalny popyt na wieprzowinę, wynikający m.in. z wysokich cen wołowiny. Jednocześnie tempo wzrostu produkcji będzie ograniczane przez redukcję pogłowia loch, zwłaszcza w Chinach. Wzrost produkcji przewidywany jest m.in. w: Chinach (o 0,3%, do 60,4 mln ton), USA (o 1,5%, do 12,7 mln ton), Brazylii (o 3,9%, do 5,8 mln ton), Federacji Rosyjskiej (o 0,8%, do 4,9 mln ton) i Wietnamie (o 3%, do 4 mln ton), a niewielki spadek – w Unii Europejskiej (o 1%, do 21,8 mln ton), Japonii (o 0,2%, do 1,3 mln ton) i Republice Korei (o 0,4%, do 1,4 mln ton)[7].

Z danych Eurostatu wynika, że w Unii Europejskiej w pierwszym półroczu 2026 r., w porównaniu z tym samym okresem 2025 r., produkcja wieprzowiny wzrosła o około 1%, do 11 mln ton. Wzrost produkcji odnotowano w większości państw członkowskich UE, w tym również u największych producentów, tj.: w Hiszpanii (o 3,2%, do 2,8 mln ton), Niemczech (o 0,3%, do 2,2 mln ton), we Francji (o 0,7%, do 1,1 mln ton) i w Polsce (o 3,4%, do 1 mln ton). Jednocześnie w Niderlandach produkcja obniżyła się aż o 7%, do 676 tys. ton[8]. Według prognozy Komisji Europejskiej w 2026 r. produkcja wieprzowiny w UE pozostanie względnie stabilna (+0,3%) i może wynieść 22,1 mln ton[9].

Unia Europejska, obok USA, jest znaczącym eksporterem wieprzowiny na rynku globalnym, a głównymi dostawcami asortymentu wieprzowego poza obszar celny UE są: Hiszpania (28% udziału w eksporcie), Dania (16%), Niderlandy (15%), Niemcy (9%), Polska (7%) i Francja (6%). W okresie styczeń–czerwiec 2026 r. kraje UE łącznie wyeksportowały do krajów trzecich 2,2 mln ton produktów wieprzowych (w ekwiwalencie tusz), o 1% mniej niż przed rokiem. Największym odbiorcą produktów wieprzowych pochodzących z Unii Europejskiej pozostały Chiny (z 21% udziałem w wolumenie), jednak dostawy do tego kraju uległy znaczącemu zmniejszeniu (o 20% r/r), do 460 tys. ton, z uwagi na postępującą odbudowę stad świń w Chinach oraz pogorszenie konkurencyjności cenowej europejskiego mięsa na rynku chińskim. Wielka Brytania – drugi pod względem wolumenu odbiorca unijnej wieprzowiny (18% udziału w eksporcie) – zakupiła w UE 404 tys. ton asortymentu wieprzowego, o 6% mniej niż przed rokiem. Wzrost eksportu z UE został odnotowany m.in. do: Korei Południowej (+53%, 220 tys. ton), Wietnamu (+23%, 111 tys. ton), Wybrzeża Kości Słoniowej (+33%, 68 tys. ton) i USA (+11%, 66 tys. ton)[10]. W całym 2026 r. (prognoza KE) eksport mięsa wieprzowego z UE do krajów trzecich może być o 0,5% mniejszy r/r[11].

Import asortymentu wieprzowego do UE w pierwszym półroczu 2026 r. był niewielki, ale charakteryzował się znaczną dynamiką

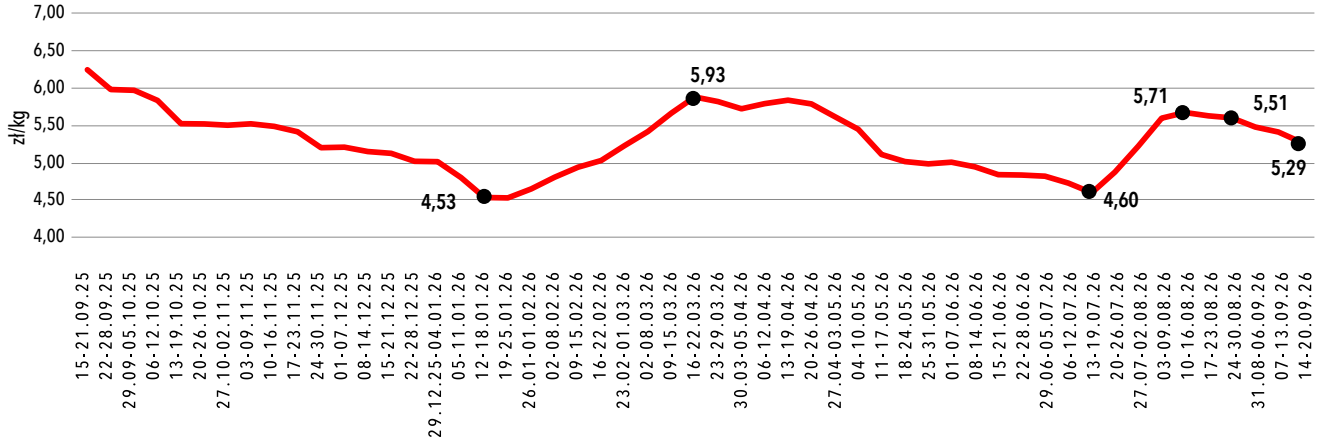
Polski handel zagraniczny produktami wieprzowymi (w ekwiwalencie tusz)[1]



[1] Handel zagraniczny żywcem, mięsem, tłuszczami i przetworami wieprzowymi w ekwiwalencie tusz.
Źródło: opracowanie Biura Analiz i Strategii KOWR na podstawie danych Ministerstwa Finansów, za 2026 r. dane wstępne.

7 *Food Outlook Biannual Report on Global Food Markets*, Food and Agricultural Organization of the United Nations, June 2026.
8 dane EUROSTAT: data odczytu 2.09.2026 r.
9 *Short-term Outlook for EU Agricultural Markets in 2026*, July 2026.
10 Eksport i import – dane KE DG AGRI: data odczytu 1.09.2026 r.
11 *Short-term Outlook for EU Agricultural Markets in 2026*, July 2026.

Ceny zakupu żywca wieprzowego w Polsce bez VAT (według ZSRIR MRiRW)



Źródło: opracowanie Biura Analiz i Strategii KOWR na podstawie danych ZSRIR MRiRW.

wzrostu. Kraje unijne zakupiły w krajach trzecich łącznie 85 tys. ton produktów wieprzowych, o 6% więcej w porównaniu z analogicznym okresem roku poprzedniego. Ponad połowa dostaw (65%) pochodziła z Wielkiej Brytanii (55 tys. ton), ze Szwajcarii przywieziono 8 tys. ton (9% udziału w imporcie), z Ukrainy (3,5 tys. ton) i Chile (3 tys. ton) – po 4% udziału w imporcie. Na uwagę zasługuje fakt, że niewielkie ilości (nieco ponad 2 tys. ton) importowano z Chin (do Niderlandów i Hiszpanii) oraz z Japonii (do Hiszpanii). Mniejszy popyt na unijną wieprzowinę ze strony krajów trzecich, głównie Chin, skutkował wzrostem podaży na rynku wewnętrznym UE, co przełożyło się na spadek eksportu asortymentu wieprzowego z Polski do krajów Wspólnoty, gdzie kierowana jest większość sprzedaży zagranicznej. W pierwszym półroczu 2026 r. z Polski do krajów UE wyeksportowano 198 tys. ton żywca, mięsa, przetworów i tłuszczów wieprzowych (w ekwiwalencie tusz), o 1% mniej niż przed rokiem, a do krajów trzecich – 148 tys. ton, o blisko 3% więcej r/r. Łączny eksport z Polski asortymentu wieprzowego wyniósł 346 tys. ton wobec 344 tys. ton w analogicznym okresie 2025 r. (wzrost o 0,5% r/r)[12]. Przychody uzyskane ze sprzedaży zagranicznej były o 7% mniejsze r/r i wyniosły blisko 1 mld euro (4,2 mld zł). Największy udział w strukturze asortymentowej eksportu miało mięso (57% wolumenu), którego za granicę sprzedano 177 tys. ton (w wadze produktu), o 1% mniej niż przed rokiem. Odbiorcą 72% wolumenu eksportowanego mięsa wieprzowego były państwa Unii Europejskiej, głównie Czechy i Słowacja (po 18 tys. ton, po 10% udziału w eksporcie), Niemcy (13 tys. ton, 7%), Litwa (10 tys. ton, 6%), Rumunia (9 tys. ton, 5%), Hiszpania (8 tys. ton, 5%) i Węgry (8 tys. ton, 5%), a wśród krajów nienależących do UE: Wielka Brytania (9 tys. ton, 5%) i USA (7 tys. ton, 4%).

W styczniu 2026 r. Polska uzyskała dostęp do rynku filipińskiego w zakresie eksportu mięsa wieprzowego i podrobów. Po wieloletnich negocjacjach Filipiny zniosły czasowy zakaz importu produktów wieprzowych z Polski, uznając regionalizację w zakresie afrykańskiego pomoru świń (ASF). W efekcie w pierwszym półroczu 2026 r. z Polski do Filipin wyeksportowano blisko 1,8 tys. ton mięsa wieprzowego, 2,8 tys. ton podrobów wieprzowych i 4,2 tys. ton tłuszczów wieprzowych.

Import produktów wieprzowych do Polski w pierwszym półroczu 2026 r. zwiększył się o 2% w porównaniu z analogicznym okresem ub.r. Łącznie do kraju przywieziono ponad 518 tys. ton żywca, mięsa, tłuszczów i przetworów wieprzowych (w ekwiwalencie tusz), a wydatki poniesione na zakup produktów wieprzowych były o 17% mniejsze r/r i wyniosły 1,2 mld euro (5 mld zł). Przedmiotem importu były przede wszystkim mięso (72% udziału w wolumenie) i żywiec wieprzowy (23% udziału). Mięsa wieprzowego przywieziono 345 tys. ton (w wadze produktu), o 1% mniej niż przed rokiem, głównie z: Danii (109 tys. ton), Belgii (78 tys. ton), Niemiec (61 tys. ton), Hiszpanii (44 tys. ton) i Niderlandów (29 tys. ton), natomiast import żywca wieprzowego był o 5% większy i wyniósł 4,5 mln szt. Blisko 4,2 mln szt. stanowiły prosięta i warchlaki, które dostarczono głównie z Danii (ponad 4 mln szt., 98%).

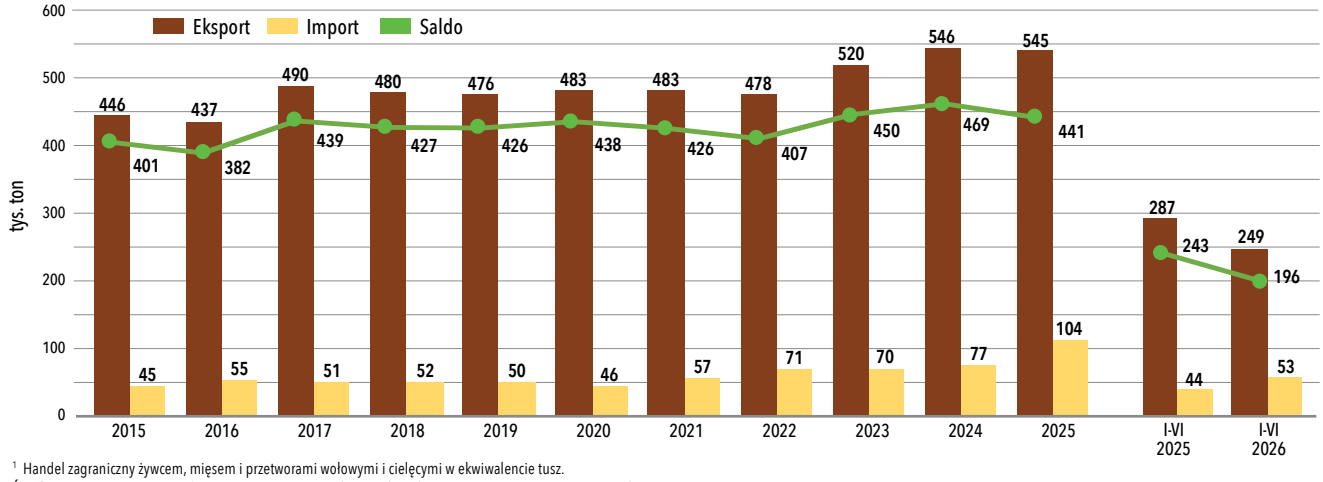
W 2026 r. zmiany cen żywca wieprzowego w Polsce pozostawały pod wpływem sytuacji na rynku unijnym. Notowaniom sprzyjała relatywnie ograniczona podaż tuczników w części państw UE, zwłaszcza w okresie letnim, jednak wzrost cen był ograniczany przez słabszy eksport unijnej wieprzowiny do Chin oraz silną konkurencję ze strony Brazylii i USA na rynkach światowych. W rezultacie ceny żywca wieprzowego w Polsce i UE wykazywały okresowe wahania wynikające ze zmian relacji podaży i popytu.

Wyznacznikiem kierunku zmian cen tuczników i punktem odniesienia dla handlu trzodą chlewną w Polsce i innych krajach europejskich jest m.in. cena referencyjna ogłaszana raz w tygodniu przez niemieckie Stowarzyszenie Grup Producentów Żywca i Mięsa Wieprzowego (VEZG). W pierwszej połowie sierpnia br. rekomendowana przez VEZG cena tuczników wzrosła z 1,40 euro/kg (6,06 zł/kg), do 1,60 euro/kg (6,89 zł/kg), utrzymując się na tym poziomie do początku września br., a następnie została obniżona do 1,45 euro/kg.

Wzrost cen na rynku niemieckim w sierpniu br. znalazł odzwierciedlenie również w krajowych notowaniach. W okresie letnim, na

12 Wyniki polskiego handlu zagranicznego asortymentem wieprzowym dotyczą świń gatunków domowych i produktów z tych zwierząt, tj. wybranych towarów z pozycji CN: 0103, 0203, 0209, 0210, 1601 oraz 1602 i zostały obliczone przez analityków Biura Analiz i Strategii KOWR na podstawie wstępnych danych Ministerstwa Finansów. Wyniki te obejmują wymianę z państwami UE i krajami trzecimi. Wolumen przedstawiono w ekwiwalencie tusz.

Handel zagraniczny produktami wołowymi i cielęcymi (w ekwiwalencie tusz)[1]



[1] Handel zagraniczny żywcem, mięsem i przetworami wołowymi i cielęcymi w ekwiwalencie tusz.
Źródło: opracowanie Biura Analiz i Strategii KOWR na podstawie danych Ministerstwa Finansów, za 2026 r. dane wstępne.

skutek ograniczonej podaży tuczników na rynku krajowym i unijnym oraz sezonowego zwiększonego popytu na wieprzowinę, ceny żywca wieprzowego w Polsce wzrosły z 4,60 zł/kg w połowie lipca do 5,71 zł/kg w połowie sierpnia 2026 r., tj. o 24%, ale nadal kształtowały się poniżej poziomów z analogicznych okresów ubiegłego roku. W drugiej połowie sierpnia i we wrześniu br. odnotowano korektę cen. Według danych Zintegrowanego Systemu Rolniczej Informacji Rynkowej MRiRW w dniach 14-20 września 2026 r. cena skupu świń rzeźnych obniżyła się do 5,29 zł/kg.

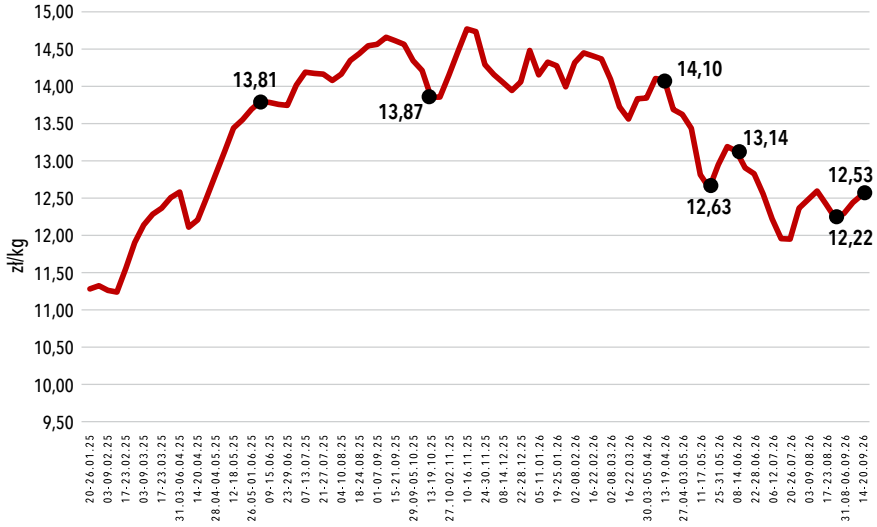
RYNEK WOŁOWINY

Zgodnie z prognozą FAO (z czerwca 2026 r.) globalna produkcja wołowiny w 2026 r. może być o 0,8% mniejsza niż w roku 2025 i wynieść 76,9 mln ton. Przewiduje się, że spadek produkcji u największych światowych producentów, tj. w Brazylii (o 2,5%, do 10,8 mln ton), USA (o 1,8%, do 11,6 mln ton), Chinach (o 2,5%, do 7,8 mln ton), Unii Europejskiej (o 2%, do 6,3 mln ton) i Argentynie (o 2%, do 3,1 mln ton) prawdopodobnie nie zostanie zrekompensowany wzrostem produkcji m.in. w Indiach (o 1%, do 4,7 mln ton), Australii (o 2,9%, do 3 mln ton) i Meksyku (o 7%, do 2,4 mln ton)[13].

W Unii Europejskiej utrzymuje się trend spadkowy w pogłowiu bydła, co ma przełożenie na mniejszą produkcję żywca wołowego. W pierwszym półroczu 2026 r. uboje bydła w całej UE wyniosły nieco ponad 3 mln ton i były o 2% mniejsze niż przed rokiem. Spadki odnotowano u większości czołowych producentów, tj.: we Francji (o 2,8%), Włoszech (o 3,9%), w Polsce (o 9,8%) i Irlandii (o 5,9%), a wzrosty m.in. w Niemczech (o 1,7%), Hiszpanii (o 1,4%) i Niderlandach (o 5,7%)[14]. Według lipcowej prognozy Komisji Europejskiej w 2026 r. produkcja wołowiny w UE może się zmniejszyć (–2,2% r/r) i wynieść 6,25 mln ton[15].

W 2026 r. mniejsza dostępność surowca wołowego na rynku unijnym, spowodowana redukcją ubojów bydła, skutkowała ograniczeniem możliwości eksportowych produktów wołowych i cielęcych do krajów pozaunijnych oraz wzrostem importu. W pierwszym półroczu 2026 r. kraje UE łącznie wyeksportowały poza obszar celny 422 tys. ton produktów wołowych (w ekwiwalencie tusz), o 5% mniej niż przed rokiem. Wielka Brytania pozostała największym odbiorcą asortymentu wołowego z UE, z 35% udziałem w unijnym eksporcie, ale dostawy do tego kraju zmniejszyły się o 12% r/r, do 147 tys. ton. Jed-

Ceny zakupu żywca wołowego w Polsce bez VAT (według ZSRIR MRiRW)



Źródło: opracowanie Biura Analiz i Strategii KOWR na podstawie danych ZSRIR MRiRW.

13 *Food Outlook Biannual Report on Global Food Markets*, Food and Agricultural Organization of the United Nations, June 2026.
14 Dane Eurostat, data odczytu: 2.09.2026 r.
15 *Short-term Outlook for EU Agricultural Markets in 2026*, July 2026.

nocześnie eksport do Turcji (drugiego znaczącego importera wołowiny z UE, z 11% udziałem) zwiększył się o 47% r/r i wyniósł 47 tys. ton. Pozostałymi odbiorcami asortymentu wołowego z UE były m.in. Izrael (21 tys. ton, spadek o 6% r/r), Ghana (19 tys. ton, spadek o 11% r/r), Algieria (18 tys. ton, wzrost o 2% r/r) i Wybrzeże Kości Słoniowej (15 tys. ton, na tym samym poziomie r/r)[16].

W pierwszym półroczu 2026 r. wolumen zaimportowanych przez kraje UE produktów wołowych i cielęcych zwiększył się o 16% r/r, do 221 tys. ton (w ekwiwalencie tusz), z czego 134 tys. ton (bez tłuszczów) sprowadzono z krajów Mercosur (Argentyna, Brazylia, Paragwaj i Urugwaj). Dużym dostawcą wołowiny na rynek unijny była również Wielka Brytania, skąd przywieziono 56 tys. ton tego asortymentu. W Unii Europejskiej najwięcej produktów wołowych z krajów trzecich zakupiły: Niderlandy (76 tys. ton), Włochy (44 tys. ton), Francja (28 tys. ton), Niemcy i Irlandia (po 23 tys. ton).

W Polsce postępuje koncentracja produkcji w sektorze wołowiny, przejawiająca się zmniejszaniem liczby małych gospodarstw utrzymujących bydło oraz wzrostem skali chowu w gospodarstwach większych. Według stanu na 31 sierpnia 2026 r. w systemie IRZ ARiMR zarejestrowanych było 239,3 tys. stad bydła z łącznym pogłowiem wynoszącym 6,2 mln szt. W odniesieniu do 31 sierpnia 2025 r. liczba stad uległa zmniejszeniu o 5,4%, a pogłowie zwiększyło się o 1,4%[17].

W pierwszym półroczu 2026 r. liczba sztuk bydła dostarczona do krajowych ubojni spadła o 11% względem analogicznego okresu ub.r., a całkowity ubój bydła (bez cieląt) wyniósł 301 tys. ton w wadze poubojowej ciepłej i był o 9% mniejszy niż przed rokiem. Z powodu zmniejszenia podaży wołowiny na krajowym rynku eksport produktów wołowych i cielęcych z Polski uległ redukcji. W pierwszym półroczu 2026 r. z Polski wyeksportowano 249 tys. ton produktów wołowych i cielęcych (w ekwiwalencie tusz)[18], o 13% mniej niż w tym samym okresie 2025 r. Przychody z eksportu, z uwagi na wyższe ceny wołowiny na rynku międzynarodowym, były o 1% większe r/r i wyniosły 1,8 mld euro (7,7 mld zł).

W eksporcie asortymentu wołowego dominowało mięso świeże i mrożone (blisko 90% udziału). Z Polski za granicę sprzedano 203 tys. ton mięsa wołowego (w wadze produktu), o 12% mniej r/r za 1,6 mld euro (na poziomie sprzed roku). Eksport mięsa wołowego do krajów UE wyniósł 163,5 tys. ton (81% całego wolumenu) i był o 15% mniejszy niż przed rokiem. Duże spadki w eksporcie odnotowano do największych partnerów handlowych, m.in. do Niemiec (o 12%, do 36 tys. ton), Włoch (o 18%, do 35 tys. ton), Niderlandów (o 19%, do 17,5 tys. ton) i Hiszpanii (o 34%, do 13 tys. ton). Wiodącymi pozaunijnymi odbiorcami mięsa wołowego z Polski były natomiast: Turcja (14%, 29 tys. ton, wzrost o 41% r/r) i Wielka Brytania (3%, 6 tys. ton, spadek o 39%).

Import produktów wołowych i cielęcych do Polski w okresie styczeń–czerwiec 2026 r. był o 21% większy niż przed rokiem i wyniósł 53 tys. ton (w ekwiwalencie tusz). Importowano głównie mięso (56% udziału w wolumenie) oraz żywiec (43%). Mięso wołowe sprowadzano m.in. z Włoch, Niemiec i Niderlandów. Import bydła żywego do Polski wyniósł 42 tys. ton (171 tys. sztuk) i pochodził m.in. ze Słowacji, z Czech, Węgier, Litwy i Łotwy.

Na rynku krajowym od połowy kwietnia do końca sierpnia 2026 r. (po wcześniejszych dużych wzrostach) odnotowano przewagę spadkowych tendencji cen zakupu żywca wołowego. Spadki cen występowały pomimo ograniczonej podaży bydła rzeźnego z produkcji krajowej. W drugiej połowie kwietnia br. zakłady objęte monitoringiem ZSRIR MRiRW za bydło rzeźne płaciły dostawcom średnio 13,64–14,10 zł/kg, o 10–17% więcej niż przed rokiem. W kolejnych tygodniach prospadkowo na krajowe ceny zakupu żywca wołowego oddziaływało osłabienie popytu eksportowego, szczególnie ze strony tradycyjnie największych odbiorców tego asortymentu z Polski, tj. Włoch, Niderlandów, Niemiec i Hiszpanii. Równocześnie korekcie cen sprzyjał duży wzrost importu asortymentu wołowego – zarówno na rynek unijny z krajów trzecich, jak i do Polski z krajów UE. W konsekwencji w sierpniu i we wrześniu 2026 r. za żywiec wołowy płacono w skupie średnio 12,22–12,57 zł/kg, o około 12–16% mniej niż przed rokiem.

RYNEK DROBIU

W 2026 r. wzrośnie światowa produkcja i konsumpcja drobiu. Według prognozy FAO (z czerwca 2026 r.) zarówno globalna produkcja drobiu, jak i konsumpcja zwiększą się o 2,5% w porównaniu z rokiem 2025, do odpowiednio 160,3 mln ton i 159,2 mln ton. Większą produkcję przewiduje się na rynkach wszystkich wiodących producentów drobiu, tj. m.in. w Chinach (o 4,4%), USA (o 2%), Brazylii (o 1,9%) i Unii Europejskiej. Wzrost produkcji drobiu w horyzoncie całego 2026 r. będzie wynikiem rosnącego popytu globalnego na drób i utrzymania jego konkurencyjności cenowej wobec pozostałych gatunków mięsa. Czynnikiem ryzyka dla prognozy będą ogniska grypy ptaków występujące w wielu regionach świata[19].

Zgodnie z danymi KE unijna produkcja drobiu w całym 2026 r. osiągnie 14,7 mln ton (w ekwiwalencie tuszek) wobec 14,5 mln ton w 2025 r. Prognozowana dynamika wzrostu unijnej produkcji drobiu w 2026 r. (+1,4%) będzie jednak słabsza niż w roku 2025 (+2,6%)[20].

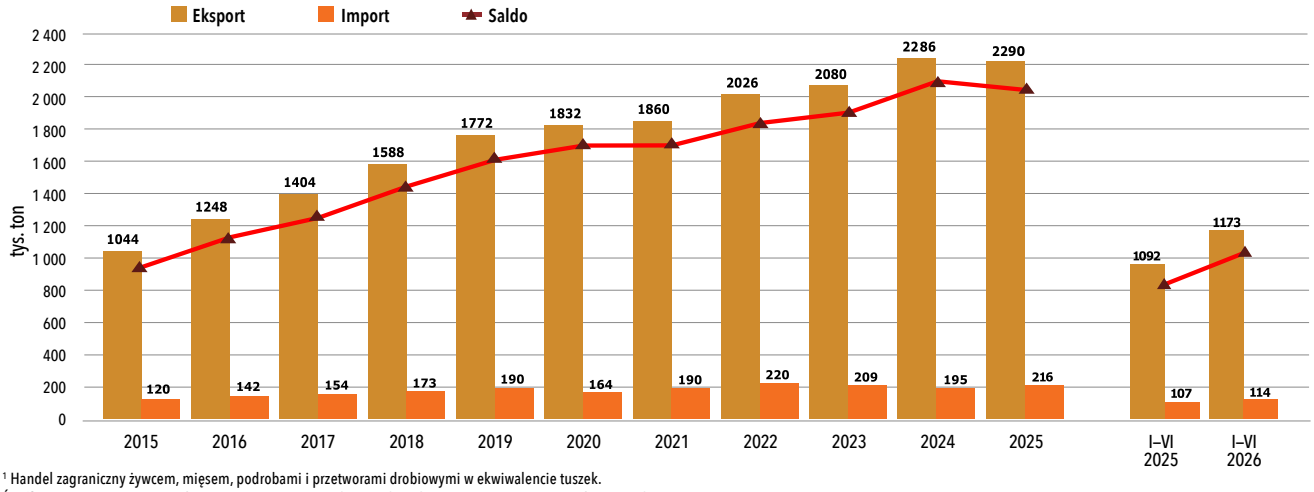
W Polsce w pierwszych siedmiu miesiącach 2026 r. produkcja mięsa drobiowego odznaczała się umiarkowanym wzrostem. Według danych GUS od stycznia do lipca 2026 r. w kraju wyprodukowano blisko 2,1 mln ton mięsa drobiowego (w przedsiębiorstwach przemysłu mięsnego zatrudniających 50 i więcej pracowników), o 3,7% więcej r/r[21].

W pierwszej połowie 2026 r. eksport produktów drobiowych z rynku Unii Europejskiej do krajów pozaunijnych był nieznacznie (o 1%) większy niż przed rokiem i wyniósł 987 tys. ton[22]. Głównymi kierunkami eksportu były: Wielka Brytania (352 tys. ton, -1% r/r), Ghana (102 tys. ton, +13% r/r), Demokratyczna Republika Konga (64 tys. ton, +9% r/r), Filipiny (35 tys. ton, +44% r/r) i Szwajcaria (28 tys. ton, +13% r/r).

Równocześnie kraje Unii Europejskiej zaimportowały z rynków trzecich 540 tys. ton produktów drobiowych, o 14% więcej niż przed rokiem.

16 Eksport i import – dane KE DG AGRI, data odczytu 2.09.2026 r.
17 Obliczenia własne na podstawie danych wygenerowanych z bazy IRZ ARiMR według stanu na 31.08.2026 r.
18 Wyniki polskiego handlu zagranicznego asortymentem wołowym i cielęcym dotyczą bydła gatunków domowych i produktów z tych zwierząt, tj. wybranych towarów z pozycji CN: 0102, 0201, 0202, 1602 oraz 0210 i zostały obliczone przez analityków Biura Analiz i Strategii KOWR na podstawie wstępnych danych Ministerstwa Finansów. Wyniki te obejmują wymianę z państwami UE i krajami trzecimi. Wolumen przedstawiono w ekwiwalencie tusz.
19 AO – Food Outlook – Biannual report on global food markets, June 2026.
20 European Commission: *Short-term Outlook for agricultural markets in 2026*, July 2026.
21 Biuletyn Statystyczny nr 7/2026, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa, sierpień.
22 Opracowanie Biura Analiz i Strategii KOWR na podstawie danych KE DG AGRI, data odczytu: 01.09.2026 r.

Polski handel zagraniczny produktami drobiowymi (w ekwiwalencie tuszek)[1]



[1] Handel zagraniczny żywcem, mięsem, podrobami i przetworami drobiowymi w ekwiwalencie tuszek.
Źródło: opracowanie Biura Analiz i Strategii KOWR na podstawie danych Ministerstwa Finansów, rok 2026 – dane wstępne.

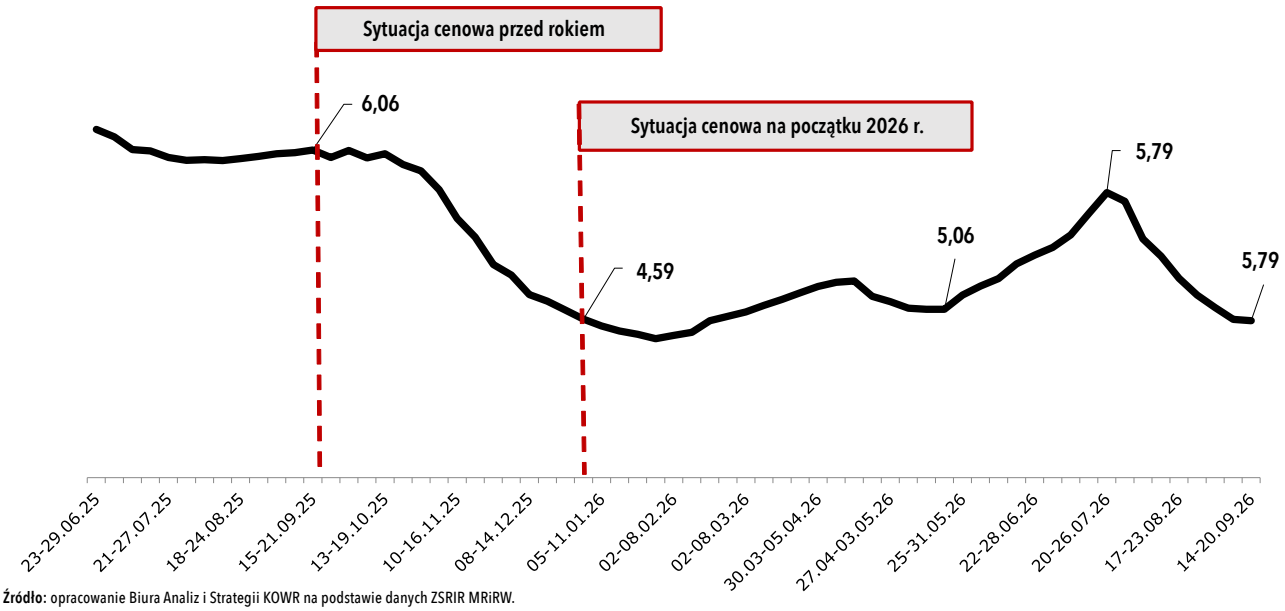
Najwięcej drobiu sprowadzono z Brazylii – 259 tys. ton, o 44% więcej r/r oraz z Ukrainy – 102 tys. ton, o 19% więcej r/r. Największymi odbiorcami importowanego drobiu spośród krajów UE były Niderlandy (344 tys. ton), a także Hiszpania (40 tys. ton) oraz Niemcy i Irlandia (po 33 tys. ton).

W pierwszej połowie 2026 r. odnotowano dynamiczny wzrost eksportu produktów drobiowych z Polski. Eksport drobiu osiągnął blisko 1,2 mln ton (w ekwiwalencie tuszek) i był o ponad 7% większy niż przed rokiem. Do krajów Unii Europejskiej wywieziono 823 tys. ton drobiu (70% wolumenu eksportu), o około 9% więcej r/r, podczas gdy eksport do krajów pozaunijnych wzrósł o blisko 5%, do 350 tys. ton (30% wolumenu eksportu).

Rosnący eksport produktów drobiowych z Polski w pierwszej połowie 2026 r. był spowodowany przede wszystkim mniejszą podażą drobiu na rynku unijnym oraz konkurencyjnymi cenami krajowych produktów drobiowych wśród krajów UE. Zgodnie z danym Komisji Europejskiej średni poziom cen kurcząt brojlerów w Polsce w okresie styczeń–czerwiec 2026 r. był najniższy w UE i wyniósł 198,40 euro/100 kg. Notowany średni poziom cen kurcząt brojlerów w Polsce był średnio o 95 euro/100 kg niższy od średniej unijnej ceny tego asortymentu.

Przedmiotem eksportu z Polski było przede wszystkim mięso drobiowe (910 tys. ton), które lokowano głównie w Niemczech (179 tys. ton, +10% r/r), Francji (116 tys. ton, +21% r/r), Wielkiej Brytanii (83 tys. ton, +5% r/r), Niderlandach (81 tys. ton, +3% r/r) i Hiszpanii (50 tys. ton, +20% r/r). W pierwszej połowie 2026 r. uwagę zwraca bardzo duży wzrost eksportu mięsa drobiowego m.in. do: Zimbabwe (3,9 tys. ton, +120% r/r), Gwinei (6,2 tys. ton,

Średnie ceny zakupu kurcząt brojlerów w Polsce (zł/kg)

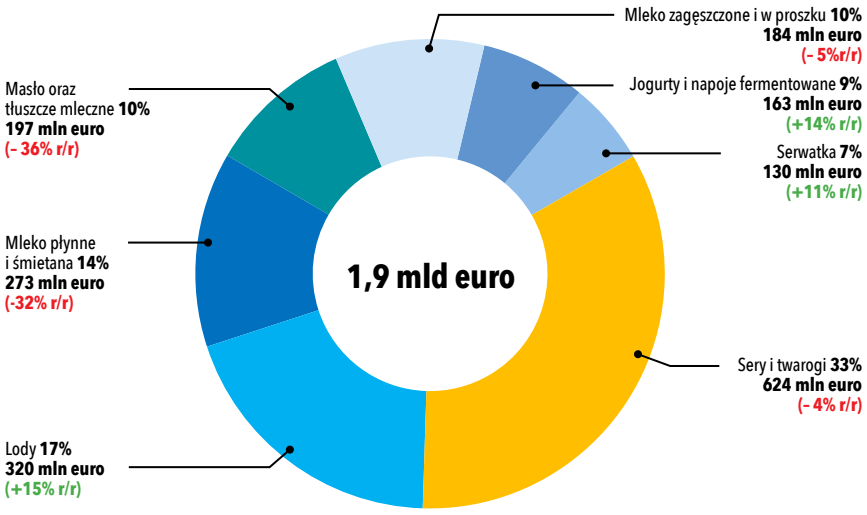


Źródło: opracowanie Biura Analiz i Strategii KOWR na podstawie danych ZSRIR MRiRW.

+103% r/r), Angoli (5,4 tys. ton, +61% r/r) i na Filipiny (21,2 tys. ton, +47% r/r).

Na wyższym poziomie niż przed rokiem kształtował się również import drobiu. W pierwszym półroczu 2026 r. do Polski zaimportowano 114 tys. ton produktów drobiowych (w ekwiwalencie tuszek), o 6% więcej niż przed rokiem. Na rynku krajowym w czerwcu i lipcu br. odnotowano dynamiczny wzrost cen skupu kurcząt brojlerów z 5,06 zł/kg do 5,79 zł/kg, który stymulowany był rosnącym popytem na rynku wewnętrznym, szczególnie ze strony sektora HoReCa, jak i popytem eksportowym spowodowanym dużą konkurencyjnością polskiej oferty asortymentowej na rynku unijnym. Zgodnie z danymi KE miesięczne średnie ceny kurcząt brojlerów w Polsce w czerwcu i lipcu 2026 r. były niższe od średnich cen w UE odpowiednio o 74 euro/100 kg i 70 euro/100 kg. Nadwyżka żywca drobiowego, którą odnotowano na rynku w sierpniu 2026 r., spowodowała spadek cen skupu kurcząt brojlerów – do 4,98 zł/kg w trzecim tygodniu września br.

Struktura towarowa eksportu produktów mlecznych z Polski w okresie styczeń–czerwiec 2026 r.



Źródło: opracowanie Biura Analiz i Strategii KOWR na podstawie wstępnych danych Ministerstwa Finansów.

RYNEK MLEKA I PRODUKTÓW MLECZNYCH

Według prognozy FAO na rynku globalnym w 2026 r., pomimo niewielkiego obniżenia produkcji w niektórych regionach świata, prawdopodobnie utrzyma się wzrostowa tendencja w produkcji mleka ogółem, co może być determinowane dalszym jej rozwojem na kontynencie azjatyckim (szczególnie w Indiach i Pakistanie), w Ameryce Północnej i Południowej (głównie w USA i Brazylii) oraz w Oceanii. Zgodnie z prognozą z czerwca br. światowa produkcja mleka w całym 2026 r. prawdopodobnie będzie o niespełna 1% większa niż w roku 2025 i osiągnie poziom ponad 1,0 mld ton[23].

Rozwój produkcji mleka przewidywany jest również w Unii Europejskiej, która należy do najważniejszych światowych producentów i eksporterów mleka oraz produktów mlecznych. Według krótkookresowej prognozy KE z lipca br. w UE szacowany jest spadek pogłowia krów mlecznych w całym 2026 r. (o 0,7% w relacji r/r, do 18,7 mln szt.), przy dalszym wzroście wydajności mlecznej. W efekcie produkcja mleka na rynku unijnym w 2026 r. może wzrosnąć o 1,6%, do 160,8 mln ton, a dostawy mleka do skupu mogą wynieść 151,5 mln ton, o 1,7% więcej niż w roku 2025[24].

Polska, ze względu na wielkość stada krów mlecznych, należy – obok Niemiec i Francji – do największych producentów mleka w Unii Europejskiej. Na koniec sierpnia 2026 r., według danych ARiMR, pogłowie krów mlecznych w Polsce wynosiło 1 915 tys. szt. i było nieznacznie (o 0,2%, o 3 tys. szt.) większe niż przed rokiem[25].

Na rynku krajowym utrzymuje się wzrostowa tendencja w produkcji i skupie mleka, czemu sprzyja zarówno zwiększająca się średnia wydajność mleczna krów, jak i popyt ze strony przemysłu mleczarskiego. W 2025 r., według wstępnych danych GUS, w Polsce wyprodukowano 15,9 mld l mleka, o 2% więcej niż przed rokiem. Skup mleka surowego w Polsce osiągnął 13,6 mld l i był o 3% większy niż w 2024 r. Wzrost dostaw mleka miał miejsce również w pierwszych siedmiu miesiącach 2026 r. Według danych GUS w okresie styczeń–lipiec 2026 r. do podmiotów skupujących krajowi producenci mleka dostarczyli 8,1 mld l surowca, o 2% więcej r/r[26].

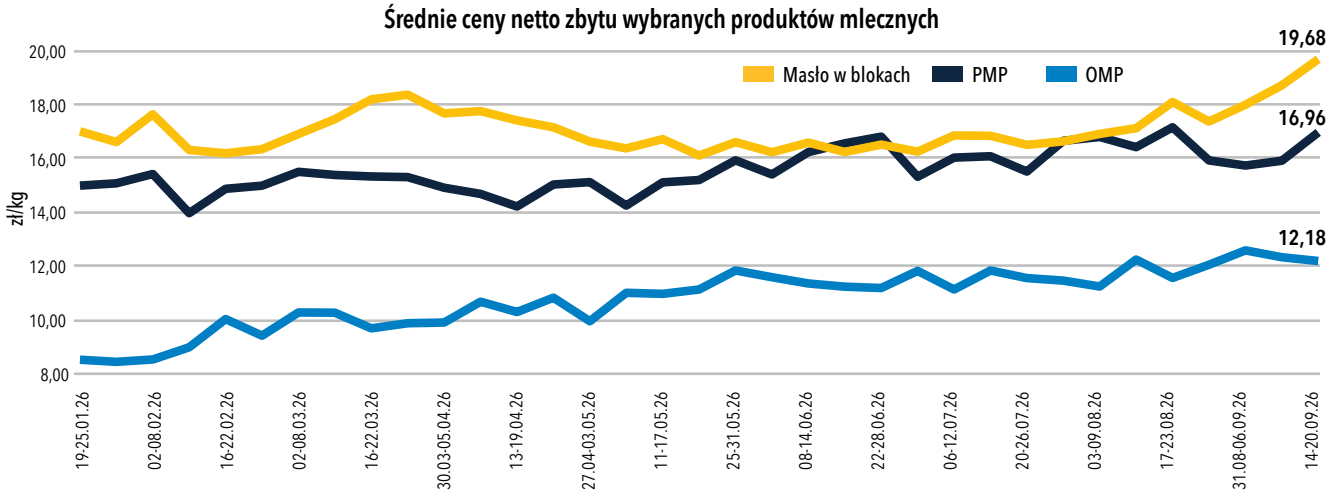
W pierwszym półroczu 2026 r. wpływy krajowej branży mleczarskiej z eksportu produktów mlecznych były mniejsze niż rok wcześniej, głównie w wyniku niższych cen produktów mleczarskich oraz mniejszego popytu na rynku unijnym. Według wstępnych danych Ministerstwa Finansów w pierwszym półroczu 2026 r. wartość wywozu tego asortymentu z Polski wyniosła 1,9 mld euro (8 mld zł) i była o 10% niższa niż w porównywalnym okresie 2025 r. Jednocześnie na import tego asortymentu wydatkowano 0,9 mld euro (4 mld zł), o 7% mniej niż w analogicznym okresie 2025 r. Dodatnie saldo obrotów handlowych artykułami mleczarskimi (łącznie z kazeiną) w okresie styczeń–czerwiec 2026 r. ukształtowało się na poziomie 1 mld euro (4 mld zł), o 11% niższym niż przed rokiem.

Produkty mleczne z Polski eksportowano przede wszystkim do krajów unijnych. W pierwszym półroczu 2026 r. udział krajów unijnych w ogólnej wartości wywozu wyniósł 68%, a wpływy uzyskane z eksportu obniżyły się o 16%, do 1,3 mld euro (5,5 mld zł). Głównymi odbiorcami polskich produktów mlecznych na rynku unijnym były: Niemcy (17% wartości eksportu ogółem – 329 mln euro), Czechy (6% – 120 mln euro), Niderlandy (5% – 104 mln euro), Francja (5% – 91 mln euro), Włochy (5% – 87 mln euro) i Rumunia (4% – 80 mln euro).

Udział krajów pozaunijnych w wywozie produktów mlecznych z Polski stanowił 32%. W okresie styczeń–czerwiec 2026 r. przychody uzyskane

23 FAO – *Food Outlook - Biannual report on global food markets,* June 2026.
24 *Short-term outlook – summer 2026,* data publikacji: lipiec 2026 r.
25 Pogłowie krów mlecznych według stanu na 31 sierpnia 2026 r. na podstawie danych ARiMR z Systemu Identyfikacji i Rejestracji Zwierząt (IRZ), data wygenerowania 1.09.2026 r.
26 *Biuletyn Statystyczny nr 7/2026*, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa, sierpień 2026 r.

Średnie ceny netto zbytu wybranych produktów mlecznych



Źródło: opracowanie Biura Analiz i Strategii KOWR na podstawie danych ZSRIR MRiRW.

z eksportu na rynki pozaunijne wyniosły 0,6 mld euro i były o 8% większe niż przed rokiem, a największy udział spośród krajów pozaunijnych miały: Wielka Brytania (5% wartości wywozu – 101 mln euro), Ukraina (4% – 79 mln euro), Algieria (3% – 62 mln euro), Arabia Saudyjska (2% – 36 mln euro), a także Filipiny (2% – 30 mln euro).

Największe wpływy w okresie styczeń–czerwiec 2026 r. branża mleczarska uzyskała z eksportu serów i twarogów (624 mln euro, –4% r/r), a następnie lodów (320 mln euro, +15% r/r), mleka płynnego i śmietany (273 mln euro, –32% r/r), masła i tłuszczów mlecznych (197 mln euro, –36% r/r), mleka zagęszczonego i w proszku (184 mln euro, –5% r/r) oraz jogurtów i napojów fermentowanych (163 mln euro, +14% r/r).

Według danych Organizacji Narodów Zjednoczonych do spraw Wyżywienia i Rolnictwa w sierpniu 2026 r., po czterech miesiącach spadku, wzrosła wartość indeksu cen produktów mlecznych FAO. Wskaźnik ten w sierpniu 2026 r. wyniósł 119,2 pkt i był o 2,7 pkt wyższy niż miesiąc wcześniej, ale o 33 pkt niższy niż przed rokiem[27]. Wzrost wartości indeksu był spowodowany wyższymi międzynarodowymi cenami proszków mlecznych i sera, przy stabilnych notowaniach masła.

Sytuacja na rynku międzynarodowym pośrednio wpływała na ceny mleka w Polsce. W okresie pierwszych siedmiu miesięcy 2026 r. na rynku krajowym utrzymywała się tendencja spadkowa cen skupu mleka, która została zapoczątkowana we wrześniu 2025 r. Na spadek cen mleka wpływ miały m.in. zwiększone dostawy surowca do przemysłu, przy mniejszym popycie na produkty mleczne. Według danych GUS w lipcu 2026 r. krajowi dostawcy za surowiec przeciętnie uzyskiwali 172,17 zł/hl, o 1% mniej niż w poprzednim miesiącu oraz o 23% mniej niż w lipcu 2025 r. Ceny skupu mleka, podobnie jak w poprzednich miesiącach, charakteryzowały się znacznym zróżnicowaniem regionalnym. Najwyższe ceny za mleko uzyskiwano w województwie podlaskim – 183,62 zł/hl, a najmniej płacono w województwie pomorskim – 160,20 zł/hl.

Na krajowym rynku trwałych produktów mlecznych po spadkach cen masła w blokach obserwowanych w marcu i kwietniu 2026 r., w okresie od maja do czerwca notowano względną stabilizację cen. Od lipca 2026 r. rynek wszedł jednak w fazę wzrostową, a w sierpniu i we wrześniu br. zwyżki cen wyraźnie przyspieszyły. Tendencji wzrostowej sprzyjało ożywienie popytu ze strony przemysłu spożywczego, przy jednoczesnym ograniczeniu podaży tłuszczu mlecznego po zakończeniu szczytu sezonowej produkcji mleka. Według danych ZSRIR MRiRW w dniach 14–20 września 2026 r. cena masła w blokach wyniosła 19,68 zł/kg i była o 9% wyższa niż miesiąc wcześniej, ale o 26% niższa niż przed rokiem.

Na krajowym rynku proszku mlecznego w okresie od lutego do sierpnia 2026 r. ceny odtłuszczonego mleka w proszku wykazywały tendencję wzrostową. W lutym 2026 r. ceny OMP kształtowały się na poziomie 8,53–10,03 zł/kg, natomiast w pierwszej połowie września 2026 r. wzrosły do 12,18–12,58 zł/kg. Wzrost cen od lutego 2026 r. był przede wszystkim rezultatem zwiększonego popytu na OMP ze strony przemysłu spożywczego oraz poprawy koniunktury i wzrostu cen na rynkach światowych. W dniach 14–20 września 2026 r. cena OMP (według danych ZSRIR MRiRW) ukształtowała się na poziomie 12,18 zł/kg, o 5% wyższym niż przed miesiącem oraz o 18% wyższym niż w analogicznym okresie przed rokiem.

Natomiast ceny PMP od maja do pierwszej połowy września 2026 r. ulegały wahaniom z przewagą tendencji wzrostowej, kształtując się na poziomie od 14,24 zł/kg na początku maja br. do 17,15 zł/kg w trzecim tygodniu sierpnia. Wzrostom cen PMP sprzyjały rosnące ceny tłuszczu mlecznego oraz stabilny popyt krajowy i eksportowy. Skala wzrostów była jednak ograniczana przez sytuację cenową na rynku międzynarodowym oraz dużą dostępność proszków mlecznych na rynku światowym. W dniach 14–20 września 2026 r. (według danych ZSRIR MRiRW) notowany poziom ceny PMP (16,96 zł/kg) był o 1% niższy niż przed miesiącem oraz o 14% niższy niż w analogicznym okresie przed rokiem.

Materiał opracował zespół
Biura Analiz i Strategii KOWR[28].
Marzena Trajer, Ewa Bochińska,
Martyn Mieczkowski, Paulina Kafarska,
Maria Włodarczyk.

27 Indeks cen produktów mlecznych FAO obliczany na podstawie średnich miesięcznych zmian cen masła, serów, OMP i PMP ważonych wielkością eksportu, lata 2014–2016 = 100. Odczyt 4.09.2026 r.
28 Analiza została opracowana na podstawie aktualnej wiedzy. Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa nie ponosi odpowiedzialności za decyzje ekonomiczne podjęte na jej podstawie.

Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa
ul. Karolkowa 30, 01-207 Warszawa

Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa

Telefoniczny Punkt Informacyjny 22 376-76-76
Czynny od poniedziałku do piątku w godz. 8.00–16.00

Centrala:

Biuro Dyrektora Generalnego	**22 376-78-55**
Biuro Administracyjne	**22 376-74-10**
Biuro Analiz i Strategii	**22 376-72-29**
Biuro Audytu Wewnętrznego	**22 376-79-05**
Biuro Finansowo-Księgowe	**22 376-74-32**
Biuro Kontroli Wewnętrznej	**22 376-72-51**
Biuro Mediów i Komunikacji	**22 376-78-55**
Biuro Prawne i Zamówień Publicznych	**22 376-73-61**
Biuro Teleinformatyki	**22 376-70-24**
Biuro Zarządzania Kapitałem Ludzkim	**22 376-77-44**
Departament Gospodarowania Zasobem	**22 376-76-23**
Departament Innowacji	**22 376-71-30**
Departament Interwencji Rynkowych	**22 376-71-09**
Departament Kształtowania Ustroju Rolnego	**22 376-79-67**
Departament Nadzoru nad Spółkami	**22 376-77-76**
Departament Rozwoju Rynku	**22 376-70-50**
Departament Wsparcia Eksportu	**22 376-72-26**
Departament Wspierania Konsumpcji	**22 376-79-79**

Oddziały Terenowe KOWR

OT Białystok
ul. Gen. Gustawa Orlicz-Dreszera 1 lok. 1
15-797 Białystok
85 664-31-50

OT Bydgoszcz
ul. Hetmańska 38
85-039 Bydgoszcz
52 525-08-01

OT Częstochowa
ul. Jana III Sobieskiego 7
42-200 Częstochowa
34 378-20-36

OT Gorzów Wlkp.
ul. Myśliborska 32
66-400 Gorzów Wlkp.
95 714-61-00

OT Kielce
ul. Bohaterów Warszawy 2 lok. 3, 4, 5
25-394 Kielce
41 343-31-90

OT Koszalin
ul. Partyzantów 15a
75-411 Koszalin
94 347-31-00

OT Kraków
ul. Zbożowa 4
30-002 Kraków
12 314-99-00

OT Lublin
ul. Witolda Chodźki 10A
20-093 Lublin
81 532-21-12

OT Łódź
ul. Północna 27/29
91-420 Łódź
42 636-53-26

OT Olsztyn
ul. Głowackiego 6
10-448 Olsztyn
89 524-88-01

OT Opole
ul. 1 Maja 6
45-068 Opole
77 400-09-39

OT Poznań
ul. Fredry 12
61-701 Poznań
61 856-06-01

OT Pruszcz Gdański
ul. Powstańców Warszawy 28
83-000 Pruszcz Gdański
58 300-48-41

OT Rzeszów
ul. Asnyka 7
35-001 Rzeszów
17 853-78-00

OT Szczecin
ul. Bronowicka 41
71-012 Szczecin
91 814-42-00

OT Warszawa
pl. Bankowy 2
00-095 Warszawa
22 635-10-00

OT Wrocław
ul. Mińska 60
54-610 Wrocław
71 356-39-19

Chcesz być na bieżąco?
Zapisz się do newslettera
„Biuletynu Informacyjnego KOWR"

