

UCHWAŁA Nr 18/2025
Komisji Zarządzającej Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego
z dnia 17 grudnia 2025 r.
w sprawie Planu Finansowego Funduszu Promocji
Mięsa Wieprzowego na rok 2026

Działając na podstawie art. 8 ust. 5 i art. 12 ust. 1 pkt 3 w zw. z ust. 2 ustawy z dnia 22 maja 2009 r. o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych (Dz. U. z 2025 r. poz. 683), uchwala się, co następuje:

§ 1

W Planie Finansowym Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego na rok 2026 stanowiącym załącznik do uchwały nr 16/2025 z dnia 28 października 2025 r. z późn. zm., wprowadza się do Szczegółowego zestawienia zadań finansowanych lub współfinansowanych ze środków Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego w roku 2026 zadania:

1. zadanie pt. „Rodzima rasa puławska - polska hodowla z tradycją” w kwocie 169 139,00 PLN;
2. zadanie pt. „Z Wieprzowiną Za Pan Brat” w kwocie 162 000,00 PLN;
3. zadanie pt. „Biało - czerwona konferencja branży mięsnej oraz konkurs dla producentów wędlin” w kwocie 364 875,00 PLN;
4. zadanie pt. „Polska wieprzowina - nasza duma, nasz smak” w kwocie 140 699,00 PLN;
5. zadanie pt. „Na Boczku Festival” w kwocie 291 200,00 PLN;
6. zadanie pt. „Stół wielkanocny dla dziennikarzy polskich i zagranicznych, Promocja polskiej wieprzowiny” w kwocie 174 048,00 PLN;
7. zadanie pt. „Apetyczny smak polskiej wieprzowiny II” w kwocie 153 804,00 PLN;
8. zadanie pt. „Polska Wieprzowina na kulinarnych Szlakach 2026” w kwocie 697 200,00 PLN;

9. zadanie pt. „Wieprzowina po żeglarsku - dni morza w województwie zachodniopomorskim” w kwocie 153 615,00 PLN;
10. zadanie pt. „Młodzi Kucharze - przyszłość wieprzowiny w polskiej kuchni” w kwocie 404 145,00 PLN;
11. zadanie pt. „Wielkopolskie Targi Rolnicze w Sielinku” w kwocie 62 128,00 PLN;
12. zadanie pt. „Wieprzomania” w kwocie 144 100,00 PLN;
13. zadanie pt. „Jakość za rogiem” w kwocie 374 293,50 PLN;
14. zadanie pt. „Po pierwsze klient 3” w kwocie 179 911,20 PLN;
15. zadanie pt. „Meat Masters w Wietnamie 2026” w kwocie 161 335,16 PLN;
16. zadanie pt. „Mięso z Polski - udział w targach SIAL Paryż 2026” w kwocie 826 428,75 PLN.

Szczegółowe informacje dotyczące wprowadzonych zmian zawiera jednolity tekst Planu Finansowego Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego na rok 2026, który stanowi załącznik do niniejszej uchwały.

§ 2

Komisja Zarządzająca Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego stwierdza, iż przyjęte do Planu Finansowego Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego na rok 2026 zadania są zgodne ze Strategią promocji dla branży mięsa wieprzowego na rok 2026.

§ 3

Uchwała wchodzi w życie w dniu podjęcia, z wyjątkiem § 1 pkt 13, 14, 15, 16, które wchodzi w życie po uzyskaniu od pozostałych Komisji Zarządzających Funduszy Promocji, do których skierowana jest propozycja, promesy lub decyzji o wpisaniu tego zadania do planu finansowego.

PRZEWODNICZĄCY KOMISJI		SEKRETARZ KOMISJI
-------------------------------	--	--------------------------

Plan Finansowy Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego na rok : 2026

1. Zgodnie z art. 2 ust. 2 pkt 2 ustawy z dnia 22 maja 2009 r. o funduszach promocji produktów rolno - spożywczych, środki Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego mogą zostać przeznaczone na:

- a) działania mające na celu informowanie o jakości i cechach, w tym zaletach, mięsa wieprzowego,
- b) działania mające na celu promocję spożycia mięsa wieprzowego i jego przetworów,
- c) udział w wystawach i targach związanych z chowem lub hodowlą świń oraz produkcją lub przetwórstwem mięsa wieprzowego,
- d) badania rynkowe dotyczące spożycia mięsa wieprzowego oraz jego przetworów,
- e) badania naukowe i prace rozwojowe mające na celu poprawę jakości mięsa wieprzowego oraz jego przetworów, a także prowadzące do wzrostu ich spożycia,
- f) szkolenia producentów i przetwórców mięsa wieprzowego,
- g) działalność krajowych organizacji branżowych, w tym ich przedstawicieli, biorących udział w pracach specjalistycznych stałych i roboczych komitetów organizacji międzynarodowych lub będących członkami statutowymi organów tych organizacji, zajmujących się problemami rynku mięsa wieprzowego.

2. Stan środków Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego na dzień 01.01.2026 r. wynosi:	134 534,85 zł
3. Stan środków Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego na dzień 31.12.2026 r. wynosi, z uwzględnieniem:	1 944 965,32 zł
1) zobowiązań Funduszu przewidzianych do wypłaty w 2026 r. z planów finansowych z lat ubiegłych:	948 440,69 zł
2) zobowiązań Funduszu przewidzianych do wypłaty w 2026 r. z planu finansowego na rok 2026:	6 891 128,84 zł
3) zobowiązań Funduszu związanych z kosztami KOWR:	350 000,00 zł
4) należności Funduszu (dochody) przewidziane do wpłaty w roku 2026:	10 000 000,00 zł
4. na realizację poszczególnych zadań (szczegółowe zestawienie zadań finansowanych lub współfinansowanych ze środków Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego zawarte jest w załączniku do planu finansowego) przeznacza się łącznie kwotę:	6 921 889,64 zł
5. Wysokość limitu, o którym mowa w art. 9 ust. 4 ustawy z dnia 22 maja 2009 r. o funduszach promocji produktów rolno - spożywczych wynosi:	1 038 283,45 zł
6. Wykorzystanie limitu, o którym mowa w pkt 5 wynosi:	0,00 zł

**Szczegółowe zestawienie zadań finansowanych lub współfinansowanych ze środków
Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego w roku 2026**

Lp	Nazwa zadania	Kategoria promowa-nych produktów	Cel ustawy	Opis	Budżet zadania [w PLN]	Wysokość wsparcia z FP [w PLN]	Nr uchwały	Uwagi	Długość trwania w latach
1	AGRO-TECH Minikowo		c	Udział PZHiPTCh Polsus w AGRO-TECH Minikowo, zadanie realizowane przez Polski Związek Hodowców i Producentów Trzody Chlewnej POLSUS	61 257,00	61 257,00	16/2025		1
2	Kiełbasa biała parzona wielkopolska na wielkanoc. Certyfikacja. Promocja		b	Organizacja konkursu wytwórców Kiełbasy Białej Parzonej, zadanie realizowane przez Ogólnopolski Cech Rzeźników Wędliniarzy Kucharzy	161 316,75	161 316,75	16/2025		1
3	Smakuj polską wieprzowinę i wołowinę na targach ALIMENTARIA		c	Promocja polskiej wieprzowiny i wołowiny na międzynarodowych targach ALIMENTARIA w Hiszpanii, zadanie realizowane przez Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy Rzeczypospolitej Polskiej	869 527,59	434 763,79	16/2025	Uchwała w zakresie zadania nr 3 wchodzi w życie w dniu, w którym zadanie uzyska promesę lub decyzję o wpisaniu do planu finansowego od wszystkich Komisji Zarządzających Funduszy Promocji, do których została skierowana propozycja.	1
4	Tu jest wieś, tu się żywność produkuje		b	Projekt zakłada działania edukacyjno-informacyjno-promocyjne na terenie całego kraju, które będą zapobiegać i niwelować przyczyny konfliktów pomiędzy mieszkańcami miast sprowadzających się na tereny wiejskie a rolnikami. Zadanie realizowane przez Unię Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego.	951 825,00	380 730,00	16/2025	Uchwała w zakresie zadania nr 4 wchodzi w życie w dniu, w którym zadanie uzyska promesę lub decyzję o wpisaniu do planu finansowego od wszystkich Komisji Zarządzających Funduszy Promocji, do których została skierowana propozycja.	1
5	Światowy Dzień Mięsa (World Meat Day)		b	Zorganizowanie 2 dniowego kongresu mięsnego w kraju z udziałem przedstawicieli krajowych i międzynarodowych organizacji mięsnych, producentów mięsa oraz wyrobów z niego, hodowców a także przedstawicieli administracji rządowej i UE oraz przedstawicieli świata nauki, weterynarii, dziennikarzy mediów rolniczych i branżowych, zadanie realizowane przez Związek Polskie Mięso	1 489 551,00	491 551,83	16/2025	Uchwała w zakresie zadania nr 5 wchodzi w życie w dniu, w którym zadanie uzyska promesę lub decyzję o wpisaniu do planu finansowego od wszystkich Komisji Zarządzających Funduszy Promocji, do których została skierowana propozycja.	1

**Szczegółowe zestawienie zadań finansowanych lub współfinansowanych ze środków
Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego w roku 2026**

Lp	Nazwa zadania	Kategoria promowa-nych produktów	Cel ustawy	Opis	Budżet zadania [w PLN]	Wysokość wsparcia z FP [w PLN]	Nr uchwały	Uwagi	Długość trwania w latach
6	Wieprzowina i wołowina z Polski na rynku Filipin		b	Organizacja misji wyjazdowej do Filipin polskich eksporterów mięsa wołowego oraz wieprzowego, zadanie realizowane przez Unię Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego	641 358,40	290 406,69	16/2025	Uchwała w zakresie zadania nr 6 wchodzi w życie w dniu, w którym zadanie uzyska promesę lub decyzję o wpisaniu do planu finansowego od wszystkich Komisji Zarządzających Funduszy Promocji, do których została skierowana propozycja.	1
7	Polskie BIO smakuje dobrze		c	Promocja produktów rolnictwa ekologicznego podczas Międzynarodowych Targów BIOFACH 2026 w Norymberdze w Niemczech wraz z wizytami studyjnymi w 3 europejskich krajach, zadanie realizowane przez Ogólnopolskie Stowarzyszenie Przetwórców i Producentów Produktów Ekologicznych "Polska Ekologia"	1 224 700,00	232 243,00	16/2025	Uchwała w zakresie zadania nr 7 wchodzi w życie w dniu, w którym zadanie uzyska promesę lub decyzję o wpisaniu do planu finansowego od wszystkich Komisji Zarządzających Funduszy Promocji, do których została skierowana propozycja.	1
8	"Smaki polskiej wsi" - promocja polskiego rolnictwa oraz edukacja na jego temat podczas regionalnych eventów		b	Wielowymiarowy projekt opierający się na udziale w 5 lokalnych festynach pod hasłem "Zasmakuj lokalnie", zadanie realizowane przez Związek Młodzieży Wiejskiej	574 592,55	195 361,47	16/2025	Uchwała w zakresie zadania nr 8 wchodzi w życie w dniu, w którym zadanie uzyska promesę lub decyzję o wpisaniu do planu finansowego od wszystkich Komisji Zarządzających Funduszy Promocji, do których została skierowana propozycja.	1
9	Festiwal Polskiej Wieprzowiny		b	Kontynuacja realizowanych w latach wcześniejszych zadań w postaci degustacji produktów, rozdawaniu kuponów konkursowych, rozwieszaniu plakatów informacyjnych oraz badaniu satysfakcji osób odwiedzających stoiska degustacyjne, zadanie realizowane przez Krajową Radę Izb Rolniczych	142 100,00	142 100,00	16/2025		1

**Szczegółowe zestawienie zadań finansowanych lub współfinansowanych ze środków
Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego w roku 2026**

Lp	Nazwa zadania	Kategoria promowa-nych produktów	Cel ustawy	Opis	Budżet zadania [w PLN]	Wysokość wsparcia z FP [w PLN]	Nr uchwały	Uwagi	Długość trwania w latach
10	Rozsmakuj się w potrawach z GS		b	Promocja polskiej wieprzowiny i produktów zbożowych na wydarzeniu plenerowym, zadanie realizowane przez Krajowy Związek Rewizyjny Spółdzielni Samopomoc Chłopska w Konsorcjum ze Stowarzyszeniem Rzeźników i Wędliniarzy Rzeczypospolitej Polskiej.	146 475,00	73 237,50	16/2025	Uchwała w zakresie zadania nr 10 wchodzi w życie w dniu, w którym zadanie uzyska promesę lub decyzję o wpisaniu do planu finansowego od wszystkich Komisji Zarządzających Funduszy Promocji, do których została skierowana propozycja.	1
11	Rodzima rasa puławska - polska hodowla z tradycją		a	Współorganizowanie konferencji naukowej poświęconej zaprezentowaniu historii świń rasy puławskiej, jej wartości użytkowej środowiskowej i kulturowej. Zadanie realizowane przez Polski Związek Hodowców i Producentów Trzody Chlewnej POLSUS.	169 139,00	169 139,00	18/2025		1
12	Z Wieprzowiną Za Pan Brat		a	Promocja mięsa wieprzowego i produktów pochodnych poprzez aktywne informowanie i uświadamianie odbiorców o zaletach i jakości mięsa wieprzowego. Zadanie realizowane przez Związek Zawodowy Centrum Narodowe Młodych Rolników	162 000,00	162 000,00	18/2025		1
13	Biało - czerwona konferencja branży mięsnej oraz konkurs dla producentów wędlin		a	Organizacja jednodniowej konferencji będącej platformą wymiany doświadczeń między zakładami przetwórczymi, hodowcami a przedstawicielami instytucji rządowych. Zadanie realizowane przez Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy Rzeczypospolitej Polskiej.	364 875,00	364 875,00	18/2025		1
14	Polska wieprzowina - nasza duma, nasz smak		b	Promocja polskiej wieprzowiny na wydarzeniu plenerowym. Zadanie realizowane przez Krajową Radę Izb Rolniczych	140 699,00	140 699,00	18/2025		1
15	Na Boczku Festival		b	Promocja polskiej wieprzowiny na wydarzeniu plenerowym. Zadanie realizowane przez Stowarzyszenie Polska Tradycja Smaku	291 200,00	291 200,00	18/2025		1

**Szczegółowe zestawienie zadań finansowanych lub współfinansowanych ze środków
Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego w roku 2026**

Lp	Nazwa zadania	Kategoria promowa-nych produktów	Cel ustawy	Opis	Budżet zadania [w PLN]	Wysokość wsparcia z FP [w PLN]	Nr uchwały	Uwagi	Długość trwania w latach
16	Stół wielkanocny dla dziennikarzy polskich i zagranicznych. Promocja polskiej wieprzowiny		b	Kontynuacja realizowanych w latach poprzednich wydarzeń związanych z promocją mięsa wieprzowego, propagowaniem wiedzy o polskiej wieprzowinie i jej związkach z tradycją narodową. Zadanie realizowane przez Ogólnopolski Cech Rzeźników Wędliniarzy Kucharzy	174 048,00	174 048,00	18/2025		1
17	Wieprzowina po żeglarsku - dni morza w województwie zachodniopomorskim.		b	Organizacja wydarzenia promenadowego, masowego mającego na celu promocję mięsa wieprzowego i jego przetworów. Zadanie realizowane przez Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy Rzeczypospolitej Polskiej	153 615,00	153 615,00	18/2025		1
18	Wielkopolskie Targi Rolnicze w Sielinku		c	Udział PZHiPTCh Polsus w w Wielkopolskich Targach Rolniczych Sielinkowo 2026. Zadanie realizowane przez Polski Związek Hodowców i Producentów Trzody Chlewnej POLSUS	62 128,00	62 128,00	18/2025		1
19	Wieprzomania		b	Przeprowadzenie dwóch wydarzeń promujących spożywanie polskiego mięsa wieprzowego. Zadanie realizowane przez Krajową Radę Izb Rolniczych	144 100,00	144 100,00	18/2025		1
20	Młodzi Kucharze - przyszłość wieprzowiny w polskiej kuchni		a	Przeprowadzenie dwóch seminariów połączonych z warsztatami dla młodzieży szkół gastronomicznych. Zadanie realizowane przez Krajowy Związek Rewizyjny Spółdzielni Samopomoc Chłopska	404 145,00	404 145,00	18/2025		1
21	Polska Wieprzowina na kulinarnych Szlakach 2026		b	Kontynuacja działań mających na celu informowanie o jakości, cechach i zaletach mięsa wieprzowego. Zadanie realizowane przez Ogólnopolskie Stowarzyszenie Przetwórców i Producentów Produktów Ekologicznych "Polska Ekologia"	697 200,00	697 200,00	18/2025		1

**Szczegółowe zestawienie zadań finansowanych lub współfinansowanych ze środków
Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego w roku 2026**

Lp	Nazwa zadania	Kategoria promowa-nych produktów	Cel ustawy	Opis	Budżet zadania [w PLN]	Wysokość wsparcia z FP [w PLN]	Nr uchwały	Uwagi	Długość trwania w latach
22	Apetyczny smak polskiej wieprzowiny II		b	Ogólnopolska kampania promocyjna polskiego mięsa wieprzowego i jego przetworów. Zadanie realizowane przez Polską Izbę Produktu Regionalnego i Lokalnego	153 804,00	153 804,00	18/2025		2
23	Mięso z Polski - udział w targach SIAL Paryż 2026		c	Organizacja wspólnego stoiska polskiej branży mięsnej na targach SIAL w Paryżu. Zadanie realizowane przez Związek Polskie Mięso	2 066 071,88	826 428,75	18/2025	Uchwała w zakresie zadania nr 23 wchodzi w życie w dniu, w którym zadanie uzyska promesę lub decyzję o wpisaniu do planu finansowego od wszystkich Komisji Zarządzających Funduszy Promocji, do których została skierowana propozycja.	1
24	Po pierwsze klient 3		a	Kampania mająca na celu kreowanie właściwych postaw konsumenckich dotyczących świadomego wyboru produktów wysokiej jakości, odpowiedniej ekspozycji w sklepach mięsnych oraz zwiększenia sprzedaży wysokiej jakości produktów. Zadanie realizowane przez Konsorcjum Unia Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego, Federacja Branżowych Związków Producentów Rolnych	449 778,00	179 911,20	18/2025	Uchwała w zakresie zadania nr 24 wchodzi w życie w dniu, w którym zadanie uzyska promesę lub decyzję o wpisaniu do planu finansowego od wszystkich Komisji Zarządzających Funduszy Promocji, do których została skierowana propozycja.	1
25	Meat Masters w Wietnamie 2026		a	Warsztaty kulinarne w Wietnamie, które zostaną powiązane z jednym z wydarzeń branżowych. Zadanie realizowane przez Unię Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego	379 612,14	161 335,16	18/2025	Uchwała w zakresie zadania nr 25 wchodzi w życie w dniu, w którym zadanie uzyska promesę lub decyzję o wpisaniu do planu finansowego od wszystkich Komisji Zarządzających Funduszy Promocji, do których została skierowana propozycja.	1

**Szczegółowe zestawienie zadań finansowanych lub współfinansowanych ze środków
Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego w roku 2026**

Lp	Nazwa zadania	Kategoria promowa-nych produktów	Cel ustawy	Opis	Budżet zadania [w PLN]	Wysokość wsparcia z FP [w PLN]	Nr uchwały	Uwagi	Długość trwania w latach
26	Jakość za rogiem		b	Kampania edukacyjna polegająca na połączeniu nowoczesnych i tradycyjnych kanałów komunikacji. Zadanie realizowane przez KONSORCJUM Unia producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego Federacja Branżowych Związków Producentów Rolnych	870 450,00	374 293,50	18/2025	Uchwała w zakresie zadania nr 26 wchodzi w życie w dniu, w którym zadanie uzyska promesę lub decyzję o wpisaniu do planu finansowego od wszystkich Komisji Zarządzających Funduszy Promocji, do których została skierowana propozycja.	1
					12 945 568,31	6 921 889,64			