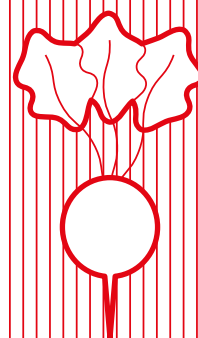
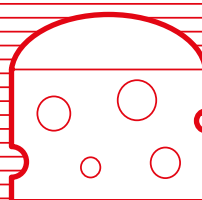
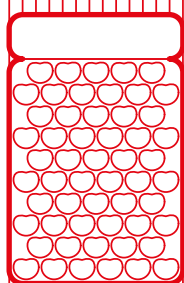
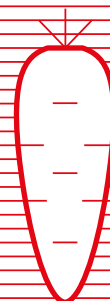
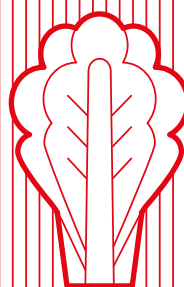
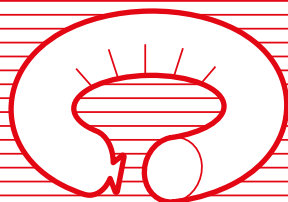
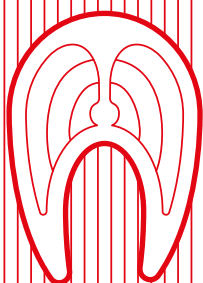
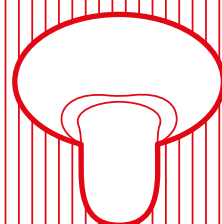
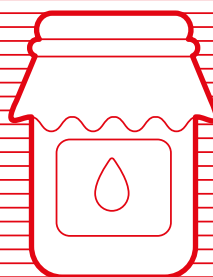
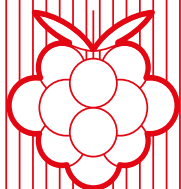




Biuletyn Informacyjny


Krajowy Ośrodek
Wsparcia Rolnictwa

TRENDY NARZĘDZIA KIERUNKI
NR 3/2025



KALENDARZ NAJBLIŻSZYCH WYDARZEŃ

21.11-21.12.2025	Bydgoski Jarmark Świąteczny	Bydgoszcz
27.11-03.12.2025	Jarmark Bożonarodzeniowy we Wrocławiu	Wrocław
29.11-23.12.2025	Białostocki Jarmark Świąteczny	Białystok
04-07.12.2025	Jarmark Bożonarodzeniowy w Gnieźnie	Gniezno
06.12.2025	Oficjalne rozpoczęcie sezonu morsowego 2025/2025	Wasilków
06.12.2025	Jarmark Bożonarodzeniowy w Poddębicach	Poddębice
06.12.2025	Podkarpacki Bazar	Rzeszów
06.12.2025	Sobotni Bazar na Bronowickiej (wydarzenie cykliczne odbywające się do dwa tygodnie, kolejne wydarzenie: 20.12.2025)	Szczecin
06-07.12.2025	Kluczborski Jarmark Bożonarodzeniowy 2025	Kluczbork
06-07.12.2025	V Jarmark Bożonarodzeniowy na terenie XII-wiecznego Opactwa Cystersów w Sulejowie	Sulejów
07.12.2025	Świątokrzyskie Święto Królika - Świątokrzyska Wystawa	Kielce
07.12.2025	Jarmark Świąteczny w Krotoszynie	Krotoszyn
12-14.12.2025	Akademicki Jarmark Bożonarodzeniowy	Bydgoszcz
13-14.12.2025	Magia Świąt w Brześciu Kujawskim	Brześć Kujawski
13.12.2025	Jarmark Bożonarodzeniowy w Łobżenicy	Łobżenica
14.12.2025	Jarmark Bożonarodzeniowy w Szreniawie	Szreniawa
18-21.12.2025	Jarmark Bożonarodzeniowy #KupujŚwiadomie	Koszalin
20.12.2025	Podkarpacki Bazar	Boguchwała
20.12.2025	Jarmark Świąteczny #KupujŚwiadomie Tomaszkowo 2025	Tomaszkowo
21.12.2025	II Chodelska Wigilia pod strzechą	Chodel
21.12.2025	Jarmark Bożonarodzeniowy w Sieradzu	Sieradz

Bądź na bieżąco



SPIIS TREŚCI

2. Słowo wstępne

Henryk Smolarz, Dyrektor Generalny
Krajowego Ośrodka Wsparcia Rolnictwa

3. Ochrona produktów regionalnych i tradycyjnych

Jan Golba

7. Pod kontrolą IJHARS – unijne systemy jakości żywności

Piotr Wojcieszek

10. Gospodarka żywnościowa – trendy, wyzwania i perspektywy

Andrzej Gantner

12. Kooperatywy spożywcze – przykład realizacji hasła #KupujŚwiadomie w praktyce

Ewa Daniluk-Piwko, Marta Rynkiewicz,
Ruta Śpiewak

15. Dobry miód, czyli jaki?

Sławomir Jarka

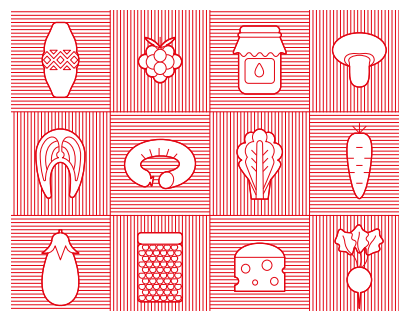
18. Młoda polska kuchnia

Paulina Nawrocka-Olejniczak

20. Festiwal Polskiej Żywności #KupujŚwiadomie – fotorelacja

24. Sytuacja na rynkach rolnych

Marzena Trajer, Ewa Bochińska, Martyn Mieczkowski,
Paulina Kafarska, Maria Włodarczyk



#KupujŚwiadomie – KOWR promuje żywność wysokiej jakości

#KupujŚwiadomie to hasło, pod którym Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa prowadzi działania zachęcające konsumentów do świadomego wyboru produktów z oznaczeniami i certyfikowanymi w ramach systemów jakości żywności, do których należą m.in.: znak PRODUKT POLSKI, logo produkcji ekologicznej UE czy Chroniona Nazwa Pochodzenia, Chronione Oznaczenie Geograficzne i Gwarantowana Tradycyjna Specjalność.

KOWR zachęca producentów do przystępowania do systemów jakości żywności oraz aktywnie wspiera lokalnych przedsiębiorców w procesie promowania ich wyrobów, aby mogli dotrzeć do szerszego kręgu odbiorców. Dzięki tym działaniom KOWR konsumenci pozyskują wiedzę o zaletach certyfikowanych produktów, które charakteryzują się wysoką jakością i często są związane z lokalnymi tradycjami oraz kulturą. W efekcie znajomość znaków i oznaczeń w polskim społeczeństwie się zwiększa, a tym samym rośnie popyt na żywność wysokiej jakości.

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

cieszę się, że postanowili Państwo zapoznać się z kolejnym numerem „Biuletynu Informacyjnego”. Tematy poruszane w tym wydaniu są nie tylko informacją o działaniach podejmowanych przez KOWR, ale także wskazują trendy panujące w polskiej gospodarce i branży rolno-spożywczej.

Aktualne wydanie koncentruje się wokół hasła #KupujŚwiadomie. Wciąż mamy w pamięci ostatnią edycję Festiwalu Polskiej Żywności #KupujŚwiadomie, podczas którego ok. 10 tysięcy odwiedzających mogło poznać prawdziwy smak rodzimej żywności wytwarzanej przez lokalnych i regionalnych producentów.

A jakie słowa tę żywność definiują najlepiej? Autentyczna, bliska natury, tradycyjna, a jednocześnie na wskroś nowoczesna, tworzona z nową energią. Zakorzeniona w tradycji kulinarnej, przekazywanej z pokolenia na pokolenie nie przez książki, ale przez smaki i zapachy. Po prostu wyjątkowa! Takie są polskie produkty wysokiej jakości, które promowaliśmy podczas Festiwalu, i do których wyboru zachęcamy w naszych działaniach.

Do napisania artykułów zaprosiliśmy również osoby, które brały udział w panelach dyskusyjnych podczas Festiwalu. Bez budowania świadomości konsumentów, nawet najlepsza żywność wysokiej jakości nie będzie zauważalna na sklepowych półkach. System edukacyjny, media i kampanie branżowe muszą przekazywać komunikat: certyfikat to konkretne korzyści dla konsumenta, środowiska i lokalnej gospodarki. To przesłanie, którym jako KOWR kierujemy się w naszych działaniach promocyjnych pod hasłem #KupujŚwiadomie.

Dużo miejsca w numerze poświęcamy unijnym systemom jakości żywności – wyjaśniamy, czym jest system rejestracji i ochrony produktów regionalnych i tradycyjnych, na czym polega produkcja ekologiczna i jak jest kontrolowana.

Zapraszam do lektury artykułu nt. trendów, wyzwań i perspektyw polskiej gospodarki żywnościowej. Dziś znaczenia nabierają małe i średnie przedsiębiorstwa przetwórcze oraz tradycyjny handel detaliczny, a krótkie łańcuchy dostaw mogą stać się strategicznym kierunkiem.

W numerze piszemy, jak hasło #KupujŚwiadomie wpisuje się w wartości i system działania kooperatyw spożywczych, dzięki którym zakupy stają się narzędziem zmiany. Członkowie kooperatyw pokazują, że oddolne inicjatywy odpowiadają na globalne wyzwania, a hasło #KupujŚwiadomie staje się praktyką dnia codziennego.

Polski miód to czysta przyroda, wielowiekowa tradycja pszczelarska i najwyższe standardy. Naturalny smak i aromat miodu to esencja polskiej kultury kulinarnej – prosty, prawdziwy i pełen wartości. Jakie są cechy dobrego miodu? Przeczytaj Państwo w naszym artykule. Z pewnością będą pomocne, by kupować ten produkt świadomie.

Autentyczność polskiej żywności sprawia, że smakuje ona wyjątkowo i zostaje w pamięci na długo. Bo w Polsce nadal gotuje się tak, jak gotowały babcie – z szacunkiem do składników i miłością do stołu jako miejsca jednoczącego domowników. O polskiej kuchni i modzie na rodzime potrawy warto mówić – polska kuchnia nie tylko wraca do łask, ona święci triumfy!

Aby atmosfera Festiwalu pozostała z nami – zapraszam do obejrzenia galerii zdjęć.

Zapraszam do zapoznania się z informacjami na temat rynku zbóż, mięsa i produktów mlecznych.

*Henryk Smolarz
Dyrektor Generalny
Krajowego Ośrodka Wsparcia Rolnictwa*

OCHRONA PRODUKTÓW REGIONALNYCH I TRADYCYJNYCH

Unikalne wyroby o wyjątkowym smaku i tradycji wytwarzania, a przy tym ochrona dziedzictwa kulinarnego i kulturowego, promocja tradycji – produkty ze znakiem Chronione Oznaczenie Geograficzne, Chroniona Nazwa Pochodzenia i Gwarantowana Tradycyjna Specjalność to nie tylko najwyższa jakość, ale także duma regionów chroniona przez prawodawstwo unijne.

Czym jest system rejestracji i ochrony produktów regionalnych i tradycyjnych?

Pierwsza myśl na powyższe pytanie brzmi, że jest to system jakości żywności. Nie można jednak na tym poprzestać, ponieważ systemy jakości żywności to złożona kwestia.

Na pewno jest to odpowiedź producentów żywności na oczekiwania współczesnych konsumentów co do jakości i bezpieczeństwa żywności. Jest to dążenie do produkcji żywności, która nie tylko smakuje wyjątkowo, ale także wyróżnia się jakością potwierdzoną przez certyfikaty i oznaczenia, które dają konsumentowi gwarancję autentyczności. Jest to również wyjście naprzeciw potrzebom i zainteresowaniom ludzi, których często cechuje zwiększona świadomość ekologiczna, troska o środowisko, bioróżnorodność i dobrostan zwierząt. To także propozycja dla tych, którzy cenią sobie takie walory żywności jak związek z regionem, tradycją i kulturą środowiska wiejskiego.

Żywność wytworzona w ramach systemów jakości żywności jest wyrazem troski o ochronę dziedzictwa kulinarnego i kulturowego, promocją tradycji i rozpowszechnianiem jej w Europie. Jest również dbałością o swoistą bioróżnorodność kulinarną i kulturową, którą chcemy zachować dla przyszłych pokoleń.

O czym informują nas, konsumentów symbole ChNP, ChOG, GTS umieszczone na opakowaniach żywności?

Dla konsumentów oznaczenia stanowią doskonałą informację marketingową na temat produktów o wysokiej wartości dodanej, dostarczając rzetelną wiedzę o pochodzeniu produktów i ich cechach oraz tradycyjnych metodach produkcji. Stanowią gwarancję, że produkty są oryginalnymi artykułami, a nie imitacjami oraz dają możliwość rozpoznania i nabycia przez zainteresowanych konsumentów produktów ze swojego regionu lub innych regionów. CHNP i CHOG podkreślają związek między jakością a miejscem pochodzenia produktów, a GTS wyróżnia ich tradycyjną metodę produkcji.

Chroniona Nazwa Pochodzenia oznacza nazwę produktu pochodzącego z określonego regionu, miejsca lub kraju. Jakość lub cechy charakterystyczne tego produktu są wynikiem oddziaływania **środowiska geograficznego**, na które składają się zarówno **czynniki naturalne, jak i ludzkie**. Chroniona Nazwa Pochodzenia odnosi się do obszaru geograficznego, na którym odbywają się **wszystkie etapy** produkcji danego wyrobu.

Chronione Oznaczenie Geograficzne oznacza nazwę produktu pochodzącego z określonego regionu, miejsca lub kraju, którego **jakość, renoma lub inne cechy charakterystyczne** są wynikiem danego **pochodzenia** geograficznego. **Chronione Oznaczenie Geograficzne** odnosi się do obszaru geograficznego, na którym odbywa się **co najmniej jeden** z etapów produkcji danego wyrobu.

Gwarantowana Tradycyjna Specjalność oznacza produkt, który posiada specyficzny charakter odróżniający go od podobnych produktów należących do tej samej kategorii oraz **udokumentowaną**, co najmniej **30-letnią tradycję** i historię jego wytwarzania. Nazwa produktu powinna być sama w sobie oryginalna albo odnosić się do oryginalnych cech produktu.

Dlaczego, z punktu widzenia każdego konsumenta, warto zwracać uwagę na te oznaczenia?

Tych powodów jest bardzo wiele, a dla każdego mogą mieć nieco inne znaczenie. Nie wzbudzę kontrowersji, wymieniając takie jak: bogactwo kulturowe, dziedzictwo kulinarne, smak tradycji, smak dzieciństwa - podróże w czasie, podróże kulinarne, wielofunkcyjny rozwój wsi, vitalność wsi, bezpieczeństwo żywnościowe, krótkie łańcuchy dostaw, różnorodność, własność intelektualna i wiele innych.

Oznaczeniom tym towarzyszy ochrona dziedzictwa kulinarnego i kulturowego, promocja tradycji i konkretnego obszaru geograficznego.

Jakie polskie produkty zarejestrowane są jako **Chroniona Nazwa Pochodzenia (ChNP)**, **Chronione Oznaczenie Geograficzne (ChOG)**, **Gwarantowana Tradycyjna Specjalność (GTS)**?

Do chwili obecnej w unijnym systemie regionalnych i tradycyjnych produktów zarejestrowano **47 polskich produktów** oraz **2 napoje spirytusowe**: Polska Wódka / Polish Vodka oraz Wódka ziołowa z Niziny Północnopodlaskiej aromatyzowana ekstraktem z trawy żubrowej / Herbal Vodka from the Northpodlasie Lowland aromatised with an extract of bison grass. Do tej pory **nie zarejestrowano żadnego wina** z Polski, ale pracujemy już nad jednym wnioskiem, a kolejnych się spodziewamy.

Jak ktoś chce sprawdzić, czy dany produkt jest wyróżniony, może skorzystać ze strony Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi lub Inspekcji Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych (IJHARS) korzystając ze ścieżek odpowiednio: co robimy/jakość żywności/produkty regionalne i tradycyjne/wykaz-producentów-chnp-chog-gts, lub co robimy/produkty tradycyjne i regionalne/wykaz-producentów-chnp-chog-gts. Jeśli jednak ktoś chce sprawdzić rejestrację chronionych nazw produktów w całej UE, to może skorzystać z systemu eAmbrosia, gdzie znajdzie rejestr nazw produktów rolnych, win i napojów spirytusowych chronionych w całej UE.

Polski katalog nazw przedstawia się następująco:



Chroniona Nazwa Pochodzenia: bryndza podhalańska, oscypek, redykałka, wiśnia nadwiślańska, podkarpacki miód spadziowy, karp zatorski, fasola wrzawska, miód z Sejneńszczyzny/Łódzkiej/Sejny/Lazdiję krašto medus (wniosek transgraniczny złożony wspólnie z Litwą), fasola „Piękny Jaś” z Doliny Dunajca/ fasola z Doliny Dunajca, miód spadziowy z Beskidu Wyspowego;



Chronione Oznaczenie Geograficzne: miód wrzosowy z Borów Dolnośląskich, rogal świętomarciński, wielkopolski ser smażony, andruty kaliskie, truskawka kaszubska lub kaszëbskô malëna, fasola korczyńska, miód kurpiowski, kielbasa lisiecka, susza sechlońska, obwarzanek krakowski, jabłko łąckie, śliwka szydlowska, chleb prądnicki, miód drahimski, jabłko grójeckie, kołacz śląski/kołacz śląski, ser koryciński swojski, jagnięcina podhalańska, cebularz lubelski, krupnioki śląskie, kielbasa biała parzona wielopolska, kielbasa piaszczańska, chosnek galicyjski, podpiwek kujawski, powidła śliwkowe z Doliny Dolnej Wisły, wędzone jabłko sechlońskie;



Gwarantowaną Tradycyjną Specjalnością mogą poszczycić się: miody pitne, ale aktualny wpis w wykazie widnieje tylko w przypadku trójniaka staropolskiego, olej rydzowy tradycyjny,

piekaczewnik, kielbasa jałowcowa staropolska, kielbasa myśliwska staropolska, kabanosy staropolskie, kielbasa krakowska sucha staropolska, twaróg wędzony.

Jakie są korzyści wynikające dla samego producenta ze stosowania ChNP, ChOG oraz GTS ?

Instrumenty te zapewniają ochronę producentów przed nieuczciwą konkurencją i pozwalają im promować swoje wyroby. To bardzo dobry sposób na budowanie przewag konkurencyjnych na wymagającym rynku żywnościowym oraz informowanie konsumenta o specyfice i unikatowości konkretnych produktów.

W przypadku rejestracji nazwy produktu jako oznaczenia geograficznego, nazwy pochodzenia lub gwarantowanej tradycyjnej specjalności gwarantuje nabywa się **wyłączne prawo do używania nazwy produktu**. To oznacza, że nikt na terenie całej Unii Europejskiej nie może bezprawnie używać w obro-

cie zarejestrowanej nazwy. Prawo do używania znaku graficznego oraz zarejestrowanej nazwy mają wyłącznie producenci, którzy pochodzą z zarejestrowanego terytorium wytwarzający produkt zgodnie ze specyfikacją na określonym obszarze geograficznym. Przyznanie oznaczenia chroni zatem producen-

tów przed nieuprawnionym wykorzystywaniem nazwy produktu i pozwala **na podkreślenie unikalności produktu**.

Od 2012 r. GTS rejestrowane są już tylko z tzw. zastrzeżeniem nazwy. Zastrzeżenie dotyczy całości nazwy, a nie jej poszczególnych elementów. **Oznacza to, że tylko produkty odpowiadające specyfikacji mogą być sprzedawane pod zarejestrowanymi nazwami** (np. trójniak staropolski, kielbasa jałowcowa staropolska).

Kolejnym argumentem jest możliwość uzyskania wyższej ceny w porównaniu z podobnymi produktami tej samej kategorii oraz możliwość skuteczniejszej promocji swoich wyrobów na rynku krajowym i zagranicznym.

Badania rynku wskazują również, że wartość dodana rozkłada się na cały łańcuch żywnościowy, przynosząc korzyści nie tylko producentom i lokalnym przetwórcom, ale również wszystkim innym uczestnikom łańcucha dystrybucji.

Czy to jest pomysł dla indywidualistów czy raczej grupa?

W przypadku ww. systemów jakości żywności bardzo istotny jest fakt, że zgodnie z przepisami unijnymi, z wnioskiem o rejestrację danej nazwy mogą ubiegać się **jedynie grupy zaangażowane**



w produkcję lub przetwarzanie danego produktu. Również po procesie rejestracji rola grup jest znacząca, ponieważ sprawują one rodzaj wewnętrznej kontroli nad prawidłowością stosowania chronionej nazwy.

Art. 32 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2024/1143 z dnia 11 kwietnia 2024 r. wymienia zadania grupy w zakresie zarządzania produktem. Są to:

- działania mające na celu poprawę funkcjonowania oznaczenia geograficznego:
 - opracowywanie, organizowanie i prowadzenie wspólnych kampanii marketingowych i reklamowych
 - prowadzenie analiz ekonomicznego, społecznego lub środowiskowego funkcjonowania, produkcji, profilu odżywczego i profilu organoleptycznego produktu
 - rozpowszechnianie informacji na temat oznaczenia geograficznego, odpowiedniego symbolu unijnego i skrótu (ChNP lub ChOG)
 - doradzanie obecnym i przyszłym producentom, szkolenie ich i rozpowszechnianie wśród nich wytycznych dotyczących najlepszych praktyk,
- zwalczanie naruszeń i podejrzewanych oszukańczych użyć,
- podejmowanie środków służących zwiększaniu wartości produktów.

Czy istnieją inne systemy jakości żywności.

Wyróżniamy unijne i krajowe systemy jakości żywności. Unijnymi systemami administruje państwo, lub jednostki, którym państwo powierzy ten obowiązek, natomiast krajowymi administrują organizacje, które wniosły do Ministra RiRW o ustanowienie takiego systemu.

Do chwili obecnej (chronologicznie) Minister uznał za krajowe siedem systemów jakości żywności, tj.:

- System jakości żywności „Jakość Tradycja”,
- Integrowana produkcja roślin (IP),

- System jakości żywności „Quality Meat Program (QMP)”,
- System Jakości Wieprzowiny (PQS),
- System Gwarantowanej Jakości Żywności (QAFP) „Kulinarne mięso wieprzowe”,
- System Gwarantowanej Jakości Żywności (QAFP) „Tusze, elementy i mięso z kurczaka, indyka”,
- System Gwarantowanej Jakości Żywności (QAFP) „Wędliny”,
- TAQ – Tradycja i Jakość.

Jakie warunki należy spełnić, aby móc wyróżnić się w ten sposób?

Aby uzyskać prawo korzystania z logo danego systemu jakości żywności, należy prowadzić produkcję zgodnie ze specyfikacją wytwarzania danego produktu. Specyfika produktu końcowego wytworzonego w ramach branżowych systemów jakości żywności uznanych za krajowe wynika ze szczegółowych obowiązków nałożonych na producentów gwarantujących jakość produktu końcowego, która w sposób znaczący przewyższa handlową jakość produktów. Systemy te obejmują obowiązujące opisy produktów, a zgodność z tymi opisami jest weryfikowana przez niezależny organ kontrolny – jednostki certyfikujące pozostające pod nadzorem Polskiego Centrum Akredytacji.

Systemy jakości żywności uznane przez państwa członkowskie muszą spełniać następujące kryteria:

- a) specyfika produktu końcowego wytworzonego w ramach takich systemów wynika ze szczegółowych obowiązków gwarantujących:
 - cechy charakterystyczne, łącznie z procesem produkcyjnym, lub
 - metod hodowlanych, uprawowych lub produkcyjnych, lub;
 - jakość produktu końcowego, która w sposób znaczący przewyższa handlową jakość produktów w zakresie zdrowia publicznego, zdrowia zwierząt i roślin, dobrostanu zwierząt i ochrony środowiska naturalnego;

- b) systemy obejmują obowiązujące opisy produktów, a zgodność z tymi opisami jest weryfikowana przez niezależny organ kontroli;
- c) systemy są otwarte dla wszystkich producentów;
- d) systemy są przejrzyste i zapewniają pełną możliwość odtworzenia historii produktów.

Jak widać, nie jest łatwo, ale przewagi konkurencyjne, jeśli zostaną dobrze wykorzystane, mogą być atrakcyjne z punktu widzenia przedsiębiorstwa.

O jaki kawalek tortu toczy się gra?

Łączną wartość sprzedaży produktów zarejestrowanych w systemie jakości żywności szacuje się w Unii Europejskiej na około 15 mld euro, co odpowiada około 2,5% wydatków na żywność w Unii Europejskiej. Badania pokazują, że produkty uczestniczące w systemie zwykle mają wyższą cenę niż produkty tej samej kategorii bez oznaczenia geograficznego. Odnotowana różnica w cenie waha się między 5 a 300%. Ponadto badania potwierdzają, że unijni konsumenci są gotowi zapłacić wyższą cenę za produkty o znanym pochodzeniu i potwierdzonej wysokiej jakości.

Czy oprócz korzyści czerpanych z rynku można liczyć na wsparcie?

Wysokojakościowa produkcja może liczyć na wsparcie w ramach Planu Strategicznego dla Wspólnej Polityki Rolnej na lata 2023–27.

Myszę przede wszystkim o interwencji I. 13.3 „Promowanie, informowanie i marketing dotyczący żywności wytwarzanej w ramach systemów jakości żywności” oraz I. 13.4 „Rozwój współpracy producentów w ramach systemów jakości żywności”. Ze środków I. 13.3 będą mogły skorzystać grupy producentów o dowolnej formie organizacyjno-prawnej, które składają się co najmniej z dwóch członków, którzy wytwarzają produkty rolne lub środki spożywcze, przeznaczone bezpośrednio lub po przetworzeniu do spożycia przez ludzi w ramach unijnych lub krajowych systemów jakości.

Interwencja realizuje cel 3 WPR, którym jest „Poprawa pozycji rolników w łańcuchu wartości”.

Celem wsparcia jest zwiększenie rozpoznawalności produktów, wytwarzanych w ramach systemów jakości na rynku oraz poinformowanie potencjalnych konsumentów o ich ponadstandardowych zaletach.

Wsparcie będzie realizowane w formie refundacji do 70% kosztów kwalifikowalnych poniesionych w związku z przeprowadzeniem operacji o charakterze informacyjno-promocyjno-marketingowej dotyczącej ww. produktów, która będzie mogła być prowadzona w okresie 2 lat.

Maksymalna możliwa do uzyskania kwota wsparcia na jedną operację wynosi 1 750 000 zł. W trakcie realizacji PS WPR 2023–2027 jeden beneficjent będzie mógł otrzymać wsparcie nie więcej niż dwa razy.



Interwencja I. 13.4 ukierunkowuje wsparcie do podmiotów działających na rzecz rozwoju współpracy producentów ramach unijnych i krajowych, które składają się z co najmniej 5 członków (w tym co najmniej 4 musi być rolnikami), którzy wytwarzają produkty rolne lub środki spożywcze, przeznaczone bezpośrednio lub po przetworzeniu do spożycia przez ludzi, w ramach unijnych lub krajowych systemów jakości systemów jakości żywności.

Interwencja realizuje cel 3 WPR, którym jest „Poprawa pozycji rolników w łańcuchu wartości”.

Celem interwencji jest wzmocnienie i rozwój współpracy w ramach systemów jakości żywności oraz rozwój produkcji i zapewnienie dostępności produktów wytwarzanych w ramach systemów jakości żywności na rynku, poprzez m.in.: zwiększenie wielkości produkcji produktów wytwarzanych w ramach danego systemu jakości żywności, lub zwiększenie wielkości sprzedaży produktów wytwarzanych w ramach danego systemu jakości żywności.

Wsparcie będzie przyznawane na okres 4 lat i obejmuje dwa obszary:

- A) zarządzanie współpracą – ryczałt dotyczący zarządzania wspólnymi działaniami w danym systemie jakości żywności (100%) oraz
- B) refundacja do 70% kosztów kwalifikowalnych wynikających z planu rozwoju współpracy w danym systemie jakości żywności, której wysokość nie może przekroczyć 200 000 zł w okresie 4 lat.

Maksymalna kwota pomocy dla beneficjenta w okresie 4 lat nie może przekroczyć kwoty 680 000 zł.

dr Jan Golba
Dyrektor Departamentu
Rolnictwa Ekologicznego i Jakości Żywności
Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi

POD KONTROLĄ IJHARS – UNIJNE SYSTEMY JAKOŚCI ŻYWNOSCI

Inspekcja Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych jest jednym z kluczowych ogniw w systemach jakości żywności. IJHARS sprawuje nadzór nad pracą jednostek certyfikujących oraz produkcją ekologiczną w kraju. Dzięki temu konsument, wybierając produkty z certyfikatem ekologicznym, ma pewność, że sięga po produkt wyprodukowany zgodnie z naturą i standardami UE. Podobnie jest w przypadku unijnego systemu oznaczeń geograficznych:

Główny Inspektor Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych podejmuje działania w przypadku wykrycia bezprawnego użycia odniesień do nazw zarejestrowanych jako Chroniona Nazwa Pochodzenia, Chronione Oznaczenie Geograficzne lub Gwarantowana Tradycyjna Specjalność w przypadku produktów niespełniających ustalonych wymogów.

PRODUKCJA EKOLOGICZNA

Rolnictwo ekologiczne i produkcja ekologiczna stanowi system produkcji rolnej i produkcji żywności oparty na zasadach zrównoważonego rozwoju oraz dążeniu do minimalizacji negatywnego wpływu na środowisko naturalne. Kluczowe znaczenie w tym podejściu ma racjonalne gospodarowanie energią i zasobami naturalnymi, ochrona bioróżnorodności, zapewnienie zdrowia i dobrostanu zwierząt, poprawa żyzności gleb, a także utrzymanie wysokiej jakości wód.

Rolnictwo ekologiczne cechuje się całkowitą rezygnacją ze stosowania syntetycznych nawozów, pestycydów, innych środków chemicznych oraz organizmów genetycznie modyfikowanych (GMO). W celu ochrony roślin przed szkodnikami i chorobami producenci ekologiczni wykorzystują metody naturalne, takie jak dobór odpornych odmian roślin czy płodozmian. Zamiast nawozów sztucznych stosuje się kompost, obornik oraz nawozy zielone. Produkcja ekologiczna nie tylko dostarcza żywność, lecz także przyczynia się do ochrony środowiska, poprawy dobrostanu zwierząt oraz wspierania rozwoju obszarów wiejskich.

Produkcja ekologiczna jest uregulowana na poziomie UE, a podstawowym aktem prawnym w tym zakresie jest Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2018/848 z dnia 30 maja 2018 r. w sprawie produkcji ekologicznej i znakowania produktów ekologicznych i uchylające rozporządzenie Rady (WE) nr 834/2007. W Polsce obowiązuje także ustawa z dnia 23 czerwca 2022 r. o rolnictwie ekologicznym i produkcji ekologicznej.

Przepisy Unii Europejskiej określają zasady prowadzenia produkcji ekologicznej, regulują kwestie certyfikacji oraz stosowania oznaczeń odnoszących się do rolnictwa ekologicznego w znakowaniu produktów i materiałach promocyjnych. Kluczowym elementem gwarantującym zgodność żywności wytwarzanej w systemie produkcji ekologicznej z obowiązującymi przepisami jest system kontroli. Każdy producent ekologiczny podlega kontroli urzędowej przynajmniej raz w roku.

KONTROLE PRODUCENTÓW I JEDNOSTEK CERTYFIKUJĄCYCH

Producenci ekologiczni objęci są systemem kontroli, którego celem jest zapewnienie prawidłowego stosowania zasad produkcji ekologicznej jeszcze przed wprowadzeniem produktów na rynek. Rolnictwo ekologiczne nie ogranicza się wyłącznie do produkcji rolnej – obejmuje również przetwórstwo, dystrybucję oraz handel detaliczny, które również podlegają nadzorowi. W Polsce kontrole u producentów ekologicznych przeprowadzają upoważnione jednostki certyfikujące, działające na podstawie upoważnienia Głównego Inspektora Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych do prowadzenia kontroli urzędowych oraz wydawania certyfikatów. Główny Inspektor sprawuje ponadto nadzór nad działalnością tych jednostek oraz nad całym systemem produkcji ekologicznej.

Ważne: Wszyscy producenci żywności zobowiązani są do przestrzegania ogólnych przepisów prawa żywnościowego, w tym regulacji dotyczących etykietowania. W przypadku niektórych

kategorii produktów mogą obowiązywać dodatkowe wymogi, takie jak bardziej szczegółowe informacje na etykietach. Produkty ekologiczne podlegają certyfikacji i muszą być oznakowane specjalnym logo potwierdzającym ich pochodzenie z rolnictwa ekologicznego – charakterystycznym białym listkiem na zielonym tle.



System kontroli rolnictwa ekologicznego podlega nadzorowi Głównego Inspektora Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych. W ramach tego nadzoru przepisy przewidują coroczne audyty jednostek certyfikujących, mające na celu weryfikację prawidłowości ich działania. Dodatkowo działalność tych jednostek jest monitorowana poprzez kontrole sprawdzające przeprowadzane u producentów ekologicznych. Głównym celem tych kontroli jest ocena, czy jednostka certyfikująca przeprowadziła kontrolę producenta zgodnie z obowiązującymi standardami, zachowując rzetelność, bezstronność oraz prawidłowość procedur.

Ponadto Główny Inspektor sprawuje nadzór nad rynkiem artykułów rolno-spożywczych i podejmuje odpowiednie działania w przypadku wykrycia nieuprawnionego używania oznaczeń związanych z produkcją ekologiczną na produktach, które nie spełniają wymogów rolnictwa ekologicznego.

Logo rolnictwa ekologicznego oraz wszelkie określenia odnoszące się do ekologicznej metody produkcji, takie jak organic, bio, eko czy ekologiczny, mogą być stosowane wyłącznie przez producentów legitymujących się odpowiednim certyfikatem.

Ze względu na fakt, że niektóre produkty ekologiczne poszukiwane przez konsumentów nie są dostępne lub nie są wytwarzane w wystarczających ilościach na terenie Unii Europejskiej, przepisy UE dopuszczają ich import z państw trzecich. Produkty ekologiczne importowane na terytorium Polski podlegają kontroli organów Inspekcji Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych, które weryfikują ich zgodność z obowiązującymi przepisami.

ROLNICTWO EKOLOGICZNE W LICZBACH

W Polsce według stanu na koniec 2024 r. działalność prowadziło 24 793 producentów ekologicznych, w tym 23 155 producentów rolnych i 1 227 producentów zajmujących się przygotowaniem produktów ekologicznym (tj. przetwórstwem, pakowaniem, konfekcjonowaniem itp.). Powierzchnia ekologicznych użytków rolnych (w okresie konwersji i po zakończeniu okresu konwersji) wyniosła w 2024 r. 691 tys. ha.

CERTYFIKATY I WYKAZ PRODUCENTÓW EKOLOGICZNYCH

Dane o producentach ekologicznych i produkcji ekologicznej są dostępne dla wszystkich zainteresowanych (producentów, konsumentów). Wykaz producentów ekologicznych jest publikowany na stronie Inspekcji Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych wraz z szeregiem innych informacji:

<https://www.gov.pl/web/ijhars/rolnictwo-ekologiczne>

Od 2023 r. wszystkie certyfikaty są wydawane przez jednostki certyfikujące w unijnym systemie TRACES i dostępne w wersji elektronicznej 24 godz. na dobę:

<https://webgate.ec.europa.eu/tracesnt/directory/publication/organic-operator/index>

OZNACZENIA GEOGRAFICZNE I GWARANTOWANE TRADYCYJNIE SPECJALNOŚCI

Za pomocą unijnych systemów jakości Unia Europejska chroni ponad 3 tys. nazw konkretnych produktów – produktów rolnych i środków spożywczych oraz win i napojów spirytusowych. Te systemy ochrony jakości to: chroniona nazwa pochodzenia (ChNP), chronione oznaczenie geograficzne (ChOG) oraz gwarantowana tradycyjna specjalność (GTS), a także oznaczenie geograficzne napojów spirytusowych (OG).

Celem tego systemu jest ochrona nazw produktów o charakterystycznych cechach wynikających z unikalnych uwarunkowań kulturowych, tradycyjnych, historycznych, społecznych oraz przyrodniczych danego regionu. Oznaczenia te potwierdzają autentyczność produktów i stanowią gwarancję ich jakości.

Od 2007 r. Komisja Europejska zarejestrowała 47 polskich nazw produktów rolnych i środków spożywczych jako chronione nazwy pochodzenia (ChNP), chronione oznaczenia geograficzne (ChOG) lub gwarantowane tradycyjne specjalności (GTS) oraz 2 polskie nazwy napojów spirytusowych.

CHRONIONA NAZWA POCHODZENIA (CHNP)



Chroniona Nazwa Pochodzenia (ChNP) odnosi się do nazwy regionu, określonego miejsca, a w wyjątkowych przypadkach – kraju, używanej do opisu produktu spożywczego, produktu rolnego lub wina, którego jakość lub cechy charakterystyczne wynikają głównie lub wyłącznie z unikalnych uwarunkowań geograficznych, obejmujących zarówno czynniki naturalne, jak i ludzkie. Wymogiem objęcia produktu oznaczeniem ChNP jest to, aby cały proces technologiczny – produkcja, przetwarzanie oraz przygotowanie – odbywał się w obrębie danego obszaru geograficznego.

CHRONIONE OZNACZENIE GEOGRAFICZNE (CHOG)



Chronione Oznaczenie Geograficzne (ChOG) odnosi się do nazwy regionu, określonego miejsca, a w wyjątkowych przypadkach – kraju, wykorzystywanej do opisu produktu spożywczego, produktu rolnego lub wina pochodzącego z danego obszaru. Produkt taki charakteryzuje się szczególną jakością, reputacją, uznaniem lub innymi właściwościami, które można przypisać jego pochodzeniu geograficznemu. W przeciwieństwie do oznaczenia ChNP, w przypadku ChOG wystarczy, aby co najmniej jeden z etapów – produkcja, przetwarzanie lub przygotowanie – miał miejsce na danym obszarze geograficznym.

GWARANTOWANA TRADYCYJNA SPECJALNOŚĆ (GTS)



Gwarantowana Tradycyjna Specjalność (GTS) to oznaczenie przyznawane produktom rolnym lub środkom spożywczym, których skład, sposób produkcji lub metody przetwarzania odpowiadają tradycyjnej praktyce związanej z danym produktem albo które zostały wytworzone z tradycyjnie stosowanych surowców lub składników. W odróżnieniu od ChNP i ChOG, produkty objęte oznaczeniem GTS mogą być wytwarzane w dowolnym miejscu, pod warunkiem spełnienia wymogów określonych w specyfikacji. Nazwa produktu ubiegającego się o wpis do rejestru GTS musi być tradycyjnie stosowana w odniesieniu do danego produktu lub wskazywać na jego tradycyjny albo specyficzny charakter. Specyficzny charakter odnosi się do szczególnych cech lub właściwości procesu produkcji, które wyraźnie odróżniają dany produkt od innych produktów z tej samej kategorii. Z kolei tradycyjny oznacza udokumentowane stosowanie danego produktu lub jego nazwy na rynku krajowym przez okres umożliwiający przekaz międzypokoleniowy, wynoszący co najmniej 30 lat.

System ochrony produktów ChNP, ChOG, GTS regulowany jest na poziomie przepisów Unijnych oraz krajowych. Podstawowym aktem prawnym na poziomie UE w tym zakresie jest Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2024/1143 z dnia 11 kwietnia 2024 r. w sprawie oznaczeń geograficznych w odniesieniu do wina, napojów spirytusowych i produktów rolnych oraz gwarantowanych tradycyjnych specjalności i określeń jakościowych stosowanych fakultatywnie w odniesieniu do produktów rolnych, zmieniające rozporządzenia (UE) nr 1308/2013, (UE) 2019/787 i (UE) 2019/1753 oraz uchylające rozporządzenie (UE) nr 1151/2012, a w Polsce ustawa z dnia 9 marca 2023 r. o rejestracji i ochronie nazw pochodzenia, oznaczeń geograficznych oraz gwarantowanych tradycyjnych specjalności produktów rolnych i środków spożywczych, win lub napojów spirytusowych oraz o produktach tradycyjnych.

Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi oraz Główny Inspektor Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych są odpowiedzialni za wdrażanie i nadzorowanie przepisów dotyczących oznaczeń geograficznych oraz gwarantowanych tradycyjnych specjalności. Aby produkt mógł zostać objęty oznaczeniem Chronionej Nazwy Pochodzenia (ChNP), Chronionego Oznaczenia Geograficznego (ChOG) lub Gwarantowanej Tradycyjnej Specjalności (GTS), konieczne jest opracowanie szczegółowej specyfikacji. Dokument ten musi jednoznacznie wyróżniać dany produkt spośród innych oraz potwierdzać jego specyficzne cechy. Specyfikacja ta stanowi podstawę do rejestracji w systemie unijnym. Wniosek o rejestrację może zostać złożony wyłącznie przez grupę producentów. Nazwy zarejestrowane jako Chroniona Nazwa Pochodzenia (ChNP), Chronione Oznaczenie Geograficzne (ChOG) oraz Gwarantowana Tradycyjna Specjalność (GTS) mogą być stosowane wyłącznie wobec produktów spełniających wymagania określone w odpowiedniej specyfikacji. Główny Inspektor Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych sprawuje nadzór nad rynkiem artykułów rolno-spożywczych i podejmuje działania w przypadku wykrycia bezprawnego użycia odniesień do nazw zarejestrowanych w systemie ChNP, ChOG lub GTS w przypadku produktów niespełniających ustalonych wymogów.

POLSKIE PRODUKTY Z CERTYFIKATAMI W LICZBACH

Produkty ze znakiem Chronione Oznaczenie Geograficzne wytwarza w Polsce 394 producentów, Chroniona Nazwa Pochodzenia – 54, a Gwarantowana Tradycyjna Specjalność – 13 (dane z września 2025 r.).

W Polsce najwięcej jest producentów jabłek grójeckich ChOG (210) i rogalí świętomarcińskich ChOG (92). Na kolejnym miejscu plasują się wytwórcy oscypka ChNP (35).

CERTYFIKATY I WYKAZ PRODUCENTÓW

Wykaz producentów produktów zarejestrowanych jako ChNP, ChOG GTS i informacje dotyczące ważności świadectw jakości i certyfikatów zgodności jest publikowany na stronie Inspekcji Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych.

<https://www.gov.pl/web/ijhars/produkty-tradycyjne-i-regionalne>

Informacje o unijnych produktach ChNP, ChOG, GTS i ich specyfikacjach są dostępne na platformie eAmbrosia

<https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/geographical-indications-register/>

Szczegółowe informacje dotyczące oznaczeń geograficznych są także dostępne na stronie MRiRW

<https://www.gov.pl/web/rolnictwo/produkty-regionalne-i-tradycyjne1>

Piotr Wojcieszek
Główny Inspektorat Jakości Handlowej
Artykułów Rolno-Spożywczych
Biuro Rolnictwa Ekologicznego i Produktów Regionalnych

GOSPODARKA ŻYWNOŚCIOWA — TRENDY, WYZWANIA I PERSPEKTYWY

Polska gospodarka żywnościowa stoi dziś przed historyczną szansą. Globalne zawirowania i rosnąca świadomość konsumentów tworzą przestrzeń, w której małe i średnie przedsiębiorstwa przetwórcze oraz tradycyjny handel detaliczny mogą odegrać decydującą rolę.

Aby skorzystać z tej szansy, potrzebujemy praktycznych działań łączących certyfikację jakości, skracanie łańcuchów dostaw, wsparcie infrastrukturalne i edukację zarówno producentów, jak i konsumentów. Nie można jednak zapominać, że kluczem do rynku oprócz wymienionych powyżej działań jest utrzymanie konkurencyjności rolnictwa i przetwórstwa nie tylko poprzez inwestycje, ale również poprzez redukcję biurokratycznych obciążeń i nadregulacji.

ROLA CERTYFIKATÓW I OZNACZEŃ JAKOŚCI

Certyfikaty i oznaczenia geograficzne to podstawowe narzędzie budowania zaufania konsumenta. Muszą one być jasne, wiarygodne i powiązane z realnymi korzyściami dla nabywcy. System certyfikacji powinien być prostszy dla małych producentów, ale nie mniej rygorystyczny w zakresie bezpieczeństwa żywności. W praktyce oznacza to uproszczenie procedur administracyjnych, które nie obniżają standardów, lecz ograniczają bariery wejścia. Jednocześnie konieczna jest aktywna promocja znaczenia tych znaków, tak aby świadomy konsument mógł szybko rozpoznać jakość, autentyczność i pochodzenie produktu.

KRÓTKIE ŁAŃCUCHY DOSTAW JAKO STRATEGICZNY KIERUNEK

Model krótkich łańcuchów dostaw daje korzyści producentom i konsumentom: wyższą świeżość produktów, przejrzystość pochodzenia i większy udział rolnika i przetwórcy w wartości dodanej. Aby ten model działał masowo, potrzebne są lokalne spółdzielcze rynki hurtowe zbudowane na wzór giełd holenderskich, które działają na rzecz i w imieniu swoich akcjonariuszy, czyli rolników. Nie mogą być to jednak tylko miejsca handlu, ale muszą być to nowoczesne centra logistyczne, z zapleczem

magazynowo-przechowalniczym i sprzedażowym, które będą operowały strumieniami jednolitych jakościowo surowców rolnych, łącząc w ten sposób specyficzną dla Polski rozdrobnioną produkcję rolną z polskim i zagranicznym rynkiem, w tym dając bezpośredni dostęp do detalicznego handlu tradycyjnego ale również i nowoczesnego, oraz przetwórców bez udziału pośredników. Zaoszczędzone w ten sposób koszty powinny przełożyć się na zwiększenie marż rolników. Wsparcie finansowe i doradcze dla tworzenia takich spółdzielczych hubów logistycznych powinno być priorytetem polityki rolnej i rozwoju regionalnego.

WSPARCIE DLA MAŁYCH I ŚREDNICH PRZETWÓRCÓW

Małe i średnie przedsiębiorstwa przetwórcze, w tym rolnicy działający w ramach rolniczego handlu detalicznego wymagają dostępu do wiedzy i zasobów. Kluczowe działania to programy szkoleniowe z zakresu zarządzania jakością, marketingu, e-commerce, logistyki i sprzedaży bezpośredniej. Potrzebne są także instrumenty finansowe dostosowane do specyfiki sektora: mikrogranty na modernizację linii produkcyjnych, preferencyjne kredyty na inwestycje w chłodziwo i opakowania oraz dotacje na uzyskanie certyfikatów jakości. Kooperacja między producentami poprzez spółdzielcze rynki rolne lub klastry umożliwi skonsolidowanie podaży, lepsze negocjacje z dostawcami i dostęp do nowych kanałów dystrybucji.

TRADYCYJNY HANDEL DETALICZNY JAKO PARTNER DLA ROLNIKA I PRZETWÓRCY

Lokalne sklepy są naturalnym kanałem dystrybucji dla produktów regionalnych i certyfikowanych. Wsparcie tych punktów sprzedaży musi obejmować cyfryzację, szkolenia pracowników w zakresie komunikacji wartości produktu i programy wspólnej

promocji z lokalnymi producentami. Instrumenty fiskalne i regulacyjne powinny uwzględniać specyfikę małych sklepów, np. poprzez ulgi podatkowe, wsparcie w modernizacji infrastruktury sprzedażowej oraz ułatwienia w dostępie do lokalnych zamówień instytucjonalnych. Programy lojalnościowe i kampanie, takie jak realizowane przez Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa działania pod hasłem #KupujŚwiadomie, mogą przekierować część ruchu zakupowego z dużych sieci do lokalnych punktów, jeśli będą połączone z rzetelną informacją o produkcie i nowoczesną promocją, np. poprzez kampanie w social mediach dopasowane do potrzeb lokalnych społeczności. Model, w którym tradycyjne polskie sklepy są wyłącznie miniaturą wielkich dyskontów, powinien zostać zmieniony na wzór włoskiego handlu, w którym lokalne sklepy wyróżniają się asortymentem opartym na tradycyjnych i lokalnych produktach. Ich marketing oparty jest na miejscowych tradycjach kulinarnych.

EDUKACJA KONSUMENTÓW I KOMUNIKACJA WARTOŚCI

Bez budowania świadomości zakupowej nawet najlepsze certyfikaty pozostaną niewykorzystane. System edukacyjny, media i kampanie branżowe muszą przekazywać prosty komunikat: certyfikat oznacza konkretne korzyści dla konsumenta, środowiska i lokalnej gospodarki. Informacja na etykiecie powinna być przejrzysta i zrozumiała. Lokalne degustacje, dni otwarte gospodarstw, programy w szkołach i współpraca z blogerami kulinarnymi skutecznie przybliżają konsumentom historię produktu i ludzi, którzy go wytwarzają. Produkty lokalne i tradycyjne nie mogą być anonimowe w głowach konsumentów. W dzisiejszych czasach nie wystarczy powiedzieć, że mamy najlepszą żywność. Słowo najlepszy musi być zbiorem korzyści, które zaspokoją potrzeby konsumenta zarówno te materialne jak i niematerialne. Nowoczesne programy promocyjne nie mogą skupiać się tylko na odtworczym komunikowaniu jakości czy danego znaku, ale generować potrzeby konsumenta i na nie odpowiadać.

RAMY PRAWNE I SANITARNE PRZYJAZNE MAŁYM PRODUCENTOM

Bezpieczeństwo produktu żywnościowego jest warunkiem bezwzględny do istnienia produktów na rynku. Każdy błąd w tym zakresie może zniszczyć wizerunek każdego produktu i każdego producenta. Standardy bezpieczeństwa żywności muszą być bezwzględnie zachowane, lecz procedury administracyjne można zreformować tak, by nie blokowały rozwoju najmniejszych podmiotów. Systemy powinny być dopasowane do specyfiki i skali produkcji poprzez stosowanie stopniowanych wymogów, gdzie skala produkcji determinuje zakres kontroli i dokumentacji. Dodatkowo warto wzmacniać lokalne punkty doradcze np. w ODR i mobilne laboratoria, które pomogą producentom spełniać normy bez konieczności angażowania kosztownych usług zewnętrznych.

INTEGRACJA E-COMMERCE I TRADYCYJNYCH KANAŁÓW

Rozwój sprzedaży cyfrowej nie wyklucza roli tradycyjnego handlu. Partnerskie rozwiązania omnichannelowe, w których lokalny sklep działa jako punkt odbioru zamówień online od lokalnych producentów, łączą wygodę konsumenta z korzyściami dla lokalnej gospodarki. Wsparcie technologiczne w postaci platform współdzielonych, prostych systemów zamówień i logistyki last mile powinno być dostępne dla małych przedsiębiorstw na korzystnych zasadach.

WNIOSKI I REKOMENDACJE

Rozwój polskiej gospodarki żywnościowej wymaga równoległych działań: uproszczenia procedur certyfikacyjnych, inwestycji w lokalną infrastrukturę logistyczną, programów wsparcia dla MŚP przetwórczych, wzmocnienia roli tradycyjnego handlu detalicznego oraz szerokiej edukacji konsumentów. Patriotyzm konsumencki jest realnym kapitałem społeczno-gospodarczym, który warto przekształcić w mierzalne korzyści dla rolnictwa, przetwórstwa i tradycyjnego handlu. Inwestując w krótkie łańcuchy dostaw, certyfikację i lokalne centra sprzedaży i dystrybucji, obniżając koszty przez likwidację biurokratycznych barier i nad regulacji, możemy zbudować odporność polskiej gospodarki żywnościowej na globalne zawirowania i zapewnić bezpieczeństwo żywnościowe naszego kraju.

dr inż. Andrzej Gantner
Wiceprezes, Dyrektor Generalny
Polska Federacja Producentów
Żywności Związek Pracodawców

KOOPERATYWY SPOŻYWCZE – PRZYKŁAD REALIZACJI HASŁA #KUPUJŚWIADOMIE W PRAKTYCE

Świadome wybory konsumenckie to w dzisiejszych czasach konieczność, a hasło #KupujŚwiadomie doskonale wpisuje się w wartości kooperatyw spożywczych. W tej formie organizacji zakupy stają się narzędziem zmiany społecznej – wzmacniają lokalne gospodarki, rolnictwo przyjazne środowisku i solidarność międzyludzką.

Kryzys klimatyczny, rosnące koszty życia oraz globalne zaburzenia łańcuchów dostaw dowodzą, jak kruche jest nasze bezpieczeństwo żywnościowe. W takich realiach hasło #KupujŚwiadomie nabiera szczególnego znaczenia. Okazuje się, że decyzje zakupowe nie są neutralne – za każdym jabłkiem, kromką chleba czy butelką mleka kryją się konkretne historie, relacje społeczne i skutki dla środowiska.

Jednym z przykładów świadomego podejścia do jedzenia są **kooperatywy spożywcze** – wspólnoty osób, które decydują się razem troszczyć o dostęp do dobrej żywności, wspierać lokalnych rolników i producentów oraz budować alternatywę wobec supermarketów.

W kooperatywie spotykają się ludzie, którzy łączą siły, żeby wspólnie kupować żywność. Nie są to jednak zwykłe zakupy, z jakimi mamy do czynienia w sieciach marketów. Kooperatywa działa przede wszystkim w oparciu o zasady **współodpowiedzialności, demokracji i solidarności**. Każda z członkini ek ma prawo głosu i wpływu na decyzje, a obowiązki i korzyści są dzielone sprawiedliwie. W Polsce działa obecnie ponad dwadzieścia aktywnych kooperatyw, a kolejne powstają. Ich liczebność bywa różna – od kilku osób, które zamawiają warzywa z pobliskiego gospodarstwa, po kilkusetosobowe wspólnoty z własnymi sklepami i magazynami. Łączy je **wspólna misja**: zapewnić sobie i swoim społecznościom dostęp do lokalnej, sezonowej i ekologicznej żywności, której produkcja odbywa się z poszanowaniem środowiska i pracy ludzi.

Wielu konsumentów czuje dzisiaj frustrację. W marketach wybór produktów jest ogromny, ale ich jakość i pochodzenie mogą budzić wątpliwości kupującego. Przeważa tzw. żywność

anonimowa, produkowana pod marką własną sklepu, bez oznaczenia miejsca wyprodukowania, transportowana tysiące kilometrów, o nieprzejrystym łańcuchu dostaw. W tej sytuacji relacja między producentem, producentką a konsumentem, konsumentką praktycznie nie istnieje. Żywność anonimowa, synonim żywności przemysłowej, jest nie tylko problematyczna dla samych konsumentów, którzy tak naprawdę nie mają możliwości weryfikacji jakości produktu i nierzadko spożywają niepełnowartościowe warzywa i owoce, ale także dla środowiska i społeczeństwa. Mniejsze gospodarstwa rolne upadają, nie wytrzymując konkurencji z rolnictwem przemysłowym, a zanik więzi z wytwórcą czy wytwórczynią prowadzi do zaniku szacunku do żywności, której na rynku jest nadmiar.

Zjazd Sieci Kooperatyw Spożywczych w Ekologicznym Uniwersytecie Ludowym w Grzybowie, wrzesień 2025



Kooperatywy spożywcze odwracają tę logikę. Dzięki nim rolnicy i rolniczki mają gwarancję uczciwej zapłaty i stabilnych odbiorów oraz poczucie docenienia ich pracy. Członkowie i członkinie kooperatyw zyskują dostęp do zdrowej, świeżej i lokalnej żywności w rozsądnych cenach. Społeczności lokalne budują więzi i kapitał społeczny – wspólne działania wzmacniają zaufanie i solidarność. Na krótkich łańcuchach dostaw, mniejszym transporcie i wspieraniu rolnictwa ekologicznego korzysta środowisko naturalne. W praktyce oznacza to, że **każdy zakup w kooperatywie jest jednocześnie decyzją społeczną i ekologiczną.** To wybór jakości ponad ilość, wspólnoty ponad anonimowość i długofalowej odpowiedzialności ponad krótkotrwały zysk.

Pierwsze polskie kooperatywy zaczęły powstawać około roku 2010, jednak ich korzenie sięgają drugiej połowy XIX wieku, kiedy to rodził się ruch spółdzielczy. Idee samopomocy i samokształcenia, leżące u podstaw tamtego ruchu, są nadal obecne. Krajowe kooperatywy wpisują się w szerszy europejski trend. W Hiszpanii popularne są koop-sklepy, takie jak "Som Alimentació", w Paryżu "La Louve" działa w oparciu o kilkutysięczne członkostwo, a w Niemczech istnieją liczne wspólnoty rolno-konsumenckie.

Warto wiedzieć, że model kooperatywy można dostosować do różnych warunków – od dużych miast po mniejsze miejscowości.

Potencjał kooperatyw jest ogromny, jednak ruch ten mierzy się z wieloma trudnościami. Brakuje jasnych ram prawnych – w polskim prawie nie ma kategorii, która wprost obejmowałaby kooperatywy spożywcze, co utrudnia im funkcjonowanie. Podobnie, jak brak zasobów finansowych i ograniczony dostęp do grantów, które łatwiej zdobywają formalne organizacje pozarządowe czy firmy. Liderzy i liderki często borykają się z wypaleniem – ich działalność opiera się na społecznej pracy kilku najbardziej zaangażowanych osób. Za niska jest również rozpo-

znawalność samych kooperatyw. Wiele osób nie ma świadomości, czym są kooperatywy i jakie płyną z nich korzyści. Wsparcie instytucjonalne, partnerska współpraca z samorządami, ośrodkami doradztwa rolniczego czy organizacjami branżowymi mogłyby znacząco przyspieszyć rozwój tego ruchu. **Nadzieję na rozwój kooperatyw przynosi powstała w 2025 roku Sieć Kooperatyw Spożywczych, która działając jako federacja stowarzyszonych kooperatyw, ma na celu wzmacnianie i rozwijanie sieci kooperatyw spożywczych w Polsce,** m.in. poprzez wsparcie edukacyjne, organizacyjne i rzecznicze.

Dla kolejnej generacji konsumentów zakupy w kooperatywie stają się również manifestem, wyrazem troski o planetę, o sprawiedliwość społeczną i o zdrowie. Coraz młodsze pokolenia zwracają uwagę na pochodzenie jedzenia i jego jakość. Kooperatywy stwarzają więc przestrzeń, w której spotykają się różne osoby i doświadczenia. Starsi dzielą się wiedzą o uprawie i przetwórstwie, a młodszy wnoszą nowe narzędzia komunikacji i świeżą energię. Ta **międzypokoleniowa wymiana** może stać się jednym z największych atutów ruchu, pozwalając mu nie tylko przetrwać, ale i rozwijać się w kolejnych dekadach.

Ogromną rolę w tym procesie odgrywa **edukacja.** Warsztaty kulinarne, zajęcia dla szkół, wydarzenia w gospodarstwach czy miejskich ogrodach sprawiają, że ludzie odkrywają żywność na nowo. Przestaje być kupowanym w pośpiechu towarem, stając się wartością ze swoją historią. Dzięki upowszechnianiu tej wiedzy kooperatywy spożywcze mogą budować **trwałą zmianę postaw społecznych**, pokazując, że świadome wybory żywieniowe są możliwe dla każdego.

Jeśli chcemy, żeby kooperatywy na stałe zagościły w polskim krajobrazie społecznym i gospodarczym, **potrzebna jest współpraca ze strony instytucji publicznych.** Dzięki temu

Paczkowanie produktów w kooperatywie Beskidzka Paczka w Bielsku-Białej



Miejski Ogród Słoneczny – farma miejska współpracująca z kooperatywą



kooperatywy spożywcze mogłyby stać się pełnoprawnym elementem systemu żywnościowego, a nie jedynie niszową alternatywą.

Dotychczasowe działanie kooperatyw pokazuje, że można inaczej, że oddolne inicjatywy odpowiadają na globalne wyzwania, a hasło **#KupujŚwiadomie** staje się praktyką dnia codziennego. Kupując w kooperatywie, wspieramy lokalnych rolników, dbamy o środowisko, wzmacniamy wspólnoty i inwestujemy w zdrowie nasze i przyszłych pokoleń. To nie tylko zakupy - to świadomy wybór wartości, które naprawdę mają znaczenie. Więcej informacji o kooperatywach spożywczych:

<https://siec-kooperatyw.pl>

Działania Stowarzyszenia Sieć Kooperatyw Spożywczych są **realizowane przy wsparciu Fundacji im. Roberta Boscha**.

Ewa Daniluk-Piwko, Gliwicka Kooperatywa Spożywcza Tomata
Marta Rynkiewicz, Sieć Kooperatyw Spożywczych
Ruta Śpiewak, Sieć Kooperatyw Spożywczych

Zdjęcia: Anel Ramić, Sieć Kooperatyw Spożywczych

Aleksandra Leszczyńska

Kraków, Kooperatywa Wawelska

Dołączyłam do kooperatywy, ponieważ chcę, aby jak największa część pieniędzy, które wydaję na jedzenie, trafiała do rolników. Niestety, nie tak działa system dystrybucji żywności w naszym kraju, gdzie rynek zdominowały sieci franczyzowe i duże markety. Szczególnie zależy mi na wsparciu małych gospodarstw rolnych – bez nich do reszty stracimy tradycyjny wiejski krajobraz, który jest mi bliski. Poza tym w kooperatywie można poznać ciekawych, społecznie aktywnych ludzi.

Dziwi mnie, że w Polsce działa tak niewiele kooperatyw spożywczych. Moim zdaniem to bardzo słuszną ideą, która może trafić do wielu osób, którym zależy na zdrowym i smacznym jedzeniu. Mam nadzieję, że działania edukacyjne Sieci Kooperatyw Spożywczych sprawią, że więcej Polek i Polaków dowie się, że można robić zakupy w taki sposób i dołączyć do istniejących kooperatyw lub założyć nowe. A dzięki temu małym producentom wysokiej jakości żywności będzie łatwiej przetrwać. Poza tym na dotychczasowych zjazdach Sieci okazywało się, że wiele kooperatyw boryka się z podobnymi problemami i wyzwaniami. Super mieć możliwość przegadać te tematy w szerszym gronie.

Monika Michalska

Lublin, Kooperatywa Naturalnie

Jestem w kooperatywie, bo chcę mieć dostęp do zdrowej, lokalnej żywności, ale równie ważne jest dla mnie to, że mogę być

częścią wspólnoty. Spotykam tu ludzi, którzy myślą podobnie – cenią uczciwość, troskę o innych i o środowisko. Wspieramy się nawzajem, dzielimy obowiązkami, pomagamy sobie, gdy ktoś nie może przyjechać po zamówienie albo ma za dużo na głowie. Kooperatywa to coś więcej niż zakupy – to relacje, rozmowy, wspólne działania i poczucie, że razem możemy stworzyć lepszy, bardziej sprawiedliwy system. Dużo się tu uczy – o sezonowości, zero waste, fermentacji, świadomym odżywianiu. To miejsce, które naprawdę wspiera zrównoważony rozwój – w praktyce, nie tylko w teorii. Dzięki niej mogę żyć bliżej swoich wartości i realnie wpływać na otoczenie – to świadomy wybór wartości, które naprawdę mają znaczenie.

Działania Sieci Kooperatyw Spożywczych są dla mnie ważne, ponieważ pokazują, że działamy jako część większego ruchu. Dzięki Sieci możemy wymieniać się spostrzeżeniami z innymi kooperatywami, które dzielą nasze wartości. Wzajemnie się wspieramy i razem pokonujemy wyzwania. Mamy większą siłę, by edukować, promować zdrową, lokalną żywność oraz szerzyć ideę kooperatywizmu. Cenne jest dla mnie to, że Sieć łączy różnorodne inicjatywy i nie narzuca jednego modelu działania – każda kooperatywa może zachować swój indywidualny charakter i dostosowywać formy pracy do lokalnych potrzeb. Lubelska Kooperatywa Naturalnie korzysta z doświadczeń innych kooperatyw dzięki spotkaniom i zjazdom organizowanym w ramach Sieci, co realnie wspiera nasz rozwój. Sieć wspiera nas także w kontaktach z samorządem i innymi instytucjami. Tworzy bogatą bazę kontaktów, która ułatwia współpracę i rozwój naszej kooperatywy.

Ewa Daniluk-Piwko

Gliwice, Kooperatywa spożywcza Tomata

W kooperatywie najbardziej doceniam różnorodność działań, które nas łączą. Przede wszystkim to dla małych, lokalnych rolników i przedsiębiorców. Szanujemy pracę, jaką włożyli w wyprodukowanie dóbr, które potem trafiają do naszych domów. Płacimy im, a nie pośrednikom. Poznajemy ich osobiście, odwiedzamy ich gospodarstwa. Zdarza się, że – m.in. dzięki naszym zakupom – rozwijają swój biznes na większą skalę. W kooperatywie spotykają się ludzie o różnych poglądach, którzy budują naszą społeczność. Pomagamy sobie i wspieramy innych. Często dajemy drugie życie rzeczom, więc nic się nie marnuje.

Mam nadzieję, że działanie Sieci Kooperatyw Spożywczych pozwoli rozpowszechnić informacje o idei kooperatyw. Liczę, że do kooperatyw będą dołączali nowi członkowie, że będą powstawały nowe kooperatywy. Sieć to platforma wymiany doświadczeń, wzajemnej pomocy i budowy wspólnej bazy dostawców.

DOBRY MIÓD, CZYLI JAKI?

Miód to produkt spożywczy naturalnego pochodzenia, który od tysięcy lat znajduje zastosowanie zarówno do celów żywieniowych, jak i leczniczych.

W licznych badaniach naukowych wykazano przeciwbakteryjne, przeciwgrzybicze, czy też przeciwutleniające właściwości miodu.

Wśród wielu wartościowych produktów pszczelich pozyskiwanych z polskich pasiek, takich jak pyłek, pierzga, wosk pszczeli, propolis, mleczko pszczele najpopularniejszym produktem jest miód – płynne złoto. Pszczelarz, który pozyskuje produkty z pasieki, musi posiadać na ich temat dużą wiedzę.

Miód należy do grupy produktów spożywczych naturalnego pochodzenia. Charakteryzuje się właściwościami odżywczymi i leczniczymi. Pod względem chemicznym składa się w 70–80% z cukrów, 10–20% z wody oraz wielu wartościowych składników: kwasów organicznych, protein, fenoli, aminokwasów, witamin i pierwiastków niezbędnych do prawidłowego funkcjonowania organizmu. Obecność składników mineralnych jest uwarunkowana rodzajem miodu oraz czasem i miejscem zbioru. Jest dobrym źródłem szybko przyswajalnych węglowodanów, głównie glukozy i fruktozy. Zasobny jest także w enzymy: diastazę, inwertazę, katalazę, fosfatazę i oksydazę glikozową. Dzięki zawartym w nim flawonoidom, karotenoidom, proteinom, aminokwasom, enzymom, kwasom organicznym (m.in. fenylowym, askorbinowym, cytrynowym) pełni rolę antyoksydantu.

Można przyjąć, że miód jest jednym z najbardziej zróżnicowanych produktów pod względem składu chemicznego, obejmującym naturalne substancje bioaktywne, a także substancje bakteriostatyczne lub antybiotykowe. Odmiany miodu różnią się między sobą aktywnością i właściwościami przeciwbakteryjnymi. Obecność bakterii kwasu mlekowego w miodzie ma również działanie przeciwbakteryjne. Mikroflora miodu różni się w zależności od stadium dojrzałości miodu.

NIESAMOWITY SKŁAD MIODU

Terminem „miód pszczeli” określamy produkt wytwarzany przez pszczoły z nektaru kwiatowego lub spadzi. W zależności od rodzaju pożytku, z którego powstaje, można zaliczyć go do jednego z 3 rodzajów: nektarowy (pochodzący z nektaru roślin), spadziowy (powstały ze spadzi iglastej lub liściastej) lub nektarowo-spadziowy (wytwarzany zarówno z nektaru, jak i spadzi). Natomiast biorąc pod uwagę rodzaj

i gatunek roślin, z których pszczoły pobierają nektar lub spadź, przypisujemy nazwę miodu odmianowego, np.: rzepakowy, akacjowy, lipowy, gryczany, wrzosowy, wielokwiatowy, spadziowy ze spadzi iglastej, spadziowy ze spadzi liściastej i miód nektarowo-spadziowy. Miody odmianowe, w zależności od pochodzenia, są różnicowane pod względem właściwości organoleptycznych, fizykochemicznych. Podział na miody odmianowe uwzględnia przewagę pyłku dominującego w miodzie, dlatego miody należą do produktów niezwykle zróżnicowanych pod względem składu i właściwości. Warunkowane są one przede wszystkim dobrostanem pszczół, rodzajem surowca, z którego powstał produkt oraz przebiegiem procesu dojrzewania.

Miód zawiera szereg związków, które są wartościowe w żywieniu ludzi. Najliczniejszą grupą związków występujących w miodzie są węglowodany, które stanowią ok. 65–87%. Z tym, że ich zawartość różni się w zależności od rodzaju miodu. Najwięcej węglowodanów zawierają miody nektarowe – ok. 80%, a miody spadziowe już tylko ok. 77% wszystkich związków. Spośród węglowodanów prostych miody zawierają najwięcej fruktozy (ok. 38%) oraz glukozy (ok. 31%).



Z kolei węglowodany złożone nie stanowią znaczącej zawartości, w miodach nektarowych jest ich maksymalnie około 1%, a w miodach spadziowych około 3%. Sacharoza i inne dwu- oraz trójcukry, a także wielocukry, występują w miodzie w niewielkich ilościach ponieważ enzymy pszczele (jak inwertaza) rozkładają sacharozę na cukry proste podczas przetwarzania nektaru.

Bardzo ciekawą grupą substancji występujących w miodzie pszczelim są kwasy organiczne mające wpływ na smak produktu. Ich przeciętna zawartość wynosi ok. 1,5% suchej masy, z czego najwięcej, bo aż 70–90% ogólnej ilości tych związków stanowi kwas glukonowy. W miodzie wykryto takie kwasy, jak: mrówkowy, winowy, octowy, szczawiowy, malonowy, kapronowy, kaprylowy, jabłkowy, bursztynowy, mlekowy, cytrynowy, walerianowy.

Ponadto w miodach występują, jakże istotne z punktu widzenia wartości odżywczych, naturalne enzymy, które należą do substancji białkowych i pochodzą głównie z gruczołów pszczół, a w mniejszym stopniu z pyłku kwiatowego oraz spadzi. Enzymy miodowe to przede wszystkim amylaza, inwertaza, katalaza, fosfataza.

Miód jest także źródłem kilku ważnych witamin, takich jak: B1 (tiamina), B2 (ryboflawina), PP (kwas nikotynowy), B6 (pirydoksyna), B5 (kwas pantotenowy), H (biotyna), B9 (kwas foliowy), witamina C oraz filochinon (witamina K), a także śladowe ilości witamin A i D. Witaminy wspierają układ odpornościowy, poprawiają funkcjonowanie mózgu i wspomagają produkcję czerwonych krwinek.

JAKOŚĆ SENSORYCZNA MIODU

Dlaczego miód ma tak niezwykły smak? Okazuje się, że na smak i aromat miodu wpływa ok. 50 związków aromatycznych (olejków eterycznych), które pochodzą przede wszystkim z nektaru. Są to lotne substancje, dlatego też ich zawartość maleje podczas ogrzewania i długiego przechowywania. Do związków tych zaliczane są m.in. aldehydy i ketony oraz związki polifenolowe i estry. Wpływ na smak i aromat słodkiego produktu mają także: kwasy organiczne, aminokwasy, cukry, garbniki, woski, 5-hydroksymetylofurfural – w sumie około 100–120 substancji.

Z kolei barwa miodów zależy od zawartości w nich różnych grup barwników. Dotychczas przeprowadzono mało badań nad zawartością tych substancji w miodach. Wykazano jednak obecność karotenoidów (karotenu i ksantofilu), flawonoidów (także związków powstałych przez ich połączenie), chlorofilu oraz antocyjanów. Ponadto na barwę miodu mają wpływ również miodowe koloidy, związki powstałe w wyniku połączenia polifenoli i tanin oraz melanoidy (produkty reakcji cukrów z aminokwasami).



O komplementarności składu miodu świadczą także pozostałe substancje w nim obecne nazywane domieszkami. Ich zawartość wynosi nie więcej niż 1%. Wśród nich wyróżnia się: pyłek kwiatowy (ok. 3000 ziaren pyłku w 1 g miodu), mleczko pszczele (0,0001%), kwasy tłuszczowe (np. kwas arachidonowy), sterole i fosfolipidy.

ISTOTA CECH DOBREGO MIODU

Zdaniem Sławomira Podgajnego¹ dobry miód to ten, który po prostu odpowiada światowym przepisom Codex Alimentarius, implementowanym na krajowy grunt w formie stosownego rozporządzenia. Takie miody są w większości dostępne bezpośrednio u producenta, czyli u pszczelarza. Na półkach sklepowych, ostatnio coraz częściej, możemy spotkać mieszanki miodów różnego pochodzenia. Podświadomie jednak łączymy z miodem oczekiwanie, że zakupiony w sklepie, na rynku czy podczas festynu lub jarmarku jest produktem wysokiej jakości, naturalnym, pełnym wartości zdrowotnych, o wysokiej aktywności biologicznej. I w tym miejscu zaczyna się problem. Przepisy rozporządzeń wyznaczają przecież wyłącznie minimalne progi wymagań dla miodów i nie są te progi zbyt wyśrubowane. Dla miodów nie powstały, jak dotąd, prawne, specjalne kryteria najwyższej jakości. „Dobry miód” jest pojęciem w tej sytuacji dosyć subiektywnym. Według S. Podgajnego dobry miód to ten, który powstał z pracy pszczół na prowadzonych zgodnie z dobrą praktyką rolniczą uprawach lub w bogatej przyrodniczo okolicy pasieki. Warto temu się przyjrzeć przed zakupami. To miód z pasieki nadzorowanej przez lekarza weterynarii, w której priorytetem jest higiena i obowiązuje dobra praktyka produkcji pszczelarskiej. W składzie dobrego miodu nie znajdziemy pozostałości leków lub przekraczających normy ilościowo-jakościowe pestycydów. W dobrym miodzie znajdziemy aktywne enzymy stanowiące jego główną **aktywność biologiczną**.

¹ mgr inż. Sławomir Podgajny, EUR ING, technik pszczelarz, prowadzi pasiekę w Tadzynie, laureat nagrody Grand Prix VI Ogólnopolskiego konkursu Pszczelarz Roku 2020.



Jeśli mimo wszystko wciąż nie przybliżyliśmy się w swych poszukiwaniach do dobrego miodu, pozostaje nam wybór pasiek docenionych w konkursach „Pszczelarz Roku”. To jedyny w Polsce konkurs, w którym nagrody przyznawane są w oparciu o kilkadziesiąt kryteriów różnej wagi i tylko dla najlepszych pasiek, które uzyskały rekomendacje organizacji pszczelarskich i okolo pszczelarskich. Pasieki laureatów są wizytowane, a konkursowe miody badane w laboratoriach Inspekcji Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych oraz poddawane konsumenckiej analizie sensorycznej. Tak wysokie wymagania spełniają więc najlepiej prowadzone, polskie pasieki. W nich warto szukać najlepszych miodów.

Na ciekawy aspekt „dobrego miodu” zwraca uwagę Grzegorz Jabłoński², który twierdzi, że miód najlepszej jakości **jest różnorodny** w składzie, dlatego też szczególną wartość przypisuje miodowi wielokwiatowemu. Jest on odzwierciedleniem bogatego środowiska naturalnego określonej lokalizacji – pokazuje, jak wiele gatunków roślin kwitnie w danym sezonie. Każda jego partia jest inna, a jednocześnie niepowtarzalna, ponieważ stanowi zapis przyrodniczej różnorodności danego roku. Równie istotne jest, aby miód był zbierany w pełnej dojrzałości, czyli wtedy, gdy osiągnie odpowiednie stężenie enzymów, witamin i substancji biologicznie czynnych. Tylko taki miód posiada pełnię wartości odżywczych. W dalszym procesie ważne jest, by nie był on narażony na działanie promieni słonecznych ani wysokiej temperatury, które mogłyby pozbawić go naturalnych właściwości.

W pasiece Jabłońskich szczególnym uznaniem cieszy się miód faceliowy. Część gospodarstwa przeznaczono specjalnie pod uprawę facelii na nasiona – korzystają z niej pszczoły, powsta-

je dzięki temu miód, a nasiona trafiają później do rolników jako materiał na poplony. Choć pszczoły intensywnie oblatują facelię, w składzie tego miodu obecne są także pyłki wielu innych roślin, co pozwala traktować go niemal jak miód wielokwiatowy. Co istotne, facelia jest uprawą bardzo przyjazną naturze – nie wymaga stosowania fungicydów ani nawozów, a jej kwitnienie sprzyja nie tylko pszczołom, ale też całemu ekosystemowi.

Naszą uwagę w zakresie poszukiwania cech dobrego miodu skierowaliśmy również na bogate doświadczenia Katarzyny Maziec, która prowadzi pasiekę wraz z mężem w miejscowości Purda³. Pszczelarka podkreśla, że dobry miód ma w sobie coś z magii natury – pachnie latem, kwitnącą łąką, słońcem i powietrzem po deszczu. Ale dobry miód to nie tylko smak i zapach. To również **zaufanie i lokalność**. Bo miód, jak żaden inny produkt, niesie w sobie historię miejsca i pracy pszczół. Najpewniejszym sposobem, by kupić dobry, prawdziwy miód, jest sięganie po miód lokalny od znanego sobie pszczelarza. To gwarancja, że w słoiku znajduje się to, co zebrały pszczoły – nic więcej i nic mniej.

Dobry miód zaczyna się w naturze. Pszczoły potrzebują czystych terenów i bogactwa kwitnących roślin. Dobry miód powstaje tam, gdzie są łąki i lasy, lipy i sady i inne wartościowe pożytki. Jakość miodu to jakość środowiska. Każdy słoik jest jak odcisk palca miejsca, z którego pochodzi. Miód z Warmii pachnie łąkami i drzewami, inny – polami gryki czy wrzosowiskami. W tym właśnie tkwi jego wartość: autentyczność i lokalność. Nie zawsze idealnie gładki, nie zawsze płynny, ale zawsze prawdziwy.

Kończąc już nasze rozważania nad istotą dobrego miodu, warto odnieść się do podstawowego dowodu świadczącego o jego naturalności i zachowaniu wartości odżywczej, a mianowicie chodzi o proces krystalizacji miodu. **Każdy miód wcześniej czy później krystalizuje – jedne szybciej, inne wolniej.** Zmiana konsystencji miodu nie zmienia jego właściwości chemicznych. Skrystalizowany miód wykazuje takie same właściwości prozdrowotne, jak miód o płynnej konsystencji. To naturalny proces, który świadczy o zachowaniu enzymów i struktur cukrów prostych. Wystarczy delikatnie ogrzać słoik w kąpielii wodnej o temperaturze nie wyższej niż 40°C, by przywrócić płynną postać. Ale warto pamiętać, że to właśnie skrystalizowany miód zachowuje najwięcej wartości i pełnię smaku.

dr inż. Sławomir Jarka
Instytut Zarządzania
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego

² Grzegorz Jabłoński, prowadzi pasiekę rodzinną w Łąkorzu. Jest laureatem pierwszego miejsca w kategorii pszczelarz współpracujący z rolnikiem w VIII edycji Ogólnopolskiego konkursu Pszczelarz Roku 2022.

³ Katarzyna Maziec jest laureatką nagrody Grand Prix IX edycji Ogólnopolskiego konkursu Pszczelarz Roku 2023.

MŁODA POLSKA KUCHNIA

Coraz częściej w modnych miejscach można spotkać dania polskie w duchu, coraz częściej chwalimy się polską kuchnią i mądrze o niej mówimy. Czy zatem rodzima kuchnia staje się modna? Zaryzykuję stwierdzenie, że i owszem.

Jedno jest pewne – po okresie transformacji ustrojowej kuchnia polska na pewno modna nie była. Po 45 latach jedzenia ziemniaków, cebuli i potraw, które z tęsknoty za zagranicą nazywały się obco (śledź po japońsku, ryba po grecku, Hiszpan), byliśmy głodni prawdziwego Zachodu. Zaroilo się od budek z frytkami, hamburgerów i „pizzerii”, a otwarcie pierwszego McDonalda w Warszawie w 1992 roku było towarzyskim wydarzeniem sezonu. Koniec lat 90. to już dyskretny urok pierwszych barów sushi, chińczyków od Wietnamczyka, kebabów, wreszcie kuchni włoskiej. XXI wiek przyniósł pełną globalizację – steakhouse’y, tajske bary, ramenownie i restauracyjny Olimp, czyli gwiazdkowy fine-dining, jakże francuski w duchu. A kuchnia polska? Była w domu. Ewentualnie przy drodze krajowej – w karczmie, „chłopskim jadł” albo „swojskim jadł”: kotlet schabowy wielkości młyńskiego koła, kopiec kartofli i surówka. Do restauracji na kuchnię polską nikt nie chodził. Nikt się nią nie ekscytował. Nikt nie chciał gotować po polsku.

W 2020 roku kończyłam podyplomowe Food Studies na Uniwersytecie SWPS. Pisałam pracę dyplomową o polskich kluskach: szukałam ich korzeni, robiłam ankiety o popularności i nazewnictwie w różnych regionach, rozmawiałam z szefami kuchni. Pytałam o obecność klusek w restauracjach. Uznani szefowie kuchni przyznawali, że kluski lubią i cenią, ale traktują je jako kuchnię domową – niepasującą do karty eleganckiej restauracji. Adam Chrzastowski wspominał, że kucharze czasem kluski przemycają, ale co najwyżej jako dodatek. Grzegorz Łapanowski ujął to dosadniej: „kluski nie są sexy, a przecież mogłyby być! Polskie kluski wciąż są chłopskie, domowe, ciężkostrawne.” Przemysław Klima, zdobywca dwóch gwiazdek Michelin, widział w nich ciut więcej potencjału: „Kluska odpowiednio przygotowana, w odpowiedniej formie może stać się daniem eleganckim.” I były to słowa prorocze.

W 2025 roku kluski regularnie pojawiają się w drugiej restauracji Przemysława Klimy, czyli „Bufecie”. Można tam zjeść kopytka z grzybami, bryndzą i pecorino romano. W styczniu 2025 roku ukazała się moja książka „Kluski. Teoria i praktyka”, bazująca na wspomnianej pracy dyplomowej. W 2025 roku wreszcie – kluski można zjeść w każdym modnym bistro w Warszawie, Krakowie i Trójmieście.

– Na rynku widzę wyraźny powrót do kuchni polskiej – mówi dziennikarka kulinarna Katarzyna Płachecka. – W Krakowie warto wymienić restauracje „Bufet”, „Haust”, „Franca”, „Fama”, „Kapłony i szczeżuje”. Polskie odniesienia pojawiają się nie tylko na talerzach, ale i w nazwach lokali. Restauratorzy sięgają do tradycji, ale traktują ją jako punkt wyjścia do tworzenia nowej, autorskiej kuchni.

CO SIĘ STAŁO NA PRZEŁOMIE TYCH 5 LAT, MIĘDZY 2020 A 2025 ROKIEM?

Cóż, przede wszystkim pandemia. Zamknięci w domach, z nudów i tęsknoty nauczyliśmy się gotować. Kleiliśmy pierwsze pierogi, piekliśmy chleby, wydzwanialiśmy do matek, babć i cioc po wskazówki w kwestii pieczenia ciasta drożdżowego. Znane z dzieciństwa smaki zapewniały nam poczucie bezpieczeństwa. To właśnie polska kuchnia stała się tzw. comfort food numer jeden, jedzeniem, którym otulaliśmy się od środka. Pandemia pokazała, że bezpieczeństwo żywnościowe nie może zależeć od składników z końca świata, bo łańcuchy dostaw mogą być przerwane, a ulubionego mleka kokosowego – zabraknąć. Umiejętność gotowania z lokalnych produktów, które mamy pod nosem, jest w kryzysowych czasach kluczowa. Wróciliśmy do swojskich smaków, prostszego jedzenia i własnych upraw. Kojące się z poprzednim systemem ROD-y, czyli ogródki działkowe, stały się przedmiotem pożądania. Sporo osób przeprowadziło się na wieś. Swoisty renesans przeżywają też koła gospodyń wiejskich. W ich działalność angażują się coraz młodsze kobiety (i mężczyźni!) – nowe pokolenie, które umie zrobić i pierogi, i zupę miso. Nie widzi przeszkód, by przy wspólnym stole łączyć tradycję z nowoczesnością.

Coraz więcej chcemy o polskiej kuchni wiedzieć. Od lat obserwujemy postępujący wzrost znaczenia kulinariów jako dziedziny kultury. Już dawno przestały być zagadnieniem ze sfery domowej, dla wielu osób to teraz modne hobby, pasja, sposób na życie. W ślad za tą zmieniającą się narracją poszły też szacowne instytucje kultury. Zamek Królewski na Wawelu już w 2021 roku zorganizował „Uczętę na Wawelu”, kulinarną reinterpretację historycznego wesela Zygmunta Augusta

i Katarzyny Habsburżanki, MOCAK przygotował wystawę „Jedzenie w sztuce”, a Muzeum Warszawy – „Na miejscu i na wynos. Kuchnia warszawska”. Kulinarium stały się pożądaną narracją – opowieść o świecie przez pryzmat tego, co ludzie jedli, może być przecież równie, a może nawet bardziej interesująca niż opowieść o wielkiej polityce i wojnach. Kuchnia to źródło wiedzy o naszych korzeniach i narodowej tożsamości. Coraz chętniej sięgamy po książki, słuchamy ekspertów i oglądamy programy o polskich smakach. Nieocenione są zasługi prof. Jarosława Dumanowskiego – historyka dawnej kuchni polskiej, rekonstruującego staropolskie receptury. W zeszłym roku wraz z szefem Maciejem Nowickim stworzyli program „Historia kuchni polskiej” dla TVP Historia, prezentujący dzieje kuchni od czasów Chrztu Polski po współczesność. Wiosną 2025 roku na TVP2 miał premierę „Rosół polski” – cykl, w którym Agnieszka Kraszewska i Aleksander Baron zabierają widzów w podróż po zapomnianych smakach różnych regionów. Kraszewska i Baron prowadzą w Krakowie „Kaplony i szczeżuje” – restaurację, która w autorski sposób prezentuje dania polskiej kuchni. Szefów i szefowych kuchni, którzy kuchnię polską serwują – z autorskim zacięciem, po lotem i dumą – przybywa w całym kraju. Beata Śniechowska we Wrocławiu, Witek Iwański w Warszawie, Rafał Koziorzowski w Sopocie – to tylko kilka przykładów osób wyróżnionych przez przewodnik Michelin, których styl gotowania można określić mianem współczesnej kuchni polskiej. To gotowanie z najlepszych lokalnych składników, inspirowane charakterystycznymi dla naszego kraju daniami czy smakami, po autorstwu. I bez kompleksów.

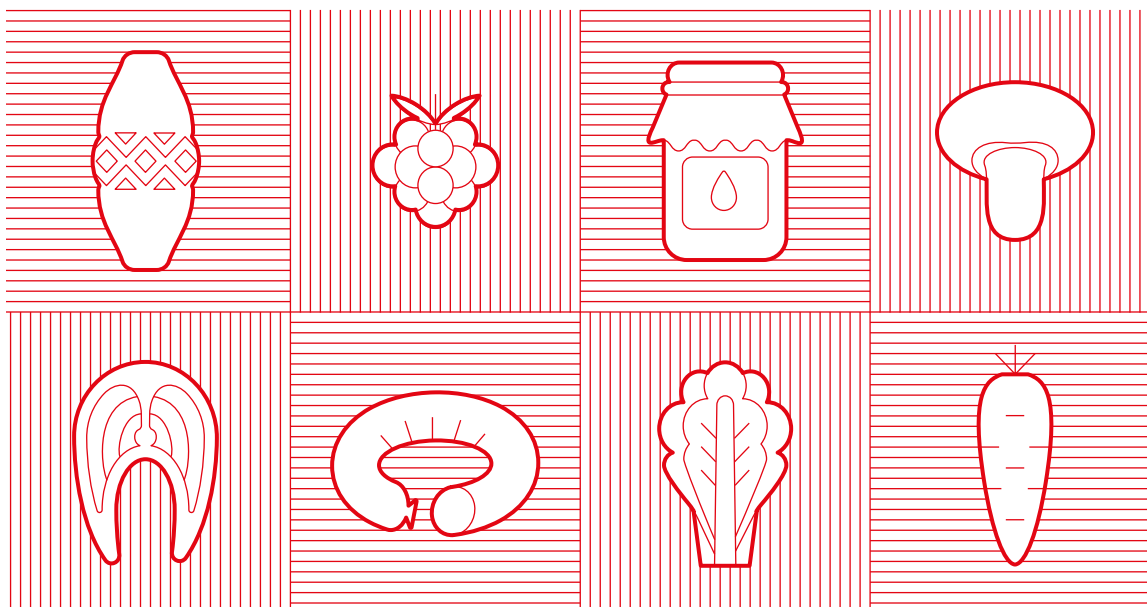
Symbolem tego braku kulinarnych kompleksów może być też Rozkoszny – twórca kulinarny i autor najpopularniejszych książek kucharskich ostatnich lat czyli Michał Korkosz. Znamienne, że jego debiutancka książka z przepisami polskiej kuchni najpierw ukazała się po angielsku w Stanach Zjednoczonych, dopiero potem przyszedł czas na to, by tą młodą polską kuchnię zachwyciły się rzesze polskich internautów. Nie pierwszy raz doceniamy to, co mamy dopiero wtedy, gdy zachwycą się tym inni. Iga Świątek opowiada całemu światu o makaronie z truskawkami – z dumą i bez poczucia obciachu, a ludzie z dalekich zakątków globu w swoich domach odtwarzają to typowe, polskie, wakacyjne danie.

Kuchnia polska wraca do łask – przyznaje dziennikarka kulinarna Dominika Zagrodzka. – A to, co jest w niej najpiękniejsze, to to, że możemy ją dopasować do swoich upodobań i czasów, w których żyjemy. Ostatnio byłam jurorką konkursu na współczesne danie kuchni warszawskiej i jedną z propozycji były zazajatzowane pyzy.

Dziś młoda polska kuchnia – która dla mnie ma twarz Rozkosznego – miesza stare z nowym, łączy przepisy babć z trendami z TikToka, robi kluski śląskie, ale z wędzonym tofu, brokułem i sezamowym sosem gochujang. W końcu wychowała się już w świecie, w którym sos sojowy i suszone pomidory były nawet w osiedlowym sklepie.

Na początku tego roku promowaliśmy z wydawnictwem moją książkę żartobliwym hasłem „Make polska kluska great again”. Prawie rok później to wezwanie nie jest już chyba potrzebne.

Paulina Nawrocka-Olejniczak



FESTIWAL POLSKIEJ ŻYWNOSCI

#KUPUJŚWIADOMIE

Dwa dni pełne smaków, rozmów o polskiej żywności i inspirujących spotkań. 123 wystawców, 19 paneli dyskusyjnych z 75 ekspertami, 2000 osób uczestniczących w warsztatach i panelach. W dniach 6–7 września 2025 r. na PGE Narodowym odbyła się trzecia edycja Festiwalu Polskiej Żywności #KupujŚwiadomie.



- Powierzchnia **10 000 m²**
- 4 strefy** – producentów, warsztatów, kulinarna, wiedzy
- 10 000** uczestników wydarzenia w ciągu dwóch dni
- 123** producentów
- 7 rodzajów** warsztatów kulinarnych i rękodzielniczych – **1021** miejsc
- 3 pokazy producentów** – cebularz lubelski, rogal świętomarciński, komponowanie przypraw i herbat z certyfikowanych polskich ziół
- 19 paneli** dyskusyjnych, **6 spotkań** autorskich, **75 ekspertów**, ok. **2000** uczestników
- Finał X edycji Konkursu Kulinarnego „Bitwa Regionów”**



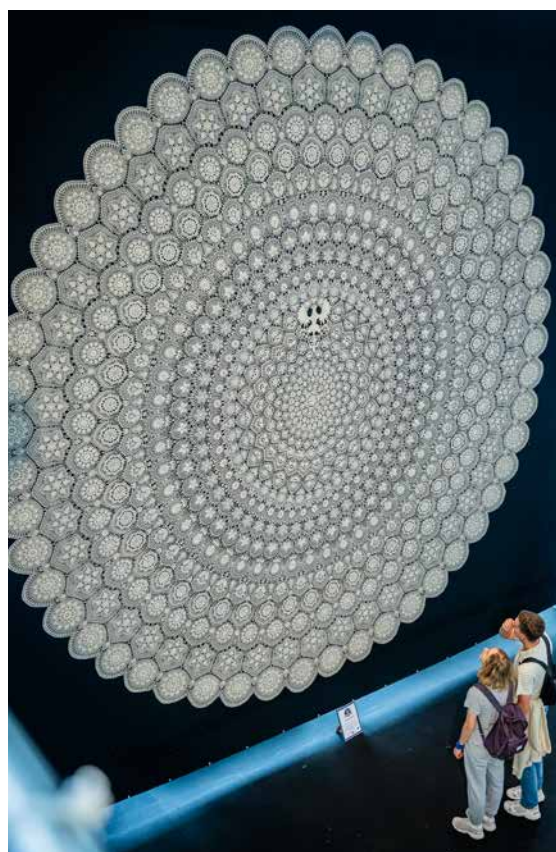


W strefie producentów, czyli sercu naszego festiwalu, wystawcy z całej Polski zaprezentowali swoje doskonałe, wytwarzane z pasją wyroby – ekologiczne warzywa i owoce, tradycyjne wędliny, sery, pieczywo, przetwory oraz wiele innych specjalów. Odwiedzający wydarzenie mieli okazję nawiązać bezpośredni kontakt z wytwórcami i zyskać pewność co do jakości wybieranej żywności – w myśl hasła #KupujŚwiadomie!

Podczas wydarzenia odbyły się panele dyskusyjne z ekspertami, którzy dzielili się wiedzą m.in. na temat systemów jakości i potencjału polskiej żywności, produktów certyfikowanych i z oznaczeniami czy prawidłowych nawyków żywieniowych. Na spotkaniach z autorkami publikacji kulinarnych można było porozmawiać o rodzimych smakach i tradycjach kulinarnych oraz zdobyć książkę oraz autograf ulubionej autorki.



Uczestnicy warsztatów kulinarnych mieli niepowtarzalną okazję zgłębiać tajniki polskiej kuchni, przygotowując potrawy z lokalnych produktów. Koła Gospodyń Wiejskich zachwyciły pokazami, przenosząc nas do świata kulinarnych tradycji. Warsztaty rękodzielnicze cieszyły się wielkim zainteresowaniem – chętnych do nauki dekorowania wyrobów ceramicznych, haftu, garncarstwa, heklowania, plecionkarstwa, stolarstwa, a także komponowania herbat nie brakowało!



W specjalnie przygotowanej strefie dla dzieci #KupujŚwiadomie edukowaliśmy m.in. w zakresie pochodzenia produktów oraz odpowiedzialnych wyborów zakupowych. Zabawy i konkursy nt. zdrowej diety oraz sportowe wyzwania z gościnnym udziałem Chrumasa – ambasadora „Programu dla szkół” – umilały czas najmłodszym.





Ogromne emocje towarzyszyły finałowi konkursu kulinarnego „Bitwa Regionów”, który odbył się podczas festiwalu. 16 finałowych drużyn prezentowało najlepsze dania etapów wojewódzkich, które walczyły o miano najsmaczniejszej potrawy regionalnej!

Potrzebę organizowania spotkań łączących producentów z konsumentami potwierdza zainteresowanie wydarzeniem – Festiwal Polskiej Żywności odwiedziło aż 10 000 osób! Dziękujemy, że byliście z nami! Do zobaczenia za rok!



Festiwal Polskiej Żywności #KupujŚwiadomie został objęty honorowym patronatem Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi oraz Prezydenta miasta stołecznego Warszawy.

Lista wystawców edycji 2025 jest dostępna:



SYTUACJA NA RYNKACH ROLNYCH

RYNEK ZBÓŻ

Światowe zbiory zbóż w sezonie 2025/2026 (według wrześniowej prognozy USDA) mogą być rekordowe i ukształtować się na poziomie blisko 2,39 mld ton, o 3% wyższym niż w poprzednim sezonie. Większe zbiory zbóż ogółem spodziewane są u głównych światowych producentów m.in. w: USA, Ukrainie, Unii Europejskiej, Australii, Argentynie i Rosji¹.

Światowe zbiory pszenicy w sezonie 2025/2026 zgodnie z prognozą USDA wzrosną o 2% (do 816 mln ton), przede wszystkim z powodu spodziewanej większej produkcji w Unii Europejskiej, Argentynie, Rosji, Indiach i Australii. Niewielka skala wzrostu globalnej produkcji pszenicy będzie wynikiem spodziewanego spadku zbiorów tego zboża m.in. w: USA, Pakistanie i Ukrainie.

W sezonie 2025/2026 globalne zbiory jęczmienia mogą osiągnąć 147 mln ton wobec 143 mln ton w sezonie 2024/2025. Wzrost zbiorów o 5%, do 1,29 mln ton prognozowany jest także na globalnym rynku kukurydzy, przede wszystkim z powodu spodziewanych dobrych prognoz zbiorów w Ukrainie, USA i Argentynie.

Pomimo wzrostu zbiorów globalne zapasy zbóż na koniec sezonu 2025/2026 ulegną nieznacznej dalszej redukcji (o 0,3%, do 574 mln ton),

co będzie efektem wzrostu (o 2%, do ponad 2,39 mld ton) światowego zużycia spowodowanego większym zapotrzebowaniem na zboża, głównie ze strony państw Azji Wschodniej, Bliskiego Wschodu oraz Azji Południowej.

Według prognozy KE zbiory zbóż w sezonie 2025/2026 mogą ukształtować się na poziomie 284 mln ton, o 11% wyższym niż w nieurodzajnym sezonie 2024/2025. Wzrost zbiorów przewidywany jest w większości państw członkowskich, w tym we Francji (o 16%, do 62,5 mln ton) i w Niemczech (o 15%, do 44,7 mln ton). Zbiory pszenicy zwyczajnej wzrosną o 19%, do 132,5 mln ton, a jęczmienia o 13,5%, do 55,7 mln ton. Mniejsze o 5% mogą być zbiory kukurydzy, której może zostać zebrane 56,8 mln ton.

Polska zaliczana jest do grona największych (po Francji i Niemczech) producentów zbóż w Unii Europejskiej. Tegoroczne zbiory zbóż w Polsce, pomimo spadku powierzchni zasiewów, będą znacząco lepsze niż w latach wcześniejszych. GUS ocenił, że w 2025 r. krajowe zbiory zbóż (łącznie z kukurydzą, gryką i prosem) mogą wynieść 37,1 mln ton.

W Polsce zbiory zbóż podstawowych z mieszankami (bez kukurydzy, prosa i gryki) wyniosły 26,6 mln ton. Zbiory pszenicy oszacowano na 13,4 mln ton. Pszenżyta mogło zostać zebrane

5,3 mln ton, owsa – 1,8 mln ton, a żyta – 2,3 mln ton. Zbiory jęczmienia szacowane są na poziomie 3 mln ton. Zbiory mieszanek zbożowych mogą wynieść 0,7 mln ton².

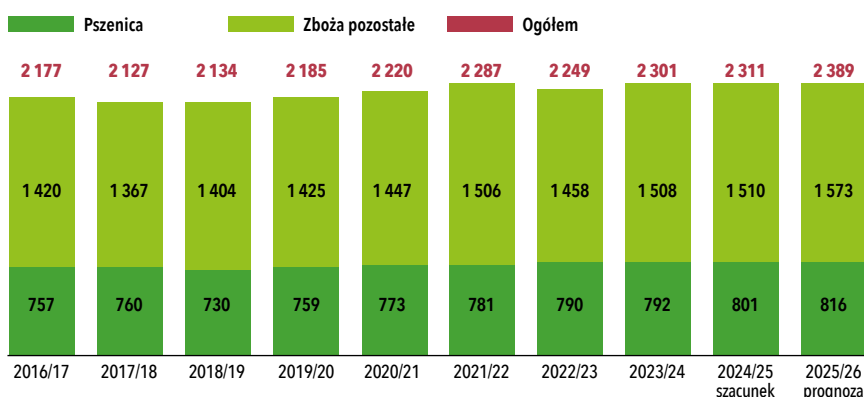
Późniejsze niż w roku poprzednim rozpoczęcie żniw, przy większych zbiorach, skutkowało wzrostem podaży zbóż do skupu. Według meldunkowych danych GUS w okresie dwóch miesięcy sezonu 2025/2026 (lipiec-sierpień 2025 r.) skupiono blisko 2,2 mln ton zbóż podstawowych z mieszankami, o 13% więcej niż w porównywalnym okresie poprzedniego sezonu (w tym: 1,4 mln ton pszenicy – o 14% więcej oraz 142 tys. ton żyta, o 10% mniej). Ponadto podmioty rynkowe skupiły 184 tys. ton kukurydzy, o 54% więcej niż w analogicznym okresie sezonu 2024/2025.

Utrzymujące się ograniczone zapotrzebowanie na zboża ze strony importerów w 2025 r. oraz konkurencja na rynkach zagranicznych (zwłaszcza ze strony Rosji Ukrainy i USA), skutkowało spadkiem eksportu ziarna z Polski.

Eksport ziarna zbóż w okresie ośmiu miesięcy 2025 r. wyniósł 4,4 mln ton i był o blisko 35% mniejszy niż w analogicznym okresie przed rokiem. W eksporcie dominowało ziarno pszenicy i kukurydzy, których wywieziono odpowiednio 2,1 mln ton (o 46% mniej niż przed rokiem) i 1,7 mln ton (o 3% mniej). Żyta sprzedano 272 tys. ton (spadek o 44%), pszenżyta – 199 tys. ton (spadek o 50%), a jęczmienia – 90 tys. ton (spadek o 57%). Wywóz owsa wyniósł 89 tys. ton i był o 12% mniejszy³. Jednocześnie, ze względu na niższy poziom cen transakcyjnych oraz mniej korzystny dla eksporterów kurs wymiany złotego do euro i dolara niż w poprzednim sezonie, przychody uzyskane ze sprzedaży zagranicznej ziarna zbóż w okresie siedmiu miesięcy 2025 r. obniżyły się o 30%, do 1 mld euro.

W okresie ośmiu miesięcy 2025 r. krajowi eksporterzy lokowali zboże głównie na rynku unijnym (3 mln ton, 67% wywiezionego

Globalne zbiory zbóż (w mln ton)



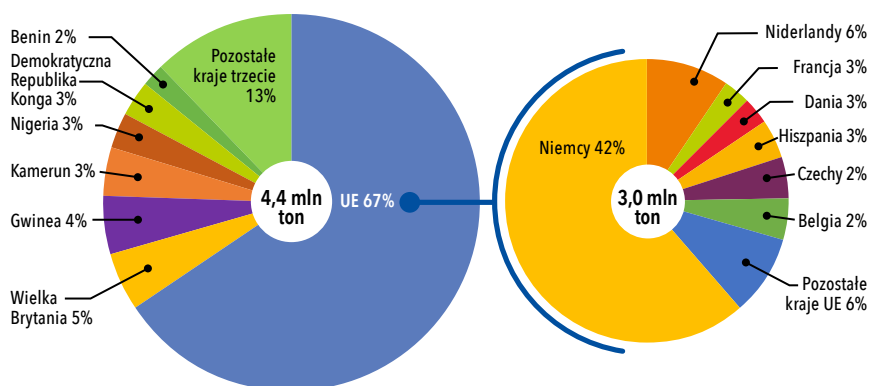
Źródło: opracowanie Biura Analiz i Strategii KOWR na podstawie danych USDA, Grain: World Markets and Trade, wrzesień 2025 r.

¹ Grain: World Markets and Trade, USDA FAS, wrzesień 2025 r.

² Przedwinykowy szacunek głównych ziemniaków rolnych i ogrodniczych w 2025 r., Informacje sygnałowe GUS, 30.09.2025 r.

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.

Kierunki eksportu ziarna zbóż* z Polski w okresie I-VIII 2025 r. (w wadze produktu)



* kod CN 1001, 1002, 1003, 1004, 1005, 1007, 1008

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

ziarna ogółem), przede wszystkim w: Niemczech (1,9 mln ton, 42% eksportu ziarna), Niderlandach (254 tys. ton, 6%) i Francji (138 tys. ton, 3%). Do krajów trzecich wywieziono 1,4 mln ton ziarna (33% eksportu zbóż). Ziarno zbóż (przede wszystkim pszenicę) eksportowano do: Wielkiej Brytanii (219 tys. ton, 5% eksportu ziarna ogółem), Gwinei (197 tys. ton, 4%), Kamerunu (142 tys. ton, 3%) oraz Demokratycznej Republiki Konga (129 tys. ton, 3%)

Odbiorcą około 60% wolumenu eksportowanego z Polski ziarna pszenicy były kraje nienależące do UE, głównie: Gwinea (197 tys. ton, 10%), Kamerun (142 tys. ton, 7%), Demokratyczna Republika Konga (129 tys. ton, 6%) i Nigeria (126 tys. ton, 6%). Głównymi odbiorcami pszenicy wśród krajów UE były Niemcy (771 tys. ton, 37%) oraz Niderlandy (40 tys. ton, 2%).

Kukurydzę wywożono przede wszystkim do krajów UE (1,4 mln ton, 84% eksportu tego zboża). Nabywcami kukurydzy były głównie Niemcy (666 tys. ton, 39% eksportu) i Francja (131 tys. ton, 8%). Kraje pozaunijne zakupiły łącznie 272 tys. ton kukurydzy, co stanowiło 16% eksportu tego zboża. Spośród krajów trzecich najczęściej kukurydzy wyeksportowano do Wielkiej Brytanii (217 tys. ton, 13%) i Norwegii (46 tys. ton, 3%).

Niemcy były także głównym odbiorcą żyta i jęczmienia z Polski (odpowiednio 217 tys. ton i 29 tys. ton, tj. 80% i 32% krajowego eksportu tych zbóż). Najwięcej owsa dostarczono do Niderlandów (42 tys. ton, 48% eksportu) oraz Niemiec (39 tys. ton, 44%).

Import ziarna zbóż do Polski w okresie ośmiu miesięcy 2025 r. był znacząco mniejszy niż

w tym samym okresie przed rokiem. Do Polski zaimportowano 405 tys. ton ziarna zbóż, o 36% mniej niż rok wcześniej. Najwięcej przywieziono pszenicy, która stanowiła blisko połowę (199 tys. ton) wolumenu sprowadzonego do Polski ziarna zbóż ogółem. W strukturze importu kukurydza stanowiła 22% (88 tys. ton), a jęczmień – 21% (84 tys. ton). Wartość zaimportowanego ziarna zbóż wyniosła 238 mln euro i była o 19% niższa niż przed rokiem.

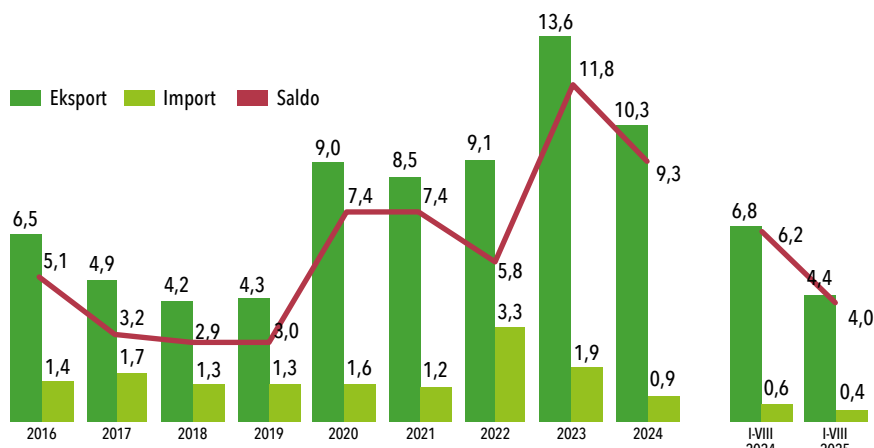
Z krajów UE do Polski zaimportowano 342 tys. ton ziarna zbóż, co stanowiło 84% wolumenu importu ziarna ogółem. Tak jak w latach wcześniejszych zboże przywożono do kraju głównie ze Słowacji (144 tys. ton – 36% importu ziarna, w tym 116 tys. ton pszenicy) oraz z Czech (84 tys. ton – 21%, w tym 58 tys. ton pszenicy).

W okresie styczeń-sierpień 2025 r. wolumen salda handlu zagranicznego ziarnem zbóż był dodatni i ukształtował się na poziomie 4,4 mln ton (o 35% niższym niż przed rokiem). Równocześnie saldo wartościowe wyniosło 810 mln euro i było o 33% niższe niż w analogicznym okresie przed rokiem.

Od początku sezonu 2025/2026, tj. od lipca 2025 r., globalne ceny zbóż wykazywały lekką tendencję spadkową. Dostawy ziarna z nowych zbiorów na półkuli północnej oraz słaby popyt ze strony największych importerów wywierały presję na spadek cen, co potwierdza indeks cen zbóż Organizacji Narodów Zjednoczonych do spraw Wyżywienia i Rolnictwa. We wrześniu 2025 r. indeks cen zbóż FAO ukształtował się na poziomie 105 pkt, o 0,6 pkt niższym niż w sierpniu 2025 r. i o 8,5 pkt niższym niż przed rokiem⁴.

Opóźnione żniwa w Europie przyczyniły się do wzrostu cen w pierwszych dwóch dekadach lipca 2025 r. Na giełdzie Matif cena pszenicy 22 lipca 2025 r. osiągnęła poziom 203 euro/t (o 4% wyższy niż na początku lipca 2025 r.), a kukurydzy – 212 euro/t (o 7% wyższy). W kolejnych tygodniach dostawy zbóż do skupu z nowych zbiorów (w tym kukurydzy) w Europie oraz duża podaż zbóż na rynkach światowych (m.in. Brazylia, Argentyna, USA, Rosja i Ukraina) wywierały presję na spadek cen. Na giełdzie Matif 20 października 2025 r. cena pszenicy w kontraktach terminowych na grudzień wyniosła 189 euro/t i była o około 1% niższa od ceny notowanej miesiąc wcześniej

Polski handel zagraniczny ziarnem zbóż (w mln ton)



Źródło: opracowanie Biura Analiz i Strategii KOWR na podstawie danych Ministerstwa Finansów, za 2025 r. dane wstępne.

4. 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 3.10.2025 r.

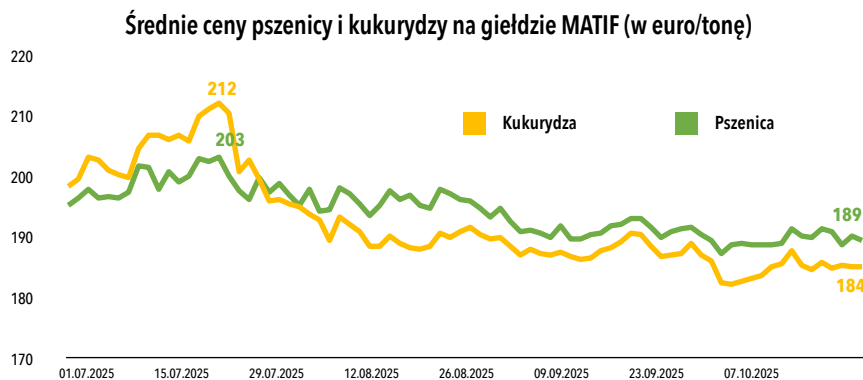
i o 7% niższa od ceny z 22 lipca 2025 r. Cena kukurydzy w kontraktach terminowych na listopad (Euronext/Matif) ukształtowała się na poziomie 184 euro/t, o 2% niższym niż miesiąc wcześniej i o 13% niższym niż w notowaniu z 22 lipca 2025 r. W porównaniu z cenami sprzed roku cena pszenicy była o 16% niższa, a kukurydzy – o 13% niższa.

Zmiany cen na rynkach zagranicznych oddziaływały na poziom cen zbóż w Polsce. W okresie żniw ceny zbóż podstawowych uległy obniżeniu. W dalszym okresie sezonu pszenica nadal taniała, natomiast jęczmień paszowy od końca lipca 2025 r. wykazywał tendencję wzrostową. Dopiero w drugim tygodniu października 2025 r. cena jęczmienia paszowego uległa znacznemu obniżeniu. W zakładach zbożowych objętych monitoringiem ZSRIR MRiRW w okresie 6–12.10.2025 r. cena pszenicy konsumpcyjnej wyniosła 780 zł/t i była nieznacznie (o 0,3%) niższa niż przed miesiącem. Za jęczmień paszowy płacono 706 zł/t, o 3% mniej niż miesiąc wcześniej. Poziom cen zakupu pszenicy konsumpcyjnej, w porównaniu z cenami sprzed roku, był niższy o około 13%, a jęczmienia paszowego – o 5%.

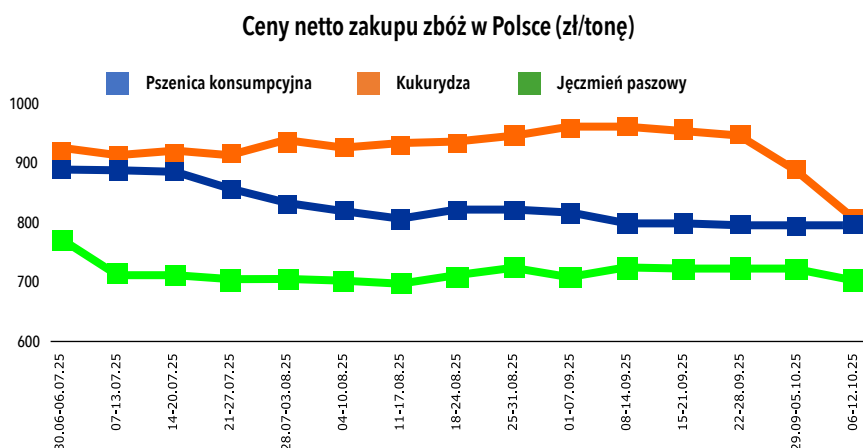
Przeciętna krajowa cena zakupu kukurydzy w dniach 6–12.10.2025 r. wyniosła 791 zł/t i była o 17% niższa niż przed miesiącem i o 1% niższa niż rok wcześniej.

RYNEK WIEPRZOWINY

Z prognozy Food and Agricultural Organization (FAO) wynika, że w 2025 r. nastąpi stabilizacja w globalnej produkcji wieprzowiny i może ona ukształtować się na poziomie 125,2 mln ton wobec 125,1 mln ton w 2024 r. W przypadku największych światowych producentów wieprzowiny produkcja prawdopodobnie wzrośnie w USA (o 0,7%, do 12,7 mln ton), Brazylii (o 2,2%, do 5,45 mln ton), Federacji Rosyjskiej (o 2,1%, do 5,1 mln ton) i Wietnamie (o 0,9%, do 3,8 mln ton), a nieco spadnie – w Chinach (o 0,1%, do 57,9 mln ton) i UE (o 0,9%, do 21,05 mln ton)⁵. W Unii Europejskiej w pierwszej połowie 2025 r. nastąpiło ożywienie produkcji żywca wieprzowego, co wynikało z większej (o 3% r/r) liczby warchlaków w końcu 2024 r. Skutkowało to



Źródło: opracowanie Biura Analiz i Strategii KOWR na podstawie danych e-WGT i Kaack Terminhandel GmbH.



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

wzrostem ubojów świń w 2025 r. Wielkość ubojów w UE w okresie styczeń–lipiec 2025 r. wyniosła 12,7 mln ton (wzrost o 3% r/r). Jednocześnie spadek liczby loch hodowlanych wpłynął na mniejszą liczebność prosiąt w bieżącym roku. Znalazło to potwierdzenie w spisie pogłowia w czerwcu 2025 r., z którego wynika, że liczebność prosiąt w UE w 2025 r. zmniejszyła się o 0,7%, głównie w Hiszpanii (o 2,6%) i Niderlandach (o 5,1%)⁶. W efekcie produkcja wieprzowiny w 2025 r. prawdopodobnie ukształtuje się na poziomie 21,15 mln ton, tj. nieznacznie (o 0,4%) niższym niż w 2024 r.⁷

W Polsce w czerwcu 2025 r. pogłowia świń liczyło 9124 tys. szt. i było tylko o 8,5 tys. szt. (o 0,1%) mniejsze niż w czerwcu 2024 r. Wzrost liczebności pogłowia odnotowano w kategorii prosiąt (o 0,7%) i tuczników (o 4,1%). Największy spadek wystąpił natomiast w grupie warchlaków (o 5,7%) oraz trzody chlewnej na chów o wadze

50 kg i więcej (o 4,4%), w tym loch prośnych o 3,8%. W strukturze stada zwiększył się udział trzody chlewnej na ubój (o 1,8 pp.) i prosiąt (o 0,2 pp.), a zmniejszył – warchlaków (o 1,6 pp.), trzody chlewnej na chów (o 0,4 pp.) i loch (o 0,3 pp.)⁸.

W okresie styczeń–lipiec 2025 r. całkowity ubój świń w krajowych ubojniach wyniósł 1 173 tys. ton w wadze bitej ciepłej (1 502 tys. ton w wadze żywej), o 5% więcej niż przed rokiem.

Unia Europejska utrzymuje silną pozycję eksportową na rynku wieprzowiny, mimo pojawiających się globalnych wyzwania, takich jak ASF, czy konkurencyjna cenowo oferta z Brazylii. Do czołowych eksporterów asortymentu wieprzowego w 2025 r. należą: Hiszpania (34% udział w eksporcie), Niderlandy (16%), Dania (13%), Niemcy i Polska (po 7%).

W okresie styczeń–lipiec 2025 r. z krajów Unii Europejskiej do krajów trzecich wyeksporto-

⁵ Food Outlook – Biannual report on global food markets, June 2025.

⁶ Pogłowia świń w grudniu 2024 r. i w czerwcu 2025 r. – dane Eurostat, data odczytu: 7.10.2025 r.

⁷ Short-term outlook for EU agricultural markets in 2025 – summer 2025, data publikacji: 28.07.2025 r.

⁸ Pogłowia świń według stanu w czerwcu 2025 r., Informacje sygnałowe, GUS, 12.09.2025 r.

wano ponad 2,5 mln ton produktów wieprzowych (w ekwiwalencie tusz), o 1% więcej niż przed rokiem. Produkty wieprzowe z UE kierowano przede wszystkim do Chin (658 tys. ton, 26% udział w wolumenie eksportu, wzrost o 2% r/r) oraz Wielkiej Brytanii (488 tys. ton, 19% udział, spadek o 5% r/r). Asortyment wieprzowy z UE eksportowano również do: Filipin (222 tys. ton), Japonii (173 tys. ton), Republiki Korei (162 tys. ton), Wietnamu (107 tys. ton), USA (63 tys. ton) i Wybrzeża Kości Słoniowej (59 tys. ton)⁹.

Import asortymentu wieprzowego do UE od stycznia do końca lipca 2025 r. wyniósł 94 tys. ton (w ekwiwalencie tusz) i był o 2% mniejszy niż w tym samym okresie 2024 r. Dostawy do UE pochodziły m.in.: z Wielkiej Brytanii (63 tys. ton), ze Szwajcarii (9 tys. ton), z Chile (7 tys. ton), z Norwegii i Ukrainy (po 4 tys. ton), a także z Rosji (3 tys. ton). Z Wielkiej Brytanii sprowadzano mięso i podroby, ze Szwajcarii – podroby, smalec i tłuszcze, z Chile – mięso, z Ukrainy – smalec i tłuszcze, z Norwegii – podroby i mięso, a z Rosji – smalec i tłuszcze (odbiorcą były Czechy). Najwięcej wieprzowiny spoza UE importowały Francja, Irlandia i Niemcy, które łącznie zakupiły 64% sprowadzonego do UE wolumenu produktów wieprzowych.

Polska od 2008 r. utrzymuje ujemne saldo w handlu zagranicznym wieprzowiną. W okresie styczeń–sierpień 2025 r. z Polski wyeksportowano 459 tys. ton żywca, mięsa, przetworów i tłuszców wieprzowych (w ekwiwalencie tusz), o 8% więcej niż przed rokiem. Do krajów UE skierowano 319 tys. ton asortymentu wieprzowego, a do krajów trzecich – 140 tys. ton.

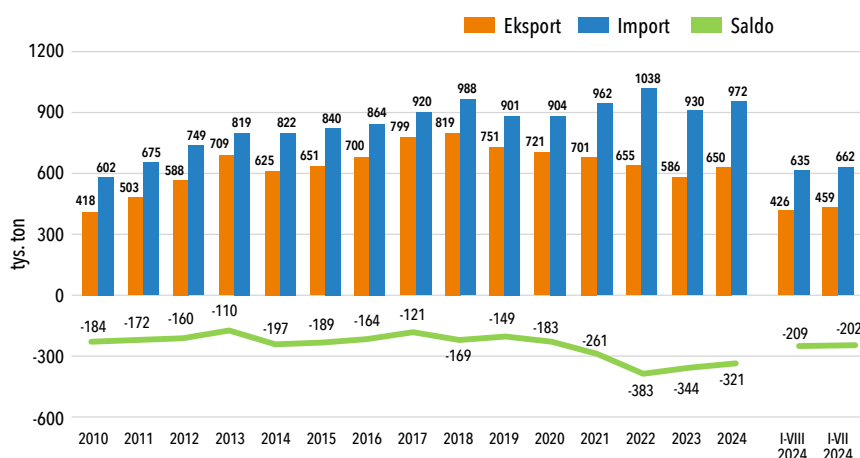
Przychody uzyskane ze sprzedaży zagranicznej produktów wieprzowych wzrosły o 3%, do 1,4 mld euro (6 mld zł)¹⁰. W strukturze asortymentowej eksportu produktów wieprzowych z Polski największy udział miało mięso, które stanowiło ponad połowę sprzedanego wolumenu (58%). W ciągu ośmiu miesięcy 2025 r. za granicę sprzedano 240 tys. ton mięsa wieprzowego (w wadze produktu), o 10% więcej niż przed rokiem. Odbiorcą 73% wolumenu mięsa wieprzowego była Unia Europejska, głównie Słowacja i Czechy (po 22 tys. ton, po 9% udziału w eksporcie), Niemcy (19 tys. ton, 8%), Włochy

i Rumunia (po 16 tys. ton, po 7%), Hiszpania (14 tys. ton, 6%), a wśród krajów nienależących do UE: Wielka Brytanii (14 tys. ton, 6%), Wietnam (9 tys. ton, 4%) i USA (7 tys. ton, 3%). W okresie ośmiu miesięcy 2025 r. do Polski zaimportowano łącznie 662 tys. ton żywca, mięsa, tłuszców i przetworów wieprzowych (w ekwiwalencie tusz), o 4% więcej niż przed rokiem. Wydatki poniesione na zakup asortymentu wieprzowego były o 6% mniejsze r/r i wyniosły 1,8 mld euro (7,7 mld zł). Przedmiotem importu do Polski były przede wszystkim mięso i żywiec wieprzowy pochodzące z krajów Unii Europejskiej.

W analizowanym okresie do kraju przywieziono 457 tys. ton mięsa wieprzowego (w wadze produktu), o 5% więcej niż przed rokiem, głównie z: Danii (124 tys. ton), Belgii (101 tys. ton), Niemiec (91 tys. ton), Hiszpanii i Niemczech (po 55 tys. ton). Import żywca wieprzowego do Polski był o 4% większy niż przed rokiem i wyniósł 5,7 mln szt., w tym ponad 5,3 mln szt. stanowiły prosięta i warchlaki zakupione głównie w Danii.

W Polsce w okresie pierwszych trzech kwartałów 2025 r. oraz w październiku br. zwiększona podaż wieprzowiny na rynku skutkowałą spadkiem cen żywca wieprzowego. Jednocześnie

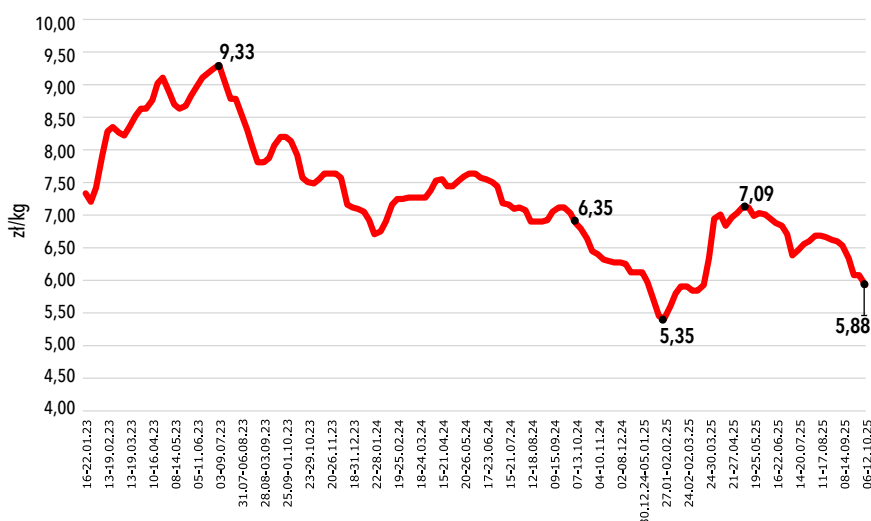
Handel zagraniczny produktami wieprzowymi*



* Handel zagraniczny żywcem, mięsem, tłuszczami i przetworami wieprzowymi w ekwiwalencie tusz.

Źródło: opracowanie Biura Analiz i Strategii KOWR na podstawie danych Ministerstwa Finansów, za 2025 r. dane wstępne.

Ceny zakupu żywca wieprzowego bez VAT (według ZSRIR MRiRW)



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

⁹ Eksport i import – dane KE DG AGRI: data odczytu 30.09.2025 r.

¹⁰ Wyniki polskiego handlu zagranicznego asortymentem wieprzowym dotyczą świní 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.

ograniczenia w eksporcie do krajów trzecich oraz utrzymująca się tendencja spadkowa cen u głównych unijnych producentów wieprzowiny wywierały presję na dalszy spadek cen. Według danych Zintegrowanego Systemu Rolniczej Informacji Rynkowej MRiRW w dniach 6-12 października 2025 r. w krajowych zakładach mięsnych za szwinie rzeźne średnio w kraju płacono 5,88 zł/kg, o 9,5% mniej niż miesiąc wcześniej oraz o 14% mniej niż przed rokiem.

RYNEK WOŁOWINY

Według prognozy FAO z czerwca 2025 r. globalna produkcja wołowiny w 2025 r. może ukształtować się na poziomie nieco niższym (o 0,6%) niż w 2024 r. i wynieść 78 mln ton. Niewielki globalny spadek będzie prawdopodobnie wynikał z mniejszej podaży m.in. w: Stanach Zjednoczonych (o 2,1%, 12 mln ton), Brazylii (o 3%, 11,5 mln ton), Chinach (o 0,7%, 7,8 mln ton) i Unii Europejskiej (o 1,1%, 6,6 mln ton), ale zostanie jedynie częściowo zrównoważony wzrostem produkcji w Indiach (o 1,5%, do 4,6 mln ton), Australii (o 2,2%, do 2,6 mln ton) i Pakistanie (o 3,2%, do 2,5 mln ton)¹¹.

W Unii Europejskiej, zwłaszcza u czołowych producentów wołowiny, od kilku lat notowa-

ny jest systematyczny spadek pogłowia bydła, który skutkuje zmniejszającym się poziomem produkcji żywca wołowego. Z danych Eurostatu wynika, że w czerwcu 2025 r. spadek pogłowia wystąpił u większości wiodących unijnych producentów wołowiny. We Francji pogłowie spadło o 2,4% r/r, w Niemczech – o 2,7%, w Irlandii – o 3,9%, w Polsce – o 3,0%, a we Włoszech – o 1,8%. Jedynie w Hiszpanii nastąpił wzrost pogłowia bydła o 1,0%¹². Według krótkoterminowej prognozy Komisji Europejskiej w 2025 r. w całej UE produkcja wołowiny może wynieść 6,57 mln ton, o 1,3% mniej niż w roku 2024¹³.

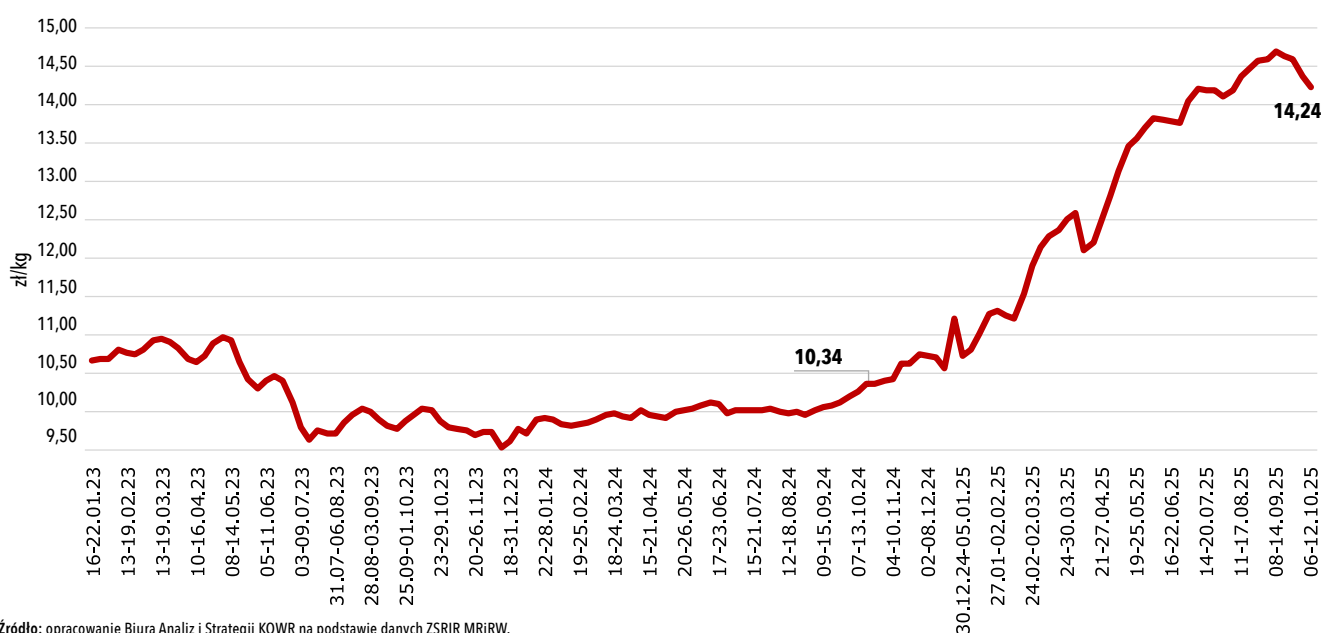
Spadek produkcji wołowiny na rynku UE w 2025 r. ma przełożenie na mniejsze możliwości eksportowe do krajów pozaunijnych. W okresie styczeń-lipiec 2025 r. kraje UE łącznie wyeksportowały poza obszar celny 498 tys. ton produktów wołowych (w ekwiwalencie tusz), o 15% mniej niż przed rokiem. Wielka Brytania pozostała największym odbiorcą asortymentu wołowego z UE, z 38% udziałem w unijnym eksporcie, ale dostawy do tego kraju zmniejszyły się o 4% r/r, do 190 tys. ton. Mniejszy był również eksport do Turcji (o 52%, 35 tys. ton), Izraela (o 3%, 22 tys. ton) oraz Bośni i Hercegowiny (o 22%, 18 tys. ton). Więcej niż przed rokiem produktów wo-

wych i cielęcych wywieziono m.in.: do Ghany (o 21%, 25,5 tys. ton), Szwajcarii (o 36%, 19 tys. ton), Maroka (o 23%, 19 tys. ton), Algierii (o 16%, 18 tys. ton) i Wybrzeża Kości Słoniowej (o 17%, 18 tys. ton).

Import produktów wołowych do UE w pierwszych siedmiu miesiącach 2025 r. wyniósł 240 tys. ton (w ekwiwalencie tusz), o 4% więcej niż przed rokiem. Największym dostawcą wołowiny na rynek unijny była Wielka Brytania, skąd przywieziono 64 tys. ton produktów wołowych (27% udziału w imporcie). Ponad połowę (59% – 142 tys. ton) wolumenu importu asortymentu wołowego do UE pochodziło z krajów Mercosur, w tym z Brazylii blisko 57 tys. ton, Argentyny – 47 tys. ton, Urugwaju – 35 tys. ton i Paragwaju – ponad 3 tys. ton (w 96% było to świeże i mrożone mięso wołowe). Najwięcej produktów wołowych z krajów Mercosur zakupiły Niemcy (51 tys. ton – ponad 1/3 wolumenu), Włochy (38 tys. ton, 27%) i Niemcy (23 tys. ton, 16%)¹⁴.

Wołowina wyprodukowana w Polsce znajduje odbiorców głównie za granicą. Około 90% polskiego asortymentu wołowego i cielęcego trafia na eksport, przede wszystkim do krajów UE. W okresie styczeń-sierpień 2025 r. z Polski wyeksportowano 365 tys. ton produktów

Ceny zakupu żywca wołowego bez VAT (według ZSRIR MRiRW)



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

¹¹ Food Outlook – Biannual report on global food markets, June 2025.

¹² Dane Eurostat, data odczytu: 9.10.2025 r.

¹³ Short-term outlook for EU agricultural markets in 2025 – summer 2025, data publikacji: 28.07.2025 r.

¹⁴ Eksport i import – dane KE DG AGRI, data odczytu 9.10.2025 r.

wołowych i cielęcych (w ekwiwalencie tusz), o 2% więcej niż przed rokiem. Przychody z eksportu wyniosły 2,3 mld euro (blisko 10 mld zł) i były o 32% większe r/r¹⁵. W eksporcie asortymentu wołowego dominowało mięso świeże i mrożone (około 90% udziału). Za granicę sprzedano 289 tys. ton mięsa wołowego (w wadze produktu), o 3% więcej niż przed rokiem. Do krajów UE skierowano 242 tys. ton mięsa (84%), m.in. do: Włoch (19%, 54 tys. ton), Niemiec (18%, 52 tys. ton), Niderlandów (9%, 27 tys. ton), Hiszpanii (8%, 24 tys. ton) i Francji (6%, 17 tys. ton). Pozaunijnymi odbiorcami mięsa wołowego z Polski były: Turcja (9%, 27 tys. ton) i Wielka Brytania (4%, 12 tys. ton).

Import produktów wołowych i cielęcych do Polski w stosunku do ubiegłego roku odnotował wzrost, jednak jego wolumen w porównaniu z eksportem był niewielki. Od stycznia do końca sierpnia 2025 r. do kraju przywieziono 56 tys. ton produktów wołowych i cielęcych (w ekwiwalencie tusz), o 19% więcej niż przed rokiem. Przedmiotem importu było przede wszystkim mięso (53% udziału w wolumenie) oraz żywiec (45%). Mięso wołowe sprowadzano m.in. z Włoch, Niemiec i Niderlandów, a żywiec wołowy (głównie cielęta) importowany był z: Litwy, Słowacji i Łotwy.

W 2025 r. zarówno w UE, jak i w Polsce ceny żywca wołowego utrzymują się na rekordowo wysokim poziomie. Jest to efekt z jednej strony spadku produkcji w UE, a z drugiej – silnego popytu na wołowinę na rynku globalnym. Sytuacja ta wywiera presję cenową, zwłaszcza na rynkach eksportowych, a Polska należy do znaczących eksporterów wołowiny, przede wszystkim do krajów UE (ponad 80%). Znalazło to odzwierciedlenie w krajowych cenach skupu żywca wołowego, które od początku bieżącego roku do połowy września dynamicznie rosły. Jednak we wrześniu 2025 r. rosnący trend uległ odwróceniu. W dniach 6–12 października 2025 r. zakłady mięsne objęte monitoringiem Zintegrowanego Systemu Rolniczej Informacji Rynkowej MRiRW za bydło rzeźne płaciły dostawcom średnio 14,24 zł/kg, o 3% mniej niż przed miesiącem, ale o 39% więcej niż przed rokiem.

RYNEK DROBIU

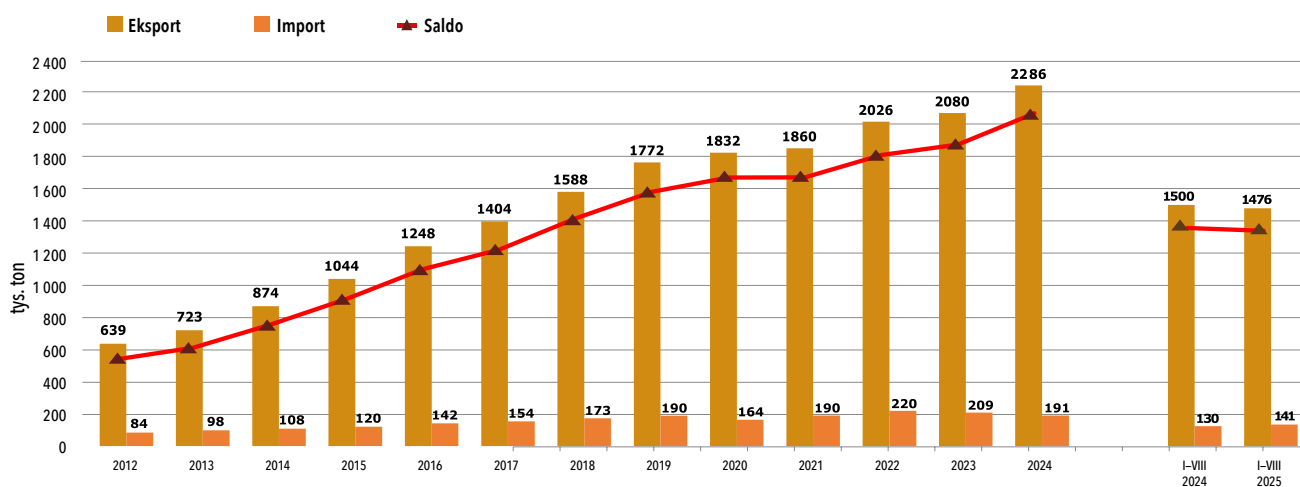
Według prognozy FAO¹⁶ w całym 2025 r. przewidywany jest dalszy wzrost globalnej produkcji i konsumpcji drobiu. Światowa produkcja drobiu wzrosła o 1,7% w stosunku do roku 2024, do najwyższego w historii poziomu – ponad 152 mln ton, podczas gdy konsumpcja zwiększyła się o 1,6%, do 151 mln ton. Większa produkcja

spodziewana jest na rynkach wszystkich wiodących producentów, tj. w Chinach, USA, Brazylii i Unii Europejskiej, a także w Rosji, Meksyku, Indiach oraz w Indonezji. W ujęciu globalnym mięso drobiowe w 2025 r. pozostało konkurencyjnym cenowo źródłem białka zwierzęcego w stosunku do innych gatunków mięsa.

Dalszy wzrost produkcji drobiu w 2025 r. odnotowany zostanie w Unii Europejskiej, ale dynamika tego wzrostu będzie słabsza niż w latach 2023–2024 z powodu występowania ognisk wirusa grypy ptaków i związanych z tym niedoborów jaj wylęgowych. Zgodnie z prognozą KE w całym 2025 r. unijna produkcja drobiu osiągnie 14,36 mln ton (w ekwiwalencie tuszek) i będzie o 1,8% większa niż w roku 2024, natomiast konsumpcja w UE zwiększy się o 2,2%, do rekordowego poziomu – 13,2 mln ton¹⁷.

Na produkcję drobiu w Polsce w 2025 r. duży wpływ miały ogniska grypy ptaków i rzekomego pomoru drobiu, skutkujące koniecznością dokonywania utylizacji w stadach komercyjnych, co przy wysokim popycie krajowym negatywnie oddziaływało na sytuację podażową w kraju. W okresie od stycznia do sierpnia 2025 r. (według GUS) w Polsce wyprodukowano blisko 2,3 mln ton mięsa drobiowego (w przedsiębiorstwach przemysłu mięsnego zatrudniających 50 i więcej pracowników), o 1,4% mniej niż przed rokiem¹⁸.

Polski handel zagraniczny produktami drobiowymi¹⁾



¹⁾ Handel zagraniczny żywcem, mięsem, podrobami i przetworami drobiowymi w ekwiwalencie tuszek.

Źródło: opracowanie Biura Analiz i Strategii KOWR na podstawie danych Ministerstwa Finansów, 2025 r. – dane wstępne.

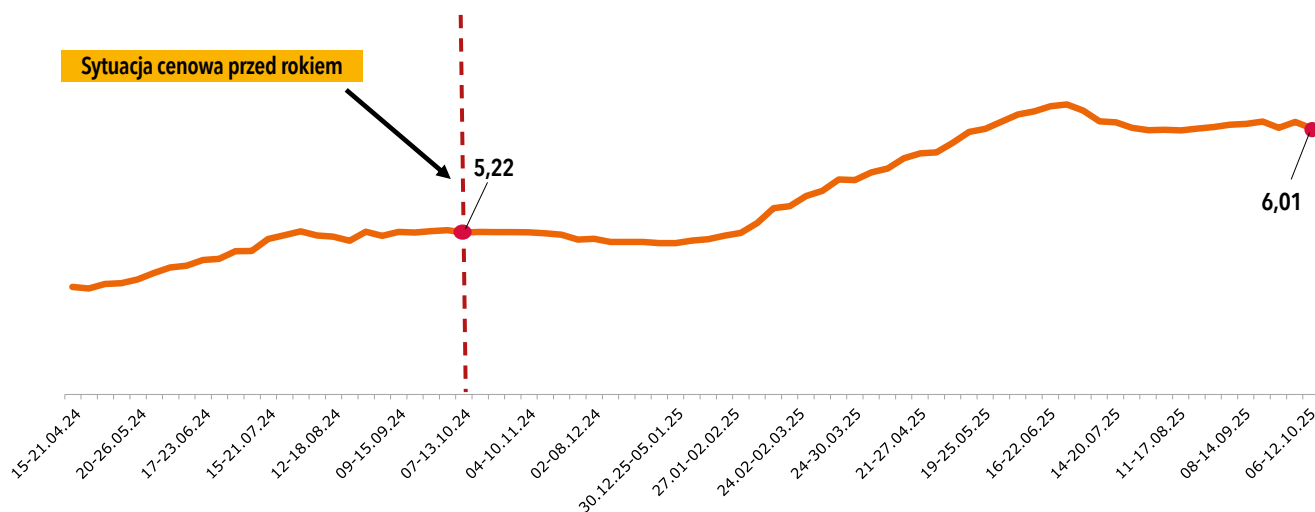
¹⁵ Wyniki polskiego handlu zagranicznego asortymentem wołowym i cielęcym dotyczą bydła gatunków domowych i produktów z tych zwierząt, tj. wybranych towarów z pozycji CN: 0102, 0201, 0202, 1602 oraz 0210 i zostały obliczone przez analityków Biura Analiz i Strategii KOWR na podstawie wstępnych danych Ministerstwa Finansów. Wyniki te obejmują wymianę z państwami UE i krajami trzecimi. Wolumen przedstawiono w ekwiwalencie tusz.

¹⁶ FAO – Food Outlook – Biannual report on global food markets, June 2025.

¹⁷ Short-term outlook for EU agricultural markets in 2025 – July 2025.

¹⁸ Biuletyn Statystyczny nr 8/2025, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa, wrzesień 2025 r.

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



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

Na rynku UE w pierwszych siedmiu miesiącach 2025 r. odnotowano niewielki spadek eksportu produktów drobiowych przy jednoczesnym znaczącym wzroście importu. Według danych KE¹⁹ w okresie siedmiu miesięcy 2025 r. kraje UE wyeksportowały na rynki pozaunijne nieco ponad 1,2 mld ton produktów drobiowych (w ekwiwalencie tuszek), o 2% mniej niż przed rokiem. Głównymi kierunkami eksportu z UE były: Wielka Brytania (421 tys. ton), Ghana (107 tys. ton), Demokratyczna Republika Konga (70 tys. ton) oraz Filipiny i Wietnam – odpowiednio 42 tys. ton i 37 tys. ton. Równocześnie kraje Unii Europejskiej zaimportowały blisko 0,6 mld ton produktów drobiowych, o 8% więcej r/r, przede wszystkim z: Brazylii (187 tys. ton), Ukrainy (113 tys. ton), Wielkiej Brytanii (111 tys. ton) i Tajlandii (108 tys. ton). Podobna sytuacja jak w UE miała miejsce w polskim handlu zagranicznym produktami drobiowymi. Zgodnie ze wstępnymi danymi Ministerstwa Finansów w okresie pierwszych ośmiu miesięcy 2025 r. wolumen eksportu produktów drobiowych z Polski był o 1,6% mniejszy niż przed rokiem i wyniósł blisko 1,5 mln ton (w ekwiwalencie tuszek). Na rynku unijnym ulokowano około 1 mln ton produktów drobiowych (70% wolumenu eksportu), o 3% więcej r/r, podczas gdy eksport do krajów

pozaunijnych był o 10% mniejszy niż przed rokiem i wyniósł blisko 0,5 mln ton (30% wolumenu eksportu).

Głównym czynnikiem wpływającym na spadek eksportu drobiu z Polski było pogorszenie konkurencyjności cenowej krajowych produktów drobiowych na rynkach pozaunijnych spowodowane umocnieniem kursu złotego wobec dolara amerykańskiego. Ponadto negatywnie na krajowy eksport wpływały restrykcje importowe nakładane przez niektóre kraje pozaunijne z powodu występowania ognisk wirusa grypy ptaków i rzekomego pomoru drobiu na terenie Polski²⁰.

Przedmiotem eksportu z Polski było przede wszystkim mięso drobiowe, które lokowano głównie w Niemczech (221 tys. ton; +13% r/r), Francji (128 tys. ton; +7%), Niemczech (108 tys. ton; -3% r/r), Wielkiej Brytanii (106 tys. ton; -13% r/r) i w Czechach (58 tys. ton; -5% r/r). Na wyższym poziomie niż przed rokiem kształtował się import drobiu do Polski. W okresie ośmiu miesięcy 2025 r. do Polski zaimportowano 141 tys. ton produktów drobiowych (w ekwiwalencie tuszek), o 9% więcej niż w analogicznym okresie 2024 r.

W pierwszej połowie 2025 r. ceny skupu kurcząt brojlerów w Polsce odznaczały się tendencją wzrostową, która wynikała z mniejszej podaży żywca z produkcji krajowej. Od

połowy lipca do połowy października 2025 r. sytuacja cenowa na krajowym rynku kurcząt brojlerów charakteryzowała się niewielkimi zmianami cen skupu, które według danych ZSRIR MRiRW oscylowały w tym okresie w okolicach 6 zł/kg. Utrzymująca się stabilizacja cen kurcząt brojlerów spowodowana była równowagą między podażą a popytem. W drugim tygodniu października br. średnia cena skupu wyniosła 6,01 zł/kg, a notowany poziom cen był o 15% wyższy niż przed rokiem. Pomimo stosunkowo wysokiego poziomu cen krajowe kurczęta brojlery w sierpniu i we wrześniu 2025 r. były o 65–79 euro/t tańsze niż średnio w Unii Europejskiej, co świadczy o utrzymującej się konkurencyjności polskiej oferty asortymentowej na rynku unijnym.

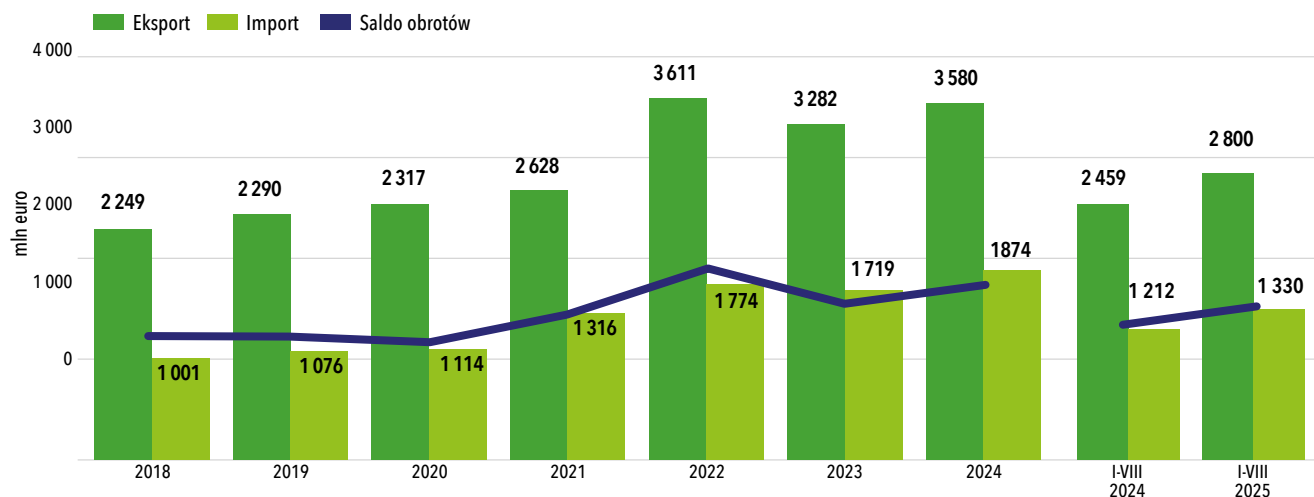
RYNEK MLEKA I PRODUKTÓW MLECZNYCH

Według prognozy FAO na rynku globalnym w 2025 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 Oceanii. Zgodnie

19 Opracowanie Biura Analiz i Strategii KOWR na podstawie danych KE DG AGRI, data odczytu: 26.09.2025 r.

20 W okresie od 1 października 2024 r. do 2 października 2025 r. według GIW restrykcje na import produktów drobiowych z Polski wprowadzały: Bośnia i Hercegowina, Macedonia Północna, Kirgistan, Białoruś, Ukraina.

Polski handel zagraniczny produktami mlecznymi* (w mln euro)



* z kazeiną i lodami

Źródło: opracowanie Biura Analiz i Strategii KOWR na podstawie danych Ministerstwa Finansów, 2025 r. – dane wstępne.

z aktualną prognozą światowa produkcja mleka w całym 2025 r. osiągnie poziom 992,7 mln ton, o 1% wyższy niż w roku 2024²¹.

W 2025 r. niewielki wzrost produkcji surowca przewidywany jest również w Unii Europejskiej, która jest znaczącym globalnym producentem i eksporterem mleka i produktów mlecznych. Według prognozy Komisji Europejskiej w całym 2025 r. unijna produkcja prawdopodobnie wyniesie 155,8 mln ton wobec 155,6 mln ton w roku 2024²².

W całym 2025 r. niewielki wzrost produkcji mleka przewidywany jest również w Polsce, która z uwagi na wielkość stada krów mlecznych (2,01 mln szt.), zaliczana jest obok Niemiec (3,6 mln szt.) i Francji (3 mln szt.) do największych unijnych producentów mleka.

Na wzrostowe tendencje w produkcji wskazują rosnące dostawy surowca do skupu. Na rynku krajowym w okresie ośmiu miesięcy 2025 r. podaż mleka surowego do skupu ukształtowała się na poziomie wyższym niż przed rokiem, co było wynikiem utrzymującego się popytu na surowiec ze strony przetwórstwa spożywczego. W okresie styczeń-sierpień 2025 r. skup mleka surowego w Polsce osiągnął 9,1 mld l i był o ponad 2% większy niż w tym samym okresie rok wcześniej²³. W ujęciu miesięcznym w sierpniu 2025 r. odnotowano obniżkę dostaw mleka. Według danych GUS w tym miesiącu

do podmiotów skupujących krajowi producenci dostarczyli około 1,14 mld l surowca, nieznacznie (o 0,4%) mniej niż w lipcu 2025 r., ale o 5% więcej niż przed rokiem.

Wpływy krajowej branży mleczarskiej z eksportu produktów mlecznych w okresie pierwszych ośmiu miesięcy 2025 r. były wyższe niż w tym samym okresie przed rokiem, do czego przyczynił się wzmożony popyt ze strony krajów UE. Według wstępnych danych Ministerstwa Finansów w okresie styczeń-sierpień 2025 r. wartość wywozu produktów mlecznych z Polski wyniosła 2,8 mld euro (11,87 mld zł) i była o 14% wyższa niż w analogicznym okresie 2024 r. Jednocześnie na import asortymentu mlecznego wydatkowano 1,3 mld euro (5,64 mld zł), o 10% więcej r/r.

Dodatknie saldo obrotów handlowych artykułami mleczarskimi (łącznie z kazeiną) w okresie styczeń-sierpień 2025 r. ukształtowało się na poziomie 1,5 mld euro (6,23 mld zł), o 18% wyższym niż przed rokiem.

Eksport do krajów Unii Europejskiej wygenerował 73% wpływów uzyskanych ze sprzedaży zagranicznej artykułów mleczarskich z Polski. Przychody uzyskane z tego tytułu w okresie styczeń-sierpień 2025 r. wyniosły 2,1 mld euro i były o 19% większe niż w analogicznym okresie roku 2024. Głównymi odbiorcami produktów mlecz-

nych na rynku unijnym były: Niemcy (22% wartości – 605 mln euro), Czechy (7% – 191 mln euro), Niderlandy (6% – 176 mln euro), Włochy (5% – 134 mln euro) oraz Rumunia (4% – 133 mln euro).

Udział krajów pozaunijnych w eksporcie produktów mlecznych z Polski stanowił 27%. W okresie styczeń-sierpień 2025 r. przychody uzyskane z eksportu na rynki pozaunijne wyniosły 748 mln euro i były o 2% większe niż przed rokiem. Największy udział w polskim eksporcie ogółem spośród krajów pozaunijnych miały: Zjednoczone Królestwo (5% – 132 mln euro), Algieria (4% – 99 mln euro), Ukraina (3% – 88 mln euro), Chiny (2% – 46 mln euro) i Arabia Saudyjska (2% – 43 mln euro).

Największe wpływy w pierwszych ośmiu miesiącach 2025 r. branża mleczarska uzyskała z eksportu serów i twarogów (878 mln euro, 3,7 mld zł), a następnie mleka płynnego i śmietany (538 mln euro), lodów (389 mln euro), masła i tłuszczów mlecznych (387 mln euro) oraz mleka zagęszczonego i w proszku (252 mln euro).

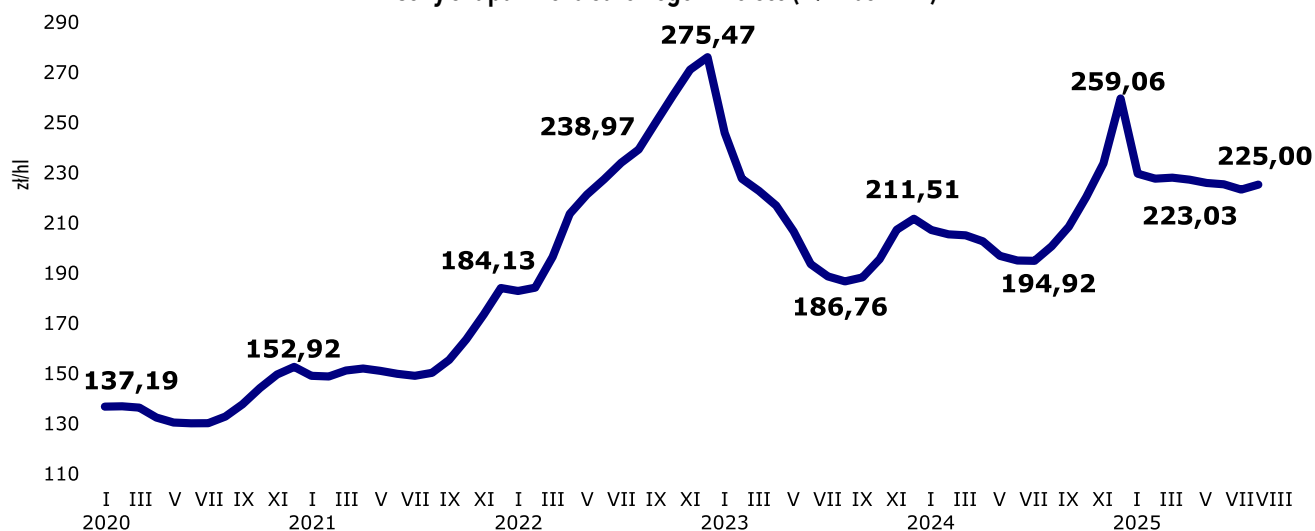
Według danych Organizacji Narodów Zjednoczonych ds. Wyżywienia i Rolnictwa we wrześniu 2025 r. kontynuowany był spadek wartości indeksu cen produktów mlecznych FAO. Wskaźnik ten ukształtował się na poziomie 148,3 pkt,

21 FAO – Food Outlook - Biannual report on global food markets, June 2025.

22 Short-term outlook for EU agricultural markets in 2025 – summer 2025, data publikacji: 28.07.2025 r.

23 Biuletyn Statystyczny nr 8/2025, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa, wrzesień 2025 r.

Ceny skupu mleka surowego w Polsce (zł/hl bez VAT)



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

o 4,0 pkt niższym niż w sierpniu 2025 r. Wskaźnik ten był jednak o 11,7 pkt wyższy niż przed rokiem²⁴. Na spadek wartości indeksu cen FAO miały wpływ niższe międzynarodowe ceny masła, odtłuszczonego i pełnego mleka w proszku oraz nieznaczna obniżka cen sera.

Indeks cen masła spadł o 7%, w wyniku zwiększonej globalnej podaży śmietany (ze względu na słabnący popyt na lody na półkuli północnej) oraz wyższych szacunków produkcji mleka w Nowej Zelandii.

Obniżka cen mleka w proszku była spowodowana osłabionym popytem ze strony kluczowych importerów i wzmożoną konkurencją eksportową.

Indeks dla sera spadł nieznacznie, odzwierciedlając stabilną produkcję i mniejsze zainteresowanie eksportem w Unii Europejskiej, co zostało częściowo zrównoważone przez korzystniejsze notowania cen w Oceanii²⁵.

W sierpniu 2025 r. na rynku krajowym zahamowana została, utrzymująca się od początku 2025 r., spadkowa tendencja cen skupu mleka.

Według danych GUS w sierpniu 2025 r. krajowi dostawcy za surowiec przeciętnie uzyskiwali 225,00 zł/hl, o 1% więcej niż w poprzednim miesiącu oraz o 12% więcej niż w sierpniu 2024 r. Ceny skupu mleka, podobnie jak w poprzednich miesiącach, charakteryzowały się znacznym zróżnicowaniem regionalnym. Najwyższe ceny uzyskiwano w województwie podlaskim – 238,69 zł/hl, a najmniej za mleko płacono w województwie małopolskim – 210,30 zł/hl.

Na krajowym rynku trwałych produktów mleczarskich od końca listopada 2024 r. do końca lutego 2025 r. utrzymywała się tendencja spadkowa cen masła w blokach. Według danych ZSRIR MRiRW w tym okresie ceny masła w blokach uległy obniżeniu z 37,44 zł/kg do 28,62 zł/kg. Od marca do lipca 2025 r. ceny masła w blokach, pomimo tygodniowych wahań, oscylowały w przedziale 29–31 zł/kg. Od sierpnia 2025 r. notowano spadek cen. W dniach 6–12 października 2025 r. cena masła w blokach wyniosła 25,07 zł/kg. Średni

poziom cen masła był o 12% niższy niż miesiąc wcześniej oraz o 23,5% niższy niż przed rokiem. Na krajowym rynku proszku mlecznego w okresie od stycznia do czerwca 2025 r. cena OMP wahała się od 10,05 zł/kg do 11,74 zł/kg. Od lipca 2025 r. cena OMP nie przekraczała 11 zł/kg. W dniach 6–12 października 2025 r. (według danych ZSRIR MRiRW) cena OMP ukształtowała się na poziomie 10,31 zł/kg, o 2% wyższym niż przed miesiącem, ale o 2,5% niższym niż w analogicznym okresie przed rokiem.

Natomiast ceny PMP od początku stycznia do pierwszego tygodnia sierpnia 2025 r. uległy obniżeniu z 20,43 zł/kg do 17,71 zł/kg. Od połowy sierpnia do września 2025 r. ceny PMP, pomimo tygodniowych wahań, utrzymywały się na poziomie około 19 zł/kg. Jednak w dniach 6–12 października 2025 r. (według danych ZSRIR MRiRW) notowany poziom cen PMP (17,78 zł/kg) był o 5,5% niższy niż przed miesiącem oraz o 6% niższy niż w analogicznym okresie przed rokiem.

Materiał opracował zespół
Biura Analiz i Strategii KOWR²⁶:
Marzena Trajer, Ewa Bochińska, Martyn
Mieczkowski, Paulina Kafarska, Maria Włodarczyk.

24 Indeks cen produktów mlecznych FAO obliczany na podstawie średnich miesięcznych zmian cen masła, serów, OMP i PMP ważonych wielkością eksportu, lata 2014–2016 = 100.

25 <https://www.fao.org/worldfoodsituation/foodpricesindex/en/>, data odczytu: 3.10.2025 r.

26 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



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 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 Koszalin ul. Partyzantów 15a 75-411 Koszalin 94 347-31-00	OT Opole ul. 1 Maja 6 45-068 Opole 77 400-09-39	OT Warszawa pl. Bankowy 2 00-095 Warszawa 22 635-10-00
OT Bydgoszcz ul. Hetmańska 38 85-039 Bydgoszcz 52 525-08-01	OT Kraków ul. Zbożowa 4 30-002 Kraków 12 314-99-00	OT Poznań ul. Fredry 12 61-701 Poznań 61 856-06-01	OT Wrocław ul. Mińska 60 54-610 Wrocław 71 356-39-19
OT Częstochowa ul. Jana III Sobieskiego 7 42-200 Częstochowa 34 378-20-36	OT Lublin ul. Witolda Chodźki 10A 20-093 Lublin 81 532-21-12	OT Pruszcz Gdański ul. Powstańców Warszawy 28 83-000 Pruszcz Gdański 58 300-48-41	
OT Gorzów Wlkp. ul. Myśliborska 32 66-400 Gorzów Wlkp. 95 714-61-00	OT Łódź ul. Północna 27/29 91-420 Łódź 42 636-53-26	OT Rzeszów ul. Asnyka 7 35-001 Rzeszów 17 853-78-00	
OT Kielce ul. Piaskowa 18 25-323 Kielce 41 343-31-90	OT Olsztyn ul. Głowackiego 6 10-448 Olsztyn 89 524-88-01	OT Szczecin ul. Bronowicka 41 71-012 Szczecin 91 814-42-00	

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



#KUPUJŚWIADOMIE