

UCHWAŁA Nr 5/2026
Komisji Zarządzającej
Funduszu Promocji Ziarna Zbóż i Przetworów Zbożowych
z dnia 30 lipca 2026 r.
w sprawie przyjęcia Strategii promocji dla branży rynku zbóż
i przetworów zbożowych na rok 2027

Działając na podstawie art. 12 ust. 1 pkt 6 ustawy z dnia 22 maja 2009 r o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych (Dz. U. z 2025 r. poz. 683), w związku z § 1 pkt 6 Regulaminu Komisji Zarządzającej Funduszu Promocji Ziarna Zbóż i Przetworów Zbożowych, stanowiącego załącznik do uchwały nr 8/2025 Komisji Zarządzającej Funduszu Promocji Ziarna Zbóż i Przetworów Zbożowych z dnia 02 lipca 2025 r. uchwala się, co następuje:

§ 1

Komisja Zarządzająca Funduszu Promocji Ziarna Zbóż i Przetworów Zbożowych **postanawia przyjąć opracowaną przez Komisję Zarządzającą Funduszu Promocji Ziarna Zbóż i Przetworów Zbożowych** Strategię promocji dla branży rynku zbóż i przetworów zbożowych na rok 2027.

§ 2

Strategia promocji dla branży rynku zbóż i przetworów zbożowych na rok 2027 stanowi załącznik do niniejszej uchwały.

§ 3

Uchwała wchodzi w życie w dniu podjęcia.

PRZEWODNICZĄCY KOMISJI/ ZASTĘPCA PRZEWODNICZĄCEGO		SEKRETARZ KOMISJI
--	--	--------------------------

Strategia promocji dla branży rynku zbóż i przetworów zbożowych na rok 2027

I. Aktualny stan branży w Polsce z uwzględnieniem działań podjętych do tej pory w celu poprawy sytuacji branży

1.1. Produkcja – stan aktualny i tendencje

Uprawa zbóż jest podstawową działalnością rolniczą w Polsce. Zboża stanowią około 66% powierzchni zasiewów w naszym kraju.

W 2025 roku zbożami obsiano 6,92 mln hektarów, co oznacza spadek o 2,2% w porównaniu z rokiem poprzednim. Wzrost zasiewów zanotowano w przypadku kukurydzy, owsa i pszenicy – odpowiednio o 5,1% (do 1 341 tys. ha), 1,9% (do 528,7 tys. ha) i 1,2% (do 2 414 tys. ha). Zmniejszeniu uległ natomiast areal mieszanek zbożowych (spadek o 19,9% do 197 tys. ha), żyta (spadek o 11,5% do 604 tys. ha), jęczmienia (spadek o 10,7% do 621 tys. ha), pszenżyta (spadek o 6,7% do 1 115 tys. ha).

Pod zbiory 2026 roku według GUS obsiano zbożami podstawowymi 5,6 mln ha, tj. o 2,9% więcej niż w roku poprzednim. Straty zimowe i wiosenne w powierzchni zasiewów zbóż ozimych w roku 2026 były wyższe niż w roku poprzednim i w przypadku mieszanek zbożowych ozimych wynosiły 1,1%, jęczmienia ozimego 1,0%, pszenicy ozimej, żyta i pszenżyta ozimego po około 0,2%. W drugiej dekadzie marca ruszyła wegetacja. W okresie wiosennym odnotowano niski poziom opadów. W marcu uśredniony poziom opadów był na poziomie około 67% normy dla tego miesiąca, w kwietniu na poziomie 30% normy, w maju około 60%, co utrudniało siewy zbóż jarych oraz wzrost i rozwój roślin.

Głównymi odbiorcami ziarna zbóż od producentów rolnych są firmy produkujące pasze oraz firmy zajmujące się przetwórstwem na cele konsumpcyjne stanowiące tzw. ogniwo przetwórstwa pierwotnego. Mniejszymi odbiorcami ziarna zbóż są firmy zajmujące się przechowywaniem i handlowym obrotem tego surowca.

Firmy zajmujące się wtórnym przetwórstwem zbóż to firmy, które wykorzystują do swojej działalności produkty pochodzące z pierwotnego przetwórstwa stanowiące w ich produkcji surowiec. Zarówno przedsiębiorstwa przetwórstwa pierwotnego jak i wtórnego zbywają swoje produkty w handlu hurtowym i detalicznym. Na większości poziomów łańcucha dostaw krajowa produkcja zbóż i produktów zbożowych uzupełniana jest importem z krajów UE oraz z krajów z poza UE. Część produkcji zbóż i przetworów jest eksportowana bezpośrednio przez producentów zbóż i przetworów zbożowych oraz przez firmy pośredniczące zajmujące się przechowywaniem i obrotem hurtowym ziarna i przetworów zbożowych. Komisja Europejska w imporcie zbóż i przetworów zbożowych z krajów trzecich utrzymuje cła przywozowe. Pewne ilości importu zbóż i przetworów zbożowych w ramach kontyngentów przywozowych z krajów trzecich są zwolnione z ceł. Dotyczy to w szczególności pszenicy durum, określonych asortymentów pszenicy zwyczajnej, czasami żyta, kukurydzy i sorga. Obrót zbożem i przetworami zbożowymi na jednolitym rynku odbywa się bez ograniczeń.

Zbiory i plony zbóż wykazują zmienność w poszczególnych latach natomiast areał ich uprawy od wielu lat wykazuje względną stabilność. Na wysokość plonów zbóż poza czynnikami typowo agrotechnicznymi bardzo duży wpływ ma pogoda w okresie ich wegetacji oraz w czasie zbioru. Zróżnicowanie plonowania zbóż występuje również w dużych i małych gospodarstwach oraz w poszczególnych regionach uprawy. Od dłuższego czasu ze względu na znaczny postęp w zakresie technologii ich uprawy obserwuje się tendencję wzrostową w plonowaniu zbóż.

Zgodnie z danymi GUS, zbiory zbóż w 2025 roku oszacowano na 37,3 mln ton, co oznacza wzrost o 6,7% w porównaniu z rokiem poprzednim. Natomiast według prognoz IERiGŻ PIB wzrost był na poziomie 6,0% przy zbiorach wynoszących 36,9 mln ton. Do znaczącego wzrostu zbiorów zbóż przyczyniło się dobre plonowanie zbóż ozimych oraz wzrost ich powierzchni zasiewów kosztem podstawowych zbóż jarych oraz wzrost powierzchni zasiewu i dobre plonowanie kukurydzy. Zbiory zbóż podstawowych oceniono na 26,6 mln ton, co oznacza wzrost, w stosunku do roku poprzedniego, o 4,8%. Wyższe zbiory zbóż podstawowych były wynikiem wzrostu ich plonów o 8,7%, co zrekompensowało z naddatkiem spadek powierzchni ich zasiewów. Plony kukurydzy wzrosły o 5,1%, do poziomu 7,8 t/ha.

W okresie jesiennym 2024 roku temperatury przekraczały na ogół poziom średniej wieloletniej. We wrześniu suma opadów była wyższa o około 18% od normy dla tego miesiąca, tworzyło dobre warunki do uprawy i siewu roślin. Październik był najcieplejszym miesiącem w historii pomiarów, z średnią temperaturą na poziomie 10,9°C. Poziom opadów był zbliżony do średniej wieloletniej. Z uwagi na wysokie temperatury i podwyższoną ewaporację klimatyczny bilans wodny był ujemny, w tym w szczególności w centralnej i zachodniej części kraju. W listopadzie temperatura była nieco niższa niż średnia dla tego miesiąca a opady były na poziomie około 80% średniej wieloletniej. Generalnie należy stwierdzić, że warunki pogodowe jesienią sprzyjały wzrostowi i rozwojowi roślin. Rośliny w optymalnym terminie krzewiły się.

Warunki przezimowania zbóż były na ogół sprzyjające w związku z tym plantacje w nowy sezon weszły w dobrej kondycji. W marcu ruszyła wegetacja. W wyniku niedoborów opadów w wielu regionach kraju było obserwowane przesuszenie gleby.

Niedobory wody występowały również w kwietniu i pierwszej połowie maja. Od drugiej połowy maja sytuacja uległa poprawie z uwagi na wzrost poziomu opadów, co sprzyjało wzrostowi i rozwojowi zbóż. Pojawiające się przed zbiorami deszcze sprzyjały właściwemu wypełnianiu się ziarniaków zbóż. Plony były na dobrym lub bardzo dobrym poziomie.

Krajowy popyt na zboża to przede wszystkim zużycie na celną paszową na poziomie 15,8 mln ton oraz na cele konsumpcyjne 4,8 mln ton. W ostatnich latach obserwowano wzrost zużycia zbóż na cele przemysłowe, z 2,9 mln ton w roku 2021/22 do 3,9 mln ton w roku 2025/26.

W sezonie 2025/26 zbiory zbóż przewyższyły krajowe zużycie o 9,6 mln ton, co oznacza wzrost w porównaniu z poprzednim sezonem, gdy nadwyżka wynosiła 8,1 mln ton. Był to zatem kolejny rok z rzędu charakteryzujący się znaczną nadwyżką podaży nad popytem wewnętrznym. Zapasy początkowe wyniosły 6,6 mln ton, co oznacza wzrost o 4,8% względem początku sezonu 2024/25. W efekcie krajowa podaż zbóż zwiększyła się o 5,8%, osiągając 43,5 mln ton. Zużycie krajowe wzrosło o 2,2% do poziomu 27,3 mln ton, natomiast zapasy końcowe wzrosły o 10,6%, do 7,3 mln ton.

Wyższe zapasy początkowe (wzrost o 4,82%) w połączeniu z wyższymi zbiorami przełożyły się na zwiększenie krajowych zasobów zbóż w sezonie 2025/26 o 5,8%, do poziomu 43,5 mln ton. Import przewidywany jest na około 1,8 mln ton, co oznacza spadek o 10,0%. Zużycie

krajowe ma wzrosnąć o 2,2% do blisko 27,3 mln ton, w tym zużycie paszowe szacuje się na 15,9 mln ton, co oznacza wzrost o 1,3%. Eksport może wzrosnąć o 7,6%, osiągając poziom 10,6 mln ton. Całkowite rozchody (zużycie krajowe plus eksport) wzrosną o około 3,7% do 37,9 mln ton. W rezultacie zapasy na koniec sezonu mogą wzrosnąć o ponad 10%, do 7,3 mln ton, co odpowiadałoby 26,7% krajowego zużycia – wobec 24,7% w roku wcześniejszym.

Istotnym elementem popytu na zboża w Polsce jest eksport który w 2025 roku stanowił ponad 22% zbioru zbóż. Po akcesji Polski do UE w naszym kraju można wyróżnić dwa regiony w których odbywa się eksport i import. Polska południowo wschodnia to rejon importowy zbóż. Niewielka odległość od sąsiednich krajów: Ukrainy, Słowacji Węgier oraz rozdrobnione gospodarstwa rolne to zasadnicze czynniki, które są powodem dość dużych zakupów zbóż za granicą w tym regionie. Region Polski południowo zachodniej to rejon eksportowy do czego predestynuje go skoncentrowana struktura gospodarstw rolnych oraz łatwy dostęp do infrastruktury eksportowej oraz bliskość do zachodnich granic państwa. W latach 2024 i 2025 nastąpił spadek w eksporcie zbóż w porównaniu z bardzo udanym rokiem 2023, kiedy eksport osiągnął poziom 13,6 mln ton. Eksport w roku gospodarczym 2025 wyniósł 8,3 mln ton i był niższy od eksportu w roku poprzednim o 19,0%. Import zbóż w 2025 roku był na poziomie 0,6 mln ton i był niższy w porównaniu z rokiem poprzednim o 37%. W rezultacie rok 2025 zakończył się dodatnim saldem w handlu zagranicznym na poziomie 7,7 mln ton, co oznacza jego sadek w porównaniu z poprzednim rokiem o 17,5%.

W latach 2015-2024 miesięczne spożycie pieczywa na mieszkańca w Polsce systematycznie spadało z poziomu 3,74 kg do 2,57 kg, co oznacza spadek o ponad 31%. Wpływa to na funkcjonowanie piekarstwa w warunkach malejącego popytu na pieczywo ogółem jak również na pieczywo świeże. Łączne miesięczne spożycie pieczywa i produktów zbożowych na osobę w tym okresie zmniejszyło się o 17,3% z 6,1 kg do 5,0 kg. Z danych IERiGŻ wynika, że w ostatnich latach rośnie produkcja trwałego pieczywa cukierniczego z 489,7 tys. ton w 2015 roku do 996 tys. ton w 2024 roku, co oznacza wzrost o 104,3%. Rosnące tempo sprzedaży polskiego pieczywa za granicą ze względu jednak na mały jeszcze wolumen, nie daje podstaw do dynamiczniejszego rozwoju branży. W szczególnie trudnej sytuacji są zakłady rzemieślnicze, które w większości lokują swoje produkty na rynku lokalnym.

W sezonie 2025/26 ponownie zaobserwowano spadek spożycia zbóż. Na potrzeby konsumpcyjne przetworzono łącznie 4,78 mln ton ziarna, podczas gdy w sezonie 2024/25 było to 4,82 mln ton. W tym: pszenica stanowiła 3,86 mln ton, żyto niespełna 0,77 mln ton, a pozostałe gatunki zbóż około 155 tys. ton.

Z danych GUS wynika, że w 2025 roku przeciętna cena chleba pszenno-żytniego była na poziomie 9,25 zł/kg i wzrosła w porównaniu do roku poprzedniego o 4,6%. Wzrost ten był na poziomie zbliżonym do wzrostu cen całej kategorii żywności i napojów bezalkoholowych, które podrożały o 4,7%. W ciągu ostatnich pięciu lat sukcesywnie wzrasta w społeczeństwie polskim zainteresowanie zdrowym trybem życia co jednocześnie powoduje korzystne zmiany w zwyczajach żywieniowych. Wzrasta również spożycie pieczywa ciemnego, pieczywa „bio” produkowanego z ziarna pochodzącego z gospodarstw ekologicznych. Dużym zainteresowaniem w ostatnich latach cieszy się pieczywo pochodzące z mąki otrzymanej z przemiału zbóż należących do grupy prastarych roślin a więc orkiszu, samopszy i płaskurki

1.2 Analiza sytuacji na rynku zbóż

W sezonie 2025/2026 według USDA na świecie zebrano 2,4 mld ton zbóż w, w tym 790 mln ton pszenicy i 1,17 mld ton zbóż paszowych. Światowe zbiory zbóż w roku 2025/2026 były wyższe od zbiorów roku poprzedniego odpowiednio o 4,1% w przypadku zbóż ogółem, 5,6% pszenicy i 4,2% kukurydzy. Światowe zużycie zbóż szacowane na 2,5 mld ton o około 100 mln ton przekraczało poziom zbiorów ogółem. W przypadku pszenicy zużycie szacowano na 793

mln ton, co oznacza, że było ono zbliżone do poziomu zbiorów. W przypadku zbóż paszowych światowe zużycie było wyższe od zbiorów o blisko 100 mln ton. Na rynku pszenicy, która sprzedawana jest na rynku UE i eksportowana jest do krajów trzecich, jej główni światowi eksporterzy zebrali łącznie 363,4 mln ton ziarna, tj. o blisko 50 mln ton więcej niż w roku poprzednim, co pozwoliło im sprzedać na rynku światowym 166,5 mln ton, tj. o 13 mln ton więcej niż w roku poprzednim. Umożliwiło im to również zwiększyć poziom swoich zapasów o około 13 mln ton do 46,6 mln ton. W przypadku głównych światowych importerów zbiory były na poziomie 205 mln ton, co oznacza ich spadek w stosunku do roku poprzedniego o około 11 mln ton. Import ich wzrósł do 140 mln ton, tj. o około 19 mln ton. Z punktu widzenia rynku krajowego ważnym jest, że zbiory pszenicy w żniwa 2025 roku w UE sięgnęły 145 mln ton, co oznacza wzrost w stosunku do roku poprzedniego o około 19 mln ton. Pozwoliło to zwiększyć poziom eksportu do 31 mln ton, zużycie o 7 mln ton do 115,3 mln ton oraz zwiększyć poziom zapasów o 5,5 mln ton do około 17 mln ton. W Polsce zbiory pszenicy rzędu 13,5 mln ton pozwalają zaspokoić zapotrzebowanie krajowe na poziomie 9,0 mln ton i sprzedawać za granicę jej nadwyżki. Sprzedaż ta jest realizowana w warunkach zaostrzonej konkurencji ze strony innych krajów członkowskich UE oraz silnej konkurencji ze strony ziarna eksportowanego poprzez porty Morza Czarnego. Stosunkowo wysoki poziom zbiorów pszenicy w Rosji w ilości 90 mln ton pozwolił temu krajowi zwiększyć wielkość eksportu w stosunku do roku poprzedniego o 5 mln ton do 48 mln ton oraz nieco zwiększyć poziom zapasów do około 12 mln ton. W przypadku Ukrainy zbiory pszenicy były nieco wyższe od notowanych w roku poprzednim i sięgnęły 24 mln ton. W ciągu roku wyeksportowano 14 mln ton pszenicy, tj. o 1,7 mln ton mniej niż w roku poprzednim. Przy utrzymującym się zużyciu krajowym na stałym poziomie 8,8 mln ton poziom zapasów wzrósł z 0,7 mln ton do 2,1 mln ton. USDA w swoich prognozach na rok 2026/2027 wskazuje na możliwy nieznaczny spadek zbiorów zbóż ogółem na świecie do 2,48 mld ton, co może ograniczyć poziom światowego handlu zbożem o około 19 mln ton. Zbiory pszenicy prognozowane na 778 mln ton a zbóż paszowych na poziomie roku poprzedniego. Sprawi to, że światowe zapasy w ciągu roku zmniejszą się o około 20 mln ton do 706,5 mln ton. Ich redukcja nastąpi głównie na rynku zbóż paszowych.

Polska jest ważnym producentem zbóż w UE-27 (3-cim producentem zbóż po Francji, która produkuje 60 – 65 mln ton oraz Niemczech, których produkcja to 40-43 mln ton). Produkcja zbóż ogółem (bez prosa, gryki i pozostałych zbożowych) w roku 2020 to rekordowe 35,3 mln ton. Nieco mniej, lecz również wysokie zbiory odnotowano w 2021 roku, które szacuje się na poziomie 34,4 mln ton. Jednocześnie prognozy dla roku 2022 to 33,3 mln ton.

Najważniejsze kierunki wykorzystania zbóż w Polsce:

- zużycie paszowe to około 15 - 17 mln ton, w tym wykorzystanie w produkcji pasz przemysłowych wynosi około 6,6 mln ton, a bezpośrednie wykorzystanie w gospodarstwach przez rolników to 9 – 10 mln ton, na cele spożywcze (pieczywo, ciastka, kasze, makarony) 4,5-4,7 mln ton zbóż (3,8 mln ton pszenicy i 760 tys. ton żyta dla sezonu 2021/2022) w tym przemysł zbożowo-młynarski zagospodarowuje 3,4 - 3,7 mln ton zbóż w zależności od roku (przedsiębiorstwa zatrudniające powyżej 9 osób), wykorzystanie w przemyśle piwowarskim, spirytusowym i skrobiowym to 3 mln ton, w tym przemysł skrobiowy 0,95 mln ton, produkcja etanolu 1,3 mln ton, browarnictwo 0,73 mln ton,
- eksport – 7 – 10 mln ton zbóż ogółem w zależności od roku.

Z danych Powszechnego Spisu Rolnego 2020 wynika, że powierzchnia zbóż w relacji do spisu z 2010 roku zmalała o 2,8%, niemniej jednak zmiany pomiędzy poszczególnymi gatunkami były znacznie większe. Zwiększyła się powierzchnia kukurydzy na ziarno prawie trzykrotnie, pszenicy o 10,4% i pszenżyta o 4,4%, a pozostałych zbóż zmalała, w tym najbardziej mieszanek

o 46,3%, jęczmienia o 30,7%, żyta o 20,7% oraz owsa o 13,4%. W strukturze powierzchni zasiewów zbóż nadal dominowały oziminy z udziałem 60,9%.

1.3 Spożycie

W ciągu ostatnich lat nastąpiły widoczne zmiany w sposobie odżywiania się Polaków. Znaczna część społeczeństwa przykłada coraz większą uwagę do świadomego, zdrowego planowania i przygotowywania posiłków oraz do swoich nawyków żywieniowych. Polacy są coraz uważniejszymi konsumentami, a zdrowie jest dla nich jedną z najwyższych wartości.

Przedsiębiorstwa przemysłu piekarskiego funkcjonują w trudnych warunkach, gdyż od wielu lat maleje krajowy popyt na pieczywo, o czym świadczy spadek jego spożycia w gospodarstwach domowych (w ostatnich dziesięciu latach średnio o 3,1% rocznie). W 2015 r. statystyczny Polak zjadał rocznie niecałe 45 kg pieczywa, a z danych za 2024 r. wynika, że było to tylko 30,8 kg. Przyczyn spadku konsumpcji od dawna upatruje się przede wszystkim w zmieniających się nawykach żywieniowych i różnych modach w zakresie diety.

W sezonie 2025/26 nadal notowany był niewielki 0,8% spadek spożycia zbóż. Do celów konsumpcyjnych przetworzono 4,8 mln ton ziarna, w tym około 3,8 mln ton pszenicy, prawie 0,8 mln ton żyta oraz około 155 tys. ton innych zbóż.

1.4 Handel zagraniczny

Zgodnie z wstępnymi danymi Ministerstwa Finansów, w 2025 roku Polska wyeksportowała 8,31 mln ton zbóż i produktów zbożowych, co stanowi spadek o 19% w porównaniu do 2024 roku, kiedy to eksport wyniósł 10,27 mln ton. W okresie od stycznia do kwietnia 2026 roku z kraju wyeksportowano 3,3 mln ton zbóż, tj. o 27,5% więcej niż w analogicznym okresie roku poprzedniego. Import w tym okresie był na poziomie 160 tys. ton i był niższy od zrealizowanego w analogicznym okresie roku ubiegłego o 14,7%. W ujęciu wartościowym eksport zbóż w 2025 roku osiągnął poziom 1,8 mld euro, w tym pszenicą 0,8 mld euro i kukurydzą 0,7 mld euro.

Na taką sytuację wpłynęło kilka kluczowych czynników, zarówno krajowych, jak i międzynarodowych, w tym:

- zbiory były nieco wyższe w ujęciu rocznym, co zwiększyło podaż eksportową;
- Polska stała się jednym z głównych szlaków eksportu ukraińskiego zboża, jednak od 2 maja do 15 września 2023 r. bezcłowy import do UE nie obejmował przywozu pszenicy, kukurydzy, rzepaku i słonecznika do Polski, Węgier, Bułgarii, Słowacji oraz Rumunii. Po tym okresie Polska wprowadziła jednostronne ograniczenia dotyczące importu z Ukrainy, który nadal jest utrzymywany;
- W roku gospodarczym 2025/2026 kurs złotego do euro podlegał wahaniom w granicach 4,21 – 4,27 zł za 1 euro. W pierwszym półroczu złoty miał tendencję do umacniania się, a w drugim półroczu do osłabiania się. Wysokie zbiory zbóż w żniwa 2025 roku oraz sytuacja cenowa na rynku UE i światowym sprawiały, że w pierwszych czterech miesiącach 2026 roku sprzedaż ziarna zagranicę była wyższa od sprzedaży w analogicznym okresie roku ubiegłego o 27,5% i sięgnęła 3,3 ml ton;
- na rynku krajowym w roku 2025/2026 ceny pszenicy były niższe niż w roku poprzednim wynikało to z większej podaży, jednak jak również silnej konkurencji na rynku światowym.

1.5 Dystrybucja

Łańcuch dostaw żywności integruje ze sobą trzy sektory gospodarki, tj. rolnictwo, przetwórstwo rolno-spożywcze i dystrybucję. W łańcuchu dostaw żywności istotne znaczenie ma produkcja zbóż, która dostarcza surowiec dla przemysłu spożywczego. Łańcuch dostaw zbóż jest układem, którego podmioty biorą udział w transporcie, przechowywaniu oraz przetwórstwie zbóż. Kolejnym ogniwem łańcucha dostaw jest przetwórstwo wtórne. Powstały tam produkt trafia do dystrybucji, realizowanej przez hurtowników i detalistów. Relacje na granicach poszczególnych ogniw łańcucha, tj. pomiędzy pierwotnym przerobem a wtórnym przetwórstwem, a także produkcją pasz, hurtem oraz sprzedażą detaliczną, cechują się wysokim stopniem złożoności, który determinowany jest przez specyfikę, różnorodność i wzajemne powiązania poszczególnych segmentów. Przedsiębiorstwa z branży młynarskiej wytwarzają produkty na rynek detaliczny, hurtowy, a także na rzecz wtórnego przetwórstwa. Stronę popytową kanałów dystrybucji tworzą piekarnie, zakłady cukiernicze, hurtownie, a także sieci handlu detalicznego, strona podaźowa zaś obejmuje duże i średnie podmioty przemysłu młynarskiego (70 % podaży), a także firmy młynarskie i makaronowe (25% podaży). Import produktów zbożowo-młynarskich stanowi około 5% udziału w rynku. Handel detaliczny kształtowany jest w dużym stopniu przez sieci sklepów wielkopowierzchniowych, które narzucają warunki realizacji transakcji handlowych. Wynika to z faktu, iż są one największymi odbiorcami produktów zbożowych i dysponują możliwościami finansowymi i potencjałem logistycznym. Ich dominacja przejawia się w kształtowaniu poziomu cen, terminów płatności z uwzględnieniem ich czasowych odroczeń, a także technicznych warunków dostaw. Silną pozycją rynkową w łańcuchu dostaw zbóż odznacza się także przemysł paszowy. Dominują w nim bowiem duże przedsiębiorstwa, które posiadają własne sieci sprzedaży. Poszczególne ogniwa łańcucha dostaw branży zbożowej charakteryzują się niskim stopniem integracji. Zakres współpracy gospodarstw rolnych między sobą jest niewielki. Ponadto, łańcuch dostaw zbóż cechuje się występowaniem niewielkich i niejednorodnych partii surowca. Jest to skutek rozdrobnienia produkcji.

II. Analiza mocnych i słabych stron oraz szans i zagrożeń rozwoju branży

Mocne strony:

- duży potencjał produkcyjny tkwiący w rozproszeniu producentów mąki i pieczywa i małym zakresie specjalizacji, a także możliwości zmian w technologii produkcji itp.,
- duży potencjał tkwiący w lokalnych rodzimych i spółdzielczych zakładach zajmujących się wytwarzaniem produktów zbożowych.

Słabe strony:

- rozproszenie producentów, niechęć do prowadzenia inicjatyw społecznych, zarówno na szczeblu lokalnym jak krajowym,
- brak wiedzy z zakresu prawidłowej ochrony zbóż, prowadzeniu badań, wprowadzaniu integrowanej ochrony roślin, oraz nowych technologii mających na celu zwiększenie produkcji, obniżenie jej kosztów a w rezultacie poprawę opłacalności produkcji,
- niski kapitał inwestycyjny w branży.

Szanse:

- rozwój technologii i produktów wysokojakościowych,
- duże potencjalnie szanse eksportu na rynki zewnętrzne,
- zainteresowanie konsumentów spożywaniem produktów zbożowych wysokiej jakości wynikające z tradycji i przyzwyczajeń żywieniowych,
- zdobywanie certyfikatów jakościowych: ekologia Produkt Rolnictwa Ekologicznego, Chroniona Nazwa Pochodzenia, Chronione Oznaczenie Geograficzne, Gwarantowana Tradycyjna Specjalność, System „Jakość Tradycja”. Produkty rekomendowane przez Radę Promocji Żywności Prozdrowotnej,
- duży potencjalny popyt wewnętrzny i zewnętrzny na zboża, a zwłaszcza wysokiej jakości zboża konsumpcyjne. Prowadzone badania pomogą rozwiązać problemy agrotechniczne,
- reaktywacja piekarni oraz młynów,
- wykorzystanie popytu na zdrowy styl życia,
- zapotrzebowanie na ekologiczne produkty, powrót do tradycyjnych gatunków zbóż m.in. orkisz, samopsza, płaskurka.

Zagrożenia:

- zadłużenie wielu producentów i przetwórców,
- deficyt kapitału na modernizację gospodarstw,
- dalsze podwyższanie wymagań związanych z zapewnieniem sprzedaży oraz zwiększające się koszty produkcji, związane m.in. z realizacją założeń Europejskiego Zielonego Ładu Komisji Europejskiej w zakresie wprowadzania zmian/wycofywania substancji czynnych,
- dynamiczny wzrost udziału kapitału zagranicznego w przemysłowej produkcji pieczywa i wyrobów cukierniczych - kosztem firm polskich, przy wykorzystaniu nowoczesnych technologii,
- rozwój piekarnictwa przy sieciach handlowych o pieczywa o niskiej jakości,
- niestabilna sytuacja finansowa oraz coraz mniejsza opłacalności produkcji zbóż i półproduktów,
- niedobór środków pomocowych – Fundusze Unijne – oczekiwanie na uruchomienie nowej perspektywy wsparcia,
- napływ dużej ilości i niekontrolowanej jakości ziarna z rynków zewnętrznych (Ukraina, kraje Mercosur).

III. Analiza mocnych i słabych stron oraz szans i zagrożeń rozwoju branży

Należy opisać czy i w jaki sposób operacja przyczyni się do wzmocnienia <u>silnych stron</u> branży	Wzmocnienie małych i średnich gospodarstw rolnych oraz zakładów przetwórczych, analiza ich obszaru działania, mających na celu rozwój i poprawę inicjatyw społecznych w obszarze lokalnym i regionalnym.
Należy opisać w jaki sposób i w jakim zakresie operacja przyczyni się do wyeliminowania <u>słabych stron</u> branży	Docieranie do liderów w branży rolniczej, którzy staną się „narzędziem” poprawy pracy i jakości w gospodarstwach i przedsiębiorstwach. Szerzenie wiedzy i informacji poprzez przystępowanie do organizacji branżowych.
Należy opisać czy i w jaki sposób operacja pomoże wykorzystać zidentyfikowane w analizie <u>szanse</u> dla rozwoju i funkcjonowania branży	Wyżej wymienione operacje mogą doprowadzić do wzrostu popytu na produkty zbożowe oraz w związku z tym na wzrost ich podaży. Zwiększenie produkcji wysokiej jakości podstawowych gatunków zbóż, promocja wyrobów lokalnych, regionalnych i ekologicznych oraz propagowanie wśród konsumentów walorów zdrowotnych produktów zbożowych jako składnika prawidłowego żywienia człowieka.
Należy opisać czy i w jaki sposób operacja przyczyni się do zmniejszenia zidentyfikowanych <u>zagrożeń</u> dla sprawnego funkcjonowania branży	Prowadzenie badań i doświadczeń w zakresie ochrony i odżywiania roślin. Poprawa współpracy pomiędzy nauką, producentami zbóż, przetwórcami a konsumentami produktów zbożowych. Dotacje głównie do mikro, małych i średnich przedsiębiorstw oraz producentów zbóż i przetworów zbożowych wytwarzających produkty wysokiej jakości. Czynny udział i monitoring w zakresie wprowadzanych lub planowanych projektów ustaw dotyczących ochrony i produkcji zbóż oraz przetworów zbożowych.

IV. Problemy

1. brak wiedzy i świadomości wśród konsumentów dotyczącej jakości produktów, umiejętności porównywania produktów, rozróżniania ich, oceniania ich pod kątem wpływu na zdrowie i funkcjonowanie człowieka, co w konsekwencji powoduje rezygnacje z zakupu i spadek spożycia produktów zbożowych,
2. olbrzymia propaganda wśród społeczności internetowej, co do negatywnego wpływu zbóż i zawartego w nich glutenu na zdrowie i funkcjonowanie człowieka, często nie podparta żadnymi dowodami merytorycznymi.
3. zbyt duże rozproszenie opinii dietetyków, ekspertów w nt. zdrowego stylu życia. Praca w kierunku obalenia mitów żywieniowych np. „Gluten szkodzi zdrowiu”, czy „produkty zbożowe tuczą”, oraz pozytywnego oddziaływania produktów zbożowych na organizm człowieka np. „Dobrze zbilansowana dieta w oparciu o piramidę zdrowego żywienia”,

- „Dlaczego zboża poprawiają ogólną kondycję zdrowotną”, „Błonnik występujący w zbożach i produktach zbożowych i jego bioaktywne działanie prozdrowotne”,
4. problemy ze zmiennością warunków atmosferycznych i glebowych – w szczególności problem stepowienia gleb jako konsekwencja wieloletnich niedoborów wody,
 5. problemy związane ze zmiennością podażyowo-popytową i koniecznością ciągłego dostosowywania do zmiennych wymogów rynkowych – niedobór surowców, inflacja, logistyka, energia, koszty pracownicze,
 6. brak wiedzy u producentów zbóż jak i u konsumentów produktów zbożowych,
 7. wzrost konkurencji na rynku surowców konwencjonalnych i ekologicznych ze względu na ich import.

V. Cele strategii

5.1 Określenie celów głównych

1. rozwój i poprawa inicjatyw społecznych lokalnych, regionalnych i ogólnopolskich promujących spożycie przetworów zbożowych,
2. budowanie świadomości oraz edukacja w zakresie produkcji zbóż o wysokich parametrach jakościowych,
3. edukacja konsumentów pod kątem spożywania jakościowych produktów zbożowych,
4. wzmocnienie działań promocyjnych dofinansowywanych z FPZZiPZ na terenie RP,
5. promocja przetworów zbożowych w ramach dużych kampanii oraz podczas wydarzeń, z wykorzystaniem znanych postaci/ekspertów,
6. promocja potencjału sektora zbożowego poprzez organizację i udział w targach oraz wydarzeniach branżowych,
7. promocja wybranych grup produktów: pieczywo, wyroby cukiernicze, mąki, makarony, zboża oraz inne produkty powstałe w wyniku przetwórstwa zbóż z uwzględnieniem strategii od pola do stołu.
8. upowszechnianie tradycji rzemieślniczych i mistrzostwa piekarskiego,
9. prowadzenie badań dotyczących wpływu stosowania środków ochrony roślin na zboża (największe w Europie) i edukacja producentów zbóż w zakresie właściwego ich stosowania, nacisk na jakość produkcji zbożowej,
10. budowanie pozytywnego wizerunku polskich produktów zbożowych wśród przetwórców, handlowców i konsumentów,
11. kontynuowanie i wzmacnianie działań promocyjno-informacyjnych na rynkach zagranicznych w tym finansowanie lub współfinansowanie działań promocyjnych i informacyjnych kwalifikujących się do uzyskania na ich realizację wsparcia ze środków UE oraz wzmocnienie pozycji polskich podmiotów gospodarczych i organizacji w UE i na świecie,
12. prowadzenie prac rozwojowo-analitycznych w zakresie technologii produkcji zbóż w aspekcie polityki ochrony klimatu i zarządzania środowiskiem,

13.rozwoj nowoczesnych narzędzi informatycznych w działaniach upowszechnienia i promocji produkcji i przetwórstwa zbóż,

14.badania naukowe dotyczące zbóż i przetworów zbożowych m.in. w zakresie hodowli i doskonalenia odmianowego, śladu węglowego i wpływu uprawy na środowisko naturalne, a także opracowanie nowych zastosowań zbóż i przetworów zbożowych, w szczególności na cele spożywcze i paszowe,

15.badania naukowe dotyczące zbóż i przetworów zbożowych m.in. w zakresie hodowli i doskonalenia odmianowego, śladu węglowego i wpływu uprawy na środowisko naturalne, a także opracowanie nowych zastosowań zbóż i przetworów zbożowych, w szczególności na cele spożywcze i paszowe,

16.działania edukacyjno-informacyjne oraz inicjatywy badawczo-rozwojowe mające na celu zwiększenie wykorzystania biokomponentów i biopaliw ciekłych wytwarzanych ze zbóż,

17.promowanie zrównoważonego rozwoju wykorzystania zbóż do wytwarzania biokomponentów i biopaliw ciekłych.

5.2 Określenie celów szczegółowych

1.organizacja i udział w konferencjach branżowych, warsztatach, seminariach, targach, szkoleniach producentów, handlowców i przetwórców zbóż,

2.prowadzenie szkoleń zdalnych, z wykorzystaniem nowoczesnych środków masowego przekazu,

3.budowanie świadomości zdrowej diety w oparciu o produkty zbożowe poprzez pokazanie ich właściwości, jakości oraz wpływu na nasze zdrowie,

4.działania promocyjno-edukacyjne dla dzieci, młodzieży oraz seniorów, w zakresie wyrobów mącznych i zbożowych,

5.budowanie świadomości na temat konieczności uwzględniania przetworów zbożowych w każdym spożywanym posiłku,

6.walka ze złym PR-em i obalenie mitów na temat „szkodliwości” pieczywa, mąki i makaronu (gluten, przyczyna otyłości) i produktów zbożowych (GMO, zawartość mykotoksyn),

7.kultywowanie rzemieślniczych tradycji wypieku,

8.promocja certyfikowanych produktów zbożowych tradycyjnych i ekologicznych,

9.promocja produktów zbożowych uczestniczących w systemach jakości oraz ze znakiem Produkt Polski,

10.promocja i budowanie świadomości spożycia produktów opartych o technologię zgodną z nowoczesnymi systemami jakości,

11.tworzenie i wykorzystanie narzędzi informatycznych służących promocji nowych technologii produkcji zbóż i przetworów zbożowych w kontekście wyzwań rynkowych i środowiskowych,

12.badania laboratoryjne, badania jakościowe zbóż i przetworów zbożowych, próby technologiczne i testy nowych form procesowych w projektach pilotażowych, w zakresie innowacyjnego wykorzystania produktów przerobu zbóż na cele spożywcze i paszowe,

13.badania naukowe, ekspertyzy i prace wdrożeniowe dotyczące roślin zbożowych w zakresie hodowli i doskonalenia odmianowego, śladu węglowego i wpływu uprawy na środowisko naturalne, a także opracowanie nowych zastosowań produktów przerobu ziarna zbóż w tym kukurydzy na cele spożywcze i paszowe,

14.wprowadzenie edukacji rzemieślniczej w zakresie prowadzenia czystych kultur kwasów chlebowych, ze szczególnym uwzględnieniem sztuki fermentacji i tworzenia mistrzowskiego chleba na zakwasie,

15.promocja przetworów zbożowych zawierających czystą etykietę tzw. Clean Label również w oparciu o dawne odmiany zbóż,

16.badawczo-rozwojowe mające na celu zwiększenie wykorzystania biokomponentów i biopaliw ciekłych wytwarzanych ze zbóż,

17.działania promocyjne ukierunkowane na zwiększenie wykorzystania zbóż, w szczególności kukurydzy, w krajowej produkcji bioetanolu, w tym działania edukacyjne i promocyjne obrazujące wpływ wykorzystania biopaliw na redukcję śladu węglowego z paliw oraz krajową gospodarkę i rolnictwo,

18.promocja wywaru podestylacyjnego, w tym DDGS tj. pasz zbożowych pochodzących z produkcji bioetanolu celem zwiększenia świadomości rolników, a w konsekwencji zwiększenia udziału krajowego białka w sektorze paszowym.

VI. Kierunki działań

Działania poszczególnych zadań skierowane będą głównie na rynek krajowy i rynki zagraniczne – eksportowe. Wzmocnienie działań promocyjnych eksportowych ma poprawić konkurencyjną pozycję Polski na rynkach światowych. Jednocześnie musimy zadbać o spożycie w Polsce – na rynku wewnętrznym. Kulturowanie tradycji regionalnej produkcji np. swojski chleb wypiekany wg tradycyjnych receptur. Wyznaczone cele zostaną osiągnięte dzięki umiejętnie prowadzonej komunikacji, w oparciu o nie zostanie wyznaczony kierunek działań. Komunikacja oparta będzie na edukowaniu grup docelowych, wywołaniu w społeczeństwie szerszego zainteresowania produktami zbożowymi posiłków zawierających pieczywo, kaszę, mąki, makarony. Edukacja skierowana do producentów pod kątem wprowadzania technologii upraw mających na celu produkcję zdrowych zbóż, pomniejszeniu kosztów produkcji a w rezultacie zwiększanie jej opłacalności oraz uczestnictwo w systemie jakości. Ponadto zwiększenie eksportu naszych produktów poprzez m.in. realizację zadań o zasięgu ponadregionalnym ponad krajowym związanych z promocją polskiego sektora zbożowego. Większy wpływ produktu na gospodarkę krajową. Dodatkowo organizacja konferencji naukowych i seminariów promujących polskie zboże i otrzymywaną z niego mąkę o wysokich walorach fizyko – chemicznych z przeznaczeniem na produkcję pieczywa na kwasach i drożdżach. Wspomagać będą media oraz wydawnictwa fachowe – podręcznik dla szkół zawodowych, album o pieczywie, itp.

VII. Grupy docelowe

Działania komunikacyjne w ramach zadań będą skierowane do następujących grup – do grupy bezpośredniej producentów zbóż, konsumentów oraz do grupy pośredniej – czyli przetwórców, handlowców, sektor turystyczno - gastronomiczny, pośredników rynku oraz mediów za pośrednictwem, których komunikat będzie trafiał do bezpośrednich grup docelowych. Media będą pełniły funkcję „przekaźnika” informacji. Media np. prasa, radio, tv, internet. Liderzy grup, autorytety w branży będą ściśle współpracowały z poszczególnymi odbiorcami działań.

VIII. Kanały komunikacji/ Plan działań marketingowych

Aktywności kierowane do poszczególnych grup różnić się będą w zakresie wybranych kanałów i narzędzi oraz stworzą konieczność dostosowania przekazu do grupy odbiorców – tzw. profilowanie komunikacji.

IX. Monitoring i Ewaluacja/ System oceny projektów

Monitoring i ewaluacja zapisów strategicznych polega na stałej i ciągłej obserwacji, systematycznej ocenie oraz modyfikacji kierunków działania w przypadku istotnych zmian. Monitoring realizacji Strategii ma na celu uzyskanie informacji na temat wykonania planowanych działań w zakresie ich czasu realizacji, założeń, źródeł finansowania oraz przełożenia na osiągnięcie rezultatów. Ewaluacja natomiast ma na celu uzyskanie informacji czy osiągnięto zakładane rezultaty oraz czy i w jakim stopniu pozwoliły one na realizację celów Strategii. Ewaluacja zakłada doskonalenie działań podejmowanych w ramach Strategii, informację o efektach wdrażania Strategii oraz uzyskanie odpowiedzi na pytania związane z jej realizacją, wzrost jakości Strategii, a także pogłębienie odpowiedzialności za wdrażanie Strategii wśród wszystkich zainteresowanych jej funkcjonowaniem i efektami. Postępy w realizacji Strategii będą na bieżąco monitorowane przez Komisję Zarządzającą Funduszu Promocji Ziarna Zbóż i Przetworów Zbożowych, odpowiedzialną za wdrażanie i realizację Strategii. W przypadku stwierdzenia potrzeby bardziej wnikliwej analizy realizowanych zadań, osobnym zarządzeniem może zostać powołany przez Komisję Zarządzającą Funduszu Promocji Ziarna Zbóż i Przetworów Zbożowych - Zespół Monitorujący Strategię, który na bieżąco będzie dokonywał kontroli realizowanych zadań.

Jednym z podstawowych instrumentów umożliwiających przeprowadzenie monitoringu i ewaluacji oraz uzyskanie wiarygodnych wyników będą wskaźniki pomiaru osiągnięć celów wytyczonych przez Strategię. Wskaźnik może być zdefiniowany jako pomiar celu, który ma zostać osiągnięty, zaangażowanych środków, otrzymanego efektu, miernika jakości lub zmiennej wynikającej z kontekstu. Wskaźnikami oceny monitorowania celów ogólnych i szczegółowych Strategii będą np.:

- wymierne ilości podjętych zadań promocyjnych,
- ilość zaangażowanych osób (podmiotów) w realizację zadań,

- liczba atrakcji (zajęć, imprez, itp.) organizowanych, głównie dla dzieci i młodzieży, mających na celu rozwój zainteresowań oraz promocję przetworów zbożowych,
- liczba powstałych doniesień naukowych, publikacji w czasopismach, folderów itp.,
- udostępniona liczba baz danych oraz dedykowanych narzędzi informatycznych.

W każdym realizowanym zadaniu zostaną zidentyfikowane wskaźniki, przed rozpoczęciem realizacji - zaplanowane, na końcu - osiągnięte. Każde zadanie powinno zostać podsumowane raportem pisemnym, przekazywanym Komisji Zarządzającej.

X. Współpraca z instytucjami zewnętrznymi

Współpraca z:

- uczelniami wyższymi i instytutami,
- resortem rolnictwa,
- przedstawicielami branży oraz grupami producenckimi w celu wypracowania wspólnego stanowiska działań w obszarze rolnictwa,
- organizacjami konsumenckimi,
- placówkami oświatowo - wychowawczymi oraz pozostałymi instytucjami związanymi z sektorem żywienia i żywności.

XI. Wnioski

1. Podział % dofinansowania w 2027 r. na konkretne cele Ustawy o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych z uwzględnieniem celów Strategii:

- dział zboża/produkty zbożowe 50%,
- dział piekarniczo - cukierniczy 50%

2. Środki mogą być przesuwane w zależności od charakteru składanych wniosków.

3. Projekty będą oceniane wg:

- zgodności z celami strategii,
- zgodności z planem działań marketingowych.

4. Kryteriami wyboru będą:

- zasadność poniesionych kosztów,
- efektywność finansowa,
- innowacyjność,
- pomysłowość,
- prognozowana skuteczność działań promocyjnych,
- celowości i realności planowanych działań.

XII. Wizja strategiczna

Należy opisać krótko jak będzie wyglądała sytuacja branży za rok i 3 lata – wizerunek, pozycja rynkowa produktów, organizacja itp. Proponowana strategia ma na celu wypracowanie takich mechanizmów na rynku, które pozwolą branży:

- z łatwością podejmować decyzje o sposobie i formie uprawy zbóż, która w efekcie przyniesie zdrowy i duży plon z najlepszymi parametrami jakościowymi,
- zwiększyć szanse na opłacalność produkcji a tym samym poprawę jakości zdrowego stylu życia Polaków oraz wzmocnienie rodzinnych, tradycyjnych gospodarstw i lokalnych firm przetwórstwa zbożowego,
- rozwijać inicjatywy społecznych w regionach,
- promocję polskiego produktu, w tym podczas targów i wystaw branżowych o zasięgu, lokalnym, krajowym i ponad regionalnym, międzynarodowym,
- uświadamiać konsumentów o wartościach produktów zbożowych, o jakości i zdrowym stylu życia, wykluczenie mitów żywieniowych,
- zwiększyć produkcję zbóż jak i produkcję zwierzęcą małych gospodarstw,
- reaktywować zakłady przetwórstwa zbożowego, w których uruchomiona zostanie produkcja o zakładanej w strategii jakości,
- zwiększyć ilość szkoleń skierowanych do producentów,
- działania edukacyjno-informacyjne oraz inicjatywy badawczo-rozwojowe mające na celu zwiększenie wykorzystania biokomponentów i biopaliw ciekłych wytwarzanych ze zbóż.