# UCHWAŁA Nr 9/2026
# Komisji Zarządzającej Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego
# z dnia 28 października 2026 r.
# w sprawie Planu Finansowego Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego na rok 2026

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

§ 1

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

1. dodaje się zadanie pt. „Rozsmakuj się w potrawach z GS" w kwocie 73 237,50 PLN;
2. W ramach dotychczas wprowadzonych zadań do Planu Finansowego na 2026 r. wykreśla się zadanie „Rozsmakuj się w potrawach z GS" w kwocie 73 237,50 PLN i łącznym budżecie 146 475,00 PLN.

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

§ 2

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

§ 3

Uchwała wchodzi w życie w dniu podjęcia.

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

Załącznik
do uchwały nr 9/2026
Komisji Zarządzającej Funduszu Promocji
Mięsa Wieprzowego
z dnia 28 października 2026 r.

# Plan Finansowy
# Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego
# na rok : 2026

1. Zgodnie z art. 2 ust. 2 pkt 2 ustawy z dnia 22 maja 2009 r. o funduszach promocji produktów rolno - spożywczych, środki Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego mogą zostać przeznaczone na:
a) działania mające na celu informowanie o jakości i cechach, w tym zaletach, mięsa wieprzowego,
b) działania mające na celu promocję spożycia mięsa wieprzowego i jego przetworów,
c) udział w wystawach i targach związanych z chowem lub hodowlą świń oraz produkcją lub przetwórstwem mięsa wieprzowego,
d) badania rynkowe dotyczące spożycia mięsa wieprzowego oraz jego przetworów,
e) badania naukowe i prace rozwojowe mające na celu poprawę jakości mięsa wieprzowego oraz jego przetworów, a także prowadzące do wzrostu ich spożycia,
f) szkolenia producentów i przetwórców mięsa wieprzowego,
g) działalność krajowych organizacji branżowych, w tym ich przedstawicieli, biorących udział w pracach specjalistycznych stałych i roboczych komitetów organizacji międzynarodowych lub będących członkami statutowymi organów tych organizacji, zajmujących się problemami rynku mięsa wieprzowego.

| | |
|---|---|
| 2.Stan środków Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego na dzień 01.01.2026 r. wynosi: | 15 508 839,06 zł |
| 3. Stan środków Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego na dzień 31.12.2026 r. wynosi,<br>z uwzględnieniem: | 85 609,00 zł |
| 1) zobowiązań Funduszu przewidzianych do wypłaty w 2026 r. z planów finansowych z lat ubiegłych: | 18 839 654,00 zł |
| 2) zobowiązań Funduszu przewidzianych do wypłaty w 2026 r. z planu finansowego na rok 2026: | 12 023 576,06 zł |
| 3) zobowiązań Funduszu związanych z kosztami KOWR: | 560 000,00 zł |
| 4) należności Funduszu (dochody) przewidziane do wpłaty w roku 2026: | 16 000 000,00 zł |
| 4. na realizację poszczególnych zadań (szczegółowe zestawienie zadań finansowanych lub współfinansowanych ze środków Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego zawarte jest w załączniku do planu finansowego) przeznacza się łącznie kwotę: | 12 144 185,26 zł |
| 5. Wysokość limitu, o którym mowa w art. 9 ust. 4 ustawy z dnia 22 maja 2009 r. o funduszach promocji produktów rolno - spożywczych wynosi: | 1 821 627,79 zł |
| 6. Wykorzystanie limitu, o którym mowa w pkt 5 wynosi: | 53 072,77 zł |

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

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

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

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

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

| Lp | Nazwa zadania | Kategoria promowa-nych produktów | Cel ustawy | Opis | Budżet zadania [w PLN] | Wysokość wsparcia z FP [w PLN] | Nr uchwały | Uwagi | Długość trwania w latach |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 10 | ~~Rozsmakuj się w potrawach z GS~~ | | b | ~~Promocja polskiej wieprzowiny i produktów zbożowych na wydarzeniu plenerowym, zadanie realizowane przez Krajowy Związek Rewizyjny Spółdzielni Samopomoc Chłopska w Konsorcjum ze Stowarzyszeniem Rzeźników i Wędliniarzy Rzeczypospolitej Polskiej.~~ | ~~146 475,00~~ | ~~73 237,50~~ | 16/2025 | Uchwała w zakresie zadania nr 10 wchodzi w życie w dniu, w którym zadanie uzyska promesę lub decyzję o wpisaniu do planu finansowego od wszystkich Komisji Zarządzających Funduszy Promocji, do których została skierowana propozycja. Propozycja wykreślona z planu finansowego decyzją nr 9/2026 | 1 |
| 11 | Rodzima rasa puławska - polska hodowla z tradycją | | a | Współorganizowanie konferencji naukowej poświęconej zaprezentowaniu historii świń rasy puławskiej, jej wartości użytkowej środowiskowej i kulturowej. Zadanie realizowane przez Polski Związek Hodowców i Producentów Trzody Chlewnej POLSUS. | 169 139,00 | 169 139,00 | 18/2025 | | 1 |
| 12 | Z Wieprzowiną Za Pan Brat | | a | Promocja mięsa wieprzowego i produktów pochodnych poprzez aktywne informowanie i uświadamianie odbiorców o zaletach i jakości mięsa wieprzowego. Zadanie realizowane przez Związek Zawodowy Centrum Narodowe Młodych Rolników | 162 000,00 | 162 000,00 | 18/2025 | | 1 |
| 13 | Biało - czerwona konferencja branży mięsnej oraz konkurs dla producentów wędlin | | a | Organizacja jednodniowej konferencji będącej platformą wymiany doświadczeń między zakładami przetwórczymi, hodowcami a przedstawicielami instytucji rządowych. Zadanie realizowane przez Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy Rzeczypospolitej Polskiej. | 364 875,00 | 364 875,00 | 18/2025 | | 1 |
| 14 | Polska wieprzowina - nasza duma, nasz smak | | b | Promocja polskiej wieprzowiny na wydarzeniu plenerowym. Zadanie realizowane przez Krajową Radę Izb Rolniczych | 140 699,00 | 140 699,00 | 18/2025 | | 1 |
| 15 | Na Boczku Festival | | b | Promocja polskiej wieprzowiny na wydarzeniu plenerowym. Zadanie realizowane przez Stowarzyszenie Polska Tradycja Smaku | 291 200,00 | 291 200,00 | 18/2025 | | 1 |

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

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

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

| Lp | Nazwa zadania | Kategoria promowa-nych produktów | Cel ustawy | Opis | Budżet zadania [w PLN] | Wysokość wsparcia z FP [w PLN] | Nr uchwały | Uwagi | Długość trwania w latach |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 22 | Apetyczny smak polskiej wieprzowiny II | | b | Ogólnopolska kampania promocyjna polskiego mięsa wieprzowego i jego przetworów. Zadanie realizowane przez Polską Izbę Produktu Regionalnego i Lokalnego | 153 804,00 | 153 804,00 | 18/2025 | | 2 |
| 23 | ~~Mięso z Polski - udział w targach SIAL Paryż 2026~~ | | c | ~~Organizacja wspólnego stoiska~~ polskiej branży mięsnej na targach SIAL w Paryżu. Zadanie realizowane przez Związek Polskie Mięso | ~~2 066 071,88~~ | ~~826 428,75~~ | 18/2025 | Uchwała w zakresie zadania nr 23 wchodzi w życie w dniu, w którym zadanie uzyska promesę lub decyzję o wpisaniu do planu finansowego od wszystkich Komisji Zarządzających Funduszy Promocji, do których została skierowana propozycja. Zadanie wykreślone uchwałą nr 2/2026 z dnia 04.03.2026 | 1 |
| 24 | Po pierwsze klient 3 | | a | Kampania mająca na celu kreowanie właściwych postaw konsumenckich dotyczących świadomego wyboru produktów wysokiej jakości, odpowiedniej ekspozycji w sklepach mięsnych oraz zwiększenia sprzedaży wysokiej jakości produktów. Zadanie realizowane przez Konsorcjum Unia Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego, Federacja Branżowych Związków Producentów Rolnych | 449 778,00 | 179 911,20 | 18/2025 | Uchwała w zakresie zadania nr 24 wchodzi w życie w dniu, w którym zadanie uzyska promesę lub decyzję o wpisaniu do planu finansowego od wszystkich Komisji Zarządzających Funduszy Promocji, do których została skierowana propozycja. | 1 |
| 25 | Meat Masters w Wietnamie 2026 | | a | Warsztaty kulinarne w Wietnamie, które zostaną powiązane z jednym z wydarzeń branżowych. Zadanie realizowane przez Unię Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego | 379 612,14 | 161 335,16 | 18/2025 | Uchwała w zakresie zadania nr 25 wchodzi w życie w dniu, w którym zadanie uzyska promesę lub decyzję o wpisaniu do planu finansowego od wszystkich Komisji Zarządzających Funduszy Promocji, do których została skierowana propozycja. | 1 |

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

| Lp | Nazwa zadania | Kategoria promowanych produktów | Cel ustawy | Opis | Budżet zadania [w PLN] | Wysokość wsparcia z FP [w PLN] | Nr uchwały | Uwagi | Długość trwania w latach |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 26 | Jakość za rogiem | | b | Kampania edukacyjna polegająca na połączeniu nowoczesnych i tradycyjnych kanałów komunikacji. Zadanie realizowane przez KONSORCJUM Unia producentów i Pracodawcó Przemysłu Mięsnego Federacja Branżowych Związków Producentów Rolnych | 870 450,00 | 374 293,50 | 18/2025 | Uchwała w zakresie zadania nr 26 wchodzi w życie w dniu, w którym zadanie uzyska promesę lub decyzję o wpisaniu do planu finansowego od wszystkich Komisji Zarządzających Funduszy Promocji, do których została skierowana propozycja. | 1 |
| 27 | Festiwal Wieprzowiny | | b | Promocja polskiej wieprzowiny na dwóch wydarzeniach plenerowych. Zadanie realizowane przez Krajową Radę Izb Rolniczych | 110 600,00 | 110 600,00 | 1/2026 | | 1 |
| 28 | Smacznie i zdrowo z polską wieprzowiną | | b | Organizacja dwóch wydarzeń promocyjnych pt. "Smacznie i zdrowo z polską wieprzowiną" w województwie wielkopolskim. Zadanie realizowane przez Krajową Radę Izb Rolniczych | 144 800,00 | 144 800,00 | 1/2026 | | 1 |
| 29 | Warsztaty dla młodzieży na temat zrównoważonej hodowli i produkcji świń | | a | Przeprowadzenie cyklu szkoleń dla uczniów szkół rolniczych na temat hodowli świń ras polskich. Zadanie realizowane przez Polski Związek Hodowców i Producentów Trzody Chlewnej "POLSUS" | 97 492,00 | 97 492,00 | 1/2026 | | 2 |
| 30 | Kociewska Wystawa i Pokaz Zwierząt Hodowlanych w Bolesławowie | | c | Zorganizowanie Kociewskiej Wystawy i Pokazu Zwierząt Hodowlanych. Zadanie realizowane przez Polski Związek Hodowców i Producentów Trzody Chlewnej "POLSUS" | 46 404,00 | 46 404,00 | 1/2026 | | 1 |
| 31 | Kuchnia strażacka z ognistą wieprzowiną 2026 | | b | Promocja polskiego ekologicznego mięsa wieprzowego podczas pokazów kulinarnych i degustacji w strefie pokazów. Zadanie realizowane przez Ogólnopolskie Stowarzyszenie Przetwórców i Producentów Produktów Ekologicznych "Polska Ekologia" | 500 000,00 | 500 000,00 | 1/2026 | | 1 |
| 32 | Polowanie na jakość | | b | Kampania prowadzona w Internecie oparta na geolokalizacji oraz emisji reklam outdoor na nośnikach OOH i DOOH. Zadanie realizowane przez Unię Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego | 703 500,00 | 351 750,00 | 1/2026 | | 2 |

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

| Lp | Nazwa zadania | Kategoria promowa-nych produktów | Cel ustawy | Opis | Budżet zadania [w PLN] | Wysokość wsparcia z FP [w PLN] | Nr uchwały | Uwagi | Długość trwania w latach |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 33 | Branża mięsna - szanse i wyzwania - konferencja | | a | Konferencja branżowa, głównie dla przedstawicieli podmiotów funkcjonujacych w łańcuchu produkcji wszystkich gatunków mięs. Zadanie realizowane przez Unię Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego | 141 750,00 | 47 259,45 | 1/2026 | | 1 |
| 34 | Białko pod lupą - Badania jakościowe i ilościowe na temat roli białka zwierzęcego | | d | Przeprowadzenie badań jakościowych i ilościowych na grupie osób w celu poznania poziomu wiedzy na temat funkcji białka zwierzęcego w diecie, świadomości jego roli w zdrowiu człowieka, a także postaw wobec jego spożywania. Zadanie realizowane przez Związek POLSKIE MIĘSO | 110 250,00 | 36 382,50 | 1/2026 | Uchwała w zakresie zadania nr 34 wchodzi w życie w dniu, w którym zadanie uzyska promesę lub decyzję o wpisaniu do planu finansowego od wszystkich Komisji Zarządzających Funduszy Promocji, do których została skierowana propozycja. | 1 |
| 35 | MIĘSNE FAKTY | | a | Kontynuacja prowadzenia strony internetowej "Mięsne Fakty" wraz z wysyłka 1 w tygodniu newsletteru i biuletynu informacyjnego do bazy odbiorców. Zadanie realizowane przez Związek POLSKIE MIĘSO | 424 200,00 | 139 986,00 | 1/2026 | Uchwała w zakresie zadania nr 35 wchodzi w życie w dniu, w którym zadanie uzyska promesę lub decyzję o wpisaniu do planu finansowego od wszystkich Komisji Zarządzających Funduszy Promocji, do których została skierowana propozycja. | 1 |
| 36 | ~~Promocja polskiej wołowiny i~~ wieprzowiny w Afryce | | c | ~~Organizacja działań z zakresu~~ promocji polskiej wołowiny i wieprzowiny oraz jej przetworów w ramach Międzynarodowych Targów Food&Beverage West Africa w Nigerii. Zadanie realizowane przez Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy Rzeczypospolitej Polskiej | ~~110 920,83~~ | ~~55 460,42~~ | 1/2026 | Uchwała w zakresie zadania nr 36 wchodzi w życie w dniu, w którym zadanie uzyska promesę lub decyzję o wpisaniu do planu finansowego od wszystkich Komisji Zarządzających Funduszy Promocji, do których została skierowana propozycja. Zadanie wykreślone uchwałą nr 3/2026 z dnia 16.04.2026 | 1 |

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

| Lp | Nazwa zadania | Kategoria promowa-nych produktów | Cel ustawy | Opis | Budżet zadania [w PLN] | Wysokość wsparcia z FP [w PLN] | Nr uchwały | Uwagi | Długość trwania w latach |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 37 | Święto kołocza śląskiego i krupnioka | | b | Akcja promocyjna produktów z wieprzowiny i produktów zbożowych. Zadanie realizowane przez konsorcjum Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy Rzeczypospolitej Polskiej/Niezależny Samorządny Związek Zawodowy Rolników Indywidualnych SOLIDARNOŚĆ | 138 075,00 | 82 845,00 | 2/2026 | Uchwała w zakresie zadania nr 37 wchodzi w życie w dniu, w którym zadanie uzyska promesę lub decyzję o wpisaniu do planu finansowego od wszystkich Komisji Zarządzających Funduszy Promocji, do których została skierowana propozycja. | 1 |
| 38 | Wybieram Swoje! | | b | Organizacja ogólnopolskiej kampanii informacyjno-propocyjnej dotyczacej mięsa wieprzowego i wołowego. Zadanie realizowane przez Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy Rzeczypospolitej Polskiej | 591 033,33 | 341 033,33 | 2/2026 | | 1 |
| 39 | Meat Masters w Republice Korei Południowej 2026 | | a | Warsztaty kulinarne w Seulu, które zostaną powiązane z jednym z wydarzeń branżowych. Zadanie realizowane przez Unię Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego | 507 962,28 | 203 184,91 | 2/2026 | Uchwała w zakresie zadania nr 39 wchodzi w życie w dniu, w którym zadanie uzyska promesę lub decyzję o wpisaniu do planu finansowego od wszystkich Komisji Zarządzających Funduszy Promocji, do których została skierowana propozycja. | 1 |
| 40 | ~~Pewne jest jedno - polskie mięso~~ | | b | ~~Ogólnopolska kampania~~ promocyjno-informacyjna odwołująca się do tradycji polskich kulinariów. Zadanie realizowane przez Związek POLSKIE MIĘSO | ~~2 545 200,00~~ | ~~800 000,00~~ | 2/2026 | Uchwała w zakresie zadania nr 40 wchodzi w życie w dniu, w którym zadanie uzyska promesę lub decyzję o wpisaniu do planu finansowego od wszystkich Komisji Zarządzających Funduszy Promocji, do których została skierowana propozycja. Zadanie wykreślone uchwałą nr 8/2026 z dnia 25.08.2026 | 1 |

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

| Lp | Nazwa zadania | Kategoria promowanych produktów | Cel ustawy | Opis | Budżet zadania [w PLN] | Wysokość wsparcia z FP [w PLN] | Nr uchwały | Uwagi | Długość trwania w latach |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 41 | Podróż ze smakiem - kontynuacja | | a | Realizacja 60 dni degustacyjnych podczas sezonu wakacyjnego przy użyciu food trucka. Zadanie realizowane przez Unię Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego | 862 318,38 | 431 159,19 | 2/2026 | | 1 |
| 42 | Polska wieprzowina | | b | Promocja mięsa wieprzowego i produktów pochodnych poprzez aktywne informowanie i uświadamianie odbiorców o zaletach i jakości mięsa wieprzowego. Zadanie realizowane przez Krajową Radę Izb Rolniczych | 146 900,00 | 146 900,00 | 2/2026 | | 1 |
| 43 | Polska wieprzowina - lubię to! | | b | Organizacja dwóch wydarzeń promocyjnych których celem jest zwiększenie świadomości konsumentów na temat jakości, bezpieczeństwa, dobrostanu zwierząt, walorów środowiskowych i kulturowych polskiej wieprzowiny. Zadanie realizowane przez Krajową Radę Izb Rolniczych | 144 300,00 | 144 300,00 | 2/2026 | | 1 |
| 44 | ~~Smaki GS~~ | | b | ~~Promocja polskiej wieprzowiny i produktów zbożowych na wydarzeniu plenerowym. Zadanie realizowane przez konsorcjum Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy Rzeczypospolitej Polskiej/KZRS Samopomoc Chłopska~~ | ~~156 975,00~~ | ~~78 487,50~~ | 2/2026 | Uchwała w zakresie zadania nr 44 wchodzi w życie w dniu, w którym zadanie uzyska promesę lub decyzję o wpisaniu do planu finansowego od wszystkich Komisji Zarządzających Funduszy Promocji, do których została skierowana propozycja. Zadanie wykreślone uchwałą nr 8/2026 z dnia 25.08.2026 | 1 |
| 45 | Bez mięsa się nie da! | | b | Organizacja kampanii mającej na celu zwiększenie konsumpcji wieprzowiny. Zadanie realizowane przez Związek Zawodowy Rolników "Ojczyzna" | 404 239,00 | 404 239,00 | 2/2026 | | 1 |

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

| Lp | Nazwa zadania | Kategoria promowanych produktów | Cel ustawy | Opis | Budżet zadania [w PLN] | Wysokość wsparcia z FP [w PLN] | Nr uchwały | Uwagi | Długość trwania w latach |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 46 | ~~Polska Smakuje w Naszych~~ Regionach 2026 | | b | ~~Promocja produktów pochodzenia~~ regionalnego i z systemami jakości podczas wydarzeń plenerowych skupiających ruch turystyczny. Zadanie realizowane przez Ogólnopolskie Stowarzyszenie Przetwórców i Producentów Produktów Ekologicznych "Polska Ekologia" | ~~934 000,00~~ | ~~186 800,00~~ | 2/2026 | Uchwała w zakresie zadania nr 46 wchodzi w życie w dniu, w którym zadanie uzyska promesę lub decyzję o wpisaniu do planu finansowego od wszystkich Komisji Zarządzających Funduszy Promocji, do których została skierowana propozycja. Zadanie wykreślone uchwałą nr 8/2026 z dnia 25.08.2026 | 1 |
| 47 | Mięso z Polski - udział w targach SIAL Paryż 2026 | | c | Organizacja wspólnego stoiska polskiej branży mięsnej na targach SIAL w Paryżu. Zadanie realizowane przez Związek POLSKIE MIĘSO | 1 964 079,50 | 982 039,75 | 2/2026 | Uchwała w zakresie zadania nr 47 wchodzi w życie w dniu, w którym zadanie uzyska promesę lub decyzję o wpisaniu do planu finansowego od wszystkich Komisji Zarządzających Funduszy Promocji, do których została skierowana propozycja. | 1 |
| 48 | Piknik wieprzowy "Polskie smaki wieprzowiny" | | b | Promocja polskiej wieprzowiny na wydarzeniu plenerowym. Zadanie realizowane przez Krajową Radę Izb Rolniczych | 64 890,00 | 64 890,00 | 3/2026 | | 1 |
| 49 | Wieprzowina która pachnie tradycją | | b | Promocja polskiej wieprzowiny na wydarzeniu plenerowym. Zadanie realizowane przez Cech Producentów Żywności | 60 000,00 | 60 000,00 | 3/2026 | | 1 |
| 50 | Wyjazd studyjny do Hiszpanii dla przedstawicieli łańcucha produkcji wieprzowiny | | a | Wyjazd studyjny dla liderów branży trzody chlewnej w celu zwiększenia kompetencji uczestników oraz nawiązanie kontaktów pomiędzy różnymi członkami łańcucha produkcji wieprzowiny. Zadanie realizowane przez Stowarzyszenie Wieprzowina Polska | 120 000,00 | 120 000,00 | 3/2026 | | 1 |
| 51 | Wieprzowina - smak jakości! - Budowa świadomości konsumenckiej w mediach społecznościowych oraz podczas eventu branżowego | | a | Kampania mająca na celu budowę zaufania i walkę z dezinformacją. Zadanie realizowane przez Stowarzyszenie Polska Tradycja Smaku | 200 000,00 | 200 000,00 | 3/2026 | | 1 |

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

| Lp | Nazwa zadania | Kategoria promowanych produktów | Cel ustawy | Opis | Budżet zadania [w PLN] | Wysokość wsparcia z FP [w PLN] | Nr uchwały | Uwagi | Długość trwania w latach |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 52 | Polska wieprzowina - jakość i tradycja | | a | Jednodniowe wydarzenie edukacyjno informacyjne o jakości polskiej wieprzowiny oraz jej wartościach odżywczych. Zadanie realizowane przez Krajową Radę Izb Rolniczych | 50 000,00 | 50 000,00 | 3/2026 | | 1 |
| 53 | Promocja wołowiny i wieprzowiny w Ameryce Południowej | | b | Organizacja działań z zakresu promocji polskiej wołowiny i wieprzowiny oraz jej przetworów w ramach Międzynarodowych Targów w Ameryce Południowej. Zadanie realizowane przez Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy Rzeczypospolitej Polskiej | 110 902,10 | 55 451,05 | 3/2026 | Uchwała w zakresie zadania nr 53 wchodzi w życie w dniu, w którym zadanie uzyska promesę lub decyzję o wpisaniu do planu finansowego od wszystkich Komisji Zarządzających Funduszy Promocji, do których została skierowana propozycja. | 1 |
| 54 | Składka Członkowska UECBV 2026 | | g | Opłata składki członkowskiej. Zadanie realizowane przez Związek Polskie Mięso | 106 145,55 | 53 072,77 | 4/2026 | | 1 |
| 55 | Polska wieprzowina smak i zdrowie na talerzu | | a | Jednodniowe wydarzenie o tematyce edukacyjno informacyjnej o jakości polskiej wieprzowiny, jej wartościach odżywczych. Zadanie realizowane przez Krajową Radę Izb Rolniczych | 50 000,00 | 50 000,00 | 6/2026 | | 1 |
| 56 | Promocja przetworów zbożowych i wieprzowiny na targach z Ministerstwem Rolnictwa | | c | Ogranizacja i koordynacja działań z zakresu promocji polskiej wieprzowiny oraz zbóż i przetworów zbożowych w ramach Międzynarodowych Targów w USA. Zadanie realizowane przez konsorcjum Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy Rzeczypospolitej Polskiej i Niezależny Samorządny Związek Zawodowy Rolników Indywidualnych "Solidarność" | 132 028,50 | 30 000,00 | 6/2026 | | 1 |
| 57 | Dożynkowy stół z polskiej wsi | | b | Akcja promująca mięso wieprzowe oraz jego przetwory podczas dożynek jasnogórskich. Zadanie realizowane przez Niezależny Samorządny Związek Zawodowy Rolników Indywidualnych "Solidarność" | 85 050,00 | 85 050,00 | 7/2026 | | 1 |

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

| Lp | Nazwa zadania | Kategoria promowa-nych produktów | Cel ustawy | Opis | Budżet zadania [w PLN] | Wysokość wsparcia z FP [w PLN] | Nr uchwały | Uwagi | Długość trwania w latach |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 58 | Promocja produktów rolno-spożywczych w poradniku Kalendarz Rolników | | b | Zadanie polega na opracowaniu 4 artykułów promujących artykuły spożywcze (mleko, wieprzowina, wołowina, zboża) oraz działania online na stronie kalendarzrolnikow.pl. Zadanie realizowane przez Krajową Radę Izb Rolniczych | 160 670,00 | 35 000,00 | 7/2026 | | 1 |
| 59 | Pewne jest jedno - polskie mięso | | b | Ogólnopolska kampania promocyjno-informacyjna odwołująca się do tradycji polskich kulinariów. Zadanie realizowane przez Związek Polskie Mięso | 1 426 950,00 | 642 127,50 | 8/2026 | Uchwała w zakresie zadania nr 59 wchodzi w życie w dniu, w którym zadanie uzyska promesę lub decyzję o wpisaniu do planu finansowego od wszystkich Komisji Zarządzających Funduszy Promocji, do których została skierowana propozycja. | 1 |
| 60 | Polska Smakuje w Naszych Regionach 2026 | | a | Promocja produktów pochodzenia regionalnego i z systemami jakości podczas imprez plenerowych skupiających ruch turystyczny. Zadanie realizowane przez Ogólnopolskie Stowarzyszenie Przetwórców i Producentów Produktów Ekologicznych "Polska Ek | 373 600,00 | 186 800,00 | 8/2026 | | 1 |
| 61 | Mięso z Polski - Promocja na Targach POLAGRA | | c | Udział w targach spożywczych Targi POLAGRA w Poznaniu. Zadanie realizowane przez Związek Polskie Mięso | 386 274,00 | 127 470,42 | 8/2026 | Uchwała w zakresie zadania nr 61 wchodzi w życie w dniu, w którym zadanie uzyska promesę lub decyzję o wpisaniu do planu finansowego od wszystkich Komisji Zarządzających Funduszy Promocji, do których została skierowana propozycja. | 1 |
| 62 | Gs Pełen Smaku | | b | Promocja polskiej wieprzowiny i produktów zbożowych na wydarzeniu plenerowym. Zadanie realizowane przez Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy Rzeczpospolitej Polskiej | 78 487,50 | 78 487,50 | 8/2026 | | 1 |

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

| Lp | Nazwa zadania | Kategoria promowa-nych produktów | Cel ustawy | Opis | Budżet zadania [w PLN] | Wysokość wsparcia z FP [w PLN] | Nr uchwały | Uwagi | Długość trwania w latach |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 63 | Rozsmakuj się w potrawach z GS | | b | Promocja polskiej wieprzowiny i produktów zbożowych na wydarzeniu plenerowym, zadanie realizowane przez Krajowy Związek Rewizyjny Spółdzielni Samopomoc Chłopska. | 73 237,50 | 73 237,50 | 9/2026 | | 1 |
| | | | | | 21 249 160,07 | 12 144 185,26 | | | |