

UCHWAŁA Nr 4/2018
Komisji Zarządzającej Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego
z dnia 23 sierpnia 2018 r.
w sprawie przyjęcia opracowanej strategii promocji dla branży mięsa
wieprzowego na rok 2019

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 2017 r., poz. 2160), uchwala się, co następuje:

§ 1

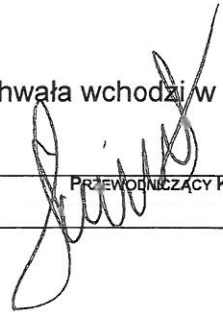

Komisja Zarządzająca Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego **postanawia przyjąć opracowaną przez Komisję Zarządzającą Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego Strategię promocji dla branży mięsa wieprzowego na rok 2019.**

§ 2

Strategia promocji dla branży mięsa wieprzowego na rok 2019 stanowi załącznik do niniejszej uchwały.

§ 3

Uchwała wchodzi w życie w dniu podjęcia.

 PRZEWODNICZĄCY KOMISJI		 SEKRETARZ KOMISJI
---	--	--

**Strategia dla branży wieprzowiny
na 2019 rok przyjęta przez Komisję
Zarządzającą Funduszu Promocji Mięsa
Wieprzowego**

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

W 2017 r. produkcja wynosząca 2 428 tys. ton była większa niż rok wcześniej o 0,7%. Zmiany produkcji były jednak zróżnicowane w poszczególnych półroczach. W I półroczu 2017 r. wyniosła ona 1180 tys. ton i była mniejsza niż rok wcześniej o 2,5%. Spadek produkcji nastąpił pomimo wzrostu pogłowia trzody w grudniu 2016 r. (w stosunku do grudnia 2015 r.). Wynikał on ze zmniejszenia ubojów trzody w tym okresie o 6,5%, co prawdopodobnie miało związek z chorobą ASF. W II półroczu 2017 r. produkcja trzody wyniosła 1 248 tys. ton i była o 4,2% większa niż w II półroczu 2016 r. Ocenia się, że w związku z kolejnym wzrostem pogłowia w grudniu 2017 r., produkcja trzody w I półroczu 2018 r. może zwiększyć się o ok. 10% i wynieść ok. 1 300 tys. ton. W II półroczu 2018 r. stopa wzrostu produkcji może się zmniejszyć do ok. 2% w skali roku, a produkcja może wynieść ok. 1 270 tys. ton. W rezultacie, w całym 2018 r. produkcja trzody może wynieść ok. 2 570 tys. ton, a jej roczny wzrost ok. 6%. Dalszy rozwój produkcji trzody będzie zależał od poziomu jej cen, a także cen zbóż po tegorocznych żniwach.

Poprawa warunków chowu, która nastąpiła w drugiej połowie 2016 r. przyczyniła się do wzrostu pogłowia trzody. Już w grudniu 2016 r. pogłowiu to było o 4,9% większe niż w grudniu 2015 r., w marcu 2017 r. o 7,6% (w stosunku do marca 2016 r.), a w czerwcu 2017 o 4,5% (w stosunku do czerwca 2016 r.). W grudniu 2017 r. pogłowiu trzody wyniosło 11 898 tys. sztuk i było większe niż w grudniu 2016 r. o 790,9 tys. sztuk (o 7,1%). Pogłowiu prosiąt zmniejszyło się w skali roku o 3,1%. Pogłowiu warchlaków wzrosło o 10,7%, a trzody na chów o wadze 50 kg i więcej o 5,7%, w tym loch prośnych o 6,2%. Pogłowiu trzody na ubój o wadze 50 kg i więcej wzrosło o 11,4%.

Relatywnie mały wzrost pogłowia macior prośnych, a także mniejszy wzrost pogłowia warchlaków, niż ogólnego pogłowia trzody pozwalają sądzić, że za miesięcy tendencja wzrostowa może przekształcić się w tendencję spadkową. W czerwcu 2018 r. pogłowiu trzody może wynieść ok. 11,7 mln sztuk, co oznaczałoby jego dalszy wzrost, ale o znacznie mniejszej stopie wzrostu (ok. 3%). Jeśli po tegorocznych żniwach warunki chowu nie ulegną istotnemu pogorszeniu, to w końcu roku pogłowiu trzody mogłoby zawierać się w przedziale 11,5-11,8 mln sztuk, a więc byłoby mniejsze niż rok wcześniej o 1-3%. W przypadku wzrostu cen zbóż i pasz i dalszego pogorszenia opłacalności chowu, dynamika spadku pogłowia w grudniu 2018 r. może być większa od założonej.

1.1.1 Uwarunkowania prawne oraz faktyczne ograniczenia rozwoju hodowli trzody chlewnej oraz rozwoju przetwórstwa

Prawne ograniczenia w lokalizacji chlewni co uniemożliwia rozwój hodowli trzody chlewnej.

1.1.2 Zagadnienia związane z ASF

Całokształt zagadnień związanych z ASF zagraża perspektywom rozwoju branży na kolejne lata:

- w pesymistycznej wizji może spowodować nawet okresowe drastyczne zmniejszenie produkcji oraz olbrzymie straty (finansowe, społeczne, itp.)
- w optymistycznej – utrudnienia w eksporcie na długi, trudny do określenia okres.

**Strategia dla branży wieprzowiny
na 2019 rok przyjęta przez Komisję
Zarządzającą Funduszu Promocji Mięsa
Wieprzowego**

1.1.3 Produkty polskie i wyprodukowane w krajowych systemach jakości

Na polskim rynku mięsa wieprzowego i jego przetworów mamy do czynienia z konkurencją ze strony produktów pochodzących spoza Polski, niejednokrotnie o niższych cenach. Należy zatem

podkreślić silną potrzebę budowania wiarygodności polskich produktów oraz patriotyzmu konsumenckiego.

Niezbędnym instrumentem do osiągnięcia takiego celu jest rozwój produkcji w ramach krajowych systemów jakości, który wiąże się z następującymi korzyściami:

- Budowanie wartości dodanej na wielu poziomach łańcucha produkcyjnego i tworzenie trwałej współpracy w ujęciu długoterminowym
- Stabilizacja w obszarze zysku, bezpieczeństwa i rozwoju prowadzonej produkcji (wyrównanie materiału genetycznego, zapewnienie powtarzalnego surowca, budowanie trwałych relacji z odbiorcą, potwierdzenie zaufanego pochodzenia, produkt wyższej jakości, partnerstwo biznesowe i odpowiedzialność)
- Nawiązanie wiarygodnej i długotrwałej relacji z konsumentem poprzez odpowiedzialną komunikację jakości potwierdzonej certyfikatem

1.2 Analiza cen

W 2017 r. na rynku żywca wieprzowego występowały dwie tendencje cen, a mianowicie – wzrostowa w pierwszej połowie roku i spadkowa w drugiej połowie. Wzrostowa tendencja cen trzody była przedłużeniem tendencji trwającej od połowy 2016 r. Powodem jej przekształcenia w tendencję spadkową był narastający w całej Unii Europejskiej wzrost ubojów i produkcji wieprzowiny, połączony ze spowolnieniem dynamiki eksportu z UE-28 do krajów trzecich, w tym zwłaszcza do Chin.

W I półroczu 2017 r. przeciętna cena trzody klasy E w UE-28 wyniosła 163,42 EUR/100 kg wagi poubojowej, a w Polsce 162,77 EUR/100 kg. W stosunku do cen z I półrocza 2016 r. ceny zarówno w UE-28, jak i w Polsce były wyższe o 23%. W II półroczu 2017 r., przeciętna cena trzody klasy E wyniosła w UE-28 158,01 EUR/100 kg wagi poubojowej, a w Polsce 157,36 EUR/100 kg. W stosunku do cen z II półrocza 2016 r. ceny w UE-28 były niższe o 0,5%, w tym w IV kwartale o 4,9%, a w Polsce odpowiednio o 0,1% i 4,4%.

Ceny skupu polskiej trzody wyrażone w złotych wyniosły odpowiednio: w I półroczu 2017 r. 5,19 zł/kg, a w II półroczu 4,92 zł/kg. W stosunku do analogicznych cen sprzed roku, cena w I półroczu była wyższa o 20,1%, a w II półroczu – niższa o 1,8%. W IV kwartale jej spadek w skali roku pogłębił się do 6,2%. Mniejszy wzrost tej ceny niż ceny wyrażonej w euro w I półroczu, a także głębszy jej spadek w II półroczu wynikały z aprecjacji złotego względem euro.

Komisja Europejska prognozuje, że roczny wzrost ubojów trzody będzie nasilał się z każdym kolejnym kwartałem. W II kwartale uboje te mogą wzrosnąć o 1,1%, w III kwartale o 1,2%, a w IV kwartale o 1,5%. W krótkookresowej prognozie (Spring 2018 z marca 2018 r.), Komisja Europejska przewidywała też, że w 2018 r. produkcja trzody w UE-28 zwiększy się o 201 tys. ton, a eksport o 64 tys. ton. Wzrost eksportu zaabsorbuje więc tylko 1/3 wzrostu produkcji, co będzie skutkowało spadkiem cen. Można więc sądzić, że w czerwcu i we wrześniu cena trzody w UE-28 może wynieść około 145-150 EUR/100 kg, a w grudniu może się obniżyć do ok. 125- 135 EUR/100 kg. Gdyby kurs złotego względem euro wynosił 4,20, oznaczałoby to, że w czerwcu i we wrześniu cena trzody mogłaby zawierać się w przedziale ok. 4,60-4,80 zł/kg, a w

**Strategia dla branży wieprzowiny
na 2019 rok przyjęta przez Komisję
Zarządzającą Funduszu Promocji Mięsa
Wieprzowego**

grudniu 4,00-4,30 zł/kg.

Ceny te byłyby niższe niż w analogicznych miesiącach poprzedniego roku o 14-18% (w czerwcu), o 9-13% (we wrześniu) i o 6-12% (w grudniu). Sądzić można, że spadkowa tendencja cen potrwa co najmniej do końca pierwszej połowy 2019 r., z tym że stopa spadku w pierwszej połowie 2019 r. będzie mniejsza niż w pierwszej połowie 2018 r.

1.3 Spożycie

Szacuje się, że w 2017 r., wskutek niskiego tempa wzrostu krajowej produkcji żywca wieprzowego, przy wzmożeniu eksportu, bilansowe spożycie wieprzowiny zmalało o 0,3 kg, do 40,5 kg na mieszkańca, tj. o około 1,0% w stosunku do roku poprzedniego.

W 2018 r. przewiduje się wzrost bilansowej konsumpcji mięsa, głównie za sprawą zwiększenia spożycia mięsa wieprzowego o 1,0 kg, do 41,5 kg na mieszkańca, tj. o 4,9% w stosunku do roku poprzedniego.

1.3.1 Możliwości zakupu produktów polskich, w tym wyprodukowanych w ramach systemów jakości

Wśród konsumentów można zaobserwować rosnący trend prozdrowotny i projakościowy. Klienci uważnie czytają etykiety, zwracają uwagę na kraj pochodzenia są zainteresowani produktami wyprodukowanymi w systemach jakości.

Czynnikiem umożliwiającym konsumentom wybranie produktu polskiego jest wprowadzenie obowiązku znakowania mięsa krajem lub miejscem pochodzenia (od 1 kwietnia 2015 roku) na podstawie Rozporządzenia 1337/2013 oraz możliwości znakowania asortymentu logiem „Produkt Polski”.

1.4 Handel zagraniczny

Eksport żywca, mięsa, podrobów, tłuszczów i przetworów wieprzowych w 2017 r. wyniósł 836,6 tys. ton w wadze produktu i był o 8,8% (o 67,7 tys. ton) większy niż przed rokiem. Eksport w ujęciu wartościowym wyniósł 1737,1 mln EUR i był o 17,7% większy niż w 2016 r. Niższa dynamika wolumenu eksportu niż jego wartości wynikała między innymi ze wzrostu cen transakcyjnych. Sytuacja w eksporcie wieprzowiny była trochę lepsza niż w roku poprzednim, choć ograniczenia wprowadzone przez niektóre kraje (między innymi Chiny, Tajwan, Japonię) po wystąpieniu afrykańskiego pomoru w Polsce oraz przedłużenie zakazu eksportu do Rosji niektórych produktów wieprzowych pochodzących z UE nadal go utrudniały.

Import żywca, mięsa, podrobów, tłuszczów i przetworów wieprzowych wyniósł 907,6 tys. ton w wadze produktu i był o 3,1% większy niż w 2016 r., o czym zdecydował przede wszystkim wzrost importu mięsa wieprzowego schłodzonego i mrożonego. Wartość importu żywca, mięsa, podrobów, tłuszczu i przetworów wieprzowych wyniosła 1913,1 mln EUR i była o 14,9% wyższa niż przed rokiem, o czym zdecydował między innymi wzrost cen. Zapotrzebowanie na trzodę chlewną o masie mniejszej niż 50 kg nadal było relatywnie duże.

EKSPORT

Eksport mięsa wieprzowego, dominującego w towarowej strukturze produktów wieprzowych, wyniósł w 2017 r. ok. 447,7 tys. ton w wadze produktu i był o 11,4% (o 45,9 tys. ton) większy niż w 2016 r. Wzrostowi wolumenu wywozu towarzyszyło zwiększenie wpływów ze sprzedaży

**Strategia dla branży wieprzowiny
na 2019 rok przyjęta przez Komisję
Zarządzającą Funduszu Promocji Mięsa
Wieprzowego**

mięsa wieprzowego na rynki zagraniczne o 21,8% (do 917,5 mln EUR). Około 69,5% wolumenu eksportu wieprzowiny stanowił eksport do krajów Unii Europejskiej, pozostałe 30,5% eksport do krajów trzecich. Eksport do UE wzrósł o 2,9% do 311,3 tys. ton w wadze produktu. Głównymi rynkami zbytu mięsa wieprzowego w UE były następujące kraje: Niemcy (68,8 tys. ton), Włochy (54,8 tys. ton), Słowacja (27,9 tys. ton), Czechy (26,8 tys. ton) i Litwa (17,5 tys. ton).

Eksport mięsa wieprzowego do państw trzecich wzrósł o 37,4% do 136,3 tys. ton. Prawie 96% wolumenu wywozu do państw trzecich stanowił eksport do państw innych niż WNP, do których wywieziono 130,8 tys. ton, a więc 35,2 tys. ton więcej niż w 2016 r., w tym do Hongkongu 32,4 tys. ton (o 8,7% mniej), a do USA 58,5 tys. ton (o 97% więcej). Ograniczenie eksportu do niektórych krajów trzecich miało związek z dalszym występowaniem ASF w Polsce. Natomiast zwiększenie eksportu do krajów WNP (o 51,8% do 5,5 tys. ton) wynikało przede wszystkim z prawie trzykrotnego wzrostu wywozu na Ukrainę (do 1,9 tys. ton), 44% do Mołdawii (do 2,4 tys. ton) i ponad trzykrotnego do Uzbekistanu (do 0,5 tys. ton).

Średnia cena w eksporcie mięsa wieprzowego była o 9,3% wyższa niż przed rokiem i wyniosła 2,05 EUR/kg. W eksporcie do WNP średnia cena obniżyła się do 1,86 EUR/kg i była o 6,0% niższa niż rok wcześniej, a w eksporcie do UE podniosła się do 1,97 EUR/kg (o 4,6% wyższa niż rok wcześniej). Natomiast w eksporcie do krajów trzecich innych niż WNP cena wzrosła o 21,9% (z 1,83 EUR/kg w 2016 r. do 2,24 EUR/kg w 2017 r.), co było rezultatem głównie wyższych cen w eksporcie do USA.

IMPORT

Import mięsa wieprzowego, mającego 72% udział w wolumenie importu produktów wieprzowych, wyniósł 649,5 tys. ton w 2017 r. i był o 3,1% większy niż przed rokiem. Głównym rynkiem zaopatrzenia były kraje UE, z których przywieziono ponad 99% mięsa wieprzowego schłodzonego i mrożonego. W państwach członkowskich zakupiono 649,1 tys. ton mięsa tj. o 3,1% więcej niż w roku poprzednim. Głównymi rynkami zaopatrzenia w mięso wieprzowe były: Belgia (166,9 tys. ton), Niemcy (159,3 tys. ton), Dania (121,8 tys. ton), Holandia (80,3 tys. ton), Hiszpania (56,7 tys. ton) i Wielka Brytania (28,2 tys. ton). Średnia cena wieprzowiny mrożonej i schłodzonej w 2017 r. wzrosła o 8,1% do 2,05 EUR/kg, a wydatki na import zwiększyły się o 136,1 mln EUR do 1329,5 mln EUR. Deficyt w obrotach handlowych mięsem wieprzowym w 2017 r. zmalał o 6,3% do 412,0 mln EUR. Ujemne saldo w obrotach handlowych mięsem wieprzowym z UE-15 wyniosło 988,4 mln EUR, natomiast dodatnie saldo obrotów z UE-13 spadło o 1,9% do 274,4 mln EUR. Dodatkowo saldo wystąpiło również w obrotach z państwami WNP (10,2 mln EUR, wzrost o 42,6%).

Ocenia się, że w 2018 r. eksport żywca, mięsa, podrobów, tłuszczu i przetworów wieprzowych, prawdopodobnie będzie większy niż w 2017 r. o około 5% i wyniesie ok. 880 tys. ton w wadze produktu. W I i w II półroczu stopa wzrostu będzie podobna, a eksport może wynieść odpowiednio ok. 426 tys. ton i 455 tys. ton. Wzrost eksportu będzie wynikiem między innymi wyższej produkcji krajowej. Warunki wywozu na rynki unijne będą w br. mniej korzystne niż w 2017 r., ponieważ w wielu krajach trwa wzrostowa tendencja produkcji, a w związku z tym ceny wieprzowiny są relatywnie niskie. Ważnym utrudnieniem eksportu są ograniczenia wywozu związane z wystąpieniem ASF w Polsce.

Wyklucza to Polskę z niektórych perspektywicznych rynków azjatyckich (w tym z rynku chińskiego). Rosja przedłużyła embargo do końca 2018 r., nawet po jego zniesieniu, nie należy spodziewać się znacznego zainteresowania unijnymi produktami wieprzowymi ze względu na dążenie przez ten kraj do zapewnienia samowystarczalności w tym zakresie. Na wywóz nie będzie korzystnie oddziaływać zakaz wprowadzony przez Ukrainę dotyczący importu z Polski

**Strategia dla branży wieprzowiny
na 2019 rok przyjęta przez Komisję
Zarządzającą Funduszu Promocji Mięsa
Wieprzowego**

zwierząt podatnych na zachorowanie na ASF, jak również produktów, surowca, materiału genetycznego pochodzącego od nich z (województwa mazowieckiego, podlaskiego, warmińsko-mazurskiego i lubelskiego). Ponadto ograniczenie w przywozie z Polski w związku z występowaniem ASF zostało również wprowadzone przez Bośnię i Hercegowinę. Zakaz ten dotyczy niektórych produktów wieprzowych i obejmuje województwa: podlaskie, mazowieckie i lubelskie.

Spadek cen eksportowych pozwala na przypuszczenie, że wartość wywozu będzie zbliżona do ubiegłorocznej i wyniesie w 2018 r. ok. 1736 mln EUR. Import produktów wieprzowych prawdopodobnie zwiększy się do ok. 928 tys. ton w wadze produktu, w tym w I półroczu br. może wynieść ok. 441 tys. ton, a w II półroczu br. może zwiększyć się do ok. 487 tys. ton. Import prosiąt i warchlaków będzie nadal wysoki, choć nieco mniejszy niż przed rokiem. Przekroczy jednak prawdopodobnie 5,5 mln sztuk. Wysokość ich podaży wynika m.in. z niskiej ich podaży na polskim rynku. Ograniczeniem dla tego importu będzie jednak pogarszanie opłacalności chowu. Nadwyżka importu nad eksportem produktów wieprzowych w wadze produktu może wynieść ok. 48 tys. ton wobec ok. 71 tys. ton w 2017 r., a wartość ujemnego salda może wynieść ok. 122 mln EUR (z ok. 176 mln EUR w poprzednim roku).

1.4.1 Wsparcie wchodzenia na nowe rynki w krajach trzecich

Szczególnie ważne w przypadkach zahamowania sprzedaży na ważnych rynkach – jest możliwość szybkiego ulokowania nadwyżek produkcyjnych na innych rynkach w celu zapobieżenia załamania cen na rynku krajowym – przykładem jest sytuacja wprowadzenia embarga na eksport do Rosji.

Po wprowadzeniu embarga przez Rosję doceniono wieloletnie działania stwarzające możliwości eksportu wieprzowiny na rynki wschodniej Azji – dzięki rozpoznaniu tych rynków, spełnieniu wymogów prawnych oraz kontaktom handlowym była możliwość „przerzucenia” dotychczasowego eksportu z Rosji na te rynki. W konsekwencji nie nastąpił drastyczny spadek cen na rynku polskim, a tym samym spadek produkcji trzody chlewnej i spadek produkcji i zysków w zakładach przetwórczych.

1.4.2 Wsparcie utrzymania pozycji rynkowej w krajach trzecich

Utrzymanie pozycji rynkowej polskiej wieprzowiny i jej przetworów na rynkach krajów trzecich jest niezbędne dla zachowania potencjału rozwoju polskiej produkcji wieprzowiny dlatego też w ramach prowadzonych kampanii promocyjno-informacyjnych należy w precyzyjny i zaplanowany sposób wspierać obecność na dostępnych rynkach eksportowych takich jak np. USA, Kanada, Hongkong, Wietnam. Dla uzyskania efektu synergii i wzmacniania efektywności działań niezbędna jest stała współpraca z Ministerstwem Rolnictwa i Rozwoju Wsi oraz podległymi mu instytucjami.

1.5 Dystrybucja

Na poziomie kraju najczęściej produktów dystrybuowanych jest następującymi kanałami:

- Sieci wielkopowierzchniowe
- Handel tradycyjny
- Własna sieć sklepów firmowych

Na poziomie zagranicy

- Kontakty bezpośrednie zawarte podczas targów i misji zagranicznych
- Pośrednicy

**Strategia dla branży wieprzowiny
na 2019 rok przyjęta przez Komisję
Zarządzającą Funduszu Promocji Mięsa
Wieprzowego**

- Sieć internetowe

Źródło: Rynek mięsa- stan i perspektywy, Analizy rynkowe, Instytut Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej, Czerwiec 2018

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

Analiza SWOT – opisać bieżącą sytuację branży dokonując analizy mocnych i słabych stron, szans i zagrożeń dla jej funkcjonowania

Mocne strony	Słabe strony
<ul style="list-style-type: none"> • Dobrze rozwinięte, zmodernizowane przetwórstwo, spełniające wysokie standardy UE w zakresie bezpieczeństwa zdrowotnego i higienicznego, a także ochrony środowiska; • Aktywne branżowe organizacje samorządowe, podejmujące działania na rzecz poprawy jakości i upowszechnienia standardów jakościowych, 	<ul style="list-style-type: none"> • Silne rozdrobnienie zwłaszcza produkcji, ale również przetwórstwa, przy braku integracji (zarówno poziomej jak i pionowej), skutkujące niską efektywnością technologiczną oraz wysokimi kosztami produkcji, przetwórstwa i sprzedaży; • Nadmiar mocy produkcyjnych i niski poziom ich wykorzystania w sferze przetwórstwa (ubój, rozbiór) • Niska sprawność funkcjonowania łańcucha dostaw w sektorze wieprzowiny jako konsekwencja braku powiązań w łańcuchu dostaw i niechęci do współpracy podmiotów rynkowych; • Silne zróżnicowanie jakości żywca • Niedostateczny poziom wdrożenia rozwiązań systemowych w obszarze jakości obejmujący cały łańcuch produkcyjny • Ograniczony dostęp do rynków krajów trzecich
Szanse	Zagrożenia
<ul style="list-style-type: none"> • Rozwój rynku mięsa i produktów 	<ul style="list-style-type: none"> • Negatywny stereotyp wieprzowiny

**Strategia dla branży wieprzowiny
na 2019 rok przyjęta przez Komisję
Zarządzającą Funduszu Promocji Mięsa
Wieprzowego**

<p>wysokojakościowych,</p> <ul style="list-style-type: none"> • Stabilny popyt wewnętrzny na wysokim poziomie i duży potencjalny popyt zewnętrzny na wieprzowinę • Rozwiązanie problemu dt. ASF daje możliwość wznowienia eksportu na rynki azjatyckie Chiny, Korea Południowa • Dobrze rozwinięte, zmodernizowane przetwórstwo, spełniające wysokie standardy UE w zakresie bezpieczeństwa zdrowotnego i higienicznego, a także ochrony środowiska; • Łatwy dostęp do mięsa i przetworów mięsnych, niezwykle szeroka gama oferowanych przetworów; • Aktywne branżowe organizacje samorządowe, podejmujące działania na rzecz poprawy jakości i upowszechnienia standardów jakościowych, • Rozporządzenie Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 6 sierpnia 2015 roku w sprawie szczegółowych warunków i trybu przyznawania, wypłaty oraz zwrotu pomocy finansowej w ramach poddziałania „Wsparcie na przystępowanie do systemów jakości” objętego Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020 • Wprowadzenia możliwości znakowania oznaczeniem „Produkt Polski” • Wprowadzenie obowiązku znakowania mięsa krajem lub miejscem pochodzenia (od 1 kwietnia 2015 roku) na podstawie Rozporządzenia 1337/2013. • Wsparcie na modernizację gospodarstw • Rosnąca świadomość ekologiczna • Zainteresowanie konsumentów produktami ekologicznymi • Wzrastające zaangażowanie władz samorządowych w rozwój rolnictwa 	<p>utrwalany zaleceniami żywieniowymi dietetyków i oficjalnej medycyny (ograniczenie spożycia tłuszczów zwierzęcych i tłustego mięsa), zmieniający preferencje konsumentów w kierunku mięsa białego;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Silna konkurencja ze strony tańszego i uznawanego za zdrowsze mięsa białego. • Liberalizacja rynku i rosnąca konkurencja ze strony importu oferującego tańsze i wystandaryzowane mięso wieprzowe; • Deficyt kapitału na modernizację gospodarstw utrzymujących świnie • Utrzymujące się zagrożenie związane z występowaniem kolejnych ognisk ASF co uniemożliwia wznowienie eksportu m.in. na rynek Chin oraz Korei Południowej • Brak całkowitej identyfikacji trzody chlewnej • Pakiet Hogana ograniczający rozwój produkcji trzody chlewnej • Prawne ograniczenia dotyczące modernizacji gospodarstw • KONIEC obowiązywania prolongaty dla promocji mięsa pochodzącego ze świń nie urodzonych na terenie Polski
---	--

**Strategia dla branży wieprzowiny
na 2019 rok przyjęta przez Komisję
Zarządzającą Funduszu Promocji Mięsa
Wieprzowego**

<p>ekologicznego</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wsparcie dla produkcji żywności wysokiej jakości poprzez wzmocnienie roli producentów w łańcuchach „od producenta do konsumenta” ujęte w „Planie dla Wsi” Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi • Możliwość rozwoju w obszarze wdrażania krajowych systemów jakości jako instrumentów budowania wiarygodności produktu i partnerstwa w łańcuchu produkcyjnym 	
---	--

III. Uzasadnienie dla zaplanowanych działań w kontekście dokonanej analizy SWOT

<p>Należy opisać czy i w jaki sposób operacja przyczyni się do wzmocnienia <u>silnych stron</u> branży</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Zwiększenie aktywności organizacji branżowych na rzecz poprawy jakości i upowszechnienia standardów jakościowych oraz budowania powiązań pomiędzy poszczególnymi ogniwami łańcucha produkcyjnego
<p>Należy opisać w jaki sposób i w jakim zakresie operacja przyczyni się do wyeliminowania <u>słabych stron</u> branży</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Dzięki upowszechnieniu wiedzy i wdrożeniu krajowego systemu jakości zarówno u producentów trzody chlewnej jak również w kolejnych ogniwach łańcucha produkcyjnego istnieje możliwość standaryzacji i ujednoczenia jakości żywca dostępnego na rynku
<p>Należy opisać czy i w jaki sposób operacja pomoże wykorzystać zidentyfikowane w analizie <u>szanse</u> dla rozwoju i funkcjonowania branży</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Zbudowanie na rynkach zagranicznych pozycji Polski jako silnego partnera w handlu wieprzowiną • Zwiększająca się liczba producentów trzody chlewnej certyfikujących się w systemach jakości • Budowanie postawy patriotyzmu konsumenckiego poprzez Zwiększenie rozpoznawalności krajowych systemów jakości oraz możliwość oznakowania „Produkt Polski” • Rosnąca świadomość konsumencka może pozytywnie wpłynąć na decyzję producentów o rozpoczęciu działalności w zakresie systemów jakości i/lub rolnictwa ekologicznego • Wsparcie badań w rolnictwie ekologicznym daje możliwość wychodzenia na rynki z nowymi innowacyjnymi produktami ekologicznymi

**Strategia dla branży wieprzowiny
na 2019 rok przyjęta przez Komisję
Zarządzającą Funduszu Promocji Mięsa
Wieprzowego**

Należy opisać czy i w jaki sposób operacja przyczyni się do zmniejszenia zidentyfikowanych zagrożeń dla sprawnego funkcjonowania branży

- Budowanie pozytywnego wizerunku mięsa wieprzowego w oczach konsumenta
- Działania zapobiegające i eliminujące zagrożenie ASF

IV. Problemy

1. Zbyt niski poziom standaryzacji w całym łańcuchu produkcji (brak dostępności wyrównanego jakościowo i powtarzalnego surowca) powodujący obniżenie konkurencyjności polskiej produkcji trzody chlewnej.
2. Ograniczone możliwości eksportu na rynki krajów trzecich.
3. Niska konkurencyjność polskiej produkcji trzody chlewnej.
4. Za mały eksport.
5. Ograniczone zasoby ludzkie działające na rzecz inspekcji weterynaryjnej ograniczają szybkość i skuteczność w obszarze zwalczania ASF i szybkiego uzyskiwania dostępu do rynków eksportowych.
6. Występowanie ognisk ASF jako ryzyko hamowania eksportu i rozwoju branży.
7. Spadek spożycia wieprzowiny na rynku krajowym.
8. Zaostrzająca się w mediach negatywna ocena sytuacji występowania choroby ASF.

V. Cele strategii

5.1 Określenie celów głównych

1. Zwiększenie konkurencyjności polskiej produkcji wieprzowiny.
2. Zwiększenie poziomu wdrożenia rozwiązań systemowych w zakresie jakości w całym łańcuchu produkcyjnym (wzrost świadomości i implementacji krajowych systemów jakości w całym łańcuchu produkcyjnym).
3. Wzrost sprzedaży i konsumpcji wieprzowiny.
4. Zwiększenie świadomości i wiedzy wśród konsumentów na temat walorów wieprzowiny wytwarzanej w systemach jakości.
5. Kontynuowanie i wzmacnianie działań promocyjno-informacyjnych na rynkach krajów trzecich.
6. Kreowanie wspólnej polityki promocji z Ministerstwem Rolnictwa i Rozwoju Wsi w oparciu o wspieranie produkcji żywności wysokiej jakości poprzez wzmocnienie roli producentów w łańcuchu produkcyjnym (od producenta do konsumenta).
7. Wspieranie rozwoju rynków żywności wysokiej jakości poprzez wsparcie logistyki, platform sprzedażowych, sprzedaży przez internet itp.

5.2 Określenie celów szczegółowych

1. Stymulowanie podnoszenia jakości polskiej wieprzowiny i jej przetworów w całym łańcuchu dostaw, a więc w fazie produkcji, dystrybucji, przetwórstwa i handlu detalicznego (polska wieprzowina jako produkt zdrowy i godny zaufania).

**Strategia dla branży wieprzowiny
na 2019 rok przyjęta przez Komisję
Zarządzającą Funduszu Promocji Mięsa
Wieprzowego**

VI. Kierunki działań (Czy produkty i usługi są przeznaczone na rynek lokalny, regionalny, krajowy lub eksport? Proszę określić geograficzny rynek docelowy z podziałem na działania krajowe i zagraniczne)

Działania powinny być realizowane zarówno na rynku krajowym (lokalnym, regionalnym) gdzie należy prowadzić działania zmierzające do poprawy produkcji trzody chlewnej, konsolidacji branży, upowszechniania wiedzy nt. systemów jakości, promocji spożycia polskiej wieprzowiny jak również rynkach zagranicznych szczególnie rynków krajów trzecich m.in. USA, Kanady, Hongkongu czy Wietnamu, które w sytuacji utrzymującego się zagrożenia związanego z ASF pozostają perspektywicznymi rynkami dla eksportu wieprzowiny.

VII. Grupy docelowe

1. Producenci trzody chlewnej
2. Przetwórcy
 - segment rzeźniano-rozbiorowy,
 - segment przetwórczy
3. Handlowcy, Hurtownicy, Dystrybutorzy
4. Konsumenci
5. HoReCa oraz placówki żywienia zbiorowego

VIII. Kanały komunikacji/Plan działań marketingowych

- Internet (social media)
- Prasa
- TV/radio
- Event Marketing udział w targach krajowych i międzynarodowych, szkolenia i konferencje dla producentów, przetwórców, handlowców

IX. Monitoring i Ewaluacja/ System oceny projektów

Monitoring i ewaluację realizowanych działań należy prowadzić w oparciu o założone i opisane metodą SMART cele projektu oraz na podstawie dostarczonych analiz (pre-) i badań (mid- i/lub post) wykonanych na co najmniej dwóch etapach realizacji projektu.

X. Współpraca z instytucjami zewnętrznymi

Współpraca z Ministerstwem Rozwoju i Inwestycji w zakresie **Strategii na rzecz odpowiedzialnego Rozwoju** oraz **Ministerstwem Rolnictwa i Rozwoju Wsi** w zakresie Programu „Plan dla Wsi” przyczyni się do realizacji celów określonych w strategii.

Istotne jest również nawiązywanie relacji z przedstawicielami ambasad krajów, na rynkach których prowadzone będą działania promocyjno-informacyjne oraz biurami wsparcia eksportu i **Polską Agencją Inwestycji i Handlu**.

Ważna jest także współpraca z instytucjami opiniotwórczymi i naukowymi.

**Strategia dla branży wieprzowiny
na 2019 rok przyjęta przez Komisję
Zarządzającą Funduszu Promocji Mięsa
Wieprzowego**

XI. Wnioski (podział % dofinansowania w 2018 i 2019 roku na konkretne cele z Ustawy o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych z uwzględnieniem celów Strategii)

Pozycja	% budżetu
1. Działania mające na celu informowanie o jakości i cechach/zaletach mięsa wieprzowego (w tym o systemach jakości uznanych przez Ministra Rolnictwa (ze szczególnym uwzględnieniem roli producentów w łańcuchach produkcyjnych) oraz promocję spożycia mięsa wieprzowego i jego przetworów, w tym finansowanie lub współfinansowanie działań promocyjnych i informacyjnych kwalifikujących się do uzyskania na ich realizację wsparcia ze środków UE	40-45%
2. Udział w wystawach i targach związanych z chowem lub hodowlą świń oraz produkcją lub przetwórstwem mięsa wieprzowego na poziomie krajowym i międzynarodowym	30-35%
3. Badania rynkowe dotyczące spożycia mięsa wieprzowego oraz jego przetworów oraz badania naukowe i prace rozwojowe mające na celu poprawę jakości mięsa wieprzowego oraz jego przetworów, a także prowadzące do wzrostu ich spożycia,	10-15%
4. Szkolenia producentów i przetwórców mięsa wieprzowego, Działalność krajowych organizacji branżowych, w tym ich przedstawicieli, biorących udział w pracach specjalistycznych stałych i roboczych komitetów organizacji międzynarodowych lub będących członkami statutowych organów tych organizacji, zajmujących się problemami rynku mięsa wieprzowego;	5-10%