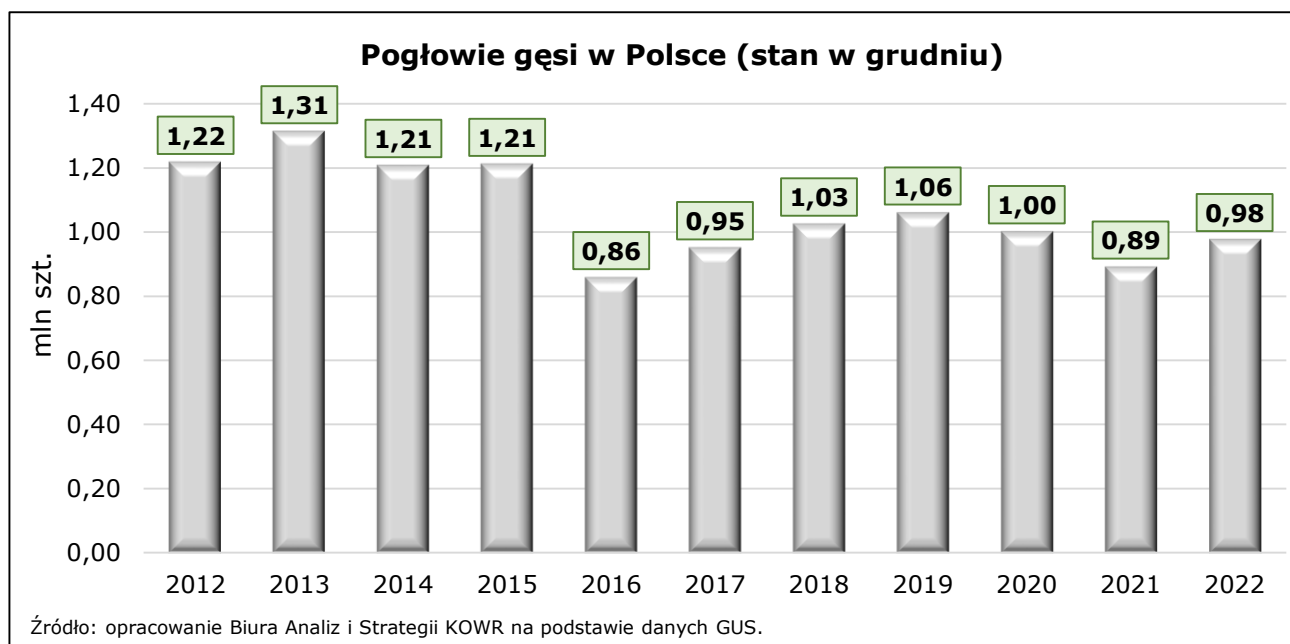


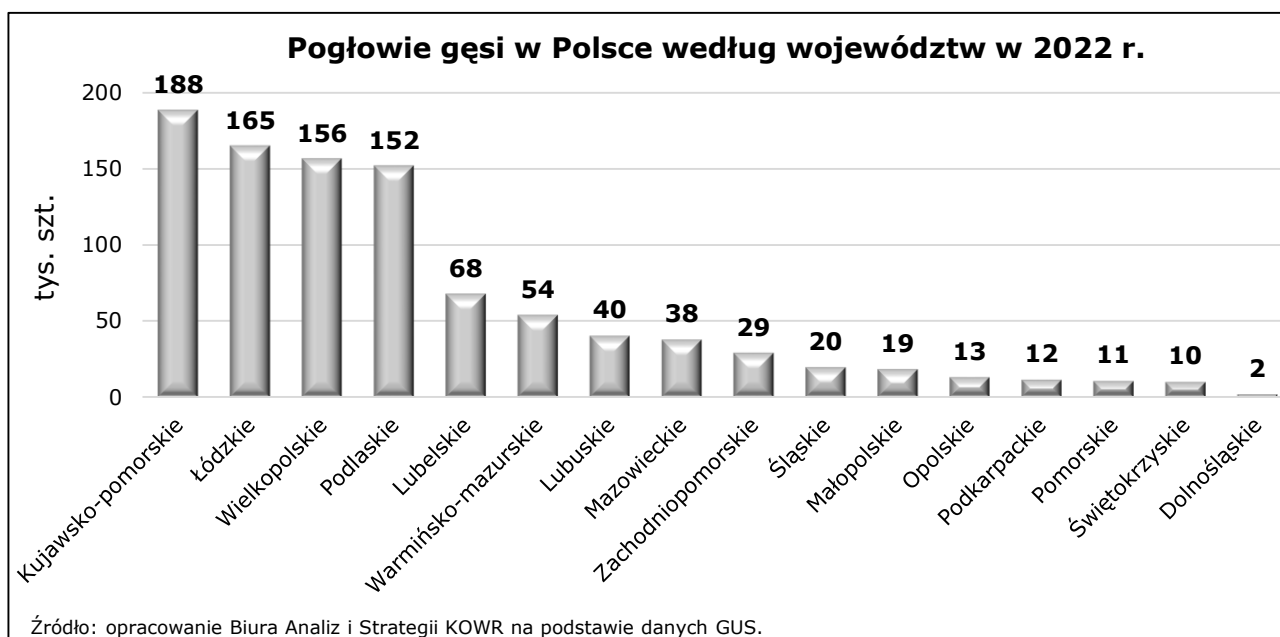
## Polski rynek gęsi

Polska zaliczana jest do grupy wiodących producentów gęsi, pierza i puchu gęsiego w Unii Europejskiej. Krajowe pogłowienie gęsi w naszym kraju podlega stosunkowo niewielkim zmianom i w ostatnich latach kształtuje się na poziomie około 1 mln szt. Gęsi produkowane w Polsce przeznaczone są przede wszystkim na cele konsumpcyjne. Duże znaczenie gospodarcze ma również gęsi puch i pierze, które mają zastosowanie jako wypełniacz o bardzo dobrych właściwościach termicznych.

Szacuje się, że na świecie występuje około 60 ras gęsi. W Polsce dominującą rasą jest Gęś Biała Kołudzka, która stanowi ponad 90% krajowego pogłowienia gęsi i jest efektem pracy Instytutu Zootechniki – PIB w Kołudzie Wielkiej. Rasa ta odznacza się bardzo dobrymi przyrostami masy ciała, małą zawartością tłuszczu i znakomitym smakiem.

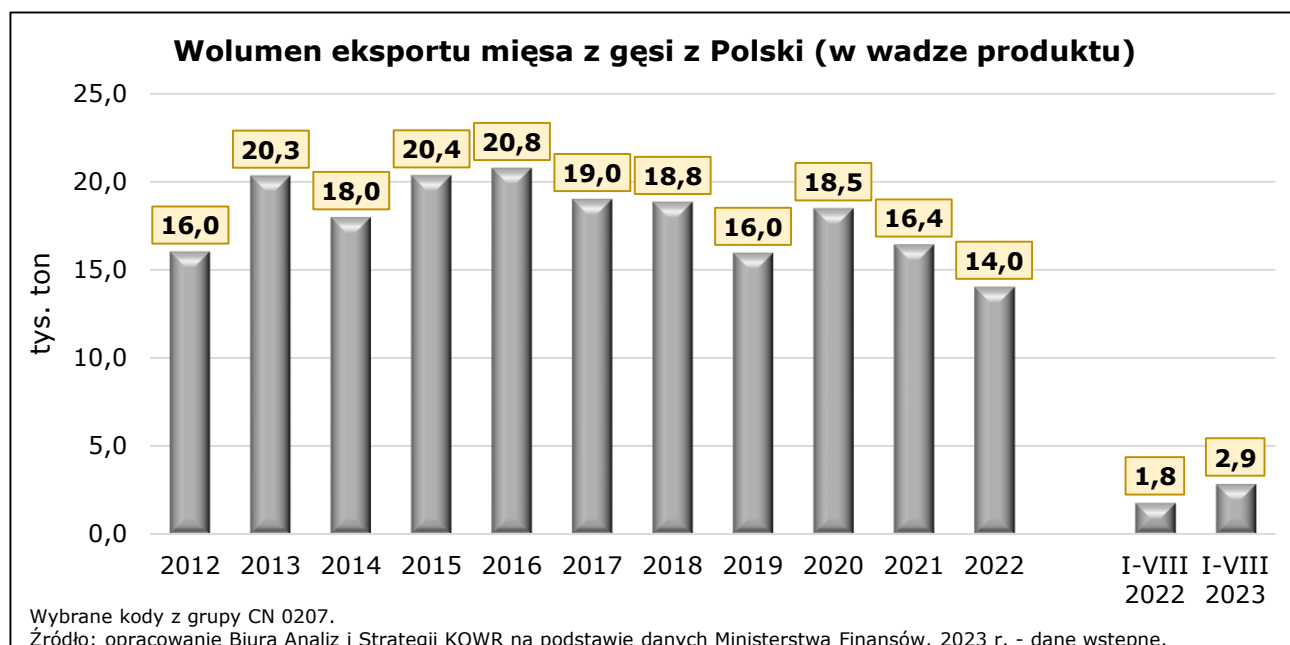


Chów gęsi w Polsce jest skoncentrowany przede wszystkim w czterech województwach. W 2022 r. w ujęciu regionalnym największe pogłowienie gęsi zlokalizowane było w województwach: kujawsko-pomorskim (188 tys. szt.), łódzkim (165 tys. szt.), wielkopolskim (156 tys. szt.) oraz podlaskim (152 tys. szt.). Łączny udział tych czterech regionów w krajowym pogłowieniu gęsi wynosił 68%. W pozostałych województwach populacja gęsi była znacznie mniejsza i kształtowała się od 68 tys. szt. w województwie lubelskim do 2 tys. szt. na terenie województwa dolnośląskiego.

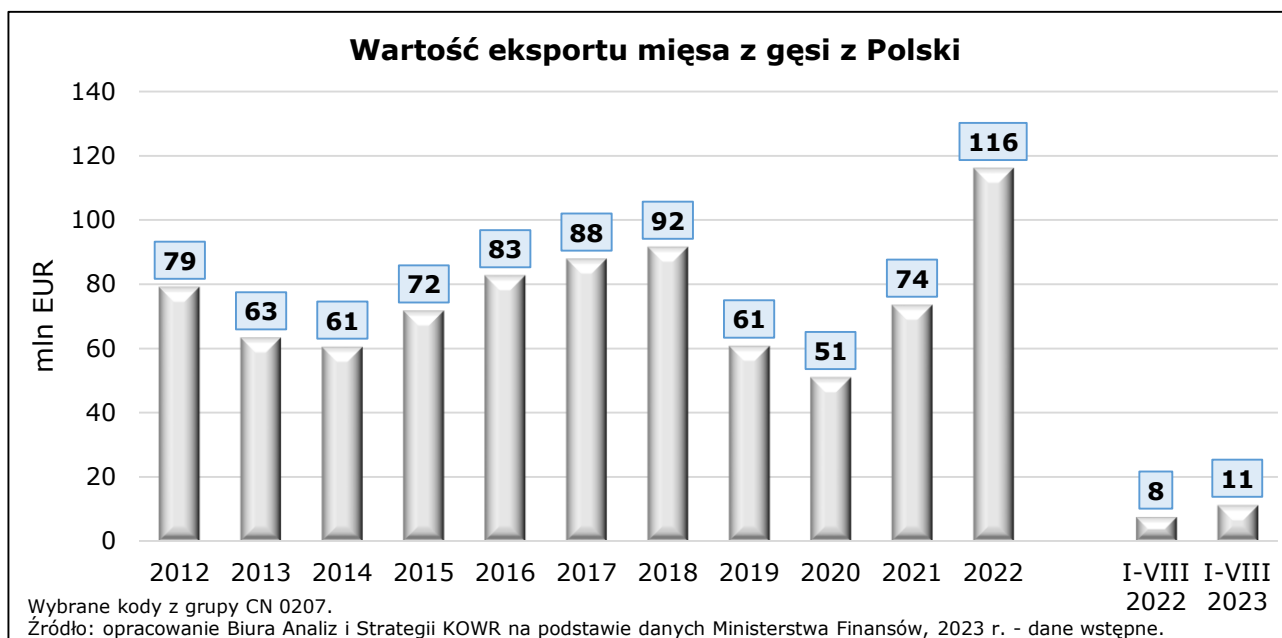


Popularność produkcji gęsiny w Polsce wynika z utrzymującego się popytu eksportowego oraz z coraz większej popularności tego mięsa wśród polskich konsumentów, doceniających jego walory smakowe, zdrowotne i dietetyczne. Potrawy z gęsi zostały wpisane na „Listę produktów tradycyjnych” prowadzoną przez Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi w tym m.in. Gęś owsiana z Bogusławic, Gęś pomorska pieczona czy Gęś owsiana ostrzeszowska.

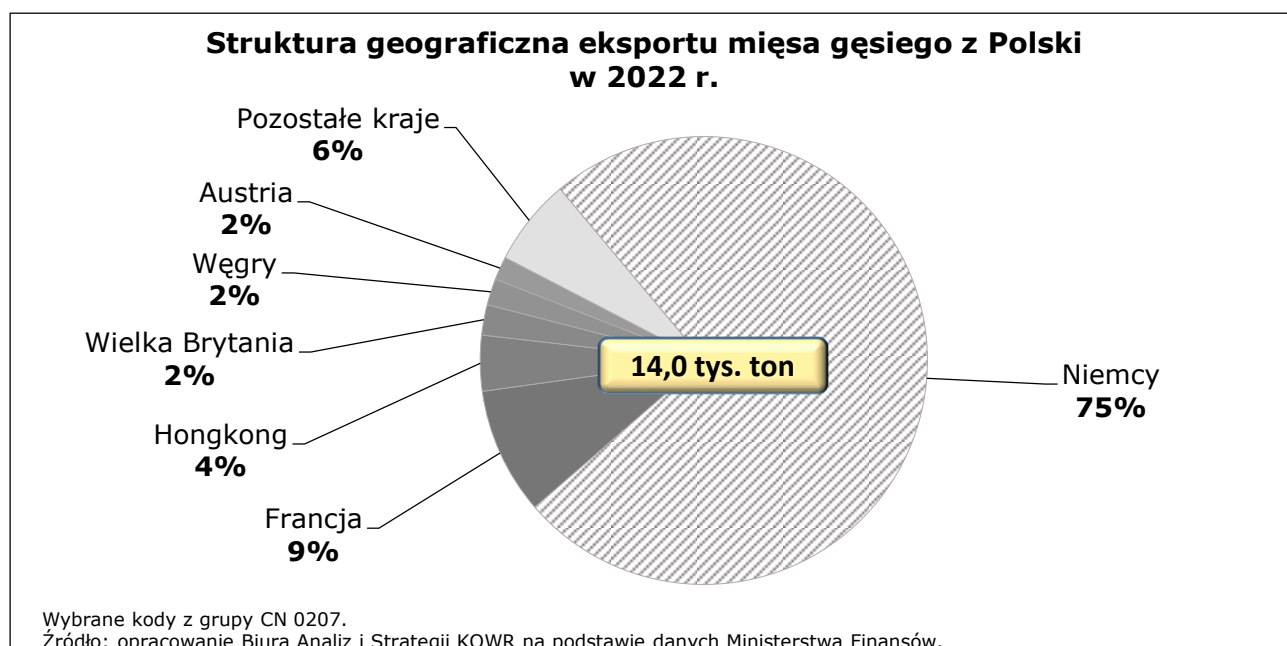
Gęsina, w porównaniu z innymi gatunkami mięsa, charakteryzuje się korzystnymi proporcjami kwasów tłuszczowych, w tym tak istotnych dla naszego zdrowia jak omega-3 i omega-6. W mięsie gęsi znajduje się dużo białka zawierającego wszystkie aminokwasy egzogenne, których organizm człowieka nie może syntetyzować samodzielnie. Mięso to jest źródłem witamin z grupy B, witaminy A i E oraz wielu składników mineralnych, niezbędnych do prawidłowego funkcjonowania organizmu.



Ze względu na wysoką jakość, polskie gęsi są cenione przez zagranicznych konsumentów, co przekłada się na popyt eksportowy na ten gatunek mięsa. W latach 2012-2022 wolumen sprzedaży zagranicznej mięsa gęsiego kształtował się od 14, do 21 tys. ton (w wadze produktu). Równocześnie w latach 2020-2022 odnotowano dynamiczny wzrost wartości eksportu tego asortymentu, która zwiększyła się z 51 mln EUR do 116 mln EUR, tj. blisko 2,3-krotnie.

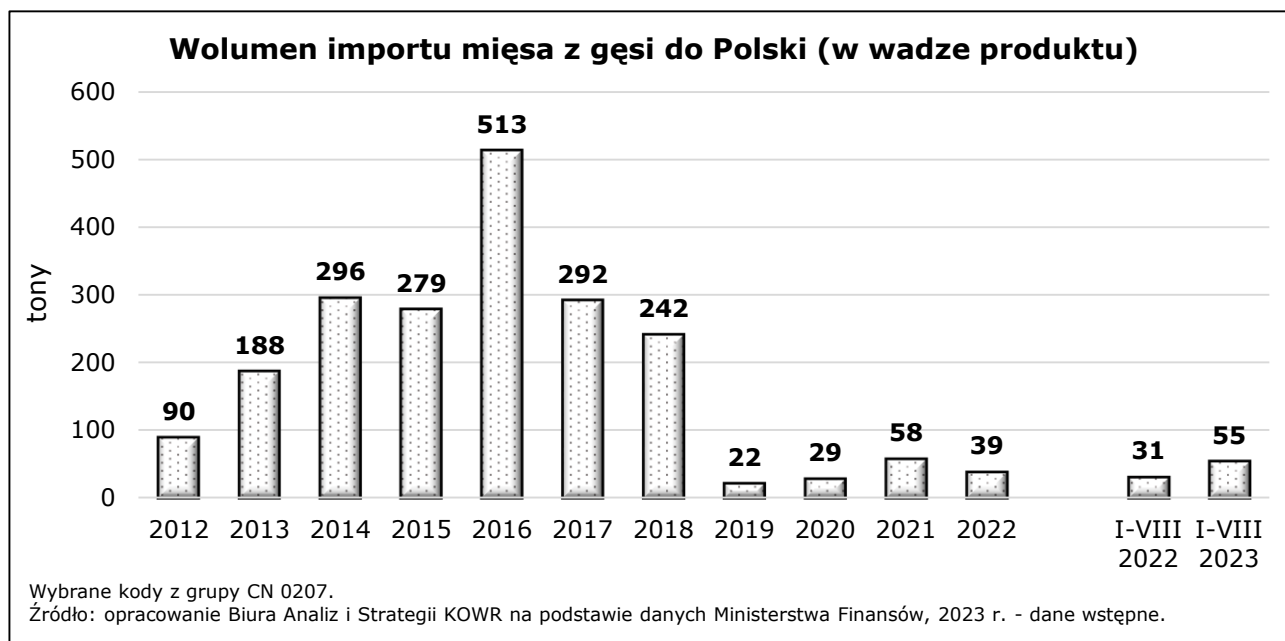


W okresie ośmiu miesięcy 2023 r. eksport mięsa gęsiego kształtował się na poziomie dużo wyższym niż w analogicznym okresie 2022 r. Od stycznia do sierpnia 2023 r. krajowi przedsiębiorcy sprzedali za granicę 2,9 tys. ton mięsa gęsi wobec 1,8 tys. ton r/r, co oznaczało wzrost wolumenu eksportu o 60%.



Najwięcej gęsiny Polska eksportuje do krajów Unii Europejskiej. Niezmiennie od wielu lat głównym odbiorcą tego mięsa są Niemcy. W 2022 r. na rynek niemiecki sprzedano 10,5 tys. ton polskiej gęsiny o wartości 101 mln EUR, co stanowiło 75% wolumenu i 87%

przychodów z eksportu tego asortymentu. Mniejszymi odbiorcami polskiej gęsiny były: Francja (1,3 tys. ton, 4,8 mln EUR), Hongkong (0,6 tys. ton, 0,6 mln EUR), Wielka Brytania (0,3 tys. ton, 1,2 mln EUR) i Węgry (0,3 tys. ton, 2,2 mln EUR).



Import mięsa z gęsi do Polski jest niewielki. W latach 2012–2022 kształtował się od 22 ton do 513 ton i nie miał praktycznie znaczenia w krajowym bilansie handlowym.

Do rozwoju krajowej produkcji gęsiny niezbędne jest także podejmowanie odpowiedzialnych decyzji zakupowych przez konsumentów, odpowiednie oznakowanie produktów przez producentów, a także kontynuowanie promocji krajowych wyrobów w kraju i zagranicą (m.in. poprzez kampanię #„Kupuj świadomie”, informację na etykiecie PRODUKT POLSKI) oraz dywersyfikacja i rozwijanie zasięgu kanałów dystrybucji (w tym poprzez rozwój sprzedaży bezpośredniej i rolniczego handlu detalicznego – RHD). Nowe trendy w żywieniu sprawiają, że konsumenci stają się bardziej wymagający, poszukują żywności wysokiej jakości, bezpiecznej, o sprawdzonym pochodzeniu i dokonują zakupów z większą świadomością. Coraz większą uwagę zwracają na autentyczność produktów, w tym na oznaczenie PRODUKT POLSKI.

**Biuro Analiz i Strategii/Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa**