

**UCHWAŁA Nr 3/2024**  
**Komisji Zarządzającej Funduszu Promocji Roślin Oleistych**  
**z dnia 12 lipca 2024 r.**  
**w sprawie przyjęcia strategii promocji dla branży roślin oleistych**  
**na 2025 rok**

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 2021 r. poz. 1496), w związku z § 1 ust. 6 Regulaminu Komisji Zarządzającej Funduszu Promocji Roślin Oleistych stanowiącego załącznik do uchwały nr 27/2021 Komisji Zarządzającej Funduszu Promocji Roślin Oleistych z dnia 15 czerwca 2021 r. uchwała się, co następuje:

§ 1

Komisja Zarządzająca Funduszu Promocji Roślin Oleistych **postanawia przyjąć opracowaną przez Komisję Zarządzającą Funduszu Promocji Roślin Oleistych** Strategię promocji dla branży roślin oleistych na 2025 rok.

§ 2

Strategia promocji dla branży roślin oleistych na 2025 rok stanowi załącznik do niniejszej uchwały.

§ 3

Uchwała wchodzi w życie w dniu podjęcia.

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

## STRATEGIA PROMOCJI DLA BRANŻY ROŚLIN OLEISTYCH NA 2025 ROK

### I. Aktualna sytuacja w branży

W Polsce najpopularniejszą uprawą oleistą jest rzepak, który stanowi ok. 97% wszystkich roślin oleistych. Uprawia się głównie rzepak ozimy, co wiąże się z wyższą opłacalnością, ponieważ osiąga się znacznie wyższe plony niż w przypadku rzepaku jarego. Od 1990 r. uprawia się wyłącznie odmiany podwójnie ulepszone tzw. „00”, które odznaczają się aktualnie zerową zawartością kwasu erukowego i obniżoną zawartością glukozyolanów.

Produkcja rzepaku w Polsce do 2003 r. ulegała dużym wahaniom, a od 2004 r. występuje silny trend wzrostowy. Zbiory rzepaku zwiększyły się z poniżej 1 mln ton w latach 2000-2003 do 2,7 mln ton średnio w latach 2013-2017, w wyniku ponad dwukrotnego wzrostu areału uprawy (odpowiednio z 0,4 mln ha do 0,9 mln ha), ale także ok. 38% wzrostu plonów (z ok. 2,2 t/ha do prawie 3 t/ha). Od 2007 r. zbiory przekraczają 2 mln ton. W 2014 r. odnotowano rekordową produkcję na poziomie 3,4 mln ton.

Po akcesji Polski do Unii Europejskiej produkcja rzepaku stała się najszybciej rozwijającym się działem produkcji roślinnej. W latach 2004-2016 wzrastała w tempie prawie 12% rocznie. Udział rzepaku w krajowej powierzchni zasiewów wzrósł ponad dwukrotnie (z poniżej 4% średnio w ostatnich czterech latach przed akcesją do UE do ok. 9% w latach 2013-2017).

O dynamicznym rozwoju produkcji rzepaku, jaki nastąpił po akcesji Polski do Unii Europejskiej, zadecydowała polityka Unii Europejskiej promująca rozwój biopaliw i energii odnawialnej.

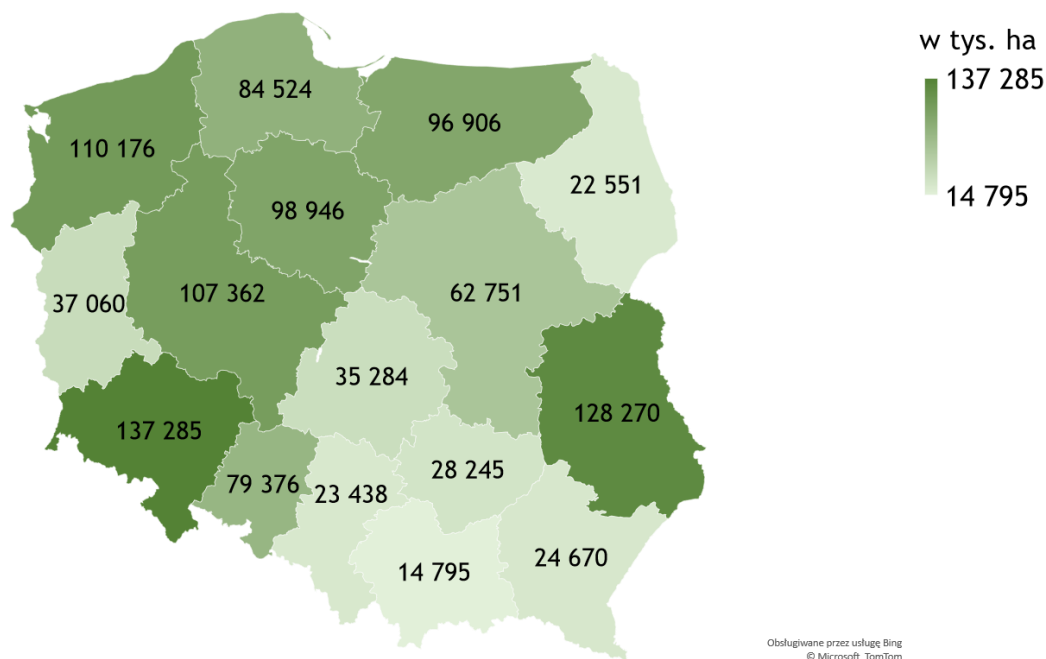
Obecnie rzepak uprawiany jest w Polsce już na ponad 1 mln ha. Polska jest trzecim producentem rzepaku, ale i również oleju rzepakowego w UE, po Francji i Niemczech. Powierzchnia zasiewów rzepaku w sezonie 2022/2023 była najwyższa w naszym kraju w całej historii uprawy tego gatunku i wyniosła blisko 1,1 mln ha (wzrost o 40 tys. ha rok do roku).

Tabela nr 1. Powierzchnia uprawy rzepaku w Polsce w latach 2021-2023

Rok	2021	2022	2023
Polska	972 609,22 ha	1 056 739,46 ha	1 091 639,87 ha

Źródło: ARiMR

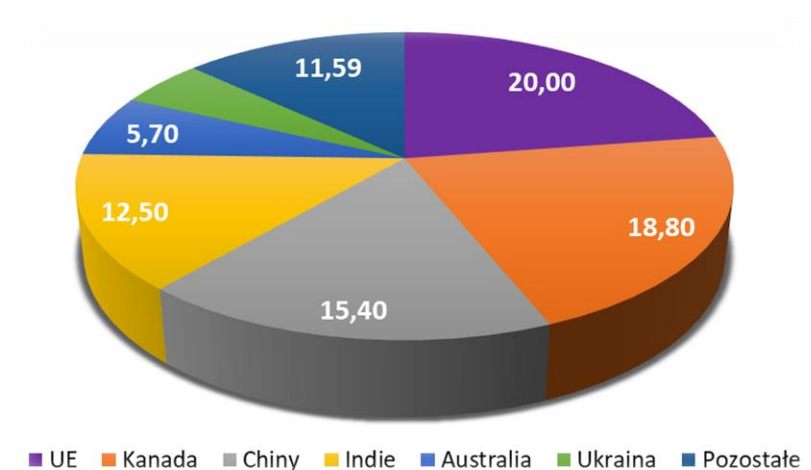
Rysunek nr 1. Powierzchnia uprawy rzepaku w Polsce w sezonie 2022/2023 wg województw



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych ARiMR

Wg Departamentu Rolnictwa Stanów Zjednoczonych (USDA) największymi producentami rzepaku na świecie jest Unia Europejska (20,00 mln ton), Kanada (18,80 mln ton), Chiny (15,40 mln ton), Indie (12,50 mln ton), Australia (5,70 mln ton), Ukraina (4,40 mln ton). Pozostałe kraje produkują 11,59 mln ton rzepaku.

Rysunek nr 2. Najwięksi producenci rzepaku na świecie (mln ton)

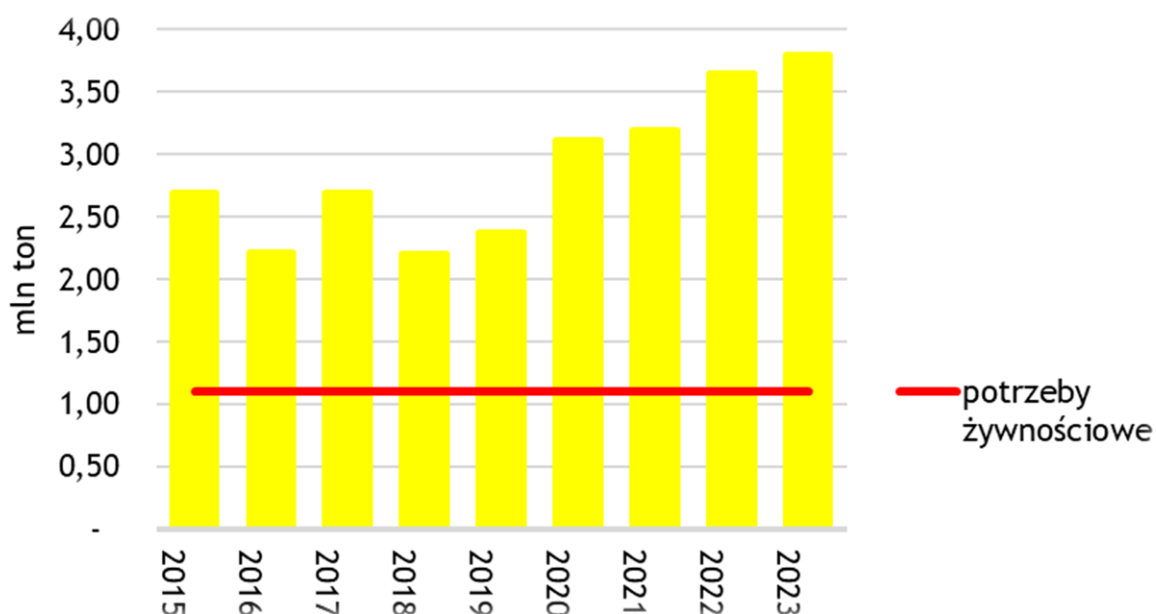


Źródło: USDA, Raport z czerwca 2024 r.

Aktualnie ponad 2/3 oleju rzepakowego w Polsce przeznacza się do produkcji biopaliw tj. estrów metylowych wyższych kwasów tłuszczowych. Stanowią one biokomponent stosowany w oleju

napędowym, ale także samoistne paliwo B100. Na najbliższe lata spodziewane jest utrzymanie popytu na olej rzepakowy ze strony branży biopaliw, co wynika z regulacji w obszarze Narodowego Celu Wskaźnikowego obowiązujących do 2025 roku oraz projektowanych, zakładających utrzymanie popytu na polski biodiesel na wysokim poziomie w perspektywie do 2030 roku.

Rysunek nr 3. Produkcja rzepaku w Polsce w latach 2015 - 2023 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS

W Polsce poczyniono duże inwestycje w budowę nowoczesnych zakładów przerobu rzepaku i wytwórni biokomponentów z oleju rzepakowego. Powstały też nowe miejsca pracy, a rolnicy mają zapewniony zbytek dla swoich surowców. Rozwój produkcji biopaliw niewątpliwie przyczynił się do wzrostu gospodarczego naszego kraju. Tym niemniej, oprócz biopaliw istotną część przychodów branży tłuszczowej stanowi produkcja oleju na cele spożywcze, w tym margaryn. Ok. 1,1 - 1,2 mln ton nasion rzepaku rocznie jest przeznaczana na produkcję oleju spożywczego.

Największymi przetwórcami rzepaku na świecie jest Unia Europejska (ok. 25 mln ton nasion rocznie), Chiny (ok. 19 mln ton), Indie oraz Kanada (ok. 12 mln ton). Pozostałe kraje przetwarzają łącznie ok. 20 mln ton rzepaku.

Przerób rzepaku w 2023 roku w zrzeszonych w Polskim Stowarzyszeniu Producentów Oleju tłoczniach wyniósł łącznie 3,52 mln ton tj. o 246 tys. ton nasion więcej w porównaniu do 2022 roku i o 240 tys. ton nasion więcej do rekordowego pod tym względem 2021 roku.

Wysoka podaż surowca w kraju i dobra sytuacja popytowa na rynku oleju rzepakowego wzmogły aktywność lokalnych producentów, dzięki czemu przemysł olejarski wysuwa się na jedną z wiodących specjalizacji polskiego przetwórstwa rolno-spożywczego. Tak wysoki wzrost przerobu rocznego był możliwy dzięki utrzymującemu się wysokiemu przerobowi kwartalnemu, który w 2023 roku każdorazowo istotnie przewyższał wolumen 800 tys. ton. Było to możliwe dzięki dużej dostępności surowca praktycznie przez cały ten okres, co również ograniczyło tradycyjne spadki przerobu w drugim kwartale. Szczyt przerobu nastąpił w ostatnich 3 miesiącach roku, kiedy to członkowie PSPO przerobili historyczne 943 tys. ton nasion. Rekordowy przerób przełożył się oczywiście także na bardzo wysoką podaż oleju rzepakowego, która wyniosła aż 1,5 mln ton tj. 146 tys. ton więcej w porównaniu do rekordowego pod tym względem 2022 roku. Jednocześnie na uwagę zwraca status quo jeśli chodzi o produkcję oleju rafinowanego, która w ostatnich 2 latach osiągnęła dokładnie taki sam poziom 547 tys. Niesamowity wzrost uzysku oleju rzepakowego wznagało wysokie zaolejenie nasion średnio przekraczające 42,5%. ton. (źródło: PSPO).

### **Pasze rzepakowe**

Do krajowych komponentów wysokobiałkowych zaliczyć możemy wytłoki nasion oleistych (przede wszystkim rzepakowe – śruta poekstrakcyjna, makuchy - a także nasiona roślin strączkowych pastewnych oraz mączki pochodzenia zwierzęcego). Według danych GUS oraz szacunków IERiGŻ-PIB w latach 2015-2022 poziom produkcji pasz rzepakowych wahał się w przedziale 1,52-1,92 mln ton, a najwyższy jego poziom utrzymywał się na poziomie powyżej 1,90 mln ton w latach 2020-2022. Co oznacza, że łączna produkcja śruty rzepakowej i makuchu w Polsce w przeciągu 7 lat zwiększyła się o 25%.

O wielkości produkcji pasz rzepakowych tj. śruty i makuchu rzepakowego decyduje:

- Wysokość zbiorów rzepaku i generalnie dostępność rynkowa surowca,
- Koniunktura na rynku tłuszczów roślinnych,
- Zapotrzebowanie na olej do produkcji estrów metylowych (biopaliwa).

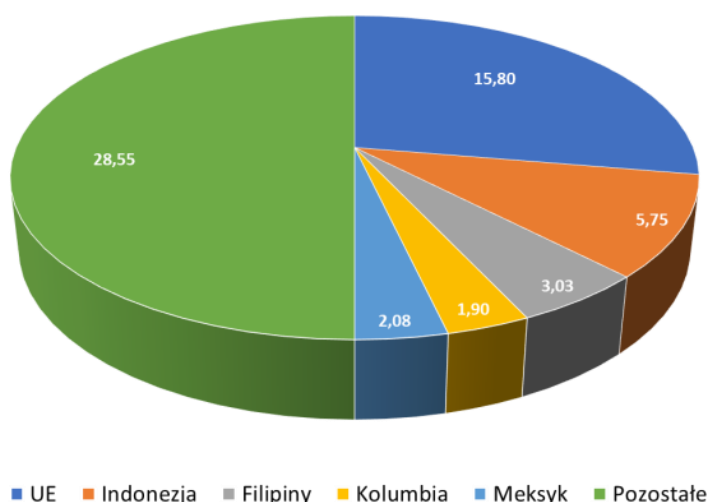
Wg danych Ministerstwa Finansów eksport śruty rzepakowej w 2022 roku wyniósł 664 tys. ton., a w 2023 r. - 799tys. ton, tj. wzrost o ponad 130 tys. ton. Przytoczone powyżej dane liczbowe jednoznacznie wskazują na niekorzystną dla polskiego rolnictwa sytuację, w której pełnowartościowy

produkt białkowy, jakim jest śruta rzepakowa nadal w istotnej części swojego wolumenu jest eksportowany, co wzmaga jedynie naszą zależność od importu śruty sojowej sięgającego ok. 2,8 mln ton rocznie.

Pasze rzepakowe, czyli śruta poekstrakcyjna i makuch rzepakowy, są materiałami paszowymi białkowo-energetycznymi, które mogłyby być powszechnie stosowane w żywieniu zwierząt gospodarskich i są najważniejszym po śrucie sojowej źródłem białka w produkcji zwierzęcej.

Wg USDA UE jest obecnie największym importerem śruty sojowej na świecie.

Rysunek nr 4. Najwięksi importerzy śruty sojowej świecie (mln ton)



Źródło: USDA, Raport z czerwca 2024 r.

## Soja

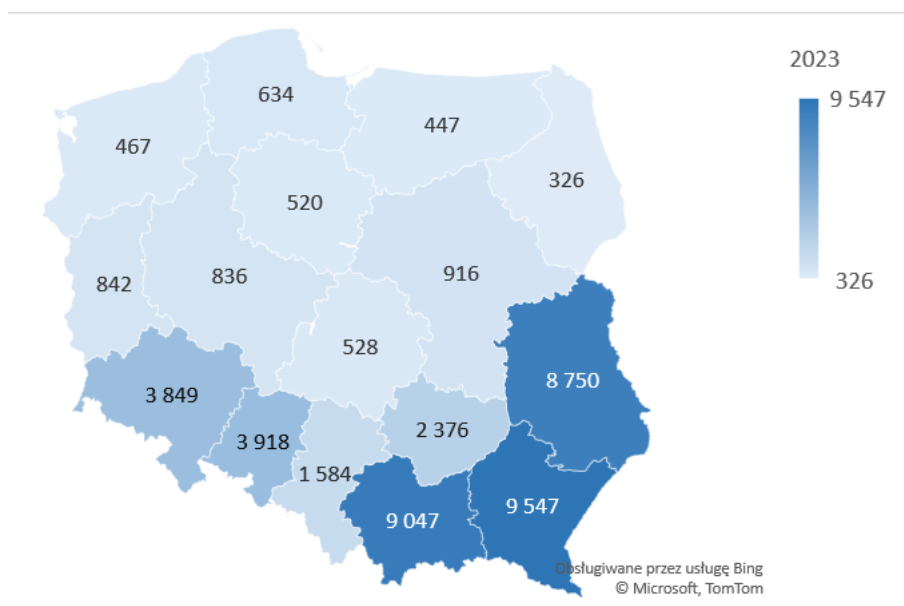
Produkcja soi na świecie wg USDA w sezonie 2023/2024 wyniosła około - 396,9 mln ton. Największymi producentami soi są: Brazylia (154,0 mln ton), USA (113,3 mln ton), Argentyna (50,0 mln ton), Chiny (20,8 mln ton). Soja jest najważniejszą rośliną w grupie bobowatych i czwartą pod względem powierzchni uprawy na świecie. W 2023 w Unii Europejskiej uprawiało jej się blisko 1 mln ha wobec 1,1 mln ha w 2022 r. Według ARiMR areał uprawy soi w Polsce w 2023 roku wyniósł ponad 44,6 tys. hektarów, wobec 47,9 tys. ha w 2022 r. Jej potencjał w Polsce szacowany jest na nawet 150 tys. hektarów, ze względu na zwiększenie produkcji kwalifikowanego materiału siewnego, pojawienie się w kraju podmiotów gospodarczych skupujących i przetwarzających soję, dużą dynamikę wzrostu importu soi przez Chiny, ocieplenia klimatu.

Tabela nr 2. Powierzchnia uprawy soi w Polsce w latach 2021-2023

Rok	2021	2022	2023
Polska	25,5 tys. ha	47,9 tys. ha	44,6 tys. ha

Źródło: ARiMR

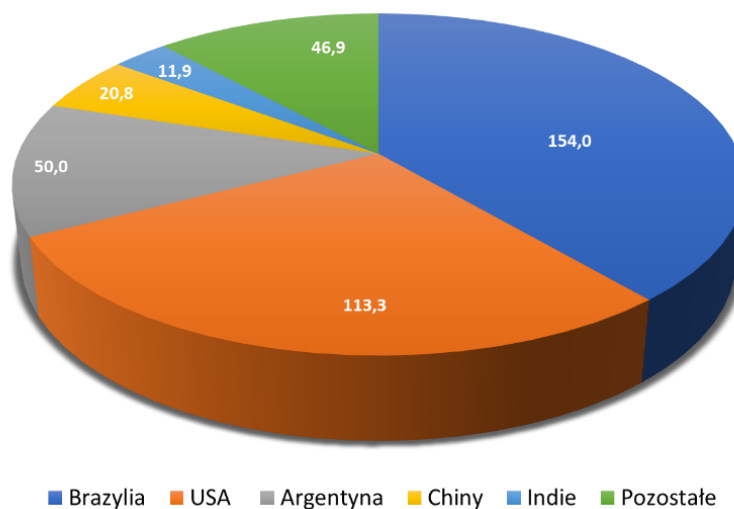
Rysunek nr 5. Powierzchnia uprawy soi w Polsce w 2023 roku wg województw



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych ARiMR

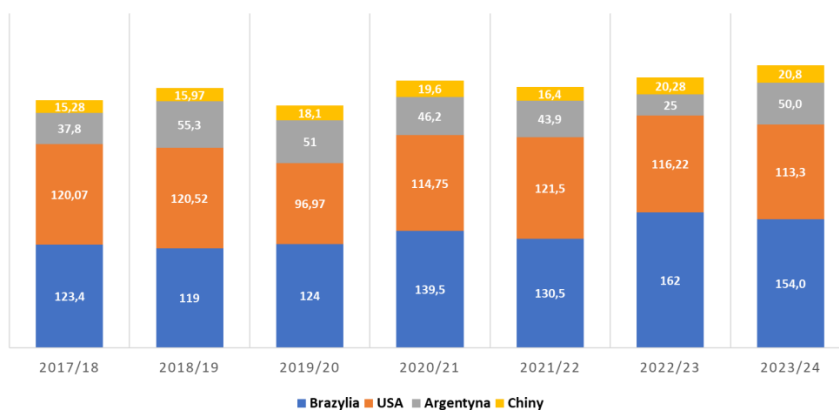
Wg Departamentu Rolnictwa Stanów Zjednoczonych (USDA) największymi producentami soi na świecie w sezonie 2023/2024 jest Brazylia (154,0 mln ton), USA (113,3 mln ton), Argentyna (50,0 mln ton), Chiny (20,8 mln ton), Indie (11,90 mln ton). Pozostałe kraje produkują 46,9 mln ton soi.

Rysunek nr 6. Najwięksi producenci soi na świecie (mln ton) w sezonie 2023/2024



Źródło: USDA, Raport z czerwca 2024 r.

Rysunek nr 7. Najwięksi producenci soi na świecie (mln ton) w sezonach od 2017/2018 do 2023/2024



Źródło: USDA, Raport z czerwca 2024 r.

Główni eksporterzy soi uprawiają odmiany modyfikowane genetycznie. Odmiany soi uprawiane w Polsce i UE są niemodyfikowane genetycznie.

## II. STRATEGIA DZIAŁAŃ NA 2025 rok



Grupy docelowe, do których będą realizowane działania oraz przypisane im cele i możliwe do realizacji działania:

## 1. OBSZAR ROLNY

a) **Grupa docelowa:** producenci roślin oleistych, w tym w szczególności rzepaku

b) **Cel:** wzrost plonowania i poprawy jakości surowca w kontekście zawartości oraz składu oleju i białka, a dzięki temu efektywności uprawy rzepaku i pozostałych roślin oleistych, która przełoży się na wolumen podaży nasion z jednoczesnym naciskiem na wzrost świadomości znaczenia bioróżnorodności i ochrony gleby oraz ograniczenia negatywnego oddziaływania produkcji rolniczej na środowisko.

c) **Możliwe do realizacji działania:**

- szkolenia dla producentów rolnych (w tym w formie webinarium on-line) oraz realizacja raportów, opracowań merytorycznych i ekspertyz z zakresu prawidłowej agrotechniki, stosowania środków ochrony roślin, nawożenia, doboru odmianowego, znaczenia owadów zapylających dla efektywności uprawy, bezpiecznego magazynowania nasion;
- szkolenia dla producentów rolnych z zakresu praktyk rolnictwa regeneratywnego mające na celu ograniczanie śladu węglowego surowców rolnych uzyskiwanych z roślin oleistych i ochronę gleby i wody;
- artykuły sponsorowane w mediach branżowych i ogólnokrajowych;
- przygotowanie materiałów edukacyjnych i szkoleniowych oraz ich dystrybucja wśród rolników, w tym wykorzystując kanały internetowe;
- promocja i rozwój doświadczalnictwa odmianowego COBORU w celu propagowania informacji o najlepszych odmianach rekomendowanych do uprawy w poszczególnych województwach poprzez komunikację internetową, media branżowe itp.-
- działania informacyjno-promocyjne o zaletach roślin oleistych w mediach;
- tworzenie narzędzi technologicznych i IT wspomagających produkcję rzepaku i roślin oleistych;
- wsparcie realizacji kampanii informacyjnych i promocyjnych dotyczących produktów rolnych, wdrażanych na rynku wewnętrznym UE i w państwach trzecich

## 2. OBSZAR KONSUMENCKI i HORECA

a) **Grupa docelowa:** konsumenci – ze szczególnym uwzględnieniem kobiet podejmujących decyzje zakupowe w obszarach spożywczych oraz decydujące o rodzaju diety dla rodziny, liderzy opinii i

inne specyficzne grupy społeczne charakterystyczne ze względu na formę spędzania wolnego czasu, upodobania kulinarne itp.; uczestnicy rynku HORECA

b) **Cel:** zwiększenie świadomości walorów żywieniowych i zdrowotnych olejów roślinnych oraz wzrost ich spożycia

c) **Możliwe do realizacji działania:**

**A) Kampanie realizowane ze wsparciem Unii Europejskiej**

- wsparcie realizacji kampanii informacyjnych i promocyjnych dotyczących przetworów roślin oleistych, wdrażanych na rynku wewnętrznym i w państwach trzecich

**B) Działania realizowane przez organizacje branżowe i finansowane wprost z FPRO**

- działania PR w Internecie, social media, współpraca z dziennikarzami i influencerami

- kampanie mediowe skierowana do grupy docelowej z wykorzystaniem poniższych mediów :

- prasa opiniotwórcza kobieca – działania wysokozasięgowe
- prasa specjalistyczna np. dla dietetyków, lekarzy, rynku HORECA, poradniki kulinarne, pisma dla rodziców, rolników i dla osób dbających o zdrowy styl życia itp.
- telewizja, np. wejścia ekspertów do programów śniadaniowych, obecność w programach kulinarnych itp.
- radio,
- promocja w Internecie;
- wykorzystanie mikrocelebrytów i dotarcie do ich społeczności w Internecie;
- promocja oleju rzepakowego na wydarzeniach, w tym na konferencjach dla dietetyków, lekarzy, kongresach spożywczych, wśród przedstawicieli sektora HORECA, imprezach sportowych poświęconych promocji zdrowego stylu życia, targach śniadaniowych itp.
- współpraca z przedszkolami, szkołami, bibliotekami oraz innymi jednostkami prowadzącymi działania edukacyjne w zakresie zdrowego odżywiania. Np. poprzez prowadzenie zajęć edukacyjnych
- współpraca z instytucjami i opiniotwórcami biorącymi udział w opiniowaniu/tworzeniu zaleceń żywieniowych, a także dziennikarzami
- badania konsumenckie i badania specjalistów związane z postrzeganiem, użytkowaniem i możliwym potencjałem rozwoju konsumpcji roślin oleistych
- działania outdoor i indoor
- konkursy
- działania PR

- współpraca z instytucjami i uczelniami wyższymi, w tym ekspertyzy i opracowania dotyczące jakości i cech oleju rzepakowego;

### 3. OBSZAR BIAŁKOWY

- Grupa docelowa:** hodowcy zwierząt/producenti pasz przemysłowych/odbiorcy białkowych komponentów paszowych z rzepaku i soi krajowej produkcji (śruta, makuch)
- Cel:** Zwiększenie świadomości walorów pasz rzepakowych oraz sojowych i wzrost ich zużycia na krajowym rynku jako substytutu importowanej śruty sojowej
- Możliwe do realizacji działania:**
  - konferencje;
  - szkolenia i panele specjalistyczne;
  - targi, pokazy w gospodarstwach;
  - broszury eksperckie nt. możliwości wykorzystania pasz rzepakowych w żywieniu zwierząt gospodarskich;
  - artykuły sponsorowane w prasie branżowej;
  - doświadczenia i projekty wdrożeniowe;
  - przygotowywanie raportów, ekspertyz i analiz tematycznych dotyczących rynku paszowego;

### 4. OBSZAR BADAWCZY

- Grupa docelowa:** konsumenci, producenci rolni, w tym hodowcy zwierząt, producenci pasz przemysłowych, przetwórcy nasion roślin oleistych, administracja publiczna
- Cel:** badania naukowe dotyczące roślin oleistych m.in. w zakresie hodowli i doskonalenia odmianowego, możliwości ograniczania śladu węglowego i wpływu uprawy na środowisko naturalne, a także opracowanie nowych zastosowań produktów przerobu nasion roślin oleistych na cele spożywcze i paszowe;
- Możliwe do realizacji działania m.in.:**
  - rejestracje nowych odmian i doświadczalnictwo porejestrowe;
  - analizy jakościowe cech użytkowych odmian/linii i selekcje genotypowe;
  - doświadczenie polowe i szklarniowe;
  - badania laboratoryjne;
  - badania jakościowe produktów przerobu nasion roślin oleistych;
  - próby technologiczne i testy nowych form procesowych;

- badania dotyczące poprawy jakości, stabilności i właściwości użytkowych oleju rzepakowego;
- projekty pilotażowe innowacyjnego wykorzystania produktów przerobu nasion roślin oleistych na cele spożywcze i paszowe;
- prace rozwojowe i badania nad nowymi formami zastosowania oleju rzepakowego w przemyśle spożywczym;
- badania śladu węglowego, emisyjności na poziomie produkcji rolniczej oraz procesów przetwórczych nasion oleistych oraz opracowywanie ekspertyz i raportów dotyczących wpływu uprawy na środowisko i możliwości jego ograniczania;
- badania dotyczące zanieczyszczeń itp.

## **5. OBSZAR PSZCZELARSKI – KONSUMENCKI**

- a) Grupy docelowe: dzieci, młodzież szkolna, osoby dorosłe.
- b) Cel: zwiększenie wiedzy społeczeństwa o jakości i cechach produktów pszczelich (miodu, pyłku kwiatowego, pierzgi, propolisu, mlecza pszczelego, wosku) oraz upowszechnianie wiedzy na temat Apiterapii, przekładające się na wzrost konsumpcji produktów pszczelich do poziomu średniej europejskiej.
- c) Możliwe do realizacji działania:
  - działania edukacyjne skierowane do konkretnych grup wiekowych:
    - Zajęcia edukacyjne dla przedszkoli i szkół,
    - Publikacje edukacyjne, plakaty, wystawy itp.
    - Paczki nasion roślin miododajnych
    - Organizacja stoisk edukacyjno – degustacyjnych z produktami pszczelimi lub stoisk eksperckich w temacie Apiterapii,
    - Organizacja konferencji, kongresów i innych eventów informujących o jakości i cechach produktów pszczelich i roli zapylaczy
  - Realizacja kampanii informacyjno-edukacyjnych w mediach (telewizja, internet, radio),
    - Promocja produktów pszczelich w środowisku dietetyków, lekarzy oraz sportowców przy okazji eventów związanych ze zdrowym i świadomym odżywianiem,
    - wsparcie realizacji kampanii informacyjnych i promocyjnych dotyczących produktów pszczelich, wdrażanych na rynku wewnętrznym i w państwach trzecich

**5a. OBSZAR PSZCZELARSKI**

a) **Grupy docelowe:** rolnicy, uczniowie, osoby dorosłe

b) **Cel:**

– działania promocyjno-edukacyjne na temat produktów pszczelich w tym roli zapylaczy i działania mające na celu ich ochronę i wspieranie bioróżnorodności

– działania badawcze na temat produktów pszczelich w tym roli zapylaczy i działania mające na celu ich ochronę i wspieranie bioróżnorodności

c) **Możliwe do realizacji działania towarzyszące:**

- edukacja lokalnych społeczności, w tym między innymi: rolników, uczniów, o roli pszczół i innych gatunków owadów zapylających oraz sposobach ich ochrony;
- działania służące ochronie gatunków owadów zapylających oraz ich siedlisk (chodzi nie o edukację, ale o działania czynne takie jak np. wysiew konkretnych gatunków, wyłączenie jakiegoś terenu z użytkowania, sadzenie drzew, budowa sztucznych schronisk, itp.)
- badania naukowe np. w zakresie wpływu poszczególnych czynników na kondycję oraz liczebność owadów zapylających oraz opracowanie programów ich ochrony (np. specyficzne działania dotyczące konkretnego gatunku np. trzmieła ziemnego);
- edukacja i nawiązywanie współpracy z rolnikami
- obsadzanie terenów publicznych wieloletnimi gatunkami pytko- i nektarodajnymi (krzewy, drzewa, byliny), zakładanie ogrodów przyjaznych zapylaczom, wydzielanie pasów na terenach rolniczych (np. w zamian za rekompensaty finansowe z funduszu), tablice informacyjne, domki dla pszczół itp.
- działania zwiększające liczebność zapylaczy i pasiek,
- prowadzenie monitoringu przyrodniczego - inwentaryzacja występujących na danym terenie gatunków pszczół, roślin pokarmowych, zagrożeń, siedlisk, itp.,
- wsparcie realizacji kampanii informacyjnych i promocyjnych, dotyczących produktów pszczelich w tym roli zapylaczy i działań mających na celu ich ochronę i wspieranie bioróżnorodności, wdrażanych na rynku wewnętrznym i w państwach trzecich

**6. OBSZAR DZIAŁANIA ORGANIZACJI BRANŻOWYCH**

a) **Grupa docelowa:** organizacje branżowe

b) **Cel:** wsparcie działalności polskich organizacji branżowych sektora roślin oleistych poprzez członkostwo w organizacjach międzynarodowych

c) **Możliwe do realizacji działania:**

- finansowanie składki członkowskiej