



Biuletyn Informacyjny


Krajowy Ośrodek
Wsparcia Rolnictwa

TRENDY NARZĘDZIA KIERUNKI
NR 2/2024





KALENDARZ NAJBLIŻSZYCH WYDARZEŃ

| | | |
|---------|--|---|
| 28.07 | AGROBIESZCZADY | WOJ. PODKARPACKIE, LESKO |
| 9-13.08 | DNI KONIA ARABSKIEGO | WOJ. LUBELSKIE, JANÓW PODLASKI/MICHAŁÓW |
| 10.08 | „BITWA REGIONÓW” | WOJ. LUBELSKIE, JANÓW PODLASKI |
| 11.08 | „BITWA REGIONÓW” | WOJ. KUJAWSKO-POMORSKIE, ZARZECZEWO |
| 15.08 | „BITWA REGIONÓW” | WOJ. OPOLSKIE, NIEMODLIN |
| 17.08 | FESTYN ZWIĄZKU PODHALAN | WOJ. MAŁOPOLSKIE, RABKA-ZDRÓJ |
| 17.08 | „BITWA REGIONÓW” | WOJ. ZACHODNIOPOMORSKIE, MIELNO |
| 18.08 | DOŻYNKI WOJEWÓDZKIE | WOJ. ŁÓDZKIE, SPAŁA |
| 18.08 | MIĘDZYNARODOWY FESTIWAL STARYCH CIĄGNIKÓW I MASZYN ROLNICZYCH IM. JERZEGO SAMELCZAKA | WOJ. WIELKOPOLSKIE, WILKOWICE |
| 25.08 | DOŻYNKI POWIATOWE | WOJ. MAZOWIECKIE, SOKOŁÓW PODLASKI |
| 25.08 | „BITWA REGIONÓW” | WOJ. POMORSKIE, CHMIELNO |
| 31.08 | DOLNOŚLĄSKI TARG ROLNY WIELKIE SERWOWANIE | WOJ. DOLNOŚLĄSKIE, WROCŁAW |
| 31.08 | LUBUSKIE ŚWIĘTO PŁONÓW – DOŻYNKI WOJEWÓDZKIE | WOJ. LUBUSKIE, ŁAGÓW |
| 31.08 | „BITWA REGIONÓW” | WOJ. ŚLĄSKIE, CZĘSTOCHOWA |
| 31.08 | DNI BUSKA-ZDROJU | WOJ. ŚWIĘTOKRZYSKIE, BUSKO-ZDRÓJ |
| 7-8.09 | II FESTIWAL POLSKIEJ ŻYWNOCİ #KUPUJŚWIADOMIE | WOJ. MAZOWIECKIE, WARSZAWA |
| 7.09 | AGROWARMA 2024, XXX JESIENNE TARGI ROLNICZE | WOJ. WARMIŃSKO-MAZURSKIE, GRYŻLINY |



www.kupujswiadomie.gov.pl



SPIIS TREŚCI

2. Słowo wstępne

Henryk Smolarz, Dyrektor Generalny
Krajowego Ośrodka Wsparcia Rolnictwa

3. 20 lat polskiego rolnictwa w Unii Europejskiej

Czesław Siekierski, Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi

5. „Program dla szkół”

Monika Niewiarowska

8. Nawyki żywieniowe dzieci w wieku szkolnym

Anna Taraszewska

10. Jak docieramy z ważnymi informacjami do dzieci – strategia komunikacji „Programu dla szkół”

Eliza Wójcik

14. Produkty regionalne i tradycyjne na polskim stole

Dominik Orłowski

17. Spróbować, czyli jak poznać dziedzictwo kulinarne

Łukasz Modelski

20. Jak zachęcamy dzieci i młodzież do poznawania produktów regionalnych i tradycyjnych

23. „Bitwa Regionów” – trwają potyczki na smaki

24. Sytuacja na rynkach rolnych



Odżywiaj się zdrowo i poznawaj dziedzictwo kulinarne Polski – KOWR na rzecz najmłodszych

Dzieci i młodzież to ważni odbiorcy działań KOWR. Realizowany przez Krajowy Ośrodek „Program dla szkół” obejmuje już 90% uczniów z grupy docelowej. Obok udostępniania dzieciom owoców, warzyw i produktów mlecznych jednym z głównych elementów „Programu dla szkół” są działania edukacyjne. Dzięki nim dzieci uczą się zasad zdrowego odżywiania.

Największą wartość mają projekty edukacyjne prowadzone systematycznie. Do takich należą działania KOWR, które są dostosowane do wieku, percepcji, umiejętności dzieci i realizowane w atrakcyjnych dla nich formach. Zwiększa to skuteczność nauki oraz kształtowania i utrwalania prozdrowotnych nawyków.

Najmłodszych inspirujemy również – poprzez różnorodne działania – do odkrywania rodzimych specjalności. A jak najlepiej poznać nasze dziedzictwo kulinarne? Próbując lokalnych produktów i potraw, których bogactwo oferują regiony Polski. Zachęcamy do podróży szlakami polskich smaków.

**Biuletyn
Informacyjny KOWR**
ISSN 1233-2437
nakład 8000 egz.

Wydawca:
Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa
01-207 Warszawa
ul. Karolkowa 30

Redakcja:
Departament Rozwoju Rynku
tel. 22 376-71-14
e-mail: biuletyn@kowr.gov.pl



Wydawnictwo bezpłatne

SZANOWNI PAŃSTWO,

numer rozpoczyna wypowiedź Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi Czesława Siekierskiego w syntetyczny sposób omawiająca 20 lat polskiego rolnictwa i branży rolno-spożywczej w Unii Europejskiej. Z perspektywy dwóch dekad widać, jak dobrze polscy rolnicy wykorzystali szansę, jaką dała im Wspólna Polityka Rolna, i jaką pozycję – pomimo wielu trudności – polskie rolnictwo zdobyło przez ten czas nie tylko w Europie, ale na całym świecie.

Łamy wydania „Biuletynu” poświęcamy w znacznej mierze działaniom Krajowego Ośrodka Wsparcia Rolnictwa skierowanym do dzieci i młodzieży.

Zapraszam do lektury artykułu prezentującego unijny „Program dla szkół”, za którego realizację odpowiada KOWR. Rok szkolny 2023/2024 był już 7. rokiem realizacji Programu, który cieszy się niesłabnącą popularnością wśród placówek oświatowych, docierając w Polsce do ok. 1,75 mln dzieci. Liczymy, że liczba ta będzie się zwiększać. Biorąc pod uwagę budżet, skalę realizacji, w szczególności odsetek uczestniczących szkół, Polska jest jednym z liderów „Programu dla szkół” w Unii Europejskiej, obok Niemiec, Włoch, Rumunii, Szwecji i Hiszpanii.

Obok udostępniania dzieciom owoców, warzyw i produktów mlecznych jednym z głównych elementów „Programu dla szkół” są działania edukacyjne. Dzięki nim dzieci poznają zasady zdrowego odżywiania, w szczególności korzyści diety bogatej w owoce, warzywa i produkty mleczne, a także uczą się o ich pochodzeniu, uprawie i produkcji.

W numerze piszemy również o tym, jak ważna jest edukacja żywieniowa. To proces nauczania o prawidłowym żywieniu, a także innych zachowaniach prozdrowotnych, a jej celem jest wyposażenie dzieci w wiedzę i umiejętności, które zwiększą prawdopodobieństwo podejmowania przez nie świadomych, korzystnych dla zdrowia decyzji, nie tylko teraz, ale również w przyszłości.

Z tego powodu niezwykle ważne są działania promujące właściwe odżywianie wśród dzieci i ich opiekunów. Największą wartość mają projekty edukacyjne prowadzone systematycznie. Do takich należą działania KOWR, które są dostosowane do wieku, percepcji, umiejętności dzieci i realizowane w atrakcyjnych dla nich formach, co zwiększa skuteczność nauki oraz wprowadzania i utrwalania prozdrowotnych nawyków.

Polska to kraj o bogatych tradycjach kulinarnych, mający doskonałe warunki do wytwarzania produktów żywnościowych o wysokiej jakości i niepowtarzalnych walorach smakowych. Takie są właśnie produkty tradycyjne i regionalne – wyrabiane z najwyższej jakości surowców. Eksponowany dzisiaj mocno trend jakości życia kieruje uwagę na produkty naturalne, wytwarzane w regionie metodami tradycyjnymi. Gama regionalnych potraw jest bardzo bogata i różnorodna, czego dowodem jest blisko 2120 pozycji wpisanych na Listę Produktów Tradycyjnych MRiRW. Warto je poznawać.

Do odkrywania rodzimych specjalności zachęcamy również najmłodszych. Chcemy przyciągnąć ich smakami i zapachami. Bo jak najlepiej poznać nasze dziedzictwo kulinarne? Próbując lokalnych produktów i potraw! W Polsce można rozsmakować się w wielu niezwykłych daniach i wyrobach kulinarnych, które ze względu na niepowtarzalne walory mogą zachwycić każdego konsumenta. A dzieci i młodzież mogą być doskonałymi ambasadorami swojego regionu, do czego zachęcamy w konkursie fotograficznym.

Zapraszam do lektury!

Henryk Smolarz
Dyrektor Generalny
Krajowego Ośrodka Wsparcia Rolnictwa



20 LAT POLSKIEGO ROLNICTWA W UNII EUROPEJSKIEJ

Dwadzieścia lat obecności w Unii Europejskiej ma dla każdego z nas swój osobisty wymiar. Nie inaczej jest w moim przypadku. Patrząc wstecz, muszę przyznać, że ta rocznica jest dla mnie szczególna – mówi Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi Czesław Siekierski.

DOSTOSOWANIE SEKTORA ROLNEGO

Jako dyrektor Fundacji Programów Pomocy dla Rolnictwa (FAPA), a także pełnomocnik premiera Jerzego Buzka ds. przygotowania polskiego rolnictwa do członkostwa oraz jako sekretarz stanu w resorcie rolnictwa uczestniczyłem bardzo intensywnie w pracach przed akcesją.

Sektor rolny miał szczególnie wiele do zrobienia. Negocjacje z Komisją Europejską były wyjątkowo trudne. Dodatkową trudnością było to, że wchodziliśmy do Unii Europejskiej w gronie dziesięciu państw. Stąd w mojej ocenie mieliśmy też mniej korzystne warunki.

Wszyscy pamiętamy nasze nadzieje, ale i obawy dotyczące członkostwa. Zmiany ustrojowe, przemiany gospodarcze i społeczne z jednej strony, a z drugiej strony oczekiwane od pokoleń zjednoczenie ze światem Zachodu stanowiły warunki determinujące nasze stanowisko negocjacyjne.

Niestety, warunki nam postawione były bardzo trudne. Nasi rolnicy mieli uzyskać tylko 25% tego, co otrzymywali rolnicy „starej” Unii Europejskiej w ramach płatności bezpośrednich. Transformacja ustrojowa i likwidacja Państwowych Gospodarstw Rolnych spowodowały, że mieliśmy bardzo niskie plony, a Komisja Europejska, wyznaczając plony referencyjne, wzięła pod uwagę niekorzystne dla nas współczynniki. Pomimo to weszliśmy do Wspólnoty na maksymalnie możliwych do wynegocjowania warunkach.

PRZETWÓRSTWO

Ogrom zadań dotyczył konieczności dostosowania prawa do unijnej legislacji. W ślad za tym konieczne było dostosowanie się



rolników do nowych wymogów. Wystarczy wspomnieć, jak wiele wysiłku wymagało spełnienie norm w zakresie jakości mleka.

W okresie dostosowawczym ogromne znaczenie miało efektywne wykorzystanie dostępnych dla nas funduszy przedakcesyjnych i tych z pierwszych lat członkostwa. Zawsze podkreślałem, że nie tylko ilość środków jest ważna, ale ich efektywne wykorzystanie. Istotne jest to, ile przyniosła każda zainwestowana złotówka. Patrząc z perspektywy minionych dwudziestu lat, jestem przekonany, że te środki zostały dobrze wykorzystane. To właśnie wówczas nastąpiły ogromne zmiany w przetwórstwie, zwłaszcza w sektorach mleka i mięsa. Zrealizowane wówczas inwestycje, których poziom i zakres można tylko porównać do tego, który był udziałem państw zachodnich w latach 70. ubiegłego wieku, stały u podstaw sukcesów naszego rolnictwa po akcesji.

HANDEL ZAGRANICZNY

Obawiano się zalewu unijnymi produktami naszego rynku, a tymczasem sytuacja była odwrotna. W 2004 r. polski sektor rolno-spożywczy był bardzo słabo związany z rynkami zagranicz-

ny. Polska była importerem netto żywności. Wartość naszego eksportu rolnego wynosiła 5,2 mld euro, a po dwudziestu latach była już 10-krotnie większa – 52 mld euro. Co istotne, bilans tej wymiany handlowej jest cały czas dodatni. Dodatnie saldo handlowe przekroczyło 18,6 mld euro i jest kilkakrotnie wyższe niż cały eksport rolno-spożywczy przed członkostwem.

Rosnącym wpływem ze sprzedaży zagranicznej produktów rolno-spożywczych sprzyjała postępująca dywersyfikacja eksportu na rynki pozaunijne. Proces ten postępuje dzięki umiejętności dostosowywania przez polskich eksporterów produkowanego asortymentu do wymagań lokalnych odbiorców. To świadczy o sile naszego sektora rolnego.

PRZYSZŁOŚĆ

Dziś mamy inny czas, inne realia, naznaczone pandemią COVID-19 oraz agresją Rosji na Ukrainę i toczącą się wciąż wojną za naszą wschodnią granicą. Świat zmienił się diametralnie. Destabilizacja rynków rolnych przez agresywne działania Rosji i nie do końca odpowiedzialna polityka Unii Europejskiej doprowadziły do bardzo trudnej sytuacji ekonomicznej europejskich rolników. Najbardziej odczuli to nasi rolnicy, którzy pierwsi zderzyli się z nieograniczonym napływem produktów rolnych z Ukrainy.

Kolejną sprawą, na którą musimy zwrócić uwagę są zmiany zachodzące w wymiarze finansowym Wspólnej Polityki Rolnej. Wyraźnie widać, że w ogólnym budżecie Unii Europejskiej zmniejszają się wydatki na unijną politykę rolną. Obecnie jest to mniej więcej jedna czwarta całego unijnego budżetu, choć dawniej w latach 80. XX w. udział wydatków na WPR przekraczał nawet 70%. Zatem wynegocjowanie satysfakcjonującego budżetu w ramach kolejnych wieloletnich ram finansowych po 2027 roku będzie sprawą zasadniczą dla rolnictwa i obszarów wiejskich.

Jednocześnie też obserwujemy zmiany w strukturze ludności zamieszkującej obszary wiejskie. Wokół dużych aglomeracji widzimy znaczącą migrację z miast na wieś, a w innych – postępujący proces wyludniania. Zaczyna pojawiać się problem braku następców w dużych, towarowych gospodarstwach rolnych. To są nowe wyzwania, na które musimy już teraz szykować propozycje rozwiązań.

Przygotowujemy też projekt ustawy o dzierżawie. Obecnie właściwie nie mamy rozeznania, jaka skala ziemi jest dzierżawiona, a chcemy, żeby ci, co tę ziemię będą uprawiać, mogli korzystać formalnie z dopłat do paliwa, jak i z innych form pomocy, np. z tytułu wystąpienia niekorzystnych zjawisk klimatycznych, jak gradobicie czy susza.



Coraz częściej mamy do czynienia z niekorzystnymi zjawiskami pogodowymi, a przede wszystkim z ich gwałtownością. Obecnie funkcjonujące systemy ubezpieczeń, pomimo znaczących, nawet 70% dopłat do składek ubezpieczeniowych, nie spełniają swojej roli.

Za nami wybory do Parlamentu Europejskiego i to bardzo ważny moment z dwóch powodów. Europejski Zielony Ład w odniesieniu do rolnictwa wymaga zdecydowanego przeglądu i rewizji. Będzie też nowa Komisja Europejska, z którą rozpoczniemy działania od 1 stycznia 2025 roku – to czas naszej prezydencji w UE. Wyzwania stojące przed nami obecnie nie są mniejsze, a raczej większe niż te 20 lat temu. Musimy zachować konkurencyjność europejskiego rolnictwa i jego zdolność do zapewnienia nam wszystkim bezpieczeństwa żywnościowego.

Zapowiedziana szybka ścieżka przyjęcia Ukrainy do UE i otwarcie rynku europejskiego na towary ukraińskie, to poważne obawy oraz przyszłe wyzwania dla polskiego rolnictwa i przemysłu rolno-spożywczego. To, że nasz sąsiad wejdzie do Wspólnoty, nie ulega wątpliwości, ale istotne jest to na jakich warunkach, w jakim czasie, z jakim okresem dostosowawczym. Musimy zadbać o to, aby zostały zabezpieczone interesy polskich rolników.

Unijny „Program dla szkół”, jako kontynuacja wcześniejszych wieloletnich działań Komisji Europejskiej pn. „Owoce i warzywa w szkole” oraz „Mleko w szkole”, już 7 lat towarzyszy dzieciom i uczy, jak jeść smacznie i zdrowo. Kształtowanie dobrych nawyków żywieniowych, a w szczególności nauka regularnego spożywania owoców, warzyw i produktów mlecznych to sprawdzona inwestycja w zdrowie!

„Program dla szkół”, realizowany przez Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa, jest inicjatywą, poprzez którą szkoły mogą aktywnie wpływać na dietę uczniów, a także propagować wśród dzieci zdrowy styl życia, w tym właściwe odżywianie. Rok szkolny 2023/2024 jest już 7. rokiem realizacji Programu, który cieszy się niesłabnącą popularnością wśród placówek oświatowych, docierając w Polsce do ok. 1,75 mln dzieci, co jest szczególnie ważne wobec ambitnych celów tego projektu. Dzięki uczestnictwu w Programie dzieci nie tylko otrzymują w szkole owoce, warzywa i produkty mleczne, ale przede wszystkim uczą się dobrych nawyków żywieniowych, co powinno procentować i przynosić korzyści zdrowotne przez całe ich późniejsze życie. Wspólnie pokazujemy dzieciom, że zdrowe odżywianie może być łatwe, smaczne i atrakcyjne, a dzięki działaniom edukacyjnym, wycieczkom i warsztatom, uczniowie poznają tajniki pracy rolnika, mogą osobiście uprawiać warzywa lub nauczyć się przyrządzać proste zdrowe przekąski.

WŁAŚCIWA DIETA - DLACZEGO TO TAKIE WAŻNE?

Jedno z wyzwań stojących przed współczesną Europą to odwrócenie niepokojącego, ale powszechnego zjawiska niewłaściwej diety zarówno dorosłych, jak i dzieci, oraz wynikających z niego problemów zdrowotnych, przede wszystkim zwiększającej się liczby dzieci cierpiących na nadwagę, a nawet otyłość. Niestety te niekorzystne trendy nie omijają Polski. Według aktualnych badań przytaczanych przez Narodowe Centrum Edukacji Żywnościowej nadwagę, w tym otyłość odnotowano już u 32% polskich dzieci w wieku 8 lat. Natomiast prognozy wskazują, że w 2030 r. w Polsce już nawet co piąte dziecko w wieku 5-9 lat może cierpieć na otyłość, czyli bardziej zaawansowaną formę nadwagi. Dlatego ważne jest, aby przeciwdziałać temu zjawisku i należyście wykorzystać okres dzieciństwa do tego, aby w naturalny sposób ukształtować zdrowe nawyki żywieniowe, które zostaną na całe

życie. Niestety wbrew obiegowej opinii dzieci rzadko z wiekiem „wyrastają” z otyłości, a aż 80% otyłych nastolatków będzie borykało się z tym problemem w wieku dorosłym.

Polska jest jednym z liderów programu w Unii Europejskiej, obok Niemiec, Włoch, Rumunii, Szwecji i Hiszpanii.

„Program dla szkół” dzięki dużej skali, a przy tym będąc nieodłącznym elementem codziennego życia szkół, może skutecznie przyczynić się do odwrócenia tych niekorzystnych trendów. Wzorce płynące od grupy rówieśników są bowiem

jednym z najsilniejszych bodźców determinujących wybory i zachowania dzieci.

Właściwe odżywianie to pod wieloma względami lepszy start dla najmłodszych. Dostęp do zrównoważonej diety bogatej w owoce, warzywa i produkty mleczne sprzyja wyrównywaniu szans dzieci w osiągnięciu dobrych wyników w nauce i sporcie. Prawidłowa, zbilansowana dieta jest bowiem niezbędna dla rozwoju zarówno fizycznego, jak i umysłowego dzieci, zwiększa ich odporność oraz wpływa korzystnie na koncentrację. Eksperti Narodowego Centrum Edukacji Żywnościowej wskazują, że spożycie warzyw i owoców przekłada się na lepszy rozwój poznawczy oraz lepsze wyniki w nauce, a im częściej są one spożywane, tym wyniki w nauce są lepsze. Z kolei spożywanie mleka i produktów mlecznych przynajmniej 3 razy w tygodniu ma wpływ na zwiększenie funkcji poznawczych dzieci, m.in. takich jak pamięć, czujność, planowanie, a dzieci pijące mleko znacznie częściej zaliczają się do grupy osiągającej najlepsze wyniki w nauce.

POLSKA NA TLE INNYCH KRAJÓW UE

„Program dla szkół” realizowany jest w Unii Europejskiej jako jedno z działań Komisji Europejskiej na rzecz propagowania zdrowej diety, na realizację którego przeznacza ona ok. 220,8 mln euro na rok szkolny (z czego ok. 90,1 mln na komponent mleczny, a ok. 130,6 mln euro na komponent owocowo-warzywny). Każde z państw otrzymuje co roku



określony budżet, tzw. kopertę krajową, którą powinno efektywnie wydatkować. Polska otrzymała na rok szkolny 2024/2025 łączny budżet UE w wysokości 25,351 mln euro. Dodatkowo z budżetu krajowego na realizację programu planowane jest przeznaczenie 138,1 mln zł. Biorąc pod uwagę zarówno budżet programu, skalę realizacji, w szczególności odsetek uczestniczących szkół Polska jest jednym z liderów programu w Unii Europejskiej, obok Niemiec, Włoch, Rumunii, Szwecji i Hiszpanii. W całej Europie w programie bierze udział ok. 17,5 mln dzieci ze 134 tysięcy placówek oświatowych, z czego najliczniejszą grupę stanowią uczniowie z Niemiec, Szwecji, Hiszpanii i Polski. W Polsce w roku szkolnym 2023/2024 w programie bierze udział 1,75 mln dzieci z ponad 11,8 tys. szkół podstawowych, co stanowi ok. 90% grupy docelowej!

KE pozostawia państwom członkowskim dużo swobody w kształtowaniu formuły programu, jaki będzie w danym kraju realizowany w zależności od lokalnych uwarunkowań. Cel jest wspólny dla wszystkich krajów, ale założenia i sposoby wdrożenia programu w poszczególnych krajach mogą się między sobą różnić. KE określa główne ramy i podstawowe warunki realizacji programu, ale państwa członkowskie mają dużo elastyczności w określeniu m.in. grupy docelowej programu, produktów, jakie dzieci otrzymują oraz częstotliwości dostaw, rodzaju realizowanych działań edukacyjnych i innych elementów programu. Najpopularniejszą grupę docelową wybieraną przez poszczegól-

ne kraje stanowią uczniowie szkół podstawowych, podobnie jak w Polsce, gdzie Program skierowany jest do uczniów klas I-IV szkół podstawowych. Tym niemniej spora grupa państwa zdecydowała się również włączyć do programu dzieci uczęszczające do przedszkoli lub żłobków (np. Niemcy, Rumunia, Szwecja, Hiszpania, Litwa, Łotwa), a niektóre również uczniów szkół ponadpodstawowych (np. Rumunia, Szwecja, Austria, Litwa). Program różni się w poszczególnych krajach także pod względem udostępnianych dzieciom produktów. KE zdecydowanie uznaje za priorytet udostępnianie dzieciom zarówno owoców i warzyw, jak i produktów mlecznych, świeżych i jak najmniej przetworzonych, bez dodatku cukru, czyli o jak największych walorach zdrowotnych. Dodatek ograniczonych ilości cukru jest możliwy, ale niezalecany, ponadto wymaga zgód krajowych organów ds. zdrowia i niewiele państw się na to decyduje (Węgry, Austria), a zdecydowana większość produktów udostępnianych dzieciom w UE to produkty nieprzetworzone (88% produktów owocowo-warzywnych i 83% produktów mlecznych). Jeśli chodzi o średnią wielkość porcji, jakie otrzymują dzieci w ramach programu w UE to jest to 120 g produktów owocowo-warzywnych i 0,2 l mleka lub 154 g przetworów mlecznych, co jest zbliżone do porcji otrzymywanych przez dzieci w Polsce.

Każdy kraj układa również katalog produktów zgodny ze swoimi lokalnymi uwarunkowaniami, w tym zwyczajami żywieniowymi i dostępnością produktów, np. niektóre kraje decydują się wpro-



wadzić wymóg udostępniania do szkół określonych ilości produktów ekologicznych (np. w różnym stopniu Włochy, Niemcy, Irlandia, Litwa). W Polsce dzieci otrzymują produkty najbardziej popularne i charakterystyczne dla naszego kraju, a co za tym idzie lubiane przez dzieci, np. (jabłka, gruszki, marchewki, mleko białe), choć na liście produktów udostępnianych dzieciom znajdują się też produkty mniej popularne i rzadziej jedzone przez nie w domach, a warte poznania (np. kalarepka, kefir, jogurt naturalny). Z uwagi na cele edukacyjne i walory zdrowotne programu dzieci otrzymują wyłącznie produkty naturalne, bez dodatku cukru.

„Program dla szkół” to nie tylko dostawy produktów, ale również rozwijane z roku na rok działania edukacyjne, które skupiają się na kwestiach zdrowego odżywiania, ale również przybliżają dzieciom pochodzenie produktów, które są elementem ich diety, w myśl hasła „od pola do stołu”. Również w tym zakresie państwa członkowskie mają pewną dowolność. W Polsce oprócz działań realizowanych bezpośrednio przez szkoły na podstawie wytycznych Ministerstwa Edukacji Narodowej (co najmniej 2 działania w semestrze), mają miejsce działania finansowane

„Program dla szkół” to nie tylko dostawy produktów, ale również rozwijane z roku na rok działania edukacyjne, które skupiają się na kwestiach zdrowego odżywiania, ale również przybliżają dzieciom pochodzenie produktów, które są elementem ich diety, w myśl hasła „od pola do stołu”.

bezpośrednio z budżetu Programu, które mają dodatkowo wesprzeć działania szkół. KOWR od roku szkolnego 2021/2022 realizuje z sukcesem warsztaty edukacyjne dla dzieci z elementami warsztatów kulinarnych oraz szkolne wycieczki do gospodarstw

rolnych, ekologicznych, zakładów przetwórczych, w trakcie których dzieci mogą zobaczyć pracę rolnika i spróbować swoich sił, wykonując proste zadania w gospodarstwie. Dotychczas w latach szkolnych 2021/2022–2022/2023 odbyło się 480 wycieczek, w których wzięło udział ok. 14,4 tys. uczniów oraz 3,2 tys. warsztatów edukacyjnych z udziałem 88 tys. dzieci. W roku szkolnym 2023/2024 odbyło się kolejne 3,2 tys. warsztatów i 200 wycieczek. Ponieważ zarówno wycieczki, jak i warsztaty cieszą się

olbrzymim zainteresowaniem szkół, są doceniane i lubiane przez dzieci, w kolejnych latach szkolnych są planowane ich następne edycje, najsukuczniejsza edukacja to bowiem ta przez zabawę i wspólne doświadczanie.

Monika Niewiarowska
Departament Wspierania Konsumpcji KOWR

NAWYKI ŻYWIENIOWE DZIECI W WIEKU SZKOLNYM

Edukacja żywieniowa to proces nauczania o prawidłowym żywieniu, a także innych zachowaniach prozdrowotnych. Jej celem jest wyposażenie dzieci w wiedzę i umiejętności, które zwiększą prawdopodobieństwo podejmowania przez nie świadomych, korzystnych dla zdrowia decyzji, nie tylko teraz, ale również w przyszłości.

Odpowiedni styl życia, w tym prawidłowe żywienie i nawyki żywieniowe dziecka, to istotny element, który ma wpływ na jego prawidłowy wzrost i rozwój, zdolność do przyswajania wiedzy, samopoczucie – generalnie zdrowie – nie tylko w okresie dzieciństwa, ale także później, w dorosłości. Dlatego tak istotne jest tworzenie wokół dziecka środowiska, które wesprze utrwalanie prawidłowej wiedzy w zakresie żywienia i kształtowanie prozdrowotnych zachowań. Ważną rolę w tym procesie, zwłaszcza wśród młodszych dzieci, odgrywają rodzice/opiekunowie, jak również placówki oświatowe (przedszkola, szkoły), w których dzieci spędzają często znaczną część dnia. W tym kontekście szczególne znaczenie ma właśnie edukacja żywieniowa.

Edukacja żywieniowa może przyjmować różne formy począwszy od najprostszych czyli przekazywania wiedzy teoretycznej, poprzez atrakcyjną dla dzieci formę zajęć teoretyczno-praktycznych (np. tematyczne warsztaty edukacyjno-kulinarne), różne inne zajęcia aktywizujące, w tym szkolne projekty edukacyjne (np. ogródki przyszkolne), ale także ogólnokrajowe programy promujące i wpływające na kształtowanie zachowań prozdrowotnych (np. „Program dla szkół”), prowadzenie w placówkach żywienia zbiorowego zgodnego z obowiązującymi przepisami i zasadami zdrowego żywienia (prawidłowo skomponowane i smaczne posiłki oferowane w stołówkach szkolnych, odpowiedni asortyment szkolnych sklepików i automatów z żywnością i napojami), konkursy itp. Wyniki niektórych badań wskazują, że w zakresie poprawy wiedzy żywieniowej i redukcji niezdrowych zachowań, aktywizująca i wieloaspektowa edukacja żywieniowa daje trwałe efekty nawet po 9 miesiącach od jej zakończenia. Ważne jest, aby edukacja żywieniowa była dostosowana do wieku, percepcji, umiejętności dzieci i była realizowana w atrakcyjnych dla nich formach, co zwiększa skuteczność nauki oraz wprowadzania i utrwalania prozdrowotnych nawyków. Dodatkowo powinna być prowadzona systematycznie, nie akcyjnie.

W świetle dostępnych danych dotyczących m.in. stanu odżywienia polskich dzieci oraz ich nawyków żywieniowych edukacja żywieniowa nabiera szczególnego znaczenia i wydaje się niezbędną. Wspomniane dane, zwłaszcza w zakresie niektórych badanych czynników, są niestety niepokojące. Zgodnie z danymi Instytutu Matki i Dziecka¹ nadmierna masa ciała dotyczy aż 35,3% ośmiolatków (w tym otyłość prawie 17%), częściej chłopców niż dziewcząt. U co piątego badanego dziecka stwierdzono otyłość brzuszna, czyli typ otyłości bardziej zwiększający ryzyko innych powikłań zdrowotnych. U 16% odnotowano występowanie nadciśnienia tętniczego, a więc choroby, która kojarzona jest głównie z wiekiem dorosłym, przy czym na przestrzeni kilku lat znacznie wzrósł odsetek dzieci z podwyższonymi wartościami ciśnienia tętniczego skurczowego i rozkurczowego.

Niepokojącym danym o stanie odżywienia towarzyszą również niepokojące dane dotyczące nawyków żywieniowych. Około 30–40% młodych ludzi w wieku 10–17 lat (zależnie od płci) nie jada posiłków regularnie, niemal co piąty 11–15-latek nie zjada śniadania w dni szkolne, ok. 50–60% dzieci i młodzieży podjada między posiłkami regularnie, tzn. codziennie oraz kilka razy w tygodniu. Średnio tylko co czwarty młody człowiek w wieku 11–15 lat jada posiłki z rodziną przynajmniej raz dziennie, przy czym wraz z wiekiem odsetek ten się zmniejsza. Taki wynik, wśród 43 krajów biorących udział w analizie, pasuje polskie nastolatki na ostatnich miejscach rankingu. Tymczasem wykazano, że im częściej posiłki są spożywane w gronie rodzinnym, tym bardziej racjonalny jest sposób odżywiania dzieci i młodzieży oraz mniejsze ryzyko występowania wśród nich nadmiernej masy ciała.

Wiele do życzenia pozostawia również częstotliwość spożycia produktów zalecanych w codziennej diecie dzieci i młodzieży. Dane z badania COSI² realizowanego w europejskim regionie

¹ Fijałkowska A., Oblacińska A., Dzielska A. i wsp.: Zdrowie dzieci w pandemii COVID-19. Instytut Matki i Dziecka, Warszawa, 2022.



WHO, w tym z Polski wskazują, że wśród 6-9 letnich polskich dzieci zaledwie 26,8% je codziennie świeże warzywa, a 38,5% – konsumuje codziennie świeże owoce (odsetki te są niższe w porównaniu z większością z 27 krajów biorących udział w analizie). W grupie polskich 11-15-latków (badanie HBSC³) codzienną konsumpcję owoców deklarował podobny odsetek nastolatków, a co trzeci deklarował codzienne spożycie warzyw. Częstotliwość spożycia ryb morskich zgodna z zaleceniami (min. raz w tygodniu) dotyczy tylko co trzeciego dziecka i nastolatka. Zaledwie 15–20% dzieci i młodzieży raz w tygodniu spożywa nasiona roślin strączkowych. Jednocześnie, wśród polskich dzieci i młodzieży, dość powszechna jest konsumpcja produktów i napojów niepolecanych w codziennej diecie. Dania typu fast food (np. hamburgery, pizza, kebab) regularnie tzn. codziennie oraz przez większość dni w tygodniu są spożywane przez 10-15% nastolatków. Co czwarte młodsze dziecko i aż 30% nastolatek i 45% nastolatków sięga po chipsy i inne słone przekąski 2-3 razy w tygodniu i częściej. Spożycie sło-

dyczy takich jak cukierki, żelki, wyroby czekoladowe, ciastka i ciasta z częstotliwością 4–5 razy w tygodniu oraz codziennie deklaruje, w zależności od asortymentu, od 29% do 42% dzieci i młodzieży⁴. Polskie dzieci i młodzież sięgają również chętnie po słodkie napoje – przez większość dni w tygodniu i codziennie pije je co trzecie dziecko w wieku 6–9 lat, zaś wśród nastolatków ok. 36% dziewcząt i ok. 44% chłopców. Niepokoi to tym bardziej, iż oszacowano, że w normalnych warunkach dodatni bilans energetyczny, wynoszący ok. 120 kcal dziennie, w okresie 10 lat może doprowadzić do przyrostu masy ciała o 50 kg⁵. Takiej ilości kilokalorii dostarcza np. ok. 330 ml napoju typu cola słodzonego cukrem (dostępne są również wersje bezcukrowe), ok. pół małej paczki chipsów, ok. pół małej porcji frytek z restauracji typu fast food, czy przekąska typu „mleczna kanapka”.

Eksperti są zgodni, że profilaktyka jest bardzo ważnym elementem działań mających na celu ograniczenie występowania nadmiernej masy ciała wśród dzieci i młodzieży. W związku z tym, że czynników sprzyjających występowaniu nadwagi i otyłości jest wiele, nie ma jednego i prostego rozwiązania tego problemu. Działania profilaktyczne wymagają wielokierunkowego podejścia i współpracy różnych środowisk. Wśród propozycji takich działań można wymienić m.in. edukację prozdrowotną rodzin (obejmującą również osoby dopiero planujące zostać rodzicami), tworzenie prozdrowotnego środowiska (w tym w przedszkolach i szkołach), ułatwianie dokonywania prozdrowotnych wyborów związanych ze stylem życia, w tym z żywieniem, ograniczenie marketingu i reklamy skierowanej do dzieci w zakresie produktów niepolecanych w codziennym ich żywieniu, działania zachęcające do aktywności fizycznej czy stałe monitorowanie i ocenę stanu zdrowia oraz zachowań zdrowotnych w populacji dzieci i młodzieży. Ważnym elementem profilaktyki nadmiernej masy ciała jest cały czas systematyczna edukacja w zakresie prozdrowotnego stylu życia, w tym zasad racjonalnego żywienia oraz zagrożeń zdrowotnych wynikających z nadwagi i otyłości oraz innych chorób dietozależnych, nie tylko wśród dzieci i młodzieży, ale również ich rodziców oraz przedstawicieli różnych instytucji i organizacji zaangażowanych w opiekę nad tą grupą populacyjną.

Więcej informacji na temat żywności i żywienia, ich wpływu na zdrowie znajduje się na stronie Narodowego Centrum Edukacji Żywnościowej www.ncez.pzh.gov.pl

dr n. o zdr. Anna Taraszewska
Narodowy Instytut Zdrowia Publicznego PZH –
Państwowy Instytut Badawczy
Medyczne Centrum Dietetyki i Edukacji Zdrowotnej

² Report on the fifth round of data collection, 2018–2020: WHO European Childhood Obesity Surveillance Initiative (COSI). Copenhagen, WHO Regional Office for Europe, 2022.

³ Mazur J., Małkowska-Szutnik A. (red.): (2018). Zdrowie uczniów w 2018 roku na tle nowego modelu badań HBSC. Instytut Matki i Dziecka, Warszawa, 2018.

⁴ Stoś K., Rychlik E., Woźniak A. i wsp.: Krajowe badanie sposobu żywienia i stanu odżywienia populacji polskiej. NIZP PZH – PIB, 2021.

⁵ Mazur A., Zachurzk A., Baran J. i wsp.: Otyłość dziecięca. Stanowisko Polskiego Towarzystwa Pediatrycznego, Polskiego Towarzystwa Otyłości Dziecięcej, Polskiego Towarzystwa Endokrynologii i Diabetologii Dziecięcej, Kolegium Lekarzy Rodzinnych w Polsce oraz Polskiego Towarzystwa Badań nad Otyłością. Medycyna Praktyczna. Pediatria. 2023, 1: 5-43.





JAK DOCIERAMY Z WAŻNYMI INFORMACJAMI DO DZIECI – STRATEGIA KOMUNIKACJI „PROGRAMU DLA SZKÓŁ”

Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa stale analizuje zmieniające się trendy dotyczące nawyków żywieniowych dzieci. Najważniejsze problemy, które odnotowujemy, to wzrost liczby dzieci w wieku szkolnym dotkniętych nadwagą i otyłością, wzrost zachorowań na choroby cywilizacyjne spowodowane nieodpowiednią dietą, a także zbyt niska konsumpcja owoców, warzyw oraz mleka wśród dzieci. Ważnym działaniem wspierającym kształtowanie właściwych nawyków żywieniowych najmłodszych jest unijny „Program dla szkół” realizowany w trzech głównych obszarach: dostawy produktów, edukacji i promocji. To jedno z narzędzi do walki z problemami zdrowotnymi dzieci wynikającymi z niewłaściwej diety.

W ramach „Programu dla szkół” dzieci otrzymują bezpłatnie owoce, warzywa i produkty mleczne. Przykładowo w roku szkolnym 2023/2024 do szkół **dostarczane** były: jabłka, gruszki, śliwki, truskawki, soki owocowe, marchewki, rzodkiewki, papryka słodka, pomidory, kalarepa, mleko białe, jogurt naturalny, kefir naturalny, serek twarogowy.

Aby skutecznie kształtować nawyki żywieniowe, dzieci uczestniczą w **działaniach edukacyjnych** prowadzonych przez szkoły i mających na celu naukę samodzielnego dokonywania właściwych wyborów żywieniowych oraz poszerzanie wiedzy dzieci na temat pochodzenia owoców i warzyw oraz produktów mlecznych, zdrowej diety i innych powiązanych zagadnień.

Zgodnie z przepisami w ramach działań edukacyjnych mogą być realizowane m.in.:

- konkursy i festyny tematyczne,
- wycieczki do gospodarstw rolnych/ogrodniczych/zakładów przetwórstwa owoców i warzyw,
- warsztaty kulinarne,
- zakładanie i prowadzenie ogródków szkolnych,
- wspólne spożywanie drugiego śniadania.



Dodatkowo KOWR prowadzi działania wspierające szkoły w realizacji działań edukacyjnych. Dotychczas zostały przygotowane np. materiały edukacyjne w postaci broszur, scenariuszy zajęć oraz filmów, warsztaty edukacyjne i wycieczki do gospodarstw rolnych. Materiały te są dostępne na stronie: <https://www.programdlastrzok.org/program/dzialania-edukacyjne-i-promocyjne>

Obok działań edukacyjnych realizowane są **działania promocyjne**, których celem jest:

- budowanie rozpoznawalności Programu,
- upowszechnianie wiedzy o Programie, którego celem jest propagowanie zdrowej diety opartej na warzywach, owocach, mleku i produktach mlecznych,
- zachęcanie dzieci do wykorzystania udziału w Programie jako okazji do wspólnego spożywania posiłków w szkole w specjalnie wyznaczonym czasie.

Od kilku lat Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa realizuje kampanię promocyjną opartą na powtarzalnej **strategii komunikacji „Programu dla szkół”**, która zakłada sukcesywną kontynuację działań zrealizowanych w poprzednich latach, w szczególności poprzez wykorzystywanie dotychczasowych materiałów promocyjnych i linii graficznej, co przyczyni się do wzmocnienia rozpoznawalności Programu. Spójna linia graficzna w tym: czcionki, styl rysunkowy, grafiki i postaci z bajki animowanej pt.: „Pamiętnik Chrumasa” jest stosowana tak w ramach działań promocyjnych, jak edukacyjnych dla zapewnienia ich synergii. Ujednolicony graficznie przekaz zwiększa rozpoznawalność „Programu dla szkół”, a postać świnki – Chrumasa, który jest ambasadorem „Programu dla szkół”, jest dobrze kojarzona przez dzieci oraz ich rodziców.

Główną grupę docelową stanowią dzieci w wieku 6–12 lat. Jednak kampanie promocyjne „Programu dla szkół” realizo-

wane przez KOWR skierowane są nie tylko do uczniów, ale również do ich rodziców w celu zwiększenia świadomości osób dorosłych na temat ich roli w procesie kształtowania nawyków żywieniowych dzieci. Obok środowiska szkolnego to właśnie rodzice są najbardziej odpowiedzialni za kształtowanie postaw żywieniowych dzieci.

Dobierając narzędzia komunikacyjne „Programu dla szkół”, zwracamy uwagę na główne założenia. Szczególną wagę przywiązujemy do wspólnego spożywania posiłków przez dzieci, które jest niezwykle istotne z socjologicznego punktu widzenia. W szkole jest to czas przeznaczony na dzielenie czasu z innymi, budowanie więzi i relacji opartych nie tylko na nauce i rywalizacji (jak w przypadku sportu), ale także na niwelowaniu barier pomiędzy uczniami i wyrobienie w nich nawyku np.: dzielenia się jedzeniem, bezpośredniej rozmowy, a nie za pośrednictwem urządzeń mobilnych. Co niezwykle istotne – edukacja dzieci w szkole powinna być wspierana przykładami z codziennego zachowania rodziców/opiekunów np. angażowanie dzieci od najmłodszych lat w podejmowanie świadomych podczas wspólnych rodzinnych zakupów.

Motywnym wiodącym kampanii promocyjnych realizowanych przez KOWR jest atrakcyjna dla dzieci formuła „wyzwania”. W roku szkolnym 2023/2024 przeprowadziliśmy dwa wyzwania w postaci:

- 1) plebiscytu muzycznego – zachęcającego do tworzenia utworów muzycznych, których przewodnim tematem było zdrowe odżywianie, oparte w szczególności na owocach, warzywach i produktach mlecznych
- 2) konkursu na komiks – w ramach którego zadaniem uczestników było przygotować kreatywną opowieść o przygodach głównego bohatera Chrumasa w formie komiksu.



W trakcie procesów twórczych dzieci zwracają uwagę na ważne komunikaty i treści, więcej zapamiętują, dlatego też w tym roku wybraliśmy kreatywne myślenie jako obszar aktywności dla dzieci.

W ramach plebiscytu „Muzyczne wyzwanie Chrumasa” ze wszystkich otrzymanych prac jury wybrało 12 utworów, które zakwalifikowały się do półfinału. Kolejnym etapem było wyłonienie w drodze głosowania internetowego 6 finałowych prac, których autorzy wzięli udział w przygotowaniu profesjonalnych materiałów wideo bazujących na ich autorskich utworach. Podczas prac w studiu telewizyjnym laureatów wspierali profesjonalści: trenerka wokalna oraz kompozytor i producent muzyczny.

Tegoroczny plebiscyt był wyjątkowy. Udało nam się dotrzeć bardzo szeroko, do dużych i małych ośrodków. W finale znalazło się aż 5 szkół wiejskich. Co więcej, plebiscyt, który w założeniu jest promocją zdrowego odżywiania poprzez zabawę, był impulsem do aktywizacji lokalnych społeczności. Na korytarzach i w klasach szkół w poszczególnych miejscowościach piosenki ich uczniów stały się prawdziwymi hitami, a do zachęcania do oddawania głosów w plebiscycie włączyły się samorządy i lokalne organizacje. Sprawilo to, że – także dzięki oddolnym inicjatywom – w tegorocznej edycji oddano ponad 42 tys. głosów. Największą liczbę punktów – 21 927 – w plebiscycie online zdobył utwór „Odżywiaj się zdrowo i żyj odłotowo” uczniów Szkoły Podstawowej nr 1 im. św. Jana Kantego w Osobnicy.

Kulminacyjnym punktem kampanii promocyjnej była premiera 6 nowych odcinków Muzycznego wyzwania Chrumasa, która

odbyła się 12 czerwca w Warszawie. W trakcie wydarzenia nagrodzono także pucharem szkołę, która zwyciężyła w głosowaniu online, a także przyznano wyróżnienie za najlepszy tekst promujący właściwe nawyki żywieniowe. Premierze towarzyszył także pokaz specjalnego odcinka animacji „Pamiętnika Chrumasa” – dla którego inspiracją była zwycięska praca w konkursie na komiks, w którym wpłynęło aż 250 prac! Premierze towarzyszyła konferencja prasowa, warsztaty i animacje dla dzieci oraz koncert znanej wokalistki Natalii Zastępy.

W ramach strategii komunikacji „Programu dla szkół” realizujemy szereg działań promocyjnych ściśle dobranych do grupy docelowej, np.: produkcję filmów animowanych, emisje spotu w kinach, działania promocyjne w dzienniku elektronicznym, działania promocyjne w telewizji, zakup gadżetów edukacyjnych, projekt, druk i dystrybucję plakatu informacyjno-promocyjnego „Programu dla szkół”. Wytworzone materiały wideo są publikowane na kanale „Programu dla szkół” na YouTube oraz na stronie internetowej www.programdlaszkol.org. Komunikacja dotycząca Programu oraz realizowanych działań odbywa się także za pośrednictwem profilu na portalu społecznościowym Facebook.

Informacje o „Programie dla szkół” publikowane są na stronie www.programdlaszkol.org, natomiast o kampaniach promocyjnych realizowanych przez KOWR można przeczytać na stronie <https://www.wyzwaniechrumasa.org/>

Eliza Wójcik
p.o. Zastępca Dyrektora
Departamentu Rozwoju Rynku KOWR

PRODUKTY TRADYCYJNE I REGIONALNE NA POLSKIM STOLE

Produkty tradycyjne i regionalne to produkty wytwarzane tradycyjnymi metodami z najwyższej jakości surowców odzwierciedleniem czego jest uzyskanie wysokiej ceny i wzrost dochodów producentów. Ich wytwarzanie i sprzedaż aktywizuje gospodarczo region, podnosi jego atrakcyjność, wzmacniając lokalną tożsamość, przyczyniając się do poprawy jego konkurencyjności.

Polska to kraj o bogatych tradycjach kulinarnych, mający doskonałe warunki do wytwarzania produktów żywnościowych o wysokiej jakości i niepowtarzalnych parametrach smakowych. Wiejski krajobraz oraz różnorodność biologiczna stanowią doskonałą podstawę do rozwoju rynku żywności o tradycyjnym charakterze. Konsumenci coraz częściej decydują się na zakup produktów regionalnych i tradycyjnych w celu m.in.: poznania smaków danego regionu oraz zakupu produktów żywnościowych, które pochodzą od rodzimych ras zwierząt lub z tradycyjnych upraw warzyw, owoców i zbóż. Z roku na rok coraz więcej konsumentów poszukuje tradycyjnych i regionalnych produktów żywnościowych o wysokiej jakości, które są przeciwieństwem masowej produkcji i tanich wyrobów przemysłu spożywczego.

Najistotniejszą cechą produktów regionalnych i tradycyjnych jest specyficzna jakość, która jest konsekwencją tradycyjnego sposobu wytwarzania. Unikalna jakość może wynikać także z otoczenia – oddziaływania czynników naturalnych będących charakterystycznymi dla danego obszaru np. ukształtowanie terenu, jakość gleby, klimat, roślinność. Produkty regionalne i tradycyjne dla Europy stanowią także wartość kulturową.

W Unii Europejskiej realizacja polityki jakości żywności polega na wyróżnieniu znakami i nadaniu certyfikatów potwierdzających doskonałą jakość wyrobów rolno-spożywczych, wywodzących się z konkretnych regionów oraz charakteryzujących się tradycyjnym sposobem produkcji. Realizowana polityka jakości daje także pewność konsumentom, że kupują oni żywność bardzo wysokiej jakości, która jednocześnie charakteryzuje się wyjątkową, tradycyjną metodą produkcji.

W celu wyróżniania produktów wysokiej jakości zostały wprowadzone europejskie systemy certyfikowania i znakowania: unijny system certyfikowania produktów rolnictwa ekologicznego

i unijny system oznaczeń informujący konsumentów o wysokiej jakości produktów oraz chroniący producentów przed podróbkami ich wyrobów – system Chronionych Nazw Pochodzenia, Chronionych Oznaczeń Geograficznych i Gwarantowanych Tradycyjnych Specjalności. W unijnym systemie oznaczeń zostały wyróżnione dwie zasadnicze kategorie produktów: produkty tradycyjne i produkty regionalne znanego pochodzenia. Produktom regionalnym, czyli produktom znanego pochodzenia jest przyznawany znak Chronionej Nazwy Pochodzenia (ChNP) lub Chronionego Oznaczenia Geograficznego (ChOG), natomiast produktom tradycyjnym znak Gwarantowanej Tradycyjnej Specjalności (GTS).



W Polsce jednostką odpowiedzialną za prowadzenie systemu rejestracji produktów o określonym pochodzeniu geograficznym i specyficznej, tradycyjnej jakości, w rozumieniu przepisów unijnych jest Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi. Zgodnie z ustawą z dnia 9 marca 2023 r. o rejestracji i ochronie nazw pochodzenia, oznaczeń geograficznych oraz gwarantowanych tradycyjnych specjalności produktów rolnych i środków spożywczych, win lub napojów spirytusowych oraz o produktach tradycyjnych (Dz. U. z 2023 r. poz. 588). Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi jest odpowiedzialne za przyjmowanie, ocenę i przekazywanie wniosków o rejestrację nazw pochodzenia, oznaczeń geograficznych oraz gwarantowanych tradycyjnych specjalności do Komisji Europejskiej.

PRODUKT LOKALNY

wytwarzany jest na małą skalę, z lokalnych surowców. Określenie „lokalny” jest używane potocznie. Produktem lokalnym może być żywność (w tym przede wszystkim ta wytwarzana tradycyjnymi metodami), rękodzieło, ale także specyficzne dla danej społeczności usługi, zwłaszcza przede wszystkim te, które tworzą lokalną, często wyjątkową, niespotykaną gdzie indziej ofertę turystyczną. Produkty lokalne są podstawowym elementem tak cenionych przez coraz więcej konsumentów tzw. „krótkich łańcuchów żywności”. Wytwarzane na małą skalę („lokalnie”), przez małych producentów rolnych lub niewielkie lokalne firmy, np. gminne spółdzielnie „Samopomocy Chłopskiej” czy małe spółdzielcze mleczarnie, trafiają bezpośrednio do konsumenta, zazwyczaj w najbliższej okolicy, z pominięciem pośredników. Produkty lokalne pełnią ważną rolę w podnoszeniu dochodów rolników, a ich wytwarzanie i sprzedaż dopuszczają i regulują stosowne przepisy prawne – produkty lokalne można wytwarzać i sprzedawać w ramach działalności marginalnej, lokalnej i ograniczonej (MOL) oraz w ramach rolniczego handlu detalicznego (RHD).

PRODUKT REGIONALNY

produkowany jest na obszarze szerszym niż teren lokalny – jego wytwarzanie może mieć zasięg obejmujący cały region, lub czasem tereny graniczących regionów.

Tak jest chociażby w przypadku oscypka czy bryndzy podhalańskiej – wyjątkowych polskich produktów żywnościowych zarejestrowanych na unijnej liście produktów regionalnych i tradycyjnych, a wytwarzanych na terenie Małopolski i Śląska. Z kolei miody z Sejneńszczyzny i Łódzieszczyzny /Lazdijai to ciekawy przykład produktów terytorialnie obejmujących swym zasięgiem polską gminę Sejny oraz leżącą kilkanaście kilometrów dalej litewską gminę Łódzdieje (Lazdijai). Produkty regionalne nazywane są także produktami znanego pochodzenia, ze względu na związek z konkretnym regionem i swoje wybitne, specyficzne cechy zawdzięczają charakterowi regionu, od którego zazwyczaj przyjmują nazwę (np. wielkopolski ser smażony, podkarpacki miód spadziowy, bryndza i jagnięcina podhalańska). Elita tych produktów zarejestrowana jest w unijnym rejestrze jako Chronione Nazwy Pochodzenia i Chronione Oznaczenia Geograficzne, a ich nazwy są prawnie chronione przed nieuczciwymi podróbkami.

PRODUKT TRADYCYJNY

O ile zarówno produkty lokalne, jak i regionalne są nieodłącznie związane z miejscem pochodzenia, o tyle produkty tradycyjne są wyjątkowo specyficzne, często wyjątkowo jakościowo zawdzięczają tradycyjnym recepturom, tradycyjnym, niezmiennym od lat metodom wytwarzania i tradycyjnym surowcom. Dlatego mogą (i często są), ale nie muszą być powiązane z regionem. Produkty tradycyjne mogą być rejestrowane jako Gwarantowane Tradycyjne Specjalności. Polska kiełbasa myśliwska czy kabanosy mogą być wytwarzane wszędzie, pod warunkiem zachowania tradycyjnej, specyficznej dla tych wyrobów receptur. Wprawdzie dopuszczalne są pewne odstępstwa od dawnych metod, np. przez wprowadzenie zamiast ręcznych mechanicznych technik przetwórczych, jednak nie może to zmieniać tradycyjnego charakteru produktu i pogarszać jego jakości, wynikającej właśnie z zachowania tradycji.

Pojęcia produktu lokalnego, tradycyjnego i regionalnego są trudne do zdefiniowania ze względu na to, że są szeroko i różnorodnie rozumiane. Ustawa z dnia 9 marca 2023 r. o rejestracji i ochronie nazw pochodzenia, oznaczeń geograficznych oraz gwarantowanych tradycyjnych specjalności produktów rolnych i środków spożywczych, win oraz napojów spirytusowych oraz o produktach tradycyjnych uporządkowała polski system produktów regionalnych oraz tradycyjnych.

Produkty lokalne, regionalne i tradycyjne, dzięki specyficznym i niepowtarzalnym cechom, zawdzięczanym przede wszystkim związkowi z miejscem pochodzenia, są nie tylko wizytówką regionu, ale i inspirują mieszkańców do rozwoju przedsiębiorczości lokalnej. Wywierają one pozytywny wpływ na lokalne społeczności, gdyż wzmacniają lokalne więzi społeczne, konsolidują środowisko, umacniają poczucie inności, niepospolitości, wyjątkowości i utrwalają korzystny obraz regionu w oczach całego społeczeństwa.

System „Jakość Tradycja” został stworzony przez Polską Izbę Produktu Regionalnego i Lokalnego we współpracy ze Związkiem Województw RP w celu wyróżniania, promocji i ochrony

produktów wysokiej jakości. Jest pierwszym w Polsce znakiem jakościowym dla naturalnej żywności, który poprzez wyróżnienie żywności wysokiej jakości z sektora żywności naturalnej z założenia stał się istotnym elementem budowy rynku i wsparcia producentów tego sektora przez wyraźne ich wyróżnienie od produkcji przemysłowej, nie tylko na etapie produkcji podstawowej ale również przetwórstwa. Takie wyróżnienie na rynku unijnym zawsze pozwala na uzyskanie wyższej dochodowości przez producentów. Pozwala na jej identyfikację, uznawanie, wyróżnianie, ze szczególnym uwzględnieniem produktów regionalnych, tradycyjnych, czy też lokalnych. Dzięki możliwości wyróżniania najlepszych wyrobów znak informuje, zarówno konsumentów, jak też wszystkich innych zainteresowanych,



o walorach produktów regionalnych i tradycyjnych oraz o szczególnym ich charakterze.

O prawo do używania znaku mogą ubiegać się wszyscy producenci żywności naturalnej i tradycyjnej wytwarzający produkty o najwyższej jakości, dla których posiadanie znaku będzie szansą maksymalizacji własnych, szeroko rozumianych korzyści. To także bardzo wyraźne wyróżnianie ich asortymentu od zwykłej przemysłowej żywności. Do systemu są przyjmowane wyłącznie produkty wysokiej jakości wynikające z ich tradycyjnego charakteru, posiadające szczególną jakość, reputację lub inne cechy odróżniające je od innych należących do tej samej kategorii. Producent deklaruje zachowanie wyższych standardów produkcyjnych lub wyjątkowych cech produktów. Przed dopuszczeniem do uczestnictwa w systemie produkt podlega szczegółowej weryfikacji zgodnie z Regulaminem Znaku, który został przyjęty przez Urząd Patentowy Rzeczypospolitej Polskiej, a wcześniej zatwierdzony przez Radę, Zarząd Izby oraz Związek Województw Rzeczypospolitej Polskiej. Znak Jakość Tradycja jest znakiem zarejestrowanym w Urzędzie Patentowym pod numerem Z-307821 i chroniony zgodnie z prawem własności przemysłowej jako znak wspólny gwarancyjny. Decyzją z dnia 12 czerwca 2007 r. Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi uznał system „Jakość Tradycja” za krajowy system jakości żywności. Jest pierwszym polskim systemem jakości notyfikowanym przez Komisję Europejską oraz jedynym krajowym systemem certyfikującym jakość produktów tradycyjnych.

Producenci, którzy ubiegają się o Znak „Jakość Tradycja”, aby udowodnić wyjątkowość swoich produktów, poddają się kontroli w celu uzyskania certyfikatu jakościowego. O częstotliwości, zasadach i zakresie dokonywania kontroli decyduje producent danego wyrobu w porozumieniu z wybraną przez siebie jednostką certyfikującą. O przyznanie Znaku ubiegać się mogą przedsiębiorstwa i rolnicy wytwarzający produkty rolne, środki spożywcze i napoje spirytusowe. System „Jakość Tradycja” w pełni odpowiada wymogom prawa unijnego. System ten poprzez wyróżnianie wysokiej jakości żywności naturalnej – stał się istotnym elementem budowy rynku i wsparcia producentów tego sektora przez wyraźne ich

wyróżnienie od produkcji przemysłowej, nie tylko na etapie produkcji podstawowej ale również przetwórstwa. Takie wyróżnienie na rynku unijnym zawsze pozwala na uzyskanie wyższej dochodowości przez producentów. Przedsiębiorcy uczestniczący w Systemie „Jakość Tradycja” mogą ubiegać się o dotacje z funduszy unijnych.

Uczestniczą w nim jedynie produkty charakteryzujące się tradycyjnym składem lub tradycyjnym sposobem wytwarzania, szczególną jakością wynikającą z ich tradycyjnego charakteru lub wyrażającą ich tradycyjny charakter. Ponadto, produkty te posiadają wyjątkową jakość lub reputację odróżniającą je od produktów należących do tej samej kategorii. W przypadku produkcji podstawowej dodatkowym wymogiem jest tradycyjna rasa lub tradycyjna odmiana. Za tradycyjne rasy i odmiany uważa się te, które użytkowano przed 1956 r. Ponadto, za tradycyjny uważa się produkt, który posiada co najmniej 50-letnią historię wytwarzania. Znakiem wyróżnionych jest ponad 370 produktów: pieczywo, wyroby cukiernicze, sery, masło, mleko, śmietana, wędliny, ryby, miody, przetwory owocowe i warzywne, majonezy, octy, lody, piwo czy wino. Z każdego roku przybywa kolejnych produktów, które należą do zacnego grona żywności wysokiej jakości w Polsce.

Dominujące od XX w. na rynkach żywnościowych produkty ujednolicone względem smaku, zapachu i pełne syntetycznych dodatków tracą zainteresowanie konsumentów. Eksponowany dzisiaj mocno trend jakości życia kieruje uwagę na produkty naturalne, wytwarzane w regionie metodami tradycyjnymi. Polska kuchnia znana jest ze swoich wspaniałych smaków i inspirowania się naturą. Mamy też to szczęście, że na terenie naszego kraju, w każdej jego części, można znaleźć wiele niepowtarzalnych produktów żywnościowych, które mogą być podstawą lub dodatkiem do stworzenia oryginalnych dań. Warto postawić na produkty regionalne i tradycyjne, wytwarzane według tradycyjnych receptur, gdyż dzięki ich obecności nasze potrawy nabiorą charakteru i niepowtarzalności oraz będą wizytówką miejsca, w którym mieszkamy lub podróżujemy.

dr inż. Dominik Orłowski
Polska Izba Produktu Regionalnego i Lokalnego



SPRÓBOWAĆ, CZYLI JAK POZNAĆ DZIEDZICTWO KULINARNE

Wiadomo, że gęś biała kołudzka, suska sechłońska, miód drahimski, karp zatorski czy świnia puławska zadomowiły się na dobre w świadomości wszystkich, którym nie jest obojętne to, co jedzą. Do Lublina jeździmy na cebularz, do Wielkopolski na gzik, a w kujawsko-pomorskie na czerninę.

Lista produktów regionalnych rośnie na bieżąco. To świetnie. Choć i ona świadczy o bezradności, wobec której stajemy, kiedy pada pytanie o polskie produkty tradycyjne i ich związek z regionami. No bo jak wytłumaczyć – potwierdzoną rejestracją – obecność oscypka w łódzkim, ogólnopolskie podróże żurku, gandzabur w Dolnośląskiem (wraz z bałkańską pitą) i śląskie niebo, które naturalnie chcielibyśmy widzieć w menu Górnego Śląska?

Albo jak zobrazować występowanie produktów regionalnych, skoro ich lista ma podział wojewódzki, a więc administracyjny, a nie związany z historycznymi regionami Polski? Gdyby jednak było inaczej, jak na powrót wprowadzić do obiegu błędne dziś pojęcia dotyczące dawnych regionów – w rodzaju, na przykład, Nowej Marchii? No i wreszcie – co sprawia, że produkty tradycyjne są tradycyjne? Dziedzictwo Dolnego Śląska na przykład tworzyło się i tworzy się od nowa. Jego mieszkańcy, z korzeniami lwowskimi czy wileńskimi, nie mieli nic wspólnego z kulturą kulinarną, która z tego regionu odeszła. Do czego się odwoływać? Czyje dziedzictwo wspierać? Jak wyłuskać autentyczną pamięć kulinarną spod ogólnopolskiej urawniłowki wprowadzanej w Polsce przez dwa pokolenia? Realny socjalizm, poza własną, cepeliowską koncesją, różnic regionalnych dostrzegać nie chciał.

Dwóch pokoleń wyrwy w przekazywaniu tradycji kulinarnych nie da się odrobić. Nawet zawodowe kucharki (pracujące na plebaniach, gotujące na weselach czy nawet działające w Kołach Gospożyn Wiejskich), które edukację odbierały pół wieku temu, wciąż używają przypraw z dodatkiem glutaminianu sodu, sztucznych barwników i aromatów, polepszaczy w rodzaju „Przyprawy do kurczaka”, „Sposobów na...” i całkowicie chemicznej, wolnej już od kontaktu z lubczykiem, przyprawy w płynie. Tak je wychowano, tak się nauczyły. Taka propozycja kuchni regionalnej jest nieciekawa i – przede wszystkim – nieautentyczna. Trzeba się jakoś ratować. Ale jak?

CERTYFIKACJA I EDUKACJA

Możemy zrobić dwie rzeczy – kierować się certyfikatami, „znakami smaku” i edukować dzieci. I jedno, i drugie przynosi efekty na świecie. Zarówno we Włoszech, kraju, w którym tradycje kulinarne są autentycznie przekazywane z pokolenia na pokolenia, jak i np. w Peru czy w krajach skandynawskich, w których „tradycje” kulinarne, czy raczej siatkę pojęć i smaków, do których można się powszechnie odwoływać, stworzono od nowa, na naszych oczach. Chronione Nazwy Pochodzenia, Chronione Oznaczenia Geograficzne i Gwarantowane Tradycyjne Specjalności to siła o znacznie bardziej gęstych oczkach niż listy produktów regionalnych. ChNP, ChOG i GTS to stemple, które powinny gwarantować to, co



oznaczają – tradycyjny charakter, najwyższą jakość, niezmienną recepturę i spełnienie innych standardów dotyczących uprawy, hodowli czy przetwórstwa. Wreszcie – gwarantem certyfikatów jest najpoważniejszy organ władzy Unii Europejskiej, czyli Komisja Europejska. Inne kraje europejskie – te, które mają za sobą lata doświadczeń związanych z wewnętrzną certyfikacją jakości produktu tradycyjnego czy winnych apelacji i ich wyśrubowanych kryteriów, lepiej się odnajdują w tym porządku. Polska wciąż dopiero rozpoznaje bogactwo własnego dziedzictwa (otrzepując je z warstw przypraw z syntetycznymi wzmacniaczami smaku i aromatami), może się jednak poszczycić niezwykłym, na światową skalę, fenomenem Kół Gospodyń Wiejskich. To, mówiąc językiem dzisiejszej socjologii, kręgi wspólnoty kobiet, w których następuje wymiana doświadczeń, interakcja, wsparcie i transfer wiedzy. To zjawisko, którego nie sposób przecenić, i środowisko chcące się w sposób naturalny odwoływać do lokalnej spuścizny kulinarnej, dumne z niej i chętne do współdziałania. To KGW mają szansę przechować pamięć i „ortodoksję” regional-

nego dziedzictwa kulinarnego. Trzeba jednak je zainspirować do poszukiwań, do sięgania głębiej niż pamięć o kuchni własnych matek i – przede wszystkim – pomóc w weryfikacji tego, co jest, a co nie jest produktem tradycyjnym. Program edukacyjny, skierowany do KGW, wzmocniłby (pełnioną przez nie przecież) funkcję i misję edukacyjną ich samych.

JĘZYK GIĘTKI

Jak jednak sprawić, żeby nieanonimowym produktem spożywczym, takim, który ma swoją historię, miejsce pochodzenia i producenta, zainteresować najmłodszych? Rodzice, nawet pełni zapału, mogą nie poddać przekonywaniu dzieci do wyższości, dajmy na to, jabłek landsberskich czy grafsztyńskich nad Granny Smith lub karpia zatorskiego nad paluszkami rybnymi. Szczęśliwie, w sukurs przychodzi tu uniwersalna „giętkość” polszczyzny. Podróż przez bogactwo onomastyki polskiej kuchni to pociągający pierwszy krok i doświadczenie, które trudno zapomnieć.



Oberiba



Kołacz śląski



Sójki, fot. Łukasz Modelski.

Zanim więc zabierzemy dziecko na bliższe spotkanie z serem korycińskim, warto zaproponować mu pełną przygód podróż po nieznanym i intrygująco brzmiących daniach polskiego stołu.

Dolnośląska juha okaże się zupełnie niewinnym kompotem z suszonych owoców; kujawsko-pomorskie dziady można wprawdzie jadać w Zaduszkach, ale nie mają nic wspólnego z Miekiewiczowskim obrzędem – to niewielkie placuszki ziemniaczane z okrasą. Szarytka w marynacie z Lubelskiego nie wiąże się z historią wymyślnego zabójstwa zakonnicy, ale jest lokalną odmianą gruszki przygotowaną w specjalny sposób i stanowiącą wraz z golasami, dziędziuchami i podcosiem wystarczający powód do odwiedzin w województwie. Karkówka w kiszanej kapuście z Lubuskiego de facto pochodzi z Pomorza Zachodniego i nosi nazwę kasła, a w łódzkim grasuje dziad kapuściany, który jednak nie jest spokrewniony z dziadami z Pomorza – to łazanki z kapustą. Małopolskie uwodzi siuspajem (gęsta kasza z suszonymi owocami), strząską (masą z kielbasy i boczku) czy hulajdami (okrągłe kluski z ziemniaków), podczas gdy w Mazowieckim rządzą fafernuchy (kurpiowskie aromatyczne ciastka) i bendzwały szlacheckie (faszerowane kluski ziemniaczane), które z sójkami, blaszakiem, lepiuchami i trepami rzucają nowe światło na zróżnicowanie tutejszej kuchni. Harynki (śledzie w sosie cebulowo-śmietanowym) i egzotycznie brzmiąca oberiba (duszona kalarepa) zapraszają do kuchni opolskiej a panepuchy (buchty na parze) i kacapoły (faszerowane kluski ziemniaczane) – na Podkarpaciu. Podlaski rejbak (bardzo szczególnie, faszerowany mięsem placek z tartych ziemniaków)

i zaguby (pierogi-niepierogi z boczkiem i ziemniakami) są równie intrygujące, jak plince, golce i szadolce (placki i kluski) z Kaszub (by nie wspomnieć o bałabuchach) czy śląski bachor (faszerowany żołądek) lub zozworki (ciastka z bakaliami). W Świętokrzyskiem zjemy tajemniczą damachę (śliwkę o egzotycznych korzeniach), a na Mazurach – brukowiec (słodką bułkę). Wielkopolskie to rumpuc (gęsta zupa jarzynowa) i ślepe ryby (też zupa, ale dla odmiany – rzadka) a Zachodniopomorskie epatuje kiszka szwedzką (zachodnia wersja kiszki ziemniaczanej).

Wycieczka szlakiem tajemniczych potraw, polowanie na fałszywego zająca z Kujaw czy spotkanie z chudą Jewą ze Śląska to sposób na zobrazowanie lokalności dań, przekazanie, że inne potrawy znajdziemy na południu, inne na północy. W dodatku zazwyczaj dania o nietypowych nazwach, obecne na liście kulinarnego dziedzictwa, w większości mają długą tradycję i nietrudny do przedstawienia rodowy wywód. W Europie organizuje się wycieczki śladami historycznych dań lokalnych – budują świadomość, że (pomimo istnienia hipermarketów i dostępności dowolnych produktów) w górach nie łowi się morskich ryb, tielle nadszawane owocami morza zje się we Francji jedynie w Sète, a pecorino romano robi się tylko w trzech regionach Włoch. Jednak produkty regionalne nie mogą się tam pochwalić tak wspaniałymi nazwami. Od czegoś trzeba zacząć.

Łukasz Modelski
Dziennikarz, znawca historii kuchni

JAK ZACHĘCAMY DZIECI I MŁODZIEŻ DO POZNAWANIA PRODUKTÓW REGIONALNYCH I TRADYCYJNYCH

Jak przekonać społeczeństwo, że warto – z wielu powodów – wybierać produkty wyprodukowane w kraju i z rodzimych surowców? Jak zachęcić do szukania na etykietach certyfikatów i oznaczeń jakości? Jak zachęcić do poznawania rodzimego dziedzictwa kulinarnego? Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa od kilku lat prowadzi działania w tym zakresie. Przekaz kierujemy również do dzieci i młodzieży.

W tym obszarze nadal potrzebne są działania edukacyjne i promocyjne. Jesteśmy świadomi, że wymagają one systematycznego podejścia i współpracy podmiotów uczestniczących w całym łańcuchu dostaw, począwszy od producentów, a skończywszy na konsumentach. Do takich działań należą kampanie realizowane przez Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa, w tym zachęcające do zwracania uwagi na informacje zawarte na opakowaniach produktów spożywczych. Przekonujemy konsumentów, że ich wybór ma ogromne znaczenie i edukujemy w zakresie świadomych decyzji zakupowych.

Efekty są już widoczne: konsumenci coraz chętniej sięgają po produkty wyprodukowane z krajowych surowców. Zjawisko to przybiera na sile. Trend lokalności i polskości wiąże się z poziomem rozwoju gospodarki i kształtowaniem się rynku. Lokalny patriotyzm, zainteresowanie regionalną produkcją, większa świadomość pochodzenia produktu, postawienie na jakość i indywidualność to oznaki zwiększającej się świadomości konsumentów. A żeby świadomi byli dorośli konsumenci, trzeba edukację rozpocząć już od najmłodszych lat.

Grupa docelowa, jaką są dzieci i młodzież, to bardzo ważni i wymagający odbiorcy. To pokolenie, które nie wyobraża sobie świata bez internetu, wie, jak żyje się w Wielkiej Brytanii, Francji czy Niemczech, a podczas zagranicznych wyjazdów poznaje kuchnię innych krajów. A gdzieś po drodze zanika znajomość rodzimych

tradycji, niegdyś przekazywanych z pokolenia na pokolenie, a w konsekwencji najmłodzi nie mają okazji poznać (i polubić) produktów i potraw z regionu, w którym się wychowują. Nie dziwi więc, że młodzież nie zna lokalnego dziedzictwa kulinarnego. A przecież dla orzeźwienia w upalne dni można by zjeść grusconkę, czyli polewkę gruszkową niegdyś popularną w Łódzkiem (serwowaną, uwaga!, z tłuczonymi ziemniakami), czy w zimniejsze – parzybrodę z regionu częstochowskiego, żeby na samych zupach poprzestać.

To chcemy zmieniać. Dlatego kierujemy działania do dzieci. I tak 1 czerwca podczas Dnia Dziecka w ogrodach Kancelarii Prezesa Rady Ministrów zorganizowaliśmy targ dla dzieci #KupujŚwiadomie. Targ to udane połączenie zabawy z edukacją. Przygotowywany podczas wydarzeń, w których uczestniczy KOWR, zawsze cieszy się ogromnym zainteresowaniem. Najmłodszy konsument w ciekawej formie dowiadywali się, jak kupować świadomie i jakie produkty wybierać.

Dzieci mogły wykazać się znajomością rodzimych produktów z unijnymi oznaczeniami: Chronione Oznaczenie Geograficzne, Chroniona Nazwa Pochodzenia oraz Gwarantowana Tradycyjna Specjalność, a także spróbować produktów certyfikowanych. A jak podczas takich wydarzeń promować właściwe odżywianie? Zapraszając finalistów „Muzycznego wyzwania Chrumasa” oraz maskotkę „Programu dla szkół”!



- Tegoroczna edycja plebiscytu „MUZYCZNE WYZWANIE CHRUMASA” dostarczyła naszej szkole, dzieciom i środowisku lokalnemu, dużo radości i niezapomnianych wrażeń, które przeżyaliśmy od marca aż do czerwca. Plebiscyt został zorganizowany na bardzo wysokim poziomie – dzieci zostały przyjęte bardzo ciepło, z ogromną serdecznością. Nikt z nich nie czuł presji.

Plebiscyt wpływa na kształtowanie postaw żywieniowych u dzieci. Podczas nagrań każdy z uczestników czy obserwatorów rozmawiał o zdrowym odżywianiu i właściwych nawykach żywieniowych. Ta inicjatywa ma sens i zdecydowanie powinna być w następnych latach kontynuowana – powiedział Grzegorz Łącki, nauczyciel ze Szkoły Podstawowej nr 1 im. św. Jana Kantego w Osobnicy.

Nie tylko informujemy, zachęcamy, ale także staramy się sprawdzić, czy i w jakim stopniu wzrasta świadomość konsumencka. W tym celu w ubiegłym roku przygotowaliśmy dedykowany quiz online, w którym wzięło udział prawie 49 tys. osób. Na zlecenie KOWR została przeprowadzona sonda uliczna dla młodzieży, w której sprawdzana była wiedza z zakresu produkcji ekologicznej, a także przygotowany został dedykowany odcinek programu edukacyjnego. To pokazało, że wciąż jest potrzeba edukowania społeczeństwa, a zwłaszcza młodego pokolenia. Nie jest bowiem oczywiste, z czego wyrabia się masło, a rozpoznawanie rodzimych warzyw sprawiło ankietowanym wiele problemów.

Staramy się trafić do jak największego grona młodzieży. W tegorocznym uroczystym podsumowaniu projektów społecznych zrealizowanych w X edycji Olimpiady Zwolnieni z Teorii wzięło udział blisko 5 tys. osób. Podczas jubileuszowego Wielkiego Finału w Warszawie promowaliśmy polskie produkty wysokiej jakości, zachęcając młodzież do czytania etykiet i podejmowania świadomych decyzji zakupowych. Przy stoisku #KupujŚwiadomie ustawiały się kolejki chętnych do udziału w konkursach nt. rodzimych produktów i potraw. Młodzież pytała o znajomość wyrobów z ich regionów oraz o to, którą tradycyjną polską potrawą poczęstowaliby obcokrajowców. Najpopularniejszy okazał się zestaw z zupą pomidorową lub rosółem i schabowym z ziemniakami lub pierogami. Czarnina kujawska, rolada i kluski śląskie z modrą kapustą, pyry z gzikiem, proziaki czy inne regionalne potrawy wymieniane były znacznie rzadziej. Liczymy, że dzięki szeroko zakrojonym działaniom już wkrótce się to zmieni.

KONKURS
filmowy

#KUPUJŚWIADOMIE

Zostań młodym ambasadorem regionu – nagraj krótki filmik!

TERMIN SKŁADANIA PRAC
31 sierpnia 2024

Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa

Uwaga: obecnie trwa konkurs pn. „Młody Ambasador Regionu” dla dzieci w wieku 10–15 lat. To konkurs filmowy na kreatywną prezentację ulubionego tradycyjnego produktu żywnościowego charakterystycznego dla wybranego regionu Polski. Zapraszamy do pokazania wyjątkowych produktów regionalnych – dumy regionu. Więcej informacji na: www.kupujswiadomie.gov.pl/konkurs-młody-ambasador-regionu/





„BITWA REGIONÓW” – TRWAJĄ POTYCZKI NA SMAKI

**Gorące emocje podczas „Bitwy Regionów”!
Zapraszamy do oglądania kulinarnej rywalizacji w regionach.**

Do udziału w tegorocznej „Bitwie Regionów” zgłosiło się 2006 Kół Gospodyń Wiejskich z całego kraju. Po przeprowadzeniu weryfikacji zgłoszeń zostały utworzone listy rankingowe – KGW z najwyższych pozycji list rankingowych uczestniczą w wydarzeniach regionalnych I etapu konkursu.

Zespoły, które zajmą I miejsce w regionie, przejdą do II etapu, który będzie się odbywać w każdym z województw. Zespół, który otrzyma największą liczbę punktów podczas eliminacji wojewódzkich, zakwalifikuje się do ostatniego etapu. Najlepszych 16 drużyn z całego kraju spotka się na wielkim finale.

Na zwycięzców każdego etapu czekają atrakcyjne nagrody, a najlepsze KGW w IX edycji „Bitwy Regionów” otrzyma nagrodę dodatkową w formie wyjazdu dla 5 członków KGW na zagraniczne targi rolno-spożywcze odbywające się na terenie Unii Europejskiej, na których stoisko będzie miał Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa.

Harmonogram wydarzeń organizowanych w ramach poszczególnych etapów konkursu znajduje się <https://bitwaregionow.pl/harmonogram/>. Listę wydarzeń, w czasie których odbędzie się II etap „Bitwy Regionów”, publikujemy również na drugiej stronie okładki „Biuletynu”. W ich trakcie będzie można śledzić rywalizację KGW w województwach.

Zapraszamy wszystkich do kibicowania zespołom KGW! Wydarzenia w czasie wakacji to znakomita okazja do pokazywania dzieciom tradycji kulinarnych i odkrywania bogactwa regionalnej kuchni.

Do zobaczenia podczas konkursowych zmagani!



SYTUACJA NA RYNKACH ROLNYCH

RYNEK ZBÓŻ

Departament Rolnictwa Stanów Zjednoczonych (USDA) w prognozie z lipca 2024 r. ocenia, że światowe zbiory zbóż w sezonie 2024/2025 mogą być rekordowe i ukształtować się na poziomie 2,3 mld ton, o blisko 1% wyższym niż w sezonie 2023/2024. Z uwagi na przewidywany wzrost światowego zużycia (do 2,31 mld ton z 2,29 mld ton w sezonie 2023/2024), zapasy zbóż na koniec sezonu 2024/2025 mogą ulec zmniejszeniu o 0,5%, do blisko 596 mln ton¹. Globalne zbiory pszenicy w sezonie 2024/2025 mogą wynieść ponad 796 mln ton wobec 789 mln ton w poprzednim sezonie (wzrost o blisko 1%). W większości głównych regionów produkcyjnych tego zboża przewidywany jest wzrost zbiorów, natomiast spadek w Europie na skutek niekorzystnych warunków pogodowych (nadmiernych opadów deszczu w okresie siewów, wiosennych przymrozków oraz suszy). Biorąc pod uwagę niewielki wzrost globalnych zbiorów pszenicy w sezonie 2024/2025, przy szacowanym nieznacznym ograniczeniu zapotrzebowania (z 799 mln ton, do 800 mln ton), światowe zapasy tego zboża na koniec sezonu prawdopodobnie ulegną obniżeniu o ponad 1%, do 257 mln ton.

W sezonie 2024/2025 globalne zbiory zbóż gruboziarnistych ogółem (tj. kukurydzy, jęczmienia, sorgo, owsa, żyta, prosa i mieszanek zbożowych) mogą wynieść 1,512 mld ton i być o blisko 1% wyższe niż w sezonie 2023/2024. Spośród zbóż gruboziarnistych jedynie globalne zbiory kukurydzy mogą się obniżyć nieznacznie (o 0,1%), do 1,22 mld ton. Pomimo przewidywanego wzrostu światowego zużycia kukurydzy o 0,3% do ponad 1,22 mld ton zapasy tego zboża na koniec sezonu 2024/2025 mogą się zwiększyć o 1%, do blisko 312 mln ton. Zbiory zbóż w UE w sezonie 2024/2025 według prognozy USDA ukształtują się na poziomie 276 mln ton, o 2% wyższym niż w poprzednim sezonie. Zakładany w prognozie

wzrost produkcji zbóż będzie efektem zwiększenia zbiorów kukurydzy (o 5%, do 64 mln ton), jęczmienia (o 11%, do blisko 53 mln ton) i owsa (o 20%, do 7 mln ton). Jedynie zbiory pszenicy prawdopodobnie ulegną zmniejszeniu o 3%, do 130 mln ton.

USDA przewiduje w sezonie 2024/2025 wzrost zużycia zbóż w UE do 262,5 mln ton wobec 260 mln ton w sezonie 2023/2024. USDA ocenia, że unijny import prawdopodobnie obniży się o 16%, do 30 mln ton, a eksport o 5%, do 46 mln ton. Pomimo niewielkiego spadku eksportu ziarna z UE może być duży i na koniec sezonu 2024/2025 zapasy mogą ulec zmniejszeniu o 11%, do 26 mln ton.

USDA szacuje, że w Rosji zbiory zbóż w sezonie 2024/2025 prawdopodobnie ulegną obniżeniu o 9%, do 122 mln ton (w tym pszenicy 83 mln ton, spadek o 9%, a kukurydzy – 15 mln ton, spadek o 10%). Pomimo spadku zbiorów zbóż eksport ziarna stanowił będzie nadal dużą konkurencję na rynku międzynarodowym, zwłaszcza dla dostawców z UE. Eksport zbóż z Rosji w sezonie 2024/2025 jest prognozowany na poziomie 57 mln ton, o 16% niższym. Eksport pszenicy może obniżyć się o 13,5%, do 48 mln ton, tj. 58% zbiorów, a kukurydzy o 23%, do niespełna 5 mln ton, tj. 31% zbiorów.

W sezonie 2024/2025 Rosja prawdopodobnie pozostanie największym eksporterem pszenicy na świecie, który odpowiada za blisko jedną czwartą całego światowego eksportu pszenicy. W sezonie 2024/2025 zbiory zbóż w Ukrainie według prognozy USDA wyniosą 53 mln ton i będą o 14% niższe niż w poprzednim sezonie. Zbiory pszenicy mogą obniżyć się o 15%, do 19,5 mln ton, a kukurydzy – o 11%, do blisko 28 mln ton. Pomimo spadku zbiorów Ukraina pozostanie liczącym się eksporterem zbóż. Eksport ziarna z Ukrainy w sezonie 2024/2025 może się ukształtować na poziomie 40 mln ton, o 18% niższym. Eksport kukurydzy może obniżyć się o 12,5%, do 24,5 mln ton, tj. 88% zbiorów ukraińskiej kukurydzy oraz 13% globalnego ekspor-

tu tego zboża. W przypadku pszenicy eksport prawdopodobnie obniży się o 28%, do 13 mln ton, tj. 67% zbiorów ukraińskiej pszenicy oraz 6% globalnego eksportu pszenicy.

W Polsce, z oceny przeprowadzonej w pierwszej połowie maja 2024 r. przez rzeczoznawców terenowych GUS, wynika, że stan zasiewów zbóż ozimych był lepszy od ubiegłorocznego². Straty w uprawach zbóż ozimych były praktycznie niewielkie. Na początku marca 2024 r. warunki agrometeorologiczne umożliwiły wykonywanie wiosennych prac polowych, w tym siewów z niewielkim opóźnieniem. Ciepła i słoneczna pogoda na przełomie marca i kwietnia 2024 r. korzystnie wpłynęła na procesy życiowe roślin. Opady deszczu zapewniały dobre uwilgotnienie gleby i zabezpieczały potrzeby wodne roślin. Znaczne przesuszenie gleby występujące pod koniec kwietnia i w pierwszej połowie maja br. hamowało wzrost i rozwój zasiewów jarych. Ocena stanu upraw zbóż jarych była jednak nieco wyższa od oceny ubiegłorocznej. Niemniej jednak o poziomie plonów i zbiorów zbóż w 2024 r. zadecydują przede wszystkim warunki agrometeorologiczne w dalszym okresie wegetacji, a zwłaszcza w ostatniej jej fazie oraz w okresie żniw.

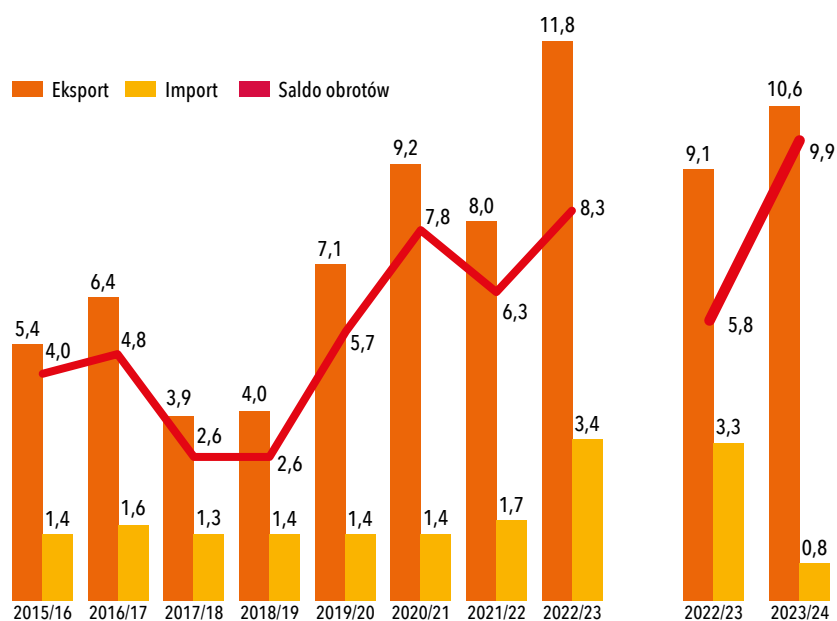
W okresie dziesięciu miesięcy sezonu 2023/2024 (lipiec 2023 r. – kwiecień 2024 r.), pomimo dużej konkurencji na rynkach zagranicznych, eksport ziarna zbóż z Polski był rekordowy i wyniósł 10,6 mln ton. Był on o 17% większy niż w analogicznym okresie poprzedniego sezonu. W eksporcie dominowało ziarno pszenicy, którego wywieziono 5,4 mln ton (o 27% więcej niż przed rokiem). Kukurydzy sprzedano 3,5 mln ton (spadek o 4%). Wzrost wywozu odnotowano w przypadku żyta (667 tys. ton, wzrost o 68%), jęczmienia (421 tys. ton, wzrost o 94%), owsa (145 tys. ton, wzrost o 63,5%) oraz sorga (blisko 3 tys. ton, wzrost o 33%). Sprzedaż pozostałych zbóż była mniejsza – głównie pszenżyta (522 tys. ton, spadek o 6%)³.

1. Grain: World Markets and Trade, USDA FAS, lipiec 2024 r.

2. Wiosenna ocena stanu upraw rolnych i ogrodnictwych w 2024 r., Informacja Sygnalna GUS opublikowana 29.05.2024 r.

3. Wyniki polskiego handlu zagranicznego asortymentem zbożowym dotyczą wybranych towarów z pozycji CN 1001, 1002, 1003, 1004, 1005, 1007, 1008 i zostały obliczone na podstawie wstępnych danych Ministerstwa Finansów. Wyniki te obejmują wymianę z państwami UE i krajami trzecimi.

Polski handel zagraniczny ziarnem zbóż (w mln ton)



Źródło: opracowanie Biura Analiz i Strategii KOWR na podstawie danych Ministerstwa Finansów, za 2023 r. dane wstępne.

Jednocześnie, ze względu na niższy poziom cen transakcyjnych, przychody uzyskane ze sprzedaży zagranicznej ziarna zbóż w okresie dziesięciu miesięcy sezonu 2023/2024 obniżyły się o 19%, do 2,4 mld euro.

W okresie lipiec 2023 r. – kwiecień 2024 r. krajowi eksporterzy lokowali zboże głównie na rynku unijnym (blisko 6,4 mln ton, 61% wywiezionego ziarna ogółem), przede wszystkim w Niemczech (3,7 mln ton – 35% eksportu ziarna), Niderlandach (1,2 mln ton – 12%) i Hiszpanii (380 tys. ton, 4%). Do krajów trzecich wywieziono 4,2 mln ton ziarna (39% eksportu zbóż). Ziarno zbóż (przede wszystkim pszenicę) eksportowano do Nigerii (1 mln ton, 9% eksportu ziarna ogółem), Wielkiej Brytanii (574 tys. ton, 5%), RPA (501 tys. ton, 5%) oraz USA (230 tys. ton, 2%).

Odbiorcą około 67% wolumenu ziarna pszenicy były kraje nienależące do UE, głównie: Nigeria (1 mln ton, 19%), RPA (501 tys. ton, 9%), USA (218 tys. ton, 4%), Kamerun (212 tys. ton, 4%) i Angola (203 tys. ton, 4%). Istotnymi odbiorcami pszenicy wśród krajów UE były Niemcy (1,3 mln ton, 25%) oraz Niderlandy (141 tys. ton, 3%).

Eksport kukurydzy z kraju w okresie lipiec 2023 r. – kwiecień 2024 r. wyniósł blisko 3,5 mln ton i był o 4% niższy niż w analogicznym okresie poprzedniego sezonu. Kukurydzę wywożono przede wszystkim do

krajów UE (2,9 mln ton, 85% eksportu tego zboża). Odbiorcami kukurydzy były głównie Niemcy (1,3 mln ton, 39% eksportu), Niderlandy (847 tys. ton, 24,5%) i Belgia (186 tys. ton, 5%). Kraje pozaunijne zakupiły łącznie 529 tys. ton kukurydzy, co stanowiło 15% eksportu tego zboża. Spośród krajów trzecich najczęściej kukurydzy wyeksportowano do Wielkiej Brytanii (429 tys. ton, 12% eksportu) i Norwegii (66 tys. ton, 2%).

Niemcy były także głównym odbiorcą jęczmienia i żyta z Polski (odpowiednio 218 tys. ton i 419 tys. ton, tj. 52% i 63% eksportu tych zbóż). W przypadku owsa najczęściej tego zboża dostarczono do Niderlandów (63 tys. ton, 43% eksportu) oraz Niemiec (44,5 tys. ton, 31%). Import ziarna zbóż do Polski w okresie dziesięciu miesięcy sezonu 2023/2024 (lipiec 2023 r. – kwiecień 2024 r.) był znacząco mniejszy niż w tym samym okresie sezonu 2022/2023. Do ograniczenia wolumenu przywożonego ziarna przyczynił się przede wszystkim zakaz importu zbóż z Ukrainy wprowadzony od 15 kwietnia 2023 r. przez Polskę oraz dobre zbiory w 2023 r. Do Polski w okresie lipiec 2023 r. – kwiecień 2024 r. zaimportowano 790 tys. ton ziarna zbóż, o 76% mniej niż w tym samym okresie sezonu 2022/2023. Najwięcej przywieziono pszenicy, która stanowiła 61% (480 tys. ton) wolumenu sprowadzonego do Polski ziarna zbóż ogółem.

W strukturze importu jęczmienia stanowił 14% (113 tys. ton), a kukurydza – 16% (129 tys. ton). Wartość zaimportowanego ziarna zbóż wyniosła 344 mln euro i była o 64% niższa niż przed rokiem.

W okresie lipiec 2023 r. – kwiecień 2024 r. z krajów UE do Polski zaimportowano 682 tys. ton ziarna zbóż, co stanowiło 86% wolumenu importu ziarna ogółem. Tak jak w latach wcześniejszych zboże przywożono do kraju głównie ze Słowacji (327 tys. ton – 41% importu ziarna, w tym 297 tys. ton pszenicy) oraz z Czech (165 tys. ton – 21%, w tym 144 tys. ton pszenicy). Przywóz ziarna zbóż do Polski z krajów pozaunijnych w okresie lipiec 2023 r. – kwiecień 2024 r. wyniósł 108 tys. ton (14% importu). Z Ukrainy najczęściej zaimportowano jęczmień (35 tys. ton), który (zgodnie z rozporządzeniem Ministra Rozwoju i Technologii z 15 września 2023 r.) nie był objęty administracyjnym zakazem przywozu.

W okresie dziesięciu miesięcy sezonu 2023/2024 wolumen salda handlu zagranicznego ziarnem zbóż był dodatni i ukształtował się na poziomie 9,9 mln ton (o 69% wyższym niż w tym samym okresie poprzedniego sezonu). Równocześnie saldo wartościowe wyniosło 2 mld euro i było o 3% wyższe niż w analogicznym okresie sezonu 2022/2023.

W wyniku dużego importu owsa z Ukrainy do UE, Komisja Europejska 18 czerwca 2024 r. wprowadziła automatyczny mechanizm ochronny (ATM). Polega on na przywróceniu do końca 2024 r. stawki celnej na import owsa z Ukrainy, która zgodnie z taryfą celną wynosi 89 euro/t. Ponadto KE wprowadziła unijny kontyngent bezcłowy na około 4 tys. ton owsa z Ukrainy dla wszystkich państw członkowskich, który będzie obowiązywał od 1 stycznia do 5 czerwca 2025 r.

Według Ministerstwa Finansów w okresie lipiec 2023 r. – kwiecień 2024 r. z Ukrainy do Polski zaimportowano 521 ton owsa, który nie był objęty administracyjnym zakazem przywozu.

Od początku sezonu 2023/2024 podaż ziarna z nowych zbiorów na półkuli północnej oraz duża konkurencja o rynki zbytu, zwłaszcza ze strony Rosji i Ukrainy, które dysponowały znacznymi nadwyżkami, wywierały presję na spadek cen zbóż.

Do utrzymania trendu spadkowego przyczyniły się także dostawy ziarna z nowych zbiorów

w 2024 r. na półkuli południowej, głównie z Australii, Argentyny oraz z Brazylii.

W kwietniu 2024 r. niekorzystne warunki upraw (intensywne opady deszczu oraz przymrozki) wpływające na zbiory w 2024 r. w niektórych częściach Unii Europejskiej, Federacji Rosyjskiej i USA przyczyniły się do wzrostu światowych cen zbóż. Wzrost cen ziarna utrzymał się również w maju br., z powodu rosnących obaw o niekorzystne warunki upraw, które mogą ograniczyć plony w niektórych obszarach produkcyjnych, w kilku głównych krajach eksportujących, w tym w niektórych regionach Europy, Ameryki Północnej i regionu Morza Czarnego. Ponadto uszkodzenia infrastruktury żegludowej na Morzu Czarnym nasiliły presję na wzrost cen zbóż. W związku z tym w maju 2024 r. średnie eksportowe ceny pszenicy na świecie dynamicznie wzrosły. Jednocześnie wzrosły również eksportowe ceny kukurydzy, głównie ze względu na wysoki popyt importowy w warunkach ograniczonej aktywności sprzedaży ziarna przez rolników w Ukrainie.

W ślad za tym podrozał również jęczmień. Sytuację tę odzwierciedla indeks cen produktów zbożowych FAO. Według danych Organizacji Narodów Zjednoczonych do spraw Wyżywienia i Rolnictwa w maju 2024 r. wskaźnik indeksu cen zbóż FAO ukształtował się na poziomie 118,7 pkt, o 7,1 pkt (6,3%) wyższym niż w kwietniu 2024 r., ale o 10,6 pkt (8,2%) niższym niż przed rokiem⁴.

Na giełdzie MATIF w maju 2024 r. obserwowana była również wzrostowa tendencja cen zbóż. W czerwcu 2024 r. informacje o lepszych od oczekiwanych plonach pszenicy na południu Rosji, a także rosnące zaawansowanie żniw w USA, przyczyniły się do dużych spadków notowań cen zbóż na giełdach towarowych. Ponadto na południu Europy rozpoczęły się również zbiory zbóż.

W notowaniu z 1 lipca 2024 r. cena pszenicy konsumpcyjnej w najbliższym kontrakcie terminowym na wrzesień 2024 r. ukształtowała się na poziomie 230,25 euro/t wobec 259,25 euro/t w notowaniu z 31 maja 2024 r. (spadek o 11,2%).

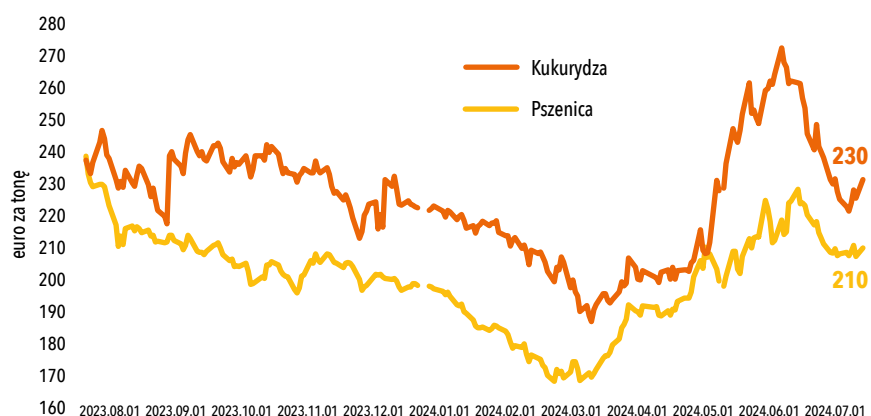
W przypadku kukurydzy w notowaniu z 1 lipca 2024 r. cena kukurydzy w najbliższym kontrakcie terminowym na sierpień 2024 r. wyniosła 210,25 euro/t i była o 6,1% niższa niż w notowaniu z 31 maja 2024 r. (224 euro/t).

Zmiany cen na rynkach zagranicznych z pewnym opóźnieniem oddziaływały na poziom cen zbóż w Polsce. Krajowe ceny pszenicy i kukurydzy dopiero w maju 2024 r. wzrosły, chociaż zwiększyła się ich podaż do krajowego skupu. W przypadku pozostałych zbóż dynamika wzrostu cen była mniejsza z uwagi na ograniczony popyt. W maju 2024 r. w zakładach zbożowych objętych monitoringiem ZSRIR MRiRW cena pszenicy konsumpcyjnej ukształtowała się na poziomie 872 zł/t, o 9% wyższym niż przed miesiącem. Za żyto konsumpcyjne płacono 584 zł/t, o 4% więcej niż miesiąc wcześniej, a za jęczmień paszowy – 709 zł/t, o blisko 1% więcej. W porównaniu z cenami sprzed roku ziarno pszenicy było tańsze o 11%, jęczmienia paszowego – o 16%, a żyta – o 21,5%.

Za kukurydzą w maju 2024 r. średnio w kraju uzyskiwano 780 zł/t, o 8% więcej niż miesiąc wcześniej, ale o 25% mniej niż przed rokiem.

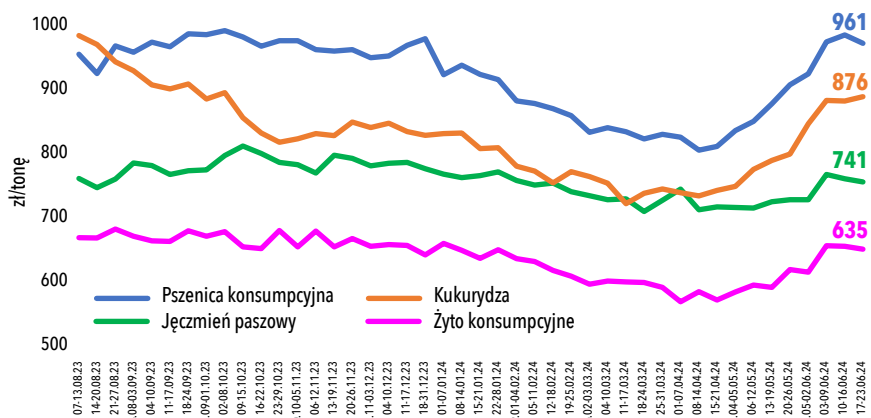
Wraz ze spadkiem cen na giełdzie MATIF, ceny zbóż podstawowych w kraju w trzecim tygodniu czerwca 2024 r. uległy niewielkiemu obniżeniu, ale były wyższe niż miesiąc wcześniej. W okresie 17–23 czerwca 2024 r. w zakładach zbożowych objętych monitoringiem ZSRIR MRiRW cena pszenicy konsumpcyjnej wyniosła 961 zł/t i była o 7% wyższa niż przed miesiącem. Za żyto konsumpcyjne uzyskiwano 635 zł/t, o 5% więcej niż miesiąc wcześniej. W ciągu miesiąca cena jęczmienia paszowego wzrosła o 4%, do 741 zł/t. W porównaniu z cenami sprzed roku ziarno pszenicy było tańsze o 3%, jęczmienia – o 7,5%, a żyta –

Średnie ceny pszenicy i kukurydzy na giełdzie MATIF w Paryżu



Źródło: opracowanie Biura Analiz i Strategii KOWR na podstawie danych e-WGT i Kaack Terminhandel GmbH.

Ceny netto zakupu zbóż w Polsce



Źródło: opracowanie biura Analiz i Strategii KOWR na podstawie danych ZSRIR MRiRW.

4. Wskaźnik cen zbóż FAO obliczany na podstawie średnich miesięcznych zmian cen sorga, pszenicy, kukurydzy, jęczmienia oraz ryżu ważonych wielkością eksportu, lata 2014–2016 = 100. Odczyt 7.05.2024 r.

o 11%. Cena kukurydzy ukształtowała się na poziomie 876 zł/t, o 12% wyższym niż miesiąc wcześniej, ale o 10% niższym niż w tym samym okresie przed rokiem.

Światowy rynek do końca sezonu 2023/2024, jak również w następnym sezonie, pozostanie pod wpływem dużej podaży ziarna zbóż, zwłaszcza ze strony Rosji i Ukrainy, pomimo obniżenia zbiorów w tych krajach. Dodatkowo istotny wpływ na ceny ziarna będą miały informacje o kondycji zasiewów zbóż na świecie oraz prognozy ich zbiorów w 2024 r. W związku z tym globalny rynek pozostanie wrażliwy na niepokojące sygnały dotyczące upraw, głównie pszenicy.

Niepewność sytuacji na rynku zbożowym powoduje, że kierunki zmian cen na głównych giełdach światowych (w tym na giełdzie MATIF) będą miały istotny wpływ na sytuację cenową w kraju.

RYNEK WIEPRZOWINY

W 2024 r. globalna produkcja wieprzowiny może być mniejsza niż w roku 2023, do czego przyczyni się spadek ubojów w Chinach, skąd pochodzi ponad połowa światowej produkcji tego mięsa. Departament Rolnictwa Stanów Zjednoczonych (USDA) prognozuje, że w całym 2024 r. produkcja wieprzowiny na świecie prawdopodobnie wyniesie około 115,6 mln ton, o 0,6% mniej niż w 2023 r. Możliwy spadek produkcji w Chinach (o 3,4%, do 56 mln ton) nie zostanie zrekompensowany jej wzrostem m.in. w Stanach Zjednoczonych (o 2,9%, do 12,7 mln ton) i Brazylii (o 4,2%, do 4,6 mln ton)⁵.

Dane Komisji Europejskiej wskazują, że w Unii Europejskiej w drugiej połowie 2024 r. należy spodziewać się ożywienia na rynku wieprzowiny. W badaniu pogłowia świń w UE przeprowadzonym w grudniu 2023 r. odnotowano wprawdzie spadek liczebności świń ogółem (o 0,6%, do 133,6 mln szt.), ale pogłowię loch hodowlanych wzrosło o 1,6%, do 10,6 mln szt. (tj. o 170 tys. szt.), co może sygnalizować początek ożywienia w pogłowiu świń, po trzech latach znaczących spadków. Zwiększyła się również liczba prosiąt (o 2,9%), do 40,7 mln szt., co prawdopodobnie

będzie miało odzwierciedlenie we wzroście wielkości ubojów w drugiej połowie roku 2024⁶. Według danych Eurostatu w pierwszym kwartale 2024 r. ubój świń w UE wyniósł ponad 5,4 mln ton i był nieznacznie (o 0,3%) większy niż przed rokiem⁷. Biorąc pod uwagę ww. czynniki, przy założeniu, że sytuacja związana z ASF nie zmieni się radykalnie, Komisja Europejska w krótkoterminowej prognozie opublikowanej w maju 2024 r. przewiduje, że produkcja wieprzowiny w UE w 2024 r. nieznacznie spadnie (o 0,4%) i wyniesie 20,7 mln ton. Jednocześnie spożycie wieprzowiny utrzyma się na stabilnym poziomie (około 31 kg na mieszkańca), z uwagi na nadal wysoki poziom cen żywca⁸.

W Polsce w grudniu 2023 r. pogłowię świń wyniosło ponad 9,8 mln szt. i było o 1,5% większe niż w grudniu 2022 r. Podobnie jak w UE, wzrost liczebności nastąpił w przypadku świń na chów o wadze 50 kg i więcej – o 11,9%, w tym loch prośnych – o 12,8%. Stado prosiąt zwiększyło się o 6,1%, warchlaków – o 1,7%, natomiast pogłowię trzody chlewnej na ubój (tuczników) uległo zmniejszeniu o 2,1%.⁹ W konsekwencji wzrostu pogłowia, w pierwszych miesiącach 2024 r. zwiększyły się także dostawy żywca do ubojni. W okresie styczeń–maj 2024 r. uboje przemysłowe świń wyniosły 806 tys. ton w wadze bitej ciepłej (1 032 tys. ton w wadze żywej), o 9% więcej niż przed rokiem.

W 2024 r. eksport produktów wieprzowych z UE do krajów trzecich utrzymuje się na poziomie niższym niż przed rokiem. Jest to spowodowane z jednej strony mniejszą podażą żywca wieprzowego w UE, a z drugiej strony wysokimi cenami unijnej wieprzowiny na rynku międzynarodowym, zwłaszcza w odniesieniu do asortymentu wieprzowego pochodzącego z Brazylii i USA. Na początku czerwca br. ceny świń rzeźnych w Brazylii były niższe od średniej ceny w UE o około 81 euro/100 kg, a w USA – o około 44 euro/100 kg. W okresie styczeń–kwiecień 2024 r. eksport produktów wieprzowych z Unii Europejskiej do krajów trzecich był o 6% mniejszy niż przed rokiem i wyniósł 1,5 mln ton (w ekwiwalencie tusz). Największym odbiorcą asortymentu wieprzo-

wego z UE (z 25% udziałem w wolumenie eksportu) były Chiny, dokąd w pierwszych czterech miesiącach 2024 r. wyeksportowano 368 tys. ton produktów wieprzowych, o 19% mniej niż przed rokiem. Unijne dostawy wieprzowiny do Chin pochodziły głównie z: Hiszpanii, Niderlandów, Danii i Francji. Znaczącym odbiorcą asortymentu wieprzowego z UE była również Wielka Brytania, dokąd wyeksportowano 288 tys. ton, o 1% mniej niż rok wcześniej, głównie z Niderlandów, Danii, Niemiec, Irlandii i Polski. Produkty wieprzowe z UE wywożono także m.in. do Japonii (132 tys. ton), Filipin (124 tys. ton) i Korei Południowej (105 tys. ton)¹⁰.

Import asortymentu wieprzowego do UE w okresie styczeń–kwiecień 2024 r. podobnie jak przed rokiem wyniósł 54 tys. ton (w ekwiwalencie tusz). Produkty wieprzowe przywożone do UE pochodziły m.in. z Wielkiej Brytanii (35 tys. ton), Chile (8 tys. ton) i Szwajcarii (6 tys. ton). Największymi unijnymi odbiorcami wieprzowiny były: Francja (16,5 tys. ton), Irlandia (9,2 tys. ton) i Niemcy (8,1 tys. ton). Kraje te łącznie zakupiły 62% wolumenu zaimportowanych produktów wieprzowych.

W Polsce wzrost ubojów świń w pierwszych miesiącach 2024 r. przyczynił się do poprawy wyników w eksporcie. W okresie styczeń–kwiecień 2024 r. za granicę sprzedano 205 tys. ton żywca, mięsa, przetworów i tłuszczów wieprzowych (w ekwiwalencie tusz), o 3,7% więcej niż przed rokiem. Przychody uzyskane ze sprzedaży zagranicznej produktów wieprzowych wzrosły o 6%, do 669 mln euro (2,9 mld zł)¹¹.

W strukturze asortymentowej eksportu produktów wieprzowych z Polski największy udział miało mięso, które stanowiło ponad połowę sprzedanego wolumenu (57%). Od początku stycznia do końca kwietnia 2024 r. za granicę sprzedano 109 tys. ton mięsa wieprzowego (w wadze produktu), o 8% więcej niż przed rokiem. Odbiorcą około 75% wolumenu mięsa wieprzowego była Unia Europejska, głównie Niemcy (11 tys. ton, 10%), Rumunia (9 tys. ton, 9%), Słowacja (blisko 9 tys. ton, 8%), Czechy (8 tys. ton, 8%) oraz Węgry (7 tys. ton, 7%),

5. Livestock and Poultry: World Markets and Trade, USDA FAS, April 11, 2024.

6. Pigmeat CMO Committee, 23 May 2024.

7. EUROSTAT, data odczytu: 13.06.2024 r.

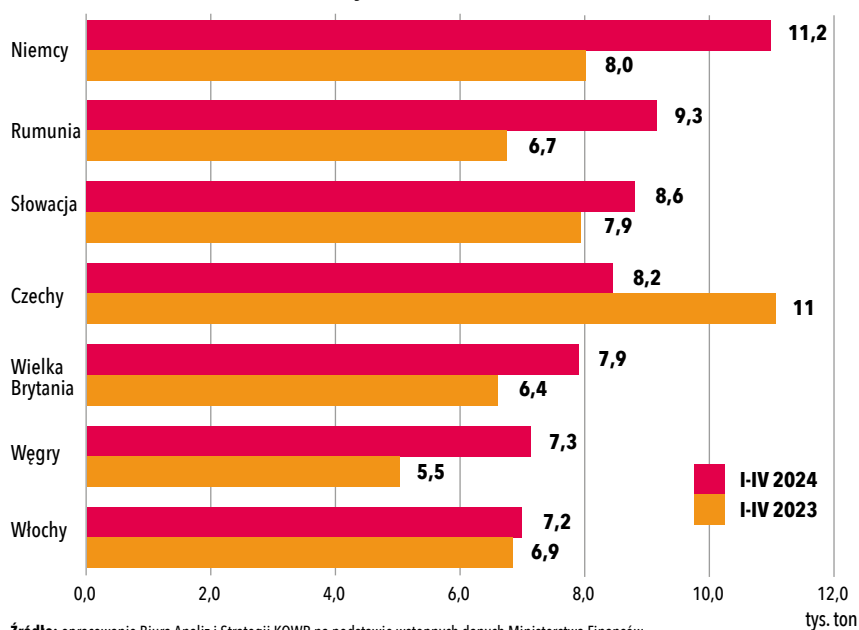
8. Short term Outlook for EU agricultural markets in 2024. Spring 2024. Edition No 38.

9. Pogłowię świń według stanu w grudniu 2023 r., Informacje sygnałowe, GUS, 31.01.2024 r.

10. Eksport i import – dane KE AgriData: data odczytu 20.06.2024 r.

11. Wyniki polskiego handlu zagranicznego asortymentem wieprzowym dotyczą świń gatunków domowych i produktów z tych zwierząt, tj. wybranych towarów z pozycji CN: 0103, 0203, 0209, 0210, 1601 oraz 1602 i zostały obliczone przez analityków Biura Analiz i Strategii KOWR na podstawie wstępnych danych Ministerstwa Finansów. Wyniki te obejmują wymianę z państwami UE i krajami trzecimi. Wolumen przedstawiono w ekwiwalencie tusz.

Główne kierunki eksportu mięsa wieprzowego z Polski w okresie styczeń-kwiecień 2023 i 2024



Źródło: opracowanie Biura Analiz i Strategii KOWR na podstawie wstępnych danych Ministerstwa Finansów.

a wśród krajów nienależących do UE: Wielka Brytania (8 tys. ton, 7%), USA (4 tys. ton, 4%), Hongkong i Wietnam (po około 3 tys. ton, po 3%). Import produktów wieprzowych do Polski od 2008 r. utrzymuje się na poziomie wyższym niż eksport. W okresie pierwszych czterech miesięcy 2024 r. do kraju przywieziono łącznie 317 tys. ton żywca, mięsa, tłuszczów i przetworów wieprzowych (w ekwiwalencie tusz), o 5% więcej niż przed rokiem. Jednocześnie wydatki poniesione na zakup asortymentu wieprzowego wzrosły o 13%, do 961 mln euro (4,2 mld zł). Do kraju sprowadzane było przede wszystkim

mięso i żywiec wieprzowy, pochodzące prawie w stu procentach z krajów Unii Europejskiej. Od stycznia do końca kwietnia 2024 r. do Polski zaimportowano 221 tys. ton mięsa wieprzowego (w wadze produktu), o 2% więcej niż przed rokiem, głównie z: Danii (57 tys. ton), Belgii (46 tys. ton), Niemiec (43 tys. ton), Hiszpanii (30 tys. ton) i Niderlandów (24 tys. ton). Import żywca wieprzowego do Polski w okresie styczeń-kwiecień 2024 r. był o 14% większy niż przed rokiem i wyniósł 2,6 mln szt., w tym 2,4 mln szt. stanowiły prosięta i warchlaki z Danii (98% wolumenu). Niewielkie ilości sprowa-

dzano z Łotwy (21 tys. szt.), Węgier (9 tys. szt.) i Niemiec (5 tys. szt.).

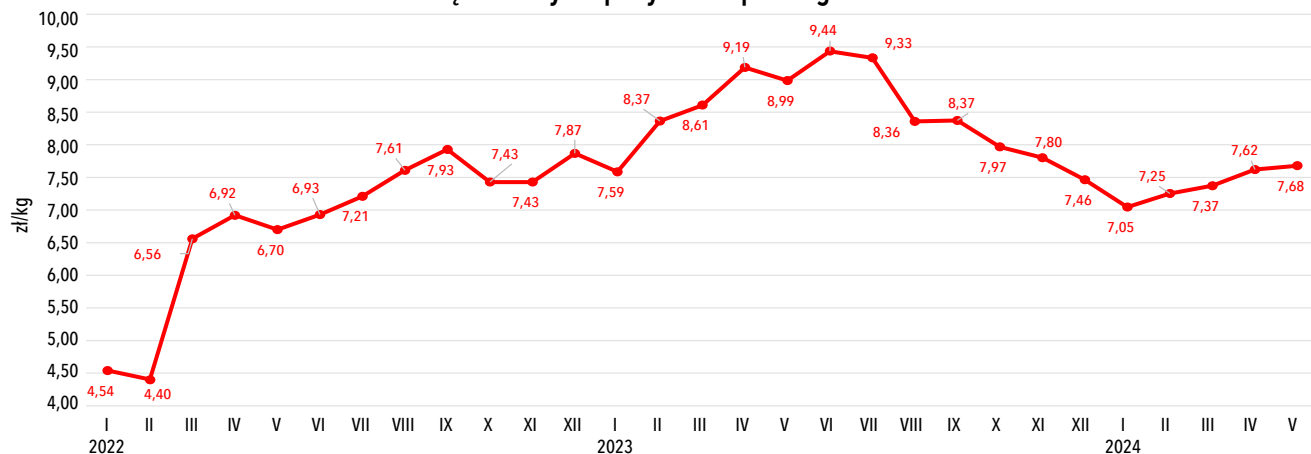
Od lutego 2024 r. zarówno w UE, jak i w Polsce ceny skupu trzody chlewnej wykazują wzrost. W Polsce są one nadal niższe niż w drugim i trzecim kwartale 2023 r., kiedy kształtowały się w przedziale 8,36–9,44 zł/kg. W maju 2024 r. krajowi dostawcy za świnie rzeźne uzyskiwali przeciętnie 7,68 zł/kg, o blisko 1% więcej niż w poprzednim miesiącu, ale o 14,5% mniej niż w maju 2023 r.

Na początku czerwca br. ceny żywca wieprzowego wykazywały umiarkowany wzrost. Jednak w drugiej i trzeciej dekadzie miesiąca ceny spadły. Według danych z zakładów objętych monitoringiem Zintegrowanego Systemu Rolniczej Informacji Rynkowej MRIRW w dniach 17–23 czerwca 2024 r. trzodę chlewną skupowano średnio po 7,54 zł/kg. Był to poziom cen o 0,6% niższy od uzyskanego przed miesiącem oraz o 18% niższy niż przed rokiem.

RYNEK WOŁOWINY

Departament Rolnictwa Stanów Zjednoczonych (USDA) prognozuje, że globalna produkcja wołowiny w 2024 r. może wzrosnąć o 0,6% i ukształtować się na poziomie około 60,4 mln ton. Przewidywany spadek produkcji w USA (o 1,9%, do 12 mln ton) oraz w UE (o 0,5%, do 6,4 mln ton) zostanie z niewielką rekompensacją wzrostem w Brazylii (o 2,4%, do 11,2 mln ton), Chinach (o 2,3%, do 7,7 mln ton) i Indiach (o 2,2%, do 4,6 mln ton)¹².

Miesięczne ceny skupu żywca wieprzowego w Polsce



Źródło: opracowanie Biura Analiz i Strategii KOWR na podstawie danych GUS.

12. Livestock and Poultry: World Markets and Trade, USDA FAS, April 11, 2024.

W Unii Europejskiej spadek produkcji żywca wołowego utrzymuje się od roku 2018 i jest determinowany stopniowym ograniczaniem pogłowia bydła. W grudniu 2023 r. pogłowie bydła w UE wyniosło 73,8 mln szt. i było o 1,3% mniejsze niż w grudniu 2022 r. oraz o 6,6% mniejsze niż w grudniu 2017 r. Spadek liczebności bydła notowany był zwłaszcza w przypadku krów mamek (o 1,6%) i krów mlecznych (o 1,7%). Jednocześnie pogłowie byków na ubój w wieku 1-2 lata i powyżej 2 lat zmniejszyło się odpowiednio: o 0,4% i o 1,2%. Wymienne czynniki będą prawdopodobnie oddziaływały na wielkość podaży wołowiny na rynku UE do końca 2024 r. Komisja Europejska w krótkookresowej prognozie przewiduje, że produkcja wołowiny w całym 2024 r. może zmniejszyć się do 6,3 mln ton, o 2,4% w stosunku do roku 2023¹³. W Polsce w grudniu 2023 r. (dane GUS) pogłowie bydła wyniosło 6 436 tys. szt. i było tylko nieznacznie (o 0,2%) mniejsze niż w grudniu 2022 r. Spadek liczebności stada odnotowano w przypadku cieląt poniżej 1 roku - o 0,5%, do 1 920 tys. szt. i młodego bydła w wieku 1-2 lat - o 1,9%, do 1 666 tys. szt. Zwiększyło się natomiast pogłowie bydła w wieku 2 lat i więcej - o 1%, do 2 850 tys. szt.¹⁴

Ożywiony popyt zagraniczny na krajową wołowinę spowodował, że w Polsce od początku 2024 r. rośnie liczba sztuk bydła dostarczana do ubojni. W okresie styczeń-maj 2024 r. uboje przemysłowe bydła (bez cieląt) wyniosły 522 tys. ton w wadze żywej (274 tys. ton w wadze bitej ciepłej) i były o 21% większe niż w tym samym okresie 2023 r.

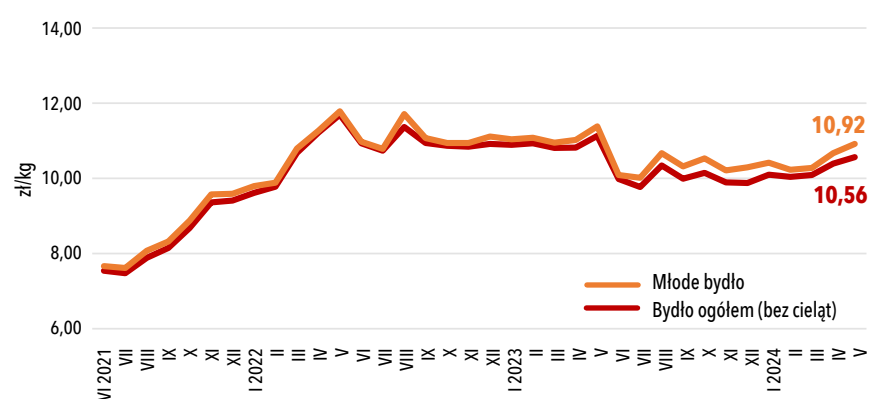
W 2024 r. eksport asortymentu wołowego z UE do krajów trzecich wykazuje wzrost, pomimo ograniczonej podaży żywca wołowego na rynku unijnym oraz niskiej konkurencyjności cenowej unijnej wołowiny na światowym rynku. Jest to wynik m.in. otwarcia rynku tureckiego na wołowinę z UE oraz ograniczenia konsumpcji wewnętrznej. W okresie styczeń-kwiecień 2024 r. kraje UE wyeksportowały łącznie do krajów trzecich 353 tys. ton produktów wołowych (w ekwiwalencie tusz), o 15% więcej niż przed rokiem. Najwięcej asortymentu wołowego sprzedano do Wielkiej Brytanii - 118 tys. ton, było to jednak o 4% mniej niż w analogicznym

okresie 2023 r. Znaczącym odbiorcą unijnej wołowiny była Turcja, z 11% udziałem w wolumenie eksportu. Do Turcji z UE sprzedano 39 tys. ton produktów wołowych, o 71% więcej niż przed rokiem. Za ponad 50% dostaw wołowiny do Turcji odpowiadała Polska, za 22% - Bułgaria, a za 8% - Włochy, Bośnia i Hercegowina oraz Izrael zakupiły z UE po 16 tys. ton wołowiny. Eksport do Algierii i Libanu zwiększył się dwukrotnie. Do tych krajów wywieziono odpowiednio: 11 tys. ton i 10 tys. ton asortymentu wołowego. Import produktów wołowych do UE w 2024 r., pomimo mniejszej produkcji wewnętrznej oraz atrakcyjności cenowej brazylijskiej i argentyńskiej wołowiny, utrzymuje się na poziomie niższym niż przed rokiem. Od stycznia do kwietnia 2024 r. do UE zaimportowano 305 tys. ton produktów wołowych i cielęcych, o 1% mniej niż w tym samym okresie 2023 r. Wołowinę do UE przywożono m.in. z Wielkiej Brytanii (96 tys. ton), Brazylii (73 tys. ton), Argentyny (53 tys. ton) i Urugwaju (39 tys. ton)¹⁵. W całym 2024 r. (według prognozy KE) import produktów wołowych do UE może być jednak o 2% większy niż w roku 2023.

W Polsce stosunkowo niewielka konsumpcja wewnętrzna wołowiny jest jednym z czynników sprzyjających eksportowi. Przy rocznej krajowej produkcji żywca wołowego na poziomie 500-570 tys. ton (w wadze bitej ciepłej), około 80-90% wolumenu produkcji znajduje nabywców za granicą. W okresie styczeń-kwiecień 2024 r. z Polski wyeksportowano 179 tys. ton produktów wołowych i cielęcych (w ekwiwa-

lencie tusz), o 4% więcej niż przed rokiem. Przychody z eksportu wyniosły 862 mln euro (3,7 mld zł) i były o 3% większe r/r¹⁶. W wywozonym asortymencie wołowym dominowało mięso (90% udziału). Za granicę sprzedano 142 tys. ton mięsa wołowego (w wadze produktu), o 7% więcej niż przed rokiem. Odbiorcami mięsa były głównie kraje UE (78% udziału w wolumenie), m.in.: Włochy (19%, 27 tys. ton), Niemcy (15%, 21 tys. ton), Niderlandy (8%, 11 tys. ton), Hiszpania i Francja (po 7%, po 10 tys. ton). Od początku 2024 r. znacząco (o 66%, do 31 tys. ton) wzrósł eksport polskiej wołowiny na rynki pozaunijne, do czego przyczyniły się wzmoczone dostawy asortymentu wołowego do Turcji, które w okresie czterech miesięcy 2024 r. były ponad czterokrotnie większe niż przed rokiem i wyniosły 19 tys. ton wobec 5 tys. ton w okresie I-IV 2023 r. Odbiorcami wołowiny z Polski były również: Wielka Brytania (5 tys. ton), Izrael (3 tys. ton), Bośnia i Hercegowina (1 tys. ton) oraz Japonia (0,7 tys. ton). Import produktów wołowych i cielęcych do Polski był niewielki i obejmował przede wszystkim mięso (52% udziału) i żywiec (45%). Od stycznia do końca kwietnia 2024 r. do kraju przywieziono 23 tys. ton produktów wołowych (w ekwiwalencie tusz), o 9% więcej niż przed rokiem. Od początku 2024 r. ceny zakupu bydła rzeźnego, zarówno w UE, jak i w Polsce wykazują umiarkowany trend wzrostowy, ale kształtują się na niższym poziomie niż przed rokiem. Jednocześnie ceny młodego bydła klasy R3 w Polsce wyrażone w euro są przeciętnie o 3% niższe od

Miesięczne ceny skupu żywca wołowego w Polsce



Źródło: opracowanie Biura Analiz i Strategii KOWR na podstawie danych GUS.

13. Short term Outlook for EU agricultural markets in 2024. Spring 2024. Edition No 38.

14. Pogłowie bydła według stanu w grudniu 2023 r., Informacje sygnałowe, GUS, 31.01.2024 r.

15. Eksport i import - dane KE Agridata, data odczytu 20.06.2024 r.

16. Wyniki polskiego handlu zagranicznego asortymentem wołowym i cielęcym dotyczą bydła gatunków domowych i produktów z tych zwierząt, tj. wybranych towarów z pozycji CN: 0102, 0201, 0202, 1602 oraz 0210 i zostały obliczone przez analityków Biura Analiz i Strategii KOWR na podstawie wstępnych danych Ministerstwa Finansów. Wyniki te obejmują wymianę z państwami UE i krajami trzecimi. Wolumen przedstawiono w ekwiwalencie tusz.r.

średniej ceny w UE, co jest czynnikiem sprzyjającym wzrostowi eksportu wołowiny z Polski.

W maju 2024 r. w Polsce bydło ogółem (bez cieląt) skupowano przeciętnie po 10,56 zł/kg, a młode bydło – po 10,92 zł/kg, w obu przypadkach o 2% drożej niż w kwietniu br. W porównaniu z cenami uzyskiwanymi przed rokiem bydło ogółem było tańsze o 5%, a młode bydło – o 4%. W czerwcu 2024 r. kontynuowany był wzrost krajowych cen żywca wołowego. W dniach 17-23 czerwca 2024 r. w zakładach objętych monitoringiem Zintegrowanego Systemu Rolniczej Informacji Rynkowej MRiRW zwierząt wołowych skupowano średnio po 10,07 zł/kg. Był to poziom cen o 1% wyższy niż przed miesiącem, ale o 3% niższy niż przed rokiem.

RYNEK DROBIU

W 2024 r. globalny rynek mięsa drobiowego będzie charakteryzował się dalszym umiarkowanym rozwojem światowej produkcji. Według USDA w całym 2024 r. produkcja mięsa kurzego na świecie zwiększy się o 0,6%, do 104,2 mln ton, przy równoczesnym wzroście konsumpcji o 0,5%, do 101,8 mln ton. Wśród wiodących globalnych producentów największy wzrost produkcji spodziewany jest w USA (o 1,5%, do 21,4 mln ton). W Brazylii przewidywany jest 1,3% wzrost produkcji, do poziomu 15,1 mln ton. Wzrost produkcji w tych krajach, a także

w Meksyku, Argentynie i Tajlandii z nawiązką zrekompensuje prognozowany spadek produkcji (o 6,2%, do 13,9 mln ton) w Chinach spowodowany problemami z epidemią grypy ptaków mającą negatywny wpływ na rynek drobiarski tego kraju¹⁷.

Wzrost produkcji drobiarskiej w 2024 r. przewidywany jest również na rynku Unii Europejskiej. Według danych Komisji Europejskiej na rynku unijnym produkcja drobiu w całym 2024 r. zwiększy się o około 1% w stosunku do roku 2023 i wyniesie ponad 13,6 mln ton, przy jednoczesnym 0,8% wzroście konsumpcji, do 12,6 mln ton. Czynnikiem, które podobnie jak w 2023 r. będą sprzyjały rozwojowi produkcji na rynku unijnym w perspektywie całego 2024 r., są: spadek kosztów produkcji (głównie pasz), utrzymujący się popyt na mięso drobiowe, mniejsza intensywność występowania wirusa grypy ptaków w porównaniu z latami poprzednimi¹⁸.

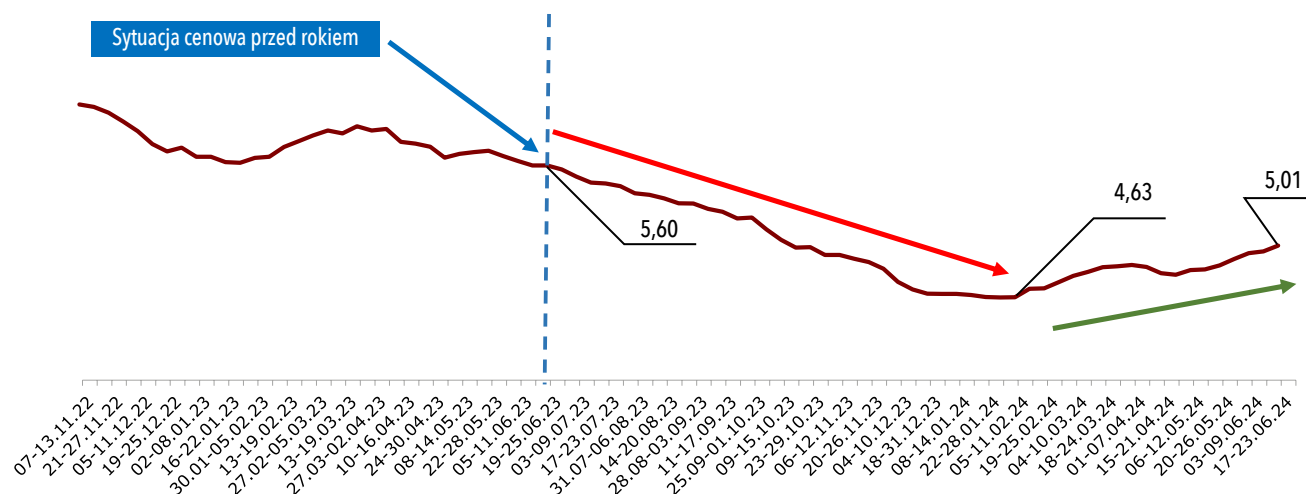
W Polsce od początku 2024 r. odnotowywana jest wzrostowa tendencja w produkcji mięsa drobiowego. Według GUS w okresie styczeń-maj 2024 r. krajowa produkcja mięsa drobiowego (w przedsiębiorstwach przemysłu mięsnego zatrudniających 50 i więcej pracowników) osiągnęła ponad 1,4 mln ton i była o 5,4% większa niż w porównywalnym okresie 2023 r.¹⁹. Intensyfikacja krajowej produkcji drobiarskiej była spowodowana przede wszystkim obniżką cen

pasz, które mają największy wpływ na rentowność produkcji. Równocześnie czynnikami, które zachęcały producentów do zwiększania produkcji, były: popyt eksportowy, wysoka konsumpcja wewnętrzna oraz konkurencyjność cenowa drobiu względem mięsa wieprzowego. Dotychczasowa sytuacja rynkowa oraz poprawa opłacalności chowu będą skutkowały prawdopodobnym, umiarkowanym wzrostem produkcji drobiarskiej w Polsce w horyzoncie całego 2024 r.

Według danych Komisji Europejskiej w okresie pierwszych czterech miesięcy 2024 r. zarówno unijny import, jak i eksport produktów drobiowych kształtowały się na poziomach znacząco wyższych niż przed rokiem. Przy czym eksport produktów drobiowych w porównaniu z analogicznym okresem roku 2023 rósł w tempie dwukrotnie szybszym niż import. W okresie styczeń – kwiecień 2024 r. kraje UE sprzedały za granicę 690 tys. ton produktów drobiowych (w ekwiwalencie tuszek), o 12% więcej r/r, podczas gdy import drobiu wyniósł 304 tys. ton i był o 5,5% większy niż przed rokiem²⁰.

Według wstępnych danych Ministerstwa Finansów w okresie styczeń-kwiecień 2024 r. odnotowano dynamiczny (o 10,5%, do 733 tys. ton) wzrost eksportu produktów drobiowych z Polski w porównaniu z analogicznym okresem 2023 r. Czynnikiem, który stymulował rozwój polskiego eksportu drobiu w okresie pierwszych czterech miesięcy 2024 r. był utrzymujący się popyt na

Średnie ceny zakupu kurcząt brojlerów w Polsce w zł/kg (według ZSRIR MRiRW)



Źródło: opracowanie Biura Analiz i Strategii KOWR na podstawie danych ZSRIR MRiRW.

17. Livestock and Poultry: World Markets and Trade, USDA FAS, April 11, 2024.

18. MEAT 12.06.2024 Sources: European Commission (DG ESTAT, DG AGRI), MSs notifications (Regulation (EC) 2017/1185 and Regulation (EC) 617/2008), GTA.

19. Biuletyn Statystyczny nr 5/2024, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa, czerwiec 2024 r.

20. <https://agridata.ec.europa.eu/extensions/DashboardPoultry/PoultryTrade.html>

mięso drobiowe, zarówno w Unii Europejskiej, jak i przede wszystkim na rynkach pozaunijnych oraz konkurencyjność cenowa krajowej oferty asortymentowej na rynku UE, która utrzymała się pomimo znacznej aprecjacji waluty krajowej względem euro i dolara amerykańskiego w stosunku do sytuacji przed rokiem.

Około 66% eksportowanego asortymentu drobiowego, tj. ponad 487 tys. ton (+3,7% r/r), znalazło nabywców w krajach UE. Równocześnie, bardzo duża dynamika wzrostowa charakteryzowała eksport produktów drobiowych na rynki pozaunijne, dokąd wywieziono 246 tys. ton tego asortymentu, o 27% więcej niż przed rokiem.

W strukturze asortymentowej krajowego eksportu produktów drobiowych dominowało mięso, którego sprzedaż zagraniczna wyniosła ponad 585 tys. ton. Głównymi kierunkami eksportu mięsa drobiowego w 2024 r. były kraje UE (378 tys. ton) – przede wszystkim Niemcy (95 tys. ton), Francja (62 tys. ton) i Niderlandy (55 tys. ton). Poza Unię Europejską wyeksportowano 207 tys. ton mięsa drobiowego - najwięcej do Wielkiej Brytanii (60 tys. ton), Demokratycznej Republiki Konga (22 tys. ton) i Wietnamu (20 tys. ton).

Z uwagi na dużą podaż drobiu z produkcji krajowej znacznie mniejszy był import produktów drobiowych do Polski, który podobnie jak w latach wcześniejszych stanowił uzupełnie-

nie krajowej oferty asortymentowej. W okresie pierwszych czterech miesięcy 2024 r. do Polski zaimportowano blisko 60 tys. ton produktów drobiowych (w ekwiwalencie tuszek), o około 17% mniej niż r/r.

Na rynku krajowym sytuacja cenowa w skupie kurcząt brojlerów na początku czerwca 2024 r. charakteryzowała się umiarkowanym wzrostem cen, który notowany był od połowy lutego 2024 r. Wzrostowi cen sprzyjał utrzymujący się duży krajowy popyt na ten gatunek mięsa, spowodowany jego konkurencyjnością cenową w stosunku do pozostałych źródeł białka zwierzęcego. Równocześnie czynnikiem oddziałującym pro wzrostowo na ceny skupu kurcząt brojlerów w Polsce był odnotowany popyt eksportowy, spowodowany utrzymaniem się konkurencyjności cenowej na rynku UE oraz zwiększonymi możliwościami eksportu na rynki pozaunijne po odzyskaniu w kwietniu 2024 r. przez Polskę statusu kraju wolnego od występowania grypy ptaków²¹. Pomimo tendencji wzrostowej średnie ceny skupu kurcząt brojlerów kształtowały się na poziomie niższym niż przed rokiem. Według notowań ZSRiR MRiRW w trzecim tygodniu czerwca br. na rynku krajowym średnia cena zakupu kurcząt brojlerów po raz pierwszy od połowy października 2023 r. przekroczyła poziom 5 zł/kg. W dniach 17-23 czerwca 2024 r. za kurczęta brojlery dostawcom płacono

średnio 5,01 zł/kg, o 3% więcej niż przed miesiącem. Średnia krajowa cena skupu kurcząt brojlerów była o 10,5% niższa niż przed rokiem. Pomimo niższego poziomu cen użytkiwanych w skupie za ten asortyment opłacalność produkcji kurcząt²² była większa niż przed rokiem, do czego przyczyniły się niższe ceny pasz.

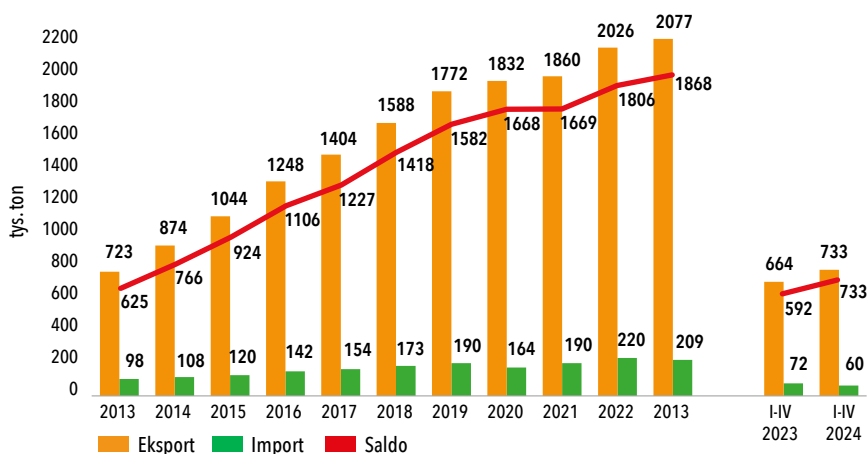
RYNEK MLEKA I PRODUKTÓW MLECZNYCH

Na rynku globalnym w pierwszym kwartale 2024 r., pomimo niewielkiego obniżenia produkcji surowca w niektórych regionach świata, utrzymał się umiarkowany, wzrostowy trend w produkcji mleka, co spowodowane było przede wszystkim dalszym jej rozwojem na kontynencie azjatyckim (szczególnie w Indiach, Chinach i Pakistanie) oraz w Ameryce Północnej (głównie w USA) i Południowej (w Brazylii). Według aktualnej prognozy Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO) w całym 2024 r. prawdopodobnie światowa produkcja mleka ukształtuje się na poziomie 978,5 mln ton, o 1,4% wyższym niż w roku 2023²³.

Rozwój produkcji przewidywany jest również w Unii Europejskiej, która należy do najważniejszych światowych producentów i eksporterów mleka oraz produktów mlecznych. Według prognozy Komisji Europejskiej w 2024 r. unijna produkcja surowca prawdopodobnie wyniesie 154,3 mln ton, o 0,4% więcej niż w roku 2023. Polska jest trzecim (po Niemczech i Francji) producentem mleka w Unii Europejskiej. Od wejścia Polski do UE w 2004 r. do końca 2023 r. skup mleka wzrósł w kraju o około 60%. Wzrostowi temu towarzyszyła rosnąca wydajność mleczna krow, która w 2023 r. osiągnęła poziom 7 tys. l.

Również od początku 2024 r. podaż mleka surowego do skupu na rynku krajowym utrzymywała się na poziomie wyższym niż przed rokiem. Łącznie w okresie styczeń-maj 2024 r. skup mleka surowego w kraju ukształtował się na poziomie ponad 5,6 mld l i był o 5% większy niż w tym samym okresie rok wcześniej²⁴. W ujęciu miesięcznym w maju odnotowano niewielki

Handel zagraniczny produktami drobiowymi¹ (w ekwiwalencie tuszek)



¹ Handel zagraniczny żywcem, mięsem, podrobami i przetworami drobiowymi w ekwiwalencie tuszek.

Źródło: opracowanie Biura Analiz i Strategii KOWR na podstawie danych Ministerstwa Finansów, za lata 2023 i 2024 dane wstępne.

21. <https://www.woah.org/app/uploads/2024/04/2024-04-poland-hpai-selfd-eng.pdf>

22. Opłacalność produkcji kurcząt mierzona jako relacja średniej miesięcznej ceny skupu kurcząt brojlerów do średniej miesięcznej ceny mieszanki pełnoporcjowej grower/finisher.

23. FAO - Food Outlook - Biannual report on global food markets, June 2024 - Milk and milk products.

24. Biuletyn Statystyczny nr 5/2024, GUS.

wzrost dostaw mleka. Według danych GUS w maju 2024 r. do podmiotów skupujących krajowi producenci dostarczyli około 1,19 mld l surowca, o 5% więcej niż w kwietniu 2024 r. i o 5% więcej niż przed rokiem.

W Polsce produkcja krowiego mleka surowego jest większa od zapotrzebowania rynku wewnętrznego, co stwarza możliwość sprzedaży nadwyżek na rynkach zagranicznych. Polska jest 5. eksporterem mleka w Unii Europejskiej, po Niemczech, Czechach, Francji i Belgii. W ostatnich latach z Polski wywożono średnio 32% wolumenu krajowej produkcji mleka.

W okresie pierwszych czterech miesięcy 2024 r. wpływy krajowej branży mleczarskiej z eksportu produktów mlecznych były jednak niższe niż w tym samym okresie przed rokiem. Według wstępnych danych Ministerstwa Finansów w okresie styczeń–kwiecień 2024 r. wartość wywozu produktów mlecznych z Polski wyniosła 1,15 mld euro (5 mld zł) i była o 3,4% niższa niż w okresie styczeń–kwiecień 2023 r. Do spadku wartości eksportu przyczyniła się aprecjacja złotego do waluty unijnej, którą odnotowano w pierwszym kwartale 2024 r. a także najniższe od końca 2021 r. notowane poziomy cen dolara amerykańskiego. Jednocześnie na import asortymentu mlecznego wydatkowano 567 mln euro (2,46 mld zł), o ponad 1% więcej r/r.

Dodatknie saldo obrotów handlowych produktami mlecznymi w pierwszych czterech miesiącach 2024 r. ukształtowało się na poziomie 586 mln euro (2,54 mld zł), o 8% niższym niż w porównywalnym okresie 2023 r.

Sprzedaż produktów mlecznych do krajów Unii Europejskiej wygenerowała 68% wpływów uzyskanych z eksportu tego asortymentu ogółem (782 mln euro, spadek o 2% r/r). Głównymi odbiorcami produktów mlecznych na rynku unijnym były: Niemcy (19% wartości – 220 mln euro), Czechy (7% – 84 mln euro), Rumunia (5% – 62 mln euro) oraz Niderlandy (5% – 53 mln euro).

Udział krajów pozaunijnych w wywozie produktów mlecznych z Polski stanowił 32%. Przychody uzyskane z eksportu wyniosły 372 mln euro i były o 6% mniejsze niż w okresie styczeń–kwiecień 2023 r. Największy udział w polskim eksporcie spośród



krajów pozaunijnych miały: Algieria (6% – 74 mln euro), Wielka Brytania (5% – 61 mln euro), Ukraina (3% – 31 mln euro) i Arabia Saudyjska (2% – 24 mln euro).

Największe wpływy w pierwszych czterech miesiącach 2024 r. spośród produktów mlecznych uzyskano z eksportu serów i twarogów (378 mln euro), mleka płynnego i śmietany (203 mln euro), OMP i mleka zagęszczonego (147 mln euro), lodów (145 mln euro) oraz masła i tłuszczów mlecznych (136 mln euro).

Na rynku krajowym w okresie pierwszych ośmiu miesięcy 2023 r. utrzymywała się spadkowa tendencja cen skupu mleka, która była odzwierciedleniem dekonjunkury na rynku globalnym. W Polsce czynnikiem dodatkowo wspierającym spadek cen surowca był wzrost dostaw mleka do przemysłu. W kolejnych miesiącach 2023 r., tj. w okresie wrzesień–grudzień 2023 r., odnotowano sezonową wzrostową tendencję cen skupu mleka, spowodowaną m.in. ożywieniem popytu na część produktów mlecznych.

Zatrzymanie wzrostowej tendencji cen skupu mleka nastąpiło na początku 2024 r.

W okresie pierwszych pięciu miesięcy bieżącego roku utrzymywała się tendencja spadkowa cen skupu mleka. Do spadków cen przyczyniły się m.in. duże dostawy mleka do skupu oraz proces dezinflacji w kraju. Według danych GUS w maju 2024 r. krajowi dostawcy za surowiec przeciętnie uzyskiwali

1,96 zł/l, o 2,8% mniej niż w poprzednim miesiącu i o 5% mniej niż w maju 2023 r.

Na rynku trwałych produktów mleczarskich w okresie od lutego do czerwca 2024 r. utrzymywała się tendencja wzrostowa cen masła w blokach. Według danych ZSRIR MRiRW w tym okresie ceny masła w blokach wzrosły średnio z 23,35 zł/kg z początku lutego br. do 26,87 zł/kg w trzecim tygodniu czerwca br. Cena masła w blokach w dniach 17–23.06.2024 r. była średnio o 31,5% wyższa niż przed rokiem.

Na krajowym rynku proszku mlecznego w okresie od stycznia do czerwca 2024 r. utrzymywała się umiarkowana tendencja spadkowa OMP, natomiast ceny PMP wykazywały niewielkie zmiany. Według danych ZSRIR MRiRW w tym okresie ceny OMP obniżyły się z 11,83 zł/kg w pierwszym tygodniu stycznia br. do 10,21 zł/kg w połowie czerwca br., a ceny PMP w tym okresie wahały się od 16,52 zł/kg do 15,68 zł/kg. W dniach 17–23.06.2024 r. według danych ZSRIR MRiRW notowany poziom cen OMP (10,41 zł/kg) był o 9% niższy niż w analogicznym okresie przed rokiem, a PMP (15,92 zł/kg) – o 2% wyższy r/r.

Materiał opracował zespół
Biura Analiz i Strategii KOWR²⁵:
Marzena Trajer, Ewa Bochińska,
Martyn Mieczkowski, Bartłomiej Strączak,
Maria Włodarczyk.

25. Analiza została opracowana na podstawie aktualnej wiedzy. Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa nie ponosi odpowiedzialności za decyzje ekonomiczne podjęte na jej podstawie.

Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa
ul. Karolkowa 30, 01-207 Warszawa



Telefoniczny Punkt Informacyjny 22 376-76-76
Czynny od poniedziałku do piątku w godz. 8.00-16.00

Centrala:

| | |
|---|---------------------|
| Biuro Dyrektora Generalnego | 22 376-78-55 |
| Biuro Administracyjne | 22 376-74-10 |
| Biuro Analiz i Strategii | 22 376-72-29 |
| Biuro Audytu Wewnętrznego | 22 376-79-05 |
| Biuro Finansowo-Księgowe | 22 376-74-32 |
| Biuro Kontroli Wewnętrznej | 22 376-72-51 |
| Biuro Prawne i Zamówień Publicznych | 22 376-73-61 |
| Biuro Teleinformatyki | 22 376-70-24 |
| Biuro Zarządzania Kapitałem Ludzkim | 22 376-77-44 |
| Departament Gospodarowania Zasobem | 22 376-76-23 |
| Departament Innowacji | 22 376-71-30 |
| Departament Interwencji Rynkowych | 22 376-71-09 |
| Departament Kształtowania Ustroju Rolnego | 22 376-79-67 |
| Departament Nadzoru nad Spółkami | 22 376-77-76 |
| Departament Rozwoju Rynku | 22 376-70-50 |
| Departament Wsparcia Eksportu | 22 376-72-26 |
| Departament Wspierania Konsumpcji | 22 376-79-79 |

Oddziały Terenowe KOWR

OT Białystok

ul. Kombatantów 4
15-102 Białystok
85 664-31-50

OT Koszalin

ul. Partyzantów 15a
75-411 Koszalin
94 347-31-00

OT Opole

ul. 1 Maja 6
45-068 Opole
77 400-09-39

OT Warszawa

pl. Bankowy 2
00-095 Warszawa
22 635-10-00

OT Bydgoszcz

ul. Hetmańska 38
85-039 Bydgoszcz
52 525-08-01

OT Kraków

ul. Zbożowa 4
30-002 Kraków
12 314-99-00

OT Poznań

ul. Fredry 12
61-701 Poznań
61 856-06-01

OT Wrocław

ul. Mińska 60
54-610 Wrocław
71 356-39-19

OT Częstochowa

ul. Jana III Sobieskiego 7
42-200 Częstochowa
34 378-20-36

OT Lublin

ul. Chodźki 10A
20-093 Lublin
81 532-21-12

OT Pruszcz Gdański

ul. Powstańców Warszawy 28
83-000 Pruszcz Gdański
58 300-48-41

OT Gorzów Wlkp.

ul. Myśliborska 32
66-400 Gorzów Wlkp.
95 714-61-00

OT Łódź

ul. Północna 27/29
91-420 Łódź
42 636-53-26

OT Rzeszów

ul. Asnyka 7
35-001 Rzeszów
17 853-78-00

OT Kielce

ul. Piaskowa 18
25-323 Kielce
41 343-31-90

OT Olsztyn

ul. Głowackiego 6
10-448 Olsztyn
89 524-88-01

OT Szczecin

ul. Bronowicka 41
71-012 Szczecin
91 814-42-00

