

NOTATKA

z posiedzenia Komisji Rolnictwa i Rozwoju Wsi

Data posiedzenia: 3 listopada 2009 r.

Nr posiedzenia: 92

Posiedzeniu przewodniczył: senator Jerzy Chróścikowski – przewodniczący komisji.

- Porządek posiedzenia:**
1. Promocja artykułów rolno-spożywczych.
 2. Handel zagraniczny artykułami rolno-spożywczymi z krajami spoza Unii Europejskiej.

- W posiedzeniu uczestniczyli:
- senatorowie członkowie komisji: Przemysław Błaszczyk, Jerzy Chróścikowski, Lucjan Cichosz, Piotr Głowski, Henryk Górski, Kazimierz Jaworski, Ryszard Knosala, Sławomir Kowalski, Ireneusz Niewiarowski, Zdzisław Pupa, Grażyna Sztark, Grzegorz Wojciechowski,
 - senator Wojciech Skurkiewicz,
 - zaproszeni goście:
 - Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi:
 - podsekretarz stanu Artur Ławniczak,
 - dyrektor Biura Ministra Anita Szczykutowicz,
 - zastępca dyrektora w Departamencie Rynków Rolnych Dariusz Goszczyński,
 - naczelnik Wydziału Informacji Rynkowej i Statystyki Rolnej w Departamencie Rynków Rolnych Hanna Kulik-Wojtyś,
 - Ministerstwo Gospodarki:
 - zastępca dyrektora w Departamencie Polityki Handlowej Adam Orzechowski,
 - Ministerstwo Finansów:
 - specjalista w Departamencie Polityki Regionalnej i Rolnictwa Adam Gochna,
 - Agencja Rynku Rolnego:
 - zastępca prezesa Waldemar Sochaczewski,
 - Najwyższa Izba Kontroli:
 - doradca techniczny w Departamencie Środowiska, Rolnictwa i Zagospodarowania Przestrzennego Ewa Całczyńska,
 - Związek Rzemiosła Polskiego:
 - główny specjalista Halina Matejek-Caban,
 - konsultant ds. higieny produkcji spożywczej Jerzy Głowacki,
 - Krajowa Federacja Producentów Zbóż:
 - dyrektor biura Joanna Leśniewska,
 - Polskie Zrzeszenie Producentów Bydła Mięsnego:
 - prezes zarządu Jerzy Wierzbicki,
 - Unia Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego:
 - prezes Wiesław Różański,
 - Federacja Branżowych Związków Producentów Rolnych:

- dyrektor biura Agnieszka Falba,
- Fundacja Promocja Polskiej Żywności:
 - dyrektor Jerzy Rzymanek,
- Zrzeszenie Hodowców i Producentów Drobiu:
 - członek zrzeszenia Stanisław Nydziński,
- Firma Produkcyjno-Handlowa „Paula”:
 - prezes Adam Radaś,
- Związek Zawodowy Rolników „Ojczyzna”:
 - wiceprzewodniczący Mariusz Gołębiowski,
- Przedsiębiorstwo Produkcyjno-Handlowe „Agrol” Sp. z o.o.:
 - prezes Jerzy Bieńkowski,
- przedstawiciele rolników ekologicznych:
 - właściciel gospodarstwa ekologicznego w Ciechanowie Marek Urbański,
 - współwłaściciel gospodarstwa ekologicznego w Ciechanowie Marek Urbański,

Przebieg posiedzenia:

Ad. 1 i 2 Podsekretarz stanu w Ministerstwie Rolnictwa i Rozwoju Wsi Artur Ławniczak przedstawił zagadnienia dotyczące rozpatrywanych punktów porządku obrad. Poinformował, że minister rolnictwa i rozwoju wsi bardzo aktywnie uczestniczy w działaniach mających na celu promocję polskich produktów żywnościowych zarówno w kraju, jak i zagranicą. Realizowane są one w ramach programów:

- promocji żywności wysokiej jakości „Poznaj Dobrą Żywność”,
- programu SPO „Rybołówstwo i Przetwórstwo Ryb 2004–2006” oraz PO „Ryby 2007–2013”,
- funduszy promocji produktów rolno-spożywczych,
- Wspólnej Polityki Rolnej „Wsparcie działań promocyjnych i informacyjnych na rynkach wybranych produktów rolnych”,
- Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007–2013.

W ramach kampanii programu „PDŻ – Poznaj Dobrą Żywność” ministerstwo rolnictwa zorganizowało szkolenia zatytułowane „Zdrowie – Żywność – Żywnienie”, które adresowane były do uczniów i nauczycieli szkół rolniczych. Zakres ich obejmował zagadnienia związane z europejskim prawem dotyczącym bezpieczeństwa żywności, jakością produktów żywnościowych oraz oznaczeniem znakiem jakości „PDŻ – Poznaj Dobrą Żywność”. W szkoleniach wzięło udział ok. 400 uczniów klas maturalnych oraz nauczyciele uczący przedmiotów z zakresu problematyki żywienia i żywności.

W roku 2007 ministerstwo rolnictwa w ramach SPO „Rybołówstwo i przetwórstwo ryb 2004–2006” przygotowało kampanię promującą spożycie produktów rybnych. Umożliwiło to wspieranie sprzedaży produktów rybnych i konkurencyjność krajowej branży rybnej w warunkach wzrastającej presji towarów i marketingu produktów zagranicznych.

Przedstawiciel ministerstwa rolnictwa poinformował ponadto, że stworzono następujące fundusze promocji: mleka, mięsa wieprzowego, mięsa wołowego, mięsa końskiego, mięsa owczego, ziarna zbóż i przetworów zbożowych, owoców i warzyw, mięsa drobiowego oraz ryb. Celem tych funduszy jest wspieranie marketingu, wzrostu spożycia i promocji produktów rolno-spożywczych. Środki zgromadzone w ramach funduszy będą finansować informowanie o jakości i cechach, w tym zaletach produktów, działania mające na celu promocję spożycia poszczególnych produktów, wspieranie udziału w wystawach i targach, prowadzenie badań rynkowych dotyczących poszczególnych produktów, wspieranie badań naukowych i prac rozwojowych mających na celu poprawę jakości produktów oraz prowadzących do wzrostu ich spożycia, wspieranie szkoleń producentów i przetwórców. W ciągu pierwszego kwartału funkcjonowania funduszy promocji zgromadzono około 11 000 000 PLN.

Unia Europejska za pomocą mechanizmu Wspólnej Polityki Rolnej „Wsparcie działań promocyjnych i informacyjnych na rynkach wybranych produktów rolnych” współfinansuje działania informacyjne i promocyjne prowadzone na terenie państw Wspólnoty oraz na obszarze niektórych państw trzecich. Zasadniczym jego celem jest wsparcie kampanii, które dostarczają konsumentom wiedzę na temat

walorów, specyficznych cech oraz jakości produktów rolno-spożywczych wyprodukowanych na terenie UE, a tym samym wpływają na wzrost ich sprzedaży. Organizacje branżowe mogą uzyskać refundację do 80% kosztów poniesionych na realizowane w ramach ww. mechanizmu działania informacyjne i promocyjne (50% z budżetu UE i 30% z budżetu krajowego).

W Polsce obserwuje się wzmożone zainteresowanie promocją produktów rolnych przez organizacje zrzeszające producentów.

W ramach Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007–2013 można uzyskać pomoc finansową w formie refundacji 70% kwalifikowalnych kosztów faktycznie poniesionych na realizację działań informacyjnych i promocyjnych. Pomoc przyznawana jest na podstawie umowy zawartej między prezesem Agencji Rynku Rolnego a grupą producentów realizującą działania informacyjne i promocyjne. Celem tego zadania jest zwiększenie popytu na produkty rolne i środki spożywcze objęte mechanizmami jakości żywności, pogłębienie wiedzy konsumentów o mechanizmach jakości żywności oraz zaletach produktów objętych mechanizmami jakości żywności, a także wsparcie grup producentów skupiających podmioty aktywnie uczestniczące w systemach jakości żywności.

W dalszej części wypowiedzi przedstawiciel ministerstwa poinformował, że obroty polskiego handlu zagranicznego towarami rolno-spożywczymi w okresie I–VIII 2009 r. z krajami niebędącymi członkami Unii Europejskiej (UE) wyniosły 3 117 mln euro i były o 7,7% mniejsze niż w analogicznym okresie 2008 r., głównie za sprawą znaczącego spadku importu. Wartość salda w obrotach z krajami spoza UE nadal pozostała ujemna, jednak w stosunku do poprzedniego roku była znacznie bardziej korzystna i wyniosła minus 182,5 mln euro. Wśród krajów spoza UE głównymi odbiorcami polskich towarów w analizowanym okresie były trzy kraje: Federacja Rosyjska, Ukraina i USA. Wartość eksportu do tych krajów stanowiła 50% całkowitej sprzedaży towarów rolno-spożywczych, jaka miała miejsce do krajów spoza UE i 10% całej sprzedaży polskich artykułów rolno-spożywczych. Na kolejnych miejscach, jeśli chodzi o eksport polskich towarów poza obszar UE, znalazły się: Turcja, Białoruś, Chorwacja, Egipt, Szwajcaria i Norwegia. Wartość eksportu do Federacji Rosyjskiej w okresie I–VIII 2009 wyniosła 378,5 mln euro i była aż o 29% wyższa niż przed rokiem. W tym przypadku decydujący wpływ na taki wynik miał zdecydowanie większy niż w poprzednim roku eksport świeżych jabłek, szczególnie intensywny w pierwszych pięciu miesiącach bieżącego roku. Poza jabłkami do Federacji Rosyjskiej sprzedawano głównie trzodę chlewną, warzywa mrożone, przetwory z warzyw, słodycze (głównie cukierki), inne owoce świeże oprócz jabłek (głównie wiśnie, brzoskwinie i śliwki) a także czekoladę i wyroby czekoladowe. Na Ukrainę wyeksportowano towary o wartości 222,8 mln euro, było to jednak o 14% mniej niż przed rokiem. Podobnie jak do Federacji Rosyjskiej główną pozycją polskiego eksportu na Ukrainę były świeże jabłka. Ponadto na tamten rynek trafiło m.in. polskie mięso wieprzowe, tłuszcz i podroby ze świń, karma dla zwierząt, drób żywy oraz inne owoce świeże (mandarynki, cytryny, brzoskwinie). Eksport do USA w okresie I–VIII 2009 r. wyniósł 139,4 mln euro i było to o 10% więcej niż w tych samych miesiącach 2008 r. Głównym towarem eksportowanym do USA była wódka i napoje spirytusowe, gluten pszenicy, przetworzone lub konserwowane mięso, filety rybne (głównie z łososia), czekolada i wyroby czekoladowe oraz przetworzone lub zakonserwowane ryby. Jeśli chodzi o strukturę towarową polskiego eksportu do krajów spoza UE, to w pierwszych ośmiu miesiącach bieżącego roku głównymi pozycjami były jabłka świeże, pszenica oraz papierosy. Te ostatnie były sprzedawane głównie do Turcji i Zjednoczonych Emiratów Arabskich. Ponadto istotnymi pozycjami były również: czekolada i wyroby czekoladowe, mięso wieprzowe, niektóre przetwory spożywcze, sery, wyroby cukiernicze (np. cukierki, wyroby żelowe), alkohol etylowy, wyroby piekarnicze i ciastkarskie (herbatniki, wafle), karma dla zwierząt, trzoda chlewna. Wymienione towary stanowiły łącznie 50% towarów rolno-spożywczych ogółem wyeksportowanych do krajów spoza UE. Największy wzrost wartości sprzedaży w stosunku do 2008 r. odnotowano w przypadku pszenicy – prawie dziewięciokrotny, jabłek świeżych – blisko sześciokrotny oraz trzody chlewnej – ponad dwukrotny. O 61% spadła za to wartość eksportu mleka w proszku, o 52% – mięsa wieprzowego, o 20% – wyrobów piekarniczych i ciastkarskich i o 17% – serów. W okresie od I do VIII 2009 r. wartość importu do Polski artykułów rolno-spożywczych z krajów spoza UE wyniosła ogółem 1 650 mln euro i spadła o 16,4% w porównaniu z analogicznym okresem 2008 roku. Udział tej grupy krajów w strukturze importu towarów rolno-spożywczych ogółem wyniósł 28,8%. Tym samym w stosunku do poprzedniego roku oznaczało to spadek o 0,9 pkt %. Wśród krajów spoza UE największym dostawcą towarów rolno-spożywczych do Polski była Argentyna. Ważne miejsce zajmowały także Chiny, Norwegia i USA, a także Brazylia i Ukraina. Wartość importu z tych krajów stanowiła 54% całkowitych zakupów towarów rolno-spożywczych

dokonanych w krajach spoza UE i 15% ogólnego importu polskich artykułów rolno-spożywczych. Dalsze miejsca zajmuje Turcja, Ekwador, Wietnam i Wybrzeże Kości Słoniowej.

Podczas dyskusji zwracano uwagę, że rolnik nie powinien ponosić tak dużych kosztów związanych z promocją artykułów rolno-spożywczych oraz wskazywano, że istnieje bardzo dużo instytucji zajmujących się promocją, jednak nie ma między nimi żadnej merytorycznej współpracy. Wskazywano również, że w poszczególnych branżach wiele kontrowersji wywołuje tworzenie składu komisji zarządzającej w ramach funduszy promocji.

Odpowiadając na pytania, podsekretarz stanu w Ministerstwie Rolnictwa i Rozwoju Wsi Artur Ławniczak wskazywał, że sama branża decyduje o składzie komisji, o tym, jaki artykuł chce promować oraz gdzie ma wydatkować zgromadzone przez siebie środki. Zdaniem przedstawiciela ministerstwa rolnictwa, nie można dopuścić do tego, aby rolnicy nie mieli wpływu na kształt działań promocyjnych.

W podsumowaniu, stwierdzono, że Polska jest bardzo ważnym producentem żywności w Europie, z ambicjami sprzedaży tych produktów zarówno na rynku europejskim, jak i światowym. Uznano, że należy szukać nowych rynków zbytu dla konkretnych produktów czy wybranych działów żywnościowych.

W posiedzeniu komisji nie uczestniczyły osoby wykonujące działalność lobbingsową.

Sporządzono w Biurze Prac Senackich.