

BIULETYN

4 lipca 2022, numer 249

AKTUALNOŚCI

- Finał IV edycji kampanii "Marka Polskie Mięso. Polska Smakuje"
- Przedstawiciel Związku Polskie Mięso w Zespole do spraw opracowania strategii rozwoju sektora wieprzowiny i przetwórstwa mięsnego
- Weszła w życie pomoc finansowa dla producentów świń
- Anna Olewnik-Mikołajewska: Trend roślinny jest nieuchronny
- Prezes Choiński powołał grupę roboczą w sprawie problemów w deklarowaniu masy netto mięsa przy wystąpieniu naturalnego wycieku
- Drugie spotkanie z władzami japońskimi w sprawie uznania regionalizacji dotyczącej grypy ptaków w eksporcie mięsa drobiowego

CENY - ŚWIAT

- Średnie w UE ceny wieprzowiny – stan na 25 tydzień
- Cena wieprzowiny w Chinach u producenta
- Średnie w UE ceny brojlerów – stan na 25 tydzień

CENY - KRAJ

- Średnie ceny netto zakupu świń rzeźnych za wagę żywą w okresie 19-26.06.2022
- Średnie miesięczne ceny skupu kurcząt i indyków (typ brojler, w zł/kg)

AKTUALNOŚCI

Finał IV edycji kampanii "Marka Polskie Mięso. Polska Smakuje"



Wspólne gotowanie, smażenie, grillowanie i pieczenie. Naukowe eksperymenty, świąteczne przepisy i nieoczekiwane połączenia smaków. Oficjalne spotkania i nieformalne pikniki. IV edycja kampanii „Marka Polskie Mięso. Polska Smakuje” za nami. W rolach głównych: polskie mięso drobiowe i wieprzowe, a wszystkim działaniom towarzyszyli ambasadorzy - Jakub i Gaja Kuroniowie. Sukces kampanii to zasługa jej inicjatora: Związku Polskie Mięso.



Celem prowadzonych działań było zwiększenie wiedzy i uświadomienie przeciętnemu Kowalskiemu walorów odżywczych i ważnej roli mięsa w codziennej diecie. Mówiono o pochodzeniu mięsa i podkreślano potrzebę wspierania polskich producentów i hodowców w tym zakresie. Prezes Zarządu Związku Polskie Mięso Witold Choiński tak mówi o kampanii: Merytoryczna dyskusja na temat walorów odżywczych mięsa, jego certyfikowanej jakości, roli w budowaniu zrównoważonej diety to nasz wkład w debatę,

która toczy się w wielu polskich domach. Podkreślamy nie tylko istotny udział branży mięsnej w rozwój ekonomiczny i technologiczny polskiego rolnictwa, ale również jej wpływ na podnoszenie szeroko pojętych standardów biznesowych.



Debata, o której mówi prezes Choiński, była jednym ze spoiw wszystkich kampanijnych aktywności, a jej forma była dopasowana do tego, jaką rolę odgrywa polskie mięso na polskim stole. Twórcy kampanii inspirowali się tradycjami wspólnego gotowania, przekazywania przepisów z pokolenia na pokolenie i wielogodzinnego biesiadowania przy stole. Hasło IV edycji kampanii Związku Polskie Mięso brzmiało: „Pewne jest jedno. Polskie Mięso. Zawsze w dobrym towarzystwie”. Ostatni element sloganu to nie tylko dodatki i przyprawy, w których towarzystwie mięsne walory nabierają jeszcze lepszego smaku. To przede wszystkim bliscy ludzie, bez których spotkania przy stole nie mają tak serdecznego wymiaru.



Dorota Osóbka, która przedstawiała zalety zdrowotne i wartości odżywcze polskiego mięsa potwierdzone wynikami najnowszych badań.

Z tego właśnie powodu ambasadorami tegorocznej odsłony kampanii zostało rodzeństwo Gaja i Jakub Kuronowie, którzy tradycje kulinarne mają we krwi. Za stronę merytoryczną odpowiadali znani i cenieni eksperci. Prof. Agnieszka Wierzbicka z warszawskiej SGGW, która jako ekspert kampanii brała już udział w jej poprzednich edycjach i doskonale porusza się w tematyce trendów oraz nowości w obszarze polskiego mięsa drobiowego i wieprzowego. Do grona ekspertów dołączyła również dietetyczka

Wszystkie działania kampanijne dla polskiego drobiu i polskiej wieprzowiny były prowadzone w oparciu o wspólny mianownik: wysoką jakość polskiego mięsa. Podkreślano przy tym funkcjonowanie znaku jakości PQS (Pork Quality System) oraz QAFP (Quality Assurance for Food Products). Hasłem przewodnim promującym polski drób zostało: „Polski drób. Różnorodność z polotem”. Nie tylko kurczak, indyk, kaczka, gęś, ale też bażant czy perliczka to gwarancja sukcesu w kuchni – udanego dania, zadowolonych i najedzonych, niezależnie od okazji, gości. Mięso wieprzowe promowane było z kolei



hasłem: „Polska wieprzowina. Bryluje na stole”, podkreślając wartość smakową i odżywczą polskiej wieprzowiny.



W dobrym towarzystwie przy polskim drobiu i polskiej wieprzowinie spotykano się kilkanaście razy. IV edycja kampanii „Marka Polskie Mięso. Polska Smakuje” to m.in. oficjalne wydarzenia dla mediów z udziałem jej ambasadorów. Jakub i Gaja byli gospodarzami „Domówki u Kuroniów”, „Wielkanocy u Kuroniów” oraz „Pikniku z Kuroniami”. Spotykano się także w naukowej atmosferze Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie („Laboratorium kulinarne w SGGW”), czy w mniej formalnych okolicznościach trasy foodtrucka Związku Polskie Mięso (m.in. Targi Śniadaniowe, 500-lecie Grodziska Mazowieckiego, Street Food Festiwal czy Piknik Poznaj Dobrą Żywność). Wydarzenia oficjalne zainspirowały również inne, już poza oficjalnym harmonogramem kampanii, co potwierdziły indywidualne spotkania z mediami, instytucjami, kucharzami i mikrodebaty.



To, co zasługuje na szczególne podkreślenie to swoisty efekt domina. O kampanii, o polskim mięsie, mówiło się również w środowiskach, które do tej pory rzadko zajmowały się tą tematyką. Stworzyliśmy także przestrzeń do mniej formalnych dyskusji, dzięki czemu - co uważam za szczególnie cenne - skutecznie zmierzaliśmy się ze stereotypowym postrzeganiem drobiu czy wieprzowiny - zauważa Witold Choiński.

Kampania „Marka Polskie Mięso. Polska Smakuje” miała swoją odsłonę również w kanale digital. Jej osiłą były autorskie

danía serwowane przez Jakuba i Gaję Kuroniów. Działania prowadzone były na Facebooku, Instagramie, Twitterze oraz YouTube. Do akcji zaproszeni zostali również znani i cenieni kulinarni influencerzy: Anna Starmach, Grzegorz Zawierucha, Damian Kordas, Tomasz Strzelczyk, Piotr Ogiński. W telewizji działania kampanijne objęły lokowanie TVP („Pytanie na śniadanie”), TVN („Dzień dobry TVN” i Polsat (Ewa Gotuje) oraz placementy w Food Network TV.

Nie zapomniano o obecności w prasie drukowanej. Kampania była obecna w takich tytułach, jak m.in.: Pani, DobreRady, Kobieta i Życie czy Przyjaciółka. Ostatnie kilka miesięcy to dla polskiego drobiu i polskiej wieprzowiny bardzo udany czas. Już dawno o flagowych okrętach naszej kuchni nie było tak głośno i tak merytorycznie. Slogan kampanii „Pewne jest jedno. Polskie Mięso. Zawsze w dobrym towarzystwie” wybrzmiał wielokrotnie i zapewne będzie przywoływany niejednokrotnie, gdy na stole brylować będzie polska wieprzowina, a polski drób zachwycać nas będzie „różnorodnością z polotem.”



Więcej informacji na temat kampanii znajduje się na stronie: www.pewnejestjedno.pl.

Przedstawiciel Związku Polskie Mięso w Zespole do spraw opracowania strategii rozwoju sektora wieprzowiny i przetwórstwa mięsnego

Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi wydał zarządzenie na mocy którego został powołany Zespół do spraw opracowania strategii rozwoju sektora wieprzowiny i przetwórstwa mięsnego. Członkiem zespołu będzie również przedstawiciel Związku Polskie Mięso.

Do zadań Zespołu należy opracowanie strategii rozwoju sektora wieprzowiny i przetwórstwa mięsnego, zwanej dalej „strategią”, jako elementu zapewnienia bezpieczeństwa żywnościowego Polaków, a także:

- 1) analiza obecnej sytuacji sektora wieprzowiny, w tym:
 - a) analiza produkcji świń, w tym produkcji z uwzględnieniem wykorzystania ras zachowawczych i ras objętych programami hodowlanymi zatwierdzonymi przez Ministerstwo, w szczególności rasy: wielka biała polska (wbp), polska biała zwistoucha (pbz), duroc, hampshire oraz pietrain,
 - b) analiza zmian strukturalnych i organizacyjnych w sektorze wieprzowiny,
 - c) analiza sektora przetwórstwa mięsnego,
 - d) analiza handlu wewnętrznego i z krajami trzecimi;
- 2) analiza importu i eksportu świń, mięsa i produktów mięsnych;
- 3) analiza ilościowa i jakościowa efektywności dotychczasowych programów pomocowych;
- 4) analiza oddziaływania polityk Unii Europejskiej, w szczególności wspólnej polityki rolnej, polityki

handlowej oraz polityki środowiskowej, na sektor wieprzowiny;

5) analiza sektora paszowego;

6) analiza działań związanych ze zwalczaniem ASF oraz ich wpływ na rozwój sektora wieprzowiny;

7) analiza perspektyw eksportowych wieprzowiny w kontekście sytuacji epizootycznej;

8) identyfikacja problemów dotyczących sektora wieprzowiny i przetwórstwa mięsnego oraz przyczyn ich

wystąpienia;

9) analiza ryzyk dla sektora wieprzowiny i przetwórstwa mięsnego;

10) opracowanie analizy finansowej rekomendowanych rozwiązań, w szczególności zapewniających stabilność

i rentowność produkcji świń i wieprzowiny;

11) przygotowanie rekomendacji działań krótko- i długoterminowych zapewniających stabilność i rentowność

produkcji świń i przetwórstwa mięsa wieprzowego;

12) przygotowanie propozycji źródeł finansowania zmian w sektorze wieprzowiny i przetwórstwa mięsnego,

zaproponowanych przez Zespół;

13) przygotowanie programu i harmonogramu wdrażania strategii;

14) przygotowanie propozycji zmian legislacyjnych umożliwiających wdrożenie strategii.

Link do zarządzenia:

<https://edziennik.minrol.gov.pl/legalact/2022/28/>.

Weszła w życie pomoc finansowa dla producentów świń



Fot. Pixabay.

Drugiego lipca bieżącego roku weszło w życie rozporządzenie Rady Ministrów z 21 czerwca 2022 r. zmieniające rozporządzenie w sprawie realizacji przez Agencję Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa zadań związanych z ustanowieniem nadzwyczajnej pomocy dostosowawczej dla producentów jabłek. Przewiduje ono pomoc finansowej dla producentów świń.

Na mocy przyjętego rozporządzenia wdrożony został mechanizm nadzwyczajnej pomocy dostosowawczej skierowany do producentów świń utrzymujących lochy. Wnioski należy złożyć do 15 lipca.

Wysokość pomocy wynosi 80 zł/szt. do świń urodzonych w gospodarstwie producenta w okresie od 1 kwietnia 2022 r. do 30 czerwca 2022 r., których oznakowanie zostało zgłoszone do ARiMR do dnia 15 lipca, przy czym maksymalna kwota pomocy, jaka może zostać przyznana producentowi wynosi 160 tys. zł.

Wniosek o udzielenie pomocy finansowej producent świń składa raz, w nieprzekraczalnym terminie do dnia 15 lipca 2022 r. na formularzu udostępnionym na stronie internetowej Agencji. Za datę złożenia wniosku uznaje się datę wpływu tego wniosku do biura powiatowego Agencji właściwego ze względu na miejsce zamieszkania albo siedzibę producenta świń.

W przypadku złożenia wniosku o udzielenie pomocy, po dniu 15 lipca 2022 r., nie wszczyna się postępowania w sprawie o przyznanie tej pomocy.

Ponadto w przypadku złożenia więcej niż jednego wniosku o udzielenie pomocy, przez tego samego producenta świń, rozpatrzeniu podlega wyłącznie pierwszy z tych wniosków, przy czym o kolejności tych wniosków decyduje data wpływu do Agencji.

Uprawnieni do pomocy są producenci, którzy:

- są producentami rolnymi w rozumieniu ustawy z dnia 18 grudnia 2003 r. o krajowym systemie ewidencji producentów, ewidencji gospodarstw rolnych oraz ewidencji wniosków o przyznanie płatności (Dz. U. z 2022 r. poz. 203 i 2019);
- w dniu 1 kwietnia 2022 r. prowadzili gospodarstwo w rozumieniu art. 2 pkt 8 ustawy z dnia 11 marca 2004 r. o ochronie zdrowia zwierząt oraz zwalczaniu chorób zakaźnych zwierząt (Dz. U. z 2020 r. poz. 1421), w którym były utrzymywane świny;
- do dnia 15 lipca 2022 r., zgłosili zgodnie z przepisami ustawy z dnia 2 kwietnia 2004 r. o systemie identyfikacji i rejestracji zwierząt (Dz. U. z 2021 r. poz. 1542), oznakowanie świń urodzonych w jego gospodarstwie od dnia 1 kwietnia 2022 r. do dnia 30 czerwca 2022 r.;
- realizują co najmniej jedno z następujących działań: gospodarka o obiegu zamkniętym, gospodarka składnikami odżywczymi, efektywne wykorzystywanie zasobów oraz metody produkcji przyjazne dla środowiska i klimatu (katalog działań uprawniających do uzyskania pomocy określony jest w załączniku do ww. rozporządzenia i obejmuje m.in. działania związane z dywersyfikacją upraw na posiadanych przez rolnika gruntach ornych).

Szczegółowe informacje o warunkach udzielania pomocy dla producentów świń oraz wzór wniosku o przyznanie pomocy dostępne będą na stronie internetowej Agencji Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa <https://www.gov.pl/web/arimr/nadzwyczajna-pomoc-dostosowawcza-dla-producentow-swin>.

2 lipca br. wchodzi w życie rozporządzenie Rady Ministrów z 21 czerwca 2022 r. zmieniające rozporządzenie w sprawie realizacji przez Agencję Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa zadań związanych z ustanowieniem nadzwyczajnej pomocy dostosowawczej dla producentów jabłek (Dz. U. poz. 1365).

Pomoc ta będzie realizowana z wykorzystaniem środków finansowych przewidzianych w rozporządzeniu delegowanym Komisji (UE) 2022/467 z dnia 23 marca 2022 r. przewidującym nadzwyczajną pomoc dostosowawczą dla producentów w sektorach rolnych (Dz. Urz. UE L 96 z 24.3.2022 r. str. 4).

Udostępnione przez Komisję Europejską środki finansowe mogą być przyznane w sektorach, które w konsekwencji rosyjskiej inwazji na Ukrainę, dotknięte zostały zakłóceniami na rynku spowodowanymi zwiększonymi kosztami produkcji lub ograniczeniami w handlu.

Zgodnie z obowiązkiem wynikającym z ww. rozporządzenia Komisji Europejskiej wsparcie może być kierowane do rolników, którzy angażują się w co najmniej jedno z następujących działań: gospodarka o obiegu zamkniętym, gospodarka składnikami odżywczymi, efektywne wykorzystywanie zasobów oraz metody produkcji przyjazne dla środowiska i klimatu.

Link do rozporządzenia: <https://dziennikustaw.gov.pl/DU/2022/1365>

Anna Olewnik-Mikołajewska: Trend roślinny jest nieuchronny



Połowa Polaków deklaruje, że ograniczyła w swoim menu ilość spożywanych produktów pochodzenia zwierzęcego – wynika z badania SW Research dla Fundacji ProVeg. Konsumenci są coraz bardziej świadomi, że dieta bardziej roślinna może mieć pozytywne przełożenie na zdrowie, ale też na środowisko. W odpowiedzi na ten trend na sklepowych półkach pojawia się coraz więcej roślinnych produktów nowej generacji. Do swojej oferty dodają ją także producenci dotąd skoncentrowani na mięsie. – Wydaje mi się, że będzie miejsce zarówno dla dobrej jakości mięsa i jego przetworów, jak również dla produktów roślinnych – mówi prezes Grupy Olewnik Anna Olewnik-Mikołajewska.

Z ogólnoeuropejskiego badania przeprowadzonego w ubiegłym roku przez ProVeg International w ramach projektu Smart Protein wynikało, że prawie połowa Europejczyków znacznie ograniczyła spożycie mięsa, a niemal 40 proc. zamierzało to zrobić w ciągu kolejnych sześciu miesięcy. 30 proc. zaś deklarowało zamiar ograniczenia konsumpcji nabiału. Producenci żywności zauważają, że w ostatnich latach następuje znacząca zmiana w kierunku odżywiania opartego na roślinach. Nie pozostają więc bierni w tej kwestii i odpowiadają na ten trend, poszerzając ofertę zakładów mięsnych o kategorie roślinne. Jak twierdzą, szersze portfolio roślinne może zarówno zatrzymać przy danej marce dotychczasowych klientów, jak i przyciągnąć nowych.

– Trend roślinny jest nieuchronny. Mówi się, że do 2030 roku wartość kategorii roślinnych wyniesie 250 mld dol. Siłą rzeczy spada spożycie mięsa, ale wydaje mi się, że będzie miejsce zarówno dla dobrej jakości mięsa i jego przetworów, jak również dla produktów roślinnych, jeśli mamy na uwadze cały czas zrównoważoną dietę – mówi agencji Newseria Lifestyle Anna Olewnik-Mikołajewska.

Świadomość konsumentów dotycząca zdrowego odżywiania jest coraz większa. Zmieniają się więc nawyki i wybory żywieniowe. Tym samym producenci dostają zielone światło do opracowywania coraz nowszych roślinnych zamienników mięsa. Przykładowo w bezmięsnej ofercie spółki Olewnik znalazły się m.in. roślinne kaszanki i kiełbaski z buraczkami czy kabanosy.

– Mając na uwadze zrównoważoną dietę zmieniającego się konsumenta i ochronę planety, Grupa Olewnik chce się zmieniać. Stąd też pomysł na to, żeby w swoim portfolio mieć zarówno produkty mięsne, jak i roślinne. Posiadamy gospodarstwa zarówno w Polsce, jak i w Ukrainie i w myśl strategii „Od pola do stołu” chcielibyśmy, żeby nasze zboża i rośliny również miały swój debiut na półce sklepowej pod finalną marką Olewnik – deklaruje prezes Grupy Olewnik.

– Rynek produktów roślinnych nowej generacji w Polsce rozwija się bardzo szybko. Obserwujemy to w ciągu ostatnich pięciu lat. W porównaniu do świata myślę, że u nas widać jeszcze szybszy rozwój, jeszcze większe zainteresowanie naszego konsumenta i dlatego też ta oferta staje się coraz szersza – mówi Joanna Lewandowska, marketing manager w spółce Givaudan Polska.



Boston Consulting Group i Blue Horizon szacują w swoim raporcie, że do 2035 roku rynek alternatyw dla mięsa, jajek, nabiału i owoców morza będzie wart 290 mld dol. W

tej wartości uwzględniają zarówno produkty oparte na roślinach, jak i różnego rodzaju mikroorganizmach.

– Roślinne produkty nowej generacji to są produkty, które będą zastępować mięso. Mogą to być np. hamburgery, nuggetsy, pulpety, gulasze, kotleciki, więc jest cała gama takich produktów, które obecnie powstają – mówi Joanna Lewandowska. – W sklepach również widać ten trend. Jak wchodzimy do jakiegokolwiek sklepu, jest wydzielona półka na produkty pochodzenia roślinnego. I tutaj głównie mówię o zamiennikach mięsa, ale tak naprawdę to też są zamienniki wszystkich wyrobów mlecznych, np. jogurtów.

Z badania Smart Protein wynika, że spośród alternatyw nabiału Polacy korzystają najczęściej z roślinnego mleka, sera i jogurtu (po ok. 24 proc.). Polscy konsumenci zaznaczyli, że szczególnie chcieliby widzieć na sklepowych półkach roślinne alternatywy kotletów do hamburgerów (34 proc.) i piersi z kurczaka (34 proc.). Równie pożądanymi produktami są roślinny wędzony łosoś (29 proc.) i paluszki rybne (27 proc.). Co istotne, badani Polacy podkreślali, że żywność pochodzenia roślinnego jest zbyt droga i chcieliby również mieć więcej informacji na jej temat.

Choć producenci zauważają, że konsumenci wybierają produkty coraz bardziej świadomie i coraz większą wagę przywiązują do odżywiania, to jednak badanie Fundacji ProVeg

wskazuje, że diecie roślinnej towarzyszy wiele mitów. Co piąty Polak uważa, że jest ona niekorzystna dla zdrowia. Wiele osób jest przekonanych, że dieta roślinna nie jest odpowiednia dla dzieci (56 proc.), kobiet w ciąży (42 proc.), sportowców (36 proc.) i mężczyzn (34 proc.). Badani najczęściej podkreślali, że nie zapewnia ona wystarczającej ilości białka (41 proc.), witamin i minerałów (37 proc.), a 44 proc. uważa, że trudno się nią najeść. Dietetycy ProVeg podkreślają jednak, że te przekonania są błędne. Jedynym składnikiem, którego nie dostarczymy obecnie bezpośrednio z żywności roślinnej, jest witamina B12. Jak przekonują eksperci, bogata i zróżnicowana dieta oparta na żywności roślinnej wspomaga leczenie i zapobieganie wielu współczesnym chorobom cywilizacyjnym, w tym niektórym formom raka, chorobom układu krążenia czy cukrzycy.

– Warto sięgnąć po produkty nowej generacji z trzech zasadniczych powodów, przede wszystkim, jeżeli myślimy o swoim zdrowiu. Są to produkty, które po prostu są dla nas zdrowsze, łatwiej przyswajalne. Po drugie, jeśli myślimy o zrównoważonym rozwoju, naszej planecie, jest to szalenie istotny aspekt. Natomiast po trzecie, dla niektórych osób na pewno takim powodem będą powody etyczne – wymienia ekspertka Givaudan Polska

Polscy konsumenci są gotowi na zmiany i coraz chętniej dokonują zdrowych oraz zrównoważonych wyborów. Niezwykle istotne jest więc informowanie i edukowanie ich na temat produktów roślinnych oraz powiększanie oferty w tym zakresie.

Źródło: Newseria | Fot. Newseria/Pixabay.

Prezes Choiński powołał grupę roboczą w sprawie problemów w deklarowaniu masy netto mięsa przy wystąpieniu naturalnego wycieku

Witold Choiński, prezes zarządu Związku Polskie Mięso zaprasza na pierwsze spotkanie grupy roboczej w sprawie problemów w deklarowaniu masy netto mięsa przy wystąpieniu naturalnego wycieku, które odbędzie się w dniu 6 lipca, godz. 10:00, w budynku przy ul. T. Chałubińskiego 8, sala nr 1, na parterze.

Celem powołania grupy roboczej jest wypracowanie rozwiązań, które mogłyby posłużyć do uregulowania problemów branży mięsnej, handlu i dystrybucji oraz konsumentów wynikające z braku możliwości określenia ilości wycieku osocza mięsnego w zależności do gatunku i rodzaju mięsa.

Wyniki pracy powołanego zespołu zostaną udostępnione wszystkim zainteresowanym stronom i będą mogły stanowić materiał wyjściowy do rozpoczęcia ewentualnego procesu legislacyjnego.

Poniżej pismo ministra Andrzeja Romaniuka, Głównego Inspektora JHARS dotyczące spotkania w sprawie deklarowania masy netto mięsa i występowania tzw. odcieku.

Prosimy o potwierdzeniu udziału w spotkaniu na mail: paulina@polskie-mieso.pl.



GŁÓWNY INSPEKTOR
JAKOŚCI HANDLOWEJ
ARTYKUŁÓW ROLNO-SPOŻYWCZYCH
ANDRZEJ ROMANIUK

Warszawa, 29 czerwca 2022 roku

BKJ.410.2.16.2022

Pan Rafał Romanowski
Sekretarz Stanu
Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi

Szanowny Panie Ministrze,

nawiązując do pisma z dnia 25 maja 2022 r. znak: DEJ.jn.073.9.2022 informuję, że 28 czerwca 2022 r. w siedzibie GIJHARS odbyło się spotkanie w sprawie problemów w deklarowaniu masy netto mięsa przy wystąpieniu naturalnego wycieku zgłaszanych przez producentów mięsa. W spotkaniu udział wzięli przedstawiciele: Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Głównego Inspektoratu Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych, Instytutu Biotechnologii Przemysłu Rolno-Spożywczego, Głównego Urzędu Miar, Polskiej Federacji Producentów Żywności Związek Pracodawców, Stowarzyszenia Rzeźników i Wędliniarzy RP, Unii Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego, Polskiego Związku Hodowców i Producentów Trzody Chlewnej „POLSUS”, Polskiej Organizacji Handlu i Dystrybucji, Krajowej Rady Drobiarstwa – Izba Gospodarcza, Związku POLSKIE MIĘSO – lista uczestników w załączeniu.



Główny Inspektorat Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych
Aleje Jerozolimskie 98, 00-807 Warszawa
www.ijhars.gov.pl tel.: 22 255-78-00 fax: 22 255-78-01



W czasie spotkania omówiono problemy branży mięsnej wynikające z braku możliwości określenia możliwej ilości wycieku osocza mięsnego w zależności do gatunku i rodzaju badanego mięsa. Przedstawiono stanowisko IJHARS w sprawie kontroli oznakowania mięsa w zakresie przekazywania właściwej informacji na opakowaniu jednostkowym o zawartości netto produktu oraz omówiono postępowanie innych krajów UE w tym zakresie.

Widząc potrzebę uregulowania powyższych kwestii, podjęto decyzję o powołaniu grupy roboczej pod przewodnictwem Pana Prezesa Związku Polskie Mięso Witolda Choińskiego

Wyniki pracy powołanego zespołu zostaną udostępnione wszystkim zainteresowanym stronom i będą mogły stanowić materiał wyjściowy do rozpoczęcia ewentualnego procesu legislacyjnego.

Z poważaniem

Andrzej Romaniuk

/podpisano kwalifikowanym podpisem elektronicznym/

Załączniki:

- Lista obecności uczestników spotkania.

Do wiadomości:

- Departament Rolnictwa Ekologicznego i Jakości Żywności – Pani Bożena Pławska.
- Prezes Związku Polskie Mięso Pan Witold Choiński.

Drugie spotkanie z władzami japońskimi w sprawie uznania regionalizacji dotyczącej grypy ptaków w eksporcie mięsa drobiowego

W dniu 29 czerwca 2022 roku odbyło się polsko-japońskie spotkanie w formule online, poświęcone kwestiom dostępu do rynku japońskiego dla mięsa drobiowego i związanej z tym regionalizacji w zakresie grypy ptaków.

W spotkaniu udział wzięli przedstawiciele polskiej ambasady w Tokio, Głównego Inspektoratu Weterynarii, PIWet-PIB w Puławach, Zakładu Higieny Weterynaryjnej w Siedlcach, Krajowej Rady Drobiarstwa - Izby Gospodarczej oraz przedstawiciele japońskiego ministerstwa rolnictwa.

Podczas spotkania zaprezentowano informacje na temat roli instytutu naukowo-badawczego oraz zakładów higieny weterynaryjnej w diagnostyce grypy ptaków w Polsce, zarówno u drobiu hodowlanego jak i dzikiego ptactwa.



Omówiono także rolę stowarzyszeń branżowych w zakresie podnoszenia świadomości producentów nt. zagrożeń związanych z występowaniem grypy ptaków oraz stosowania bioasekuracji.

Kolejnym etapem w prowadzonej procedurze jest audyt w Polsce, który zostanie

przeprowadzony w dniach 1-5 sierpnia br.

Fot. WetGiw.

CENY - KRAJ

Średnie ceny netto zakupu świń rzeźnych za wagę żywą w okresie 19-26.06.2022

CENA [zł/kg]			
MAKROREGIONY	26.06.2022	19.06.2022	Tygodniowa zmiana ceny [%]
POLSKA	6,81	6,71	1,5
REGION PÓŁNOCNY	6,81	6,73	1,1
REGION ŚRODKOWO-WSCHODNI	6,86	6,74	1,7
REGION POŁUDNIOWO-WSCHODNI	6,74	6,66	1,2
REGION ZACHODNI	6,77	6,67	1,5

Średnie miesięczne ceny skupu kurcząt i indyków (typ brojler, w zł/kg)

Miesiące/Regiony	KURCZĘTA				
	POLSKA	Północny	Centralny	Poł-wsch	Zachodni
I 2022	4,45	4,46	4,43	4,81	4,47
II 2022	4,57	4,57	4,54	5,15	4,62
III 2022	5,21	5,29	5,17	6,33	5,20
IV 2022	6,04	6,09	6,03	6,60	5,99
V 2022	6,16	6,17	6,16	6,28	6,15
	INDYKI				
	POLSKA	Północny	Centralny	Poł-wsch	Zachodni
I 2022	6,23	6,13	6,38	6,36	6,29
II 2022	6,69	6,59	6,74	6,95	6,76
III 2022	7,28	7,26	7,33	7,51	7,25
IV 2022	8,21	8,16	8,32	8,30	8,20
V 2022	8,56	8,65	8,54	8,73	8,44

Źródło: MRiRW.

CENY - ŚWIAT

Średnie w UE ceny wieprzowiny – stan na 25 tydzień

EU Prices	Week 25		Evolution since last week	Evolution since last month	Evolution since last year
Average (S-E)	195,2	€/100kg carcass weight	1,1 %	2,0 %	16,1 %
Class S	197,9		0,9 %	1,8 %	15,1 %
Class E	189,9		1,4 %	2,4 %	18,2 %
Piglet	46,7	€/head	0,2 %	-1,1 %	-6,3 %

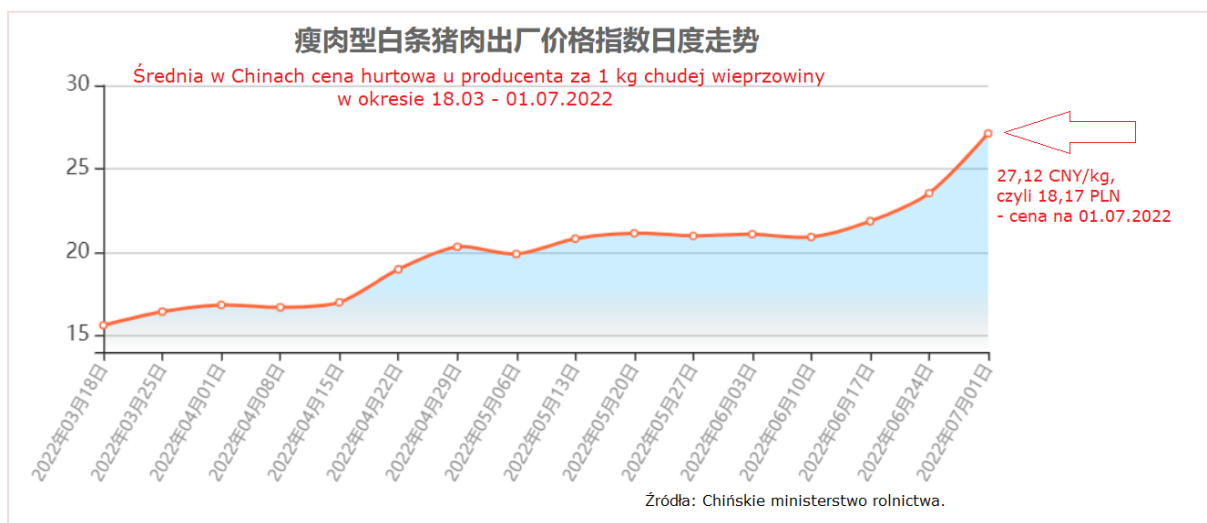
Source: MSs (Weekly communications under Reg. 2017/1185)

EU figures exclude UK (also for years prior to Brexit)

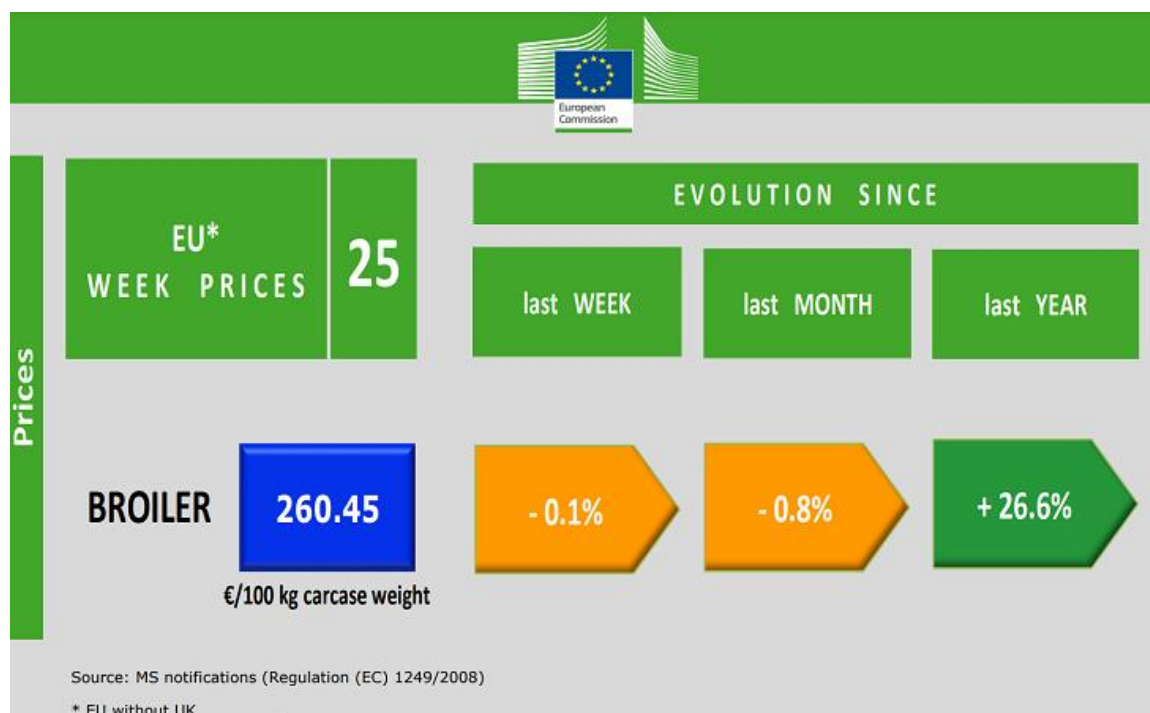
Źródło: Komisja Europejska.

Cena wieprzowiny w Chinach u producenta

Średnia w Chinach cena hurtowa u producenta za 1 kg chudej wieprzowiny 1 lipca 2022 roku wyniosła 27,12 CNY, czyli 18,17 PLN.



Średnie w UE ceny brojlerów – stan na 25 tydzień



Źródło: Komisja Europejska.

Uwaga:

Następny numer Biuletynu zostanie przesłany 18 lipca 2022 roku.

* * *

Redakcja Biuletynu
Związek Polskie Mięso
oraz
Mięsne Fakty Wołowe

Ul. Chałubińskiego 8
00-613 Warszawa

Tel: +48 22 830 26 56
Fax: +48 22 830 16 48

info@polskie-mieso.pl

www.polskie-mieso.pl



@PolskieMieso

<https://twitter.com/PolskieMieso>

Biuletyn przygotował Jacek Strzelecki
jacek@polskie-mieso.pl

©Związek Polskie Mięso

* * *

Nota redakcyjna:
Publikowane materiały mają wyłącznie charakter informacyjny.