



Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi

Departament Rynków Rolnych i Transformacji
Energetycznej Obszarów Wiejskich

Warszawa, 07 lipca 2025 r.
znak sprawy: DRE.pr.711.13.2025

Pan
Marek Wojciechowski
Wicemarszałek Województwa Lubelskiego

Dotyczy: wsparcia producentów chmielu.

Szanowny Panie Marszałku,

w nawiązaniu do pisma z dnia 14 maja 2025 r. znak: RR-VII.052.2.3.2025 dotyczącego postulatów w odniesieniu do rynku chmielu Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi informuje, że na bieżąco analizuje sytuację na tym rynku.

Popyt na chmiel do produkcji piwa kształtuje rynek. Powierzchnia uprawy chmielu w Polsce wynosi ok. 1,5 tys. ha. Produkcja piwa w Polsce wykazuje tendencję spadkową - w 2024 r. wyniosła blisko 38 mln hl. Plantatorzy odczuwają spadek cen oraz problemy ze sprzedażą chmielu nieobjętego umowami kontraktacji.

Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi stale zachęca producentów rolnych do organizowania się, jak i do zawierania długoterminowych umów na dostarczanie produktów rolnych zarówno wśród rolników, jak i podmiotów nabywających produkty rolne¹.

Organizacje producentów tworzone są z inicjatywy samych producentów uprawiających chmiel. Ta forma współpracy pozwala na realizację wspólnych działań celem stabilizacji poziomu dochodów swoich członków-rolników poprzez planowanie i dostosowywanie ich produkcji do popytu czy oferowanie pomocy specjalistycznej lub technicznej.

W trakcie prac Polskiej Prezydencji w Radzie UE w I półroczu 2025 r., wypracowaliśmy uzgodnione wspólne stanowisko z państwami członkowskimi do projektu rozporządzenia dotyczącego zmian obecnych ram prawnych określonych w rozporządzeniu 1308/2013 ustanawiającego wspólną organizację rynków produktów rolnych (WORR) w zakresie wzmocnienia rolników w łańcuchu dostaw żywności, m.in. wprowadziliśmy:

- obowiązek zawierania pisemnych umów z rolnikami,

¹ Przykładowy, uniwersalny, wzór umowy kontraktacji, opracowany wspólnie przez MRiRW, UOKiK, KOWR oraz przedstawicieli sektora rolnego znajduje się na stronie internetowej MRiRW:
<https://www.gov.pl/web/rolnictwo/umowa-kontraktacji-w-sektorze-owocow>

- klauzulę rewizyjną dla umów długoterminowych,
- utrzymanie zasady swobodnego i przejrzystego kształtowania cen,
- ułatwienia przy uznawaniu organizacji producentów.

Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi regularnie organizuje spotkania z uczestnikami rynku chmielu, aby zacieśnić ich współpracę w celu zwiększenia przerobu polskiego chmielu w Polsce. Ścisła współpraca podmiotów działających na rynku chmielu przyczyniłaby się do zaoferowania plantatorom lepszych warunków sprzedaży chmielu oraz czerpania zysków z większej skali przetwórstwa chmielu przez polskich producentów granulatów i ekstraktów. Polska jest dużym eksporterem netto chmielu nieprzetworzonego, a jednocześnie importem netto produktów chmielowych wykorzystywanych do produkcji piwa.

W kwestii wykorzystania rodzimych odmian chmielu na potrzeby browarnictwa informujemy, że w Polsce uprawia się obecnie ponad dwadzieścia odmian chmielu zarówno w typie aromatycznym, jak i goryczkowym. Struktura nasadzeń jest zrównoważona – 53,5% areału zajmują odmiany goryczkowe, a 46,5% odmiany aromatyczne. Największy areał zajmuje niemiecka, goryczkowa odmiana Magnum, a jej surowiec jest szeroko wykorzystywany przez przemysł browarniczy. Cztery główne odmiany chmielu uprawiane w Polsce [Magnum, Lubelski, Magnat, Marynka] zajmują łącznie 85% całego areału. W poszukiwaniu ciekawych i oryginalnych nut smakowo zapachowych głównie na potrzeby małych browarów rzemieślniczych, czy regionalnych przywrócono do uprawy zapomniane już odmiany polskie takie jak: Oktawia, Tomyski, Książęcy, Izabella, czy Nadwiślański. Wprowadzono również do uprawy poszukiwane przez browary odmiany amerykańskie (Cascade, Chinook, Nugget, Willamette), a także czeską odmianę Žatecki. Odmiany te są uprawiane na niewielką skalę, na powierzchniach nie przekraczających kilku ha, często jedynie przez pojedynczych producentów chmielu. Jednak, sam fakt zwiększania asortymentu uprawianych odmian świadczy o dużej determinacji producentów chmielu w Polsce w dążeniu do zaspokojenia różnorodnych potrzeb odbiorców surowca chmielowego.

Promowanie polskiej żywności na krajowym, europejskich, jak i na światowych rynkach zbytu jest jednym z priorytetowych działań Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi [MRiRW]. Mając na celu zwiększenie konkurencyjności polskiej żywności w kraju i na rynkach zagranicznych, Ministerstwo i podległy mu Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa, wdrażają spójne działania informacyjne i promocyjne dotyczące polskiej żywności wysokiej jakości. Promocja produktów rolno-spożywczych odbywa się poprzez organizowanie stoisk informacyjno-promocyjnych podczas krajowych i zagranicznych wydarzeń wystawienniczo- targowych. MRiRW prowadzi także kampanie informacyjno-promocyjne dotyczące polskiej żywności wysokiej jakości, w których podkreślane jest bezpieczeństwo żywności, jej identyfikowalność i powtarzalność cech jakościowych. W 2025 roku producenci piwa i chmielu będą mogli zaprezentować swoje produkty na większości wydarzeń targowo wystawienniczych podczas których MRiRW i KOWR organizuje stoiska narodowe.

Dodatkowo, w ramach Planu Strategicznego dla Wspólnej Polityki Rolnej na lata 2023–2027 istnieją możliwości wsparcia grupy producentów w zakresie interwencji:

- a) I.13.3 „Promowanie, informowanie i marketing dotyczący żywności wytwarzanej w ramach systemów jakości żywności” oraz
- b) I.13.4 „Rozwój współpracy producentów w ramach systemów jakości żywności”.

Szczegółowe informacje dotyczące ww. inwestycji zostały umieszczone w załączniku do pisma.

W kwestii inwestycji z Krajowego Planu Odbudowy i Zwiększania Odporności informujemy, że nabory wniosków na „Wymianę słupów nośnych impregnowanych kreozotem na plantacjach chmielu” zostały zakończone. W ramach naboru przeprowadzonego w terminie 15.02-31.03.2023 złożono łącznie 209 wniosków, z czego zawarto 157 umów na kwotę 37,56 mln zł.

Ponadto plantatorom chmielu przysługuje wsparcie w ramach płatności bezpośrednich w postaci płatności związanych z produkcją.

Z wyrazami szacunku

Joanna Trybus
zastępca dyrektora
Departament Rynków Rolnych i
Transformacji Energetycznej
Obszarów Wiejskich
/podpisano elektronicznie/

Załączniki:

Informacje dotyczące wsparcia w ramach Planu Strategicznego dla Wspólnej Polityki Rolnej na lata 2023–2027 dla grupy producentów w zakresie interwencji I.13.3 oraz I.13.4

Do wiadomości:

Pan Krzysztof Komorowski- Wojewoda Lubelski; Lubelski Urząd Wojewódzki w Lublinie

Klauzula informacyjna o zasadach przetwarzania Państwa/Pani/Pana danych osobowych dostępna jest pod adresem:
www.gov.pl/rolnictwo/polityka-przetwarzania-danych-osobowych

Załącznik nr 1 Informacje dotyczące możliwości skorzystania z inwestycji na promocję chmielu.

Działania informacyjne i promocyjne mają na celu przede wszystkim:

- kształtowanie pozytywnego wizerunku polskiej żywności,
- zwiększanie rozpoznawalności marki polskiej żywności w kraju i na rynkach zagranicznych,
- zwiększenie wartości eksportu polskiej żywności, w tym dywersyfikacja i otwieranie nowych rynków zbytu, ze szczególnym uwzględnieniem rynków państw trzecich o największym potencjale wzrostu.

W celu kreowania pozytywnego wizerunku polskiej żywności, a także zwiększania konkurencyjności polskiego sektora spożywczego, MRiRW oraz KOWR realizują działania mające na celu promocję produktów rolno-spożywczych poprzez organizowanie stoisk informacyjno-promocyjnych podczas krajowych i zagranicznych wydarzeń wystawienniczo - targowych.

Dzięki temu zarówno w kraju jak i za granicą budowana jest silna i rozpoznawalna marka polskiej żywności. MRiRW prowadzi także kampanie informacyjno- promocyjne dotyczące polskiej żywności wysokiej jakości, w których podkreślane jest bezpieczeństwo żywności, jej identyfikowalność i powtarzalność cech jakościowych.

Podkreślić należy, że w 2025 roku producenci piwa i chmielu będą mogli zaprezentować swoje produkty na większości wydarzeń targowo wystawienniczych podczas których MRiRW i KOWR organizuje polskie stoiska narodowe. Istnieją możliwości wsparcia grupy producentów w ramach Planu Strategicznego dla Wspólnej Polityki Rolnej na lata 2023–2027 w zakresie interwencji:

- a) I. 13.3 „Promowanie, informowanie i marketing dotyczący żywności wytwarzanej w ramach systemów jakości żywności” oraz
- b) I. 13.4 „Rozwój współpracy producentów w ramach systemów jakości żywności”.

Ze środków I. 13.3 mogą skorzystać grupy producentów o dowolnej formie organizacyjno-prawnej, które składają się co najmniej z dwóch członków, którzy wytwarzają produkty rolne lub środki spożywcze w ramach unijnych lub krajowych systemów jakości. Wsparcie jest realizowane w formie refundacji do 70% kosztów kwalifikowalnych poniesionych w związku z przeprowadzeniem operacji o charakterze informacyjno-promocyjnomarketingowej dotyczącej ww. produktów, która będzie mogła być prowadzona w okresie 2 lat.

Refundacji mogą podlegać następujące koszty:

- 1) reklamy w mediach, w szczególności w Internecie, telewizji, radiu lub prasie;
- 2) promocji w punktach sprzedaży;

- 3) przygotowania stoisk;
- 4) materiałów reklamowych;
- 5) udziału w pokazach, wystawach lub targach;
- 6) organizacji szkoleń lub konferencji;
- 7) przygotowania, administrowania stroną internetową, prowadzenia profilu beneficjenta w mediach społecznościowych do celów związanych z realizacją operacji, lub innych prowadzonych działań w Internecie realizowanych przez podmioty niebędące członkami grupy producentów;
- 8) najmu powierzchni reklamowej;
- 9) wynagrodzenia dostawców towarów lub usług realizowanych przez podmioty niebędące członkami grupy producentów;
- 10) najmu środków trwałych albo amortyzacji zakupionych środków trwałych, w przypadku gdy zakup jest bardziej opłacalny lub najem jest niemożliwy;
- 11) poniesionych poza siedzibą beneficjenta:
 - a) podróży samolotem w klasie ekonomicznej, koleją lub innym publicznym środkiem transportu w II klasie,
 - b) podróży samochodem, przy czym koszt podróży za 1 kilometr ustala się do wysokości stawki określonej w przepisach w sprawie warunków ustalania oraz sposobu dokonywania zwrotu kosztów używania do celów służbowych samochodów osobowych, motocykli i motorowerów niebędących własnością pracodawcy, obowiązującej w dniu ich poniesienia,
 - c) zakwaterowania, wyżywienia oraz przejazdów – do wysokości określonych zgodnie z przepisami w sprawie należności przysługujących pracownikowi zatrudnionemu w państwowej lub samorządowej jednostce sfery budżetowej z tytułu podróży służbowej, obowiązujących w dniu ich poniesienia;
- 12) wytworzenia bezpośrednio przez beneficjenta produktów rolnych lub środków spożywczych będących przedmiotem operacji, wykorzystanych do degustacji w ramach realizowanej operacji, z wyłączeniem kosztu marży;
- 13) tłumaczeń, których wykonanie jest niezbędne do zrealizowania operacji;
- 14) podatku od towarów i usług (VAT), na zasadach określonych w wytycznych podstawowych;
- 15) wynagrodzenia podmiotów zarządzających kampaniami marketingowymi (w przypadku realizacji kampanii marketingowej przez podmiot zarządzający kampaniami marketingowymi) w wysokości 5% sumy kosztów kwalifikowalnych, o których mowa w

pkt 1-14 i nie więcej niż 20 000 zł na całą operację, wykazanych na fakturze wystawionej przez podmiot zarządzający kampanią marketingową, którą oblicza się na podstawie kosztów wynikających z dokumentów księgowych wystawionych przez pierwotnych dostawców towarów i usług.

Maksymalna możliwa do uzyskania kwota wsparcia na jedną operację wynosi 1 750 000 zł. I nabór został zakończony w marcu 2024 r. Obecnie trwa proces podpisywania umów z beneficjentami. Kolejny nabór wniosków zaplanowany został na I połowę 2026 r.

W trakcie realizacji PS WPR 2023-2027 jeden beneficjent będzie mógł otrzymać wsparcie nie więcej niż dwa razy.

Budżet interwencji 13.4 to 21 mln euro. Ukierunkowuje wsparcie do podmiotów działających na rzecz rozwoju współpracy producentów ramach unijnych i krajowych, które składają się z co najmniej 5 członków (w tym co najmniej 4 musi być rolnikami), którzy wytwarzają produkty rolne lub środki spożywcze w ramach unijnych lub krajowych systemów jakości systemów jakości żywności.

Wsparcie przyznawane jest na okres 4 lat i obejmuje dwa obszary:

- a) zarządzanie współpracą – ryczałt dotyczący zarządzania wspólnymi działaniami w danym systemie jakości żywności (100%) oraz
- b) refundacja do 70% kosztów kwalifikowalnych wynikających z planu rozwoju współpracy w danym systemie jakości żywności, której wysokość nie może przekroczyć 200 000 zł w okresie 4 lat.

Maksymalna kwota pomocy dla beneficjenta w okresie 4 lat nie może przekroczyć kwoty 680 000 zł. I nabór wniosków zakończony został w listopadzie 2024 r. Kolejny nabór wniosków planowany jest w IV kwartale 2025 r.

Mechanizm „Wsparcie działań promocyjnych i informacyjnych na rynkach wybranych produktów rolnych” jest mechanizmem Wspólnej Polityki Rolnej, w ramach którego Unia Europejska przewiduje się wspieranie działalności promocyjnej i informacyjnej prowadzonej na rynku produktów żywnościowych.

Mechanizm WPR „Wsparcie działań promocyjnych i informacyjnych na rynkach wybranych produktów rolnych” funkcjonuje w oparciu o rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1144/2014 w sprawie działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących produktów rolnych wdrażanych na rynku wewnętrznym i w państwach trzecich oraz uchylające rozporządzenie Rady (WE) nr 3/2008;

Unia Europejska za pomocą ww. mechanizmu 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.

Działania informacyjne i promocyjne mogą obejmować następujące produkty:

- a) produkty wymienione w załączniku I do TFUE, z wyjątkiem tytoniu;
- b) produkty wymienione w załączniku I do rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1144/2014, w tym piwo.
- c) napoje spirytusowe o chronionym oznaczeniu geograficznym na mocy rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 110/2008.

O dofinansowanie mogą ubiegać się organizacje zrzeszające producentów, przetwórców i dystrybutorów, które są reprezentatywne dla danej branży rolnej, jak również organizacje producentów lub ich zrzeszenia oraz inne organy sektora rolno-spożywczego, których celem i przedmiotem działalności jest promocja i informowanie o produktach rolnych.

Dofinansowanie działań informacyjnych lub promocyjnych w ramach ww. mechanizmu wynosi:

- do 70% w przypadku prostych programów (program złożony przez jedną organizację lub większą liczbę tych organizacji, pochodzących z tego samego państwa) skierowanych na rynek wewnętrzny;
- do 80% w przypadku prostych programów skierowanych na rynek krajów trzecich i dla programów „multi” (program, w którym uczestniczy wiele państw, składany przez co najmniej dwie organizacje pochodzące z co najmniej dwóch państw członkowskich) skierowanych na rynek wewnętrzny i rynek krajów trzecich.

Jednocześnie należy zaznaczyć, że ww. mechanizm jest mechanizmem unijnym w związku z czym Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi nie uczestniczy w przyznawaniu środków w ramach tego mechanizmu, jak również nie prowadzi oceny efektywności dofinansowanych programów.