

Warszawa, dnia 16 lipca 2026 r.

Aktualna sytuacja sektora drobiarskiego: od ochrony „polskiej gęsi owsianej” po ekspansję na rynkach azjatyckich

Perspektywy nadania „polskiej gęsi owsianej” unijnego Chronionego Oznaczenia Geograficznego, rozwój eksportu mięsa drobiowego na rynki Azji Południowo-Wschodniej oraz sprzeciw wobec planów ograniczenia unijnych wydatków na promocję artykułów rolno-spożywczych to główne tematy śniadania prasowego Krajowej Rady Drobiarstwa – Izby Gospodarczej, które odbyło się 16 lipca 2026 r. w Warszawie.

„Polska gęś owsiana” czeka na unijne oznaczenie

Najważniejszym tematem spotkania była trwająca procedura nadania „polskiej gęsi owsianej” unijnego Chronionego Oznaczenia Geograficznego. To produkt o unikalnym systemie produkcji, silnie zakorzeniony w polskiej tradycji rolniczej i gastronomicznej, a jego renoma wynika zarówno z wielopokoleniowego doświadczenia hodowców, jak i charakterystycznego, utrwalonego modelu chowu. O przyznanie europejskiej ochrony nazwy KRD-IG zabiega wspólnie z Ministerstwem Rolnictwa i Rozwoju Wsi.

– Liczymy na szybkie zakończenie procedury rejestracyjnej, ponieważ będzie to ważny krok dla całego sektora drobiarskiego, w tym producentów gęsiny. Uzyskanie oznaczenia wzmocni stabilność rynku oraz umożliwi dalszy rozwój i promocję tego wyjątkowego produktu w kraju i na rynkach granicą zagranicznych - podkreślił Dariusz Goszczyński, Prezes KRD-IG.

Gęsina to produkt o ugruntowanej pozycji rynkowej i realnym znaczeniu eksportowym. W 2025 roku Polska wyprodukowała ok. 18 tys. ton mięsa gęsiego i pozostaje jednym z głównych producentów w całej Unii Europejskiej. Eksport tego mięsa w ubiegłym roku wyniósł ok. 12,5 tys. ton i trafił do ponad 30 krajów. Największymi odbiorcami pozostają Niemcy, Francja, Hongkong i Wielka Brytania.

Jak zaznaczono podczas spotkania, objęcie nazwy ochroną na poziomie Unii Europejskiej może dodatkowo zwiększyć konkurencyjność „polskiej gęsi owsianej” na rynkach zagranicznych.

Jesteśmy przekonani, że dzięki swoim wyjątkowym walorom ten tradycyjny produkt wkrótce oficjalnie dołączy do grona produktów objętych unijnymi oznaczeniami geograficznymi.

Rynki azjatyckie coraz ważniejszym kierunkiem eksportu

Drugim tematem śniadania prasowego były perspektywy rozwoju eksportu polskiego mięsa drobiowego do krajów Azji Południowo-Wschodniej. KRD-IG realizuje obecnie kampanię promocyjną na rynkach Korei Południowej, Wietnamu i Filipin, a jej efekty są już widoczne w statystykach handlowych.

Na Filipiny w 2025 r. wyeksportowano ponad 45 tys. ton polskiego mięsa drobiowego, a w pierwszych czterech miesiącach 2026 r. już 13,7 tys. ton. Tempo rozwoju sprzedaży na ten rynek i dynamika wzrostu jest imponująca. Jeszcze w 2023 r. Polska nie eksportowała tam mięsa drobiowego, natomiast w 2024 r. eksport osiągnął poziom 27 tys. ton.

W przypadku Korei Południowej, choć eksport dopiero nabiera tempa, początek współpracy jest optymistyczny. W 2025 r. eksport wyniósł 245 ton, a w pierwszych czterech miesiącach 2026 r. już 177 ton. Nawiązaliśmy również współpracę z Japonią, do której zmierzają już pierwsze transporty mięsa drobiowego.

Uczestnicy spotkania podkreślali, że dywersyfikacja kierunków sprzedaży jest dla branży koniecznością. Rynek Unii Europejskiej pozostaje kluczowy, jednak polska branża drobiarska musi konsekwentnie rozwijać sprzedaż na rynkach państw trzecich.

Sprzeciw wobec cięć w unijnym budżecie na promocję

W tym kontekście niepokój branży budzi propozycja Komisji Europejskiej zakładająca ograniczenie wydatków na unijne programy promocji produktów rolno-spożywczych o nawet 40 proc. W ocenie KRD-IG planowane cięcia mogą osłabić konkurencyjność europejskich producentów na rynkach międzynarodowych.

Jak podkreśla Dariusz Goszczyński, z jednej strony Komisja Europejska zachęca producentów do aktywności na rynkach państw trzecich, z drugiej natomiast proponuje znaczące ograniczenie środków przeznaczonych na promocję produktów rolno-spożywczych. Zdaniem Prezesa KRD-IG skuteczna promocja jest jednym z kluczowych elementów budowania konkurencyjności polskiej żywności na rynkach zagranicznych. Działania promocyjne muszą przy tym iść w parze z realiami handlowymi, w tym z utrzymaniem cen na poziomie

pozwalającym skutecznie konkurować, przy jednoczesnym uwzględnieniu kwestii środowiskowych i dobrostanu zwierząt.

Krajowa Rada Drobiarstwa – Izba Gospodarcza

**KRAJOWA RADA DROBIARSTWA – IZBA GOSPODARCZA
WIODĄCA ORGANIZACJA SEKTORA DROBIARSKIEGO W POLSCE**

Działa nieprzerwanie od ponad 30 lat i zrzesza ponad 110 członków reprezentujących hodowlę, reprodukcję i wylęgi, produkcję towarową drobiu i jaj, a także produkcję i sprzedaż mięsa drobiowego oraz jego przetworów i jaj konsumpcyjnych, produkcję pasz dla drobiu, produkcję towarzyszącą. Podmioty zrzeszone w KRD-IG posiadają łącznie blisko 70% udziału w rynku krajowym oraz około 90% udziału w eksporcie. KRD-IG prowadzi szeroką działalność dydaktyczną i naukową związaną z sektorem drobiarskim.

Celem działalności KRD-IG jest m.in. stały rozwój i unowocześnianie polskiego drobiarstwa, ochrona interesów hodowców i producentów drobiu oraz przetwórców mięsa drobiowego, ich integracja, reprezentowanie krajowego drobiarstwa wobec władz państwowych i organizacji pozarządowych. Ponadto na podstawie upoważnienia Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi KRD-IG podejmuje zadania z zakresu konstrukcji i realizacji programów hodowlanych, wykonywania oceny wartości użytkowej i hodowlanej drobiu, prowadzenia ksiąg hodowlanych i rejestrów mieszkańców drobiu.