

INFORMACJA

o posiedzeniu **Komisji Rolnictwa i Rozwoju Wsi**

nr posiedzenia: **37**

data posiedzenia: **20 września 2016 r.**

Porządek posiedzenia:

1. Informacja Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi na temat programu rozwoju głównych rynków rolnych w Polsce na lata 2016–2020.

Posiedzeniu przewodniczył:

przewodniczący komisji Jerzy Chróścikowski.

W posiedzeniu uczestniczyli:

senatorowie członkowie komisji:

Przemysław Błaszczyk, Waldemar Bonkowski, Margareta Budner, Jerzy Chróścikowski, Wiesław Kilian, Józef Łyczak, Zdzisław Pupa, Marian Poślednik, Tadeusz Romańczuk,

goście, m.in.:

Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi:

sekretarz stanu Jacek Bogucki ze współpracownikami,

Agencja Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa:

dyrektor Departamentu Analiz i Sprawozdawczości Przemysław Szydłowski,

Agencja Rynku Rolnego:

dyrektor Biura Interwencji Michał Wójciak,

przedstawiciele Wojewódzkiego Inspektoratu Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych w Kielcach, Krajowej Federacji Hodowców Drobiu i Producentów Jaj, Krajowej Unii Producentów Soków, Polskiej Federacji Hodowców Bydła i Producentów Mleka.

Ad 1.

Informację przedstawił sekretarz stanu w Ministerstwie Rolnictwa i Rozwoju Wsi Jacek Bogucki. Poinformował, że celem programu jest wypracowanie klarownej dla uczestników rynku koncepcji długofalowego działania, mającej zapewnić realizację zidentyfikowanych celów umożliwiających rozwój krajowego sektora rolno-żywnościowego. Projekt programu ma także na celu usystematyzowanie oraz zebranie informacji o obecnie podejmowanych inicjatywach oraz kierunkach działań umożliwiających rozwój rynków rolnych w Polsce. Program koncentruje się na dziewięciu rynkach rolnych, tj. rynkach: zbóż, rzepaku, wieprzowiny, wołowiny, drobiu, mleka i przetworów mlecznych, cukru, owoców i warzyw oraz tytoniu.

W trakcie dyskusji pytano, jakie rząd prowadzi działania, aby zwiększyć rynki zbytu dla polskich produktów rolnych. Wskazywano, że wspólne wyzwanie dla rynków rolnych to poprawa współpracy w ramach łańcucha marketingowego, dostosowanie skali, struktury i efektywności produkcji do potrzeb i wymogów rynku oraz kreowanie właściwego przekazu

dotyczącego oferowanych produktów kierowanego do odbiorców i konsumentów.

Opracowano w BPS