Parlament Europejski
2024-2029

Komisja Rolnictwa i Rozwoju Wsi

2025/2089(INI)

3.3.2026

PROJEKT SPRAWOZDANIA

w sprawie wdrażania polityki promowania unijnych produktów rolno-spożywczych po reformie z 2014 r.
(2025/2089(INI))

Komisja Rolnictwa i Rozwoju Wsi

Sprawozdawca: Salvatore De Meo

SPIS TREŚCI

Strona

PROJEKT REZOLUCJI PARLAMENTU EUROPEJSKIEGO 3

UZASADNIENIE 8

PROJEKT REZOLUCJI PARLAMENTU EUROPEJSKIEGO

w sprawie wdrażania polityki promowania unijnych produktów rolno-spożywczych po reformie z 2014 r.
(2025/2089(INI))

Parlament Europejski,

– uwzględniając rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1144/2014 z dnia 22 października 2014 r. 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,

– uwzględniając badanie Biura Analiz Parlamentu Europejskiego z grudnia 2025 r. pt. „Evaluation of EU agri-food promotion policy: Insights and lessons learnt – European Implementation Assessment" [Ocena polityki promowania unijnych produktów rolno-spożywczych: spostrzeżenia i wyciągnięte wnioski – ocena wdrażania na szczeblu europejskim],

– uwzględniając zapowiedzianą we wrześniu 2025 r. przez Komisję Europejską kampanię promującą kupowanie żywności wyprodukowanej w Europie,

– uwzględniając komunikat Komisji do Parlamentu Europejskiego i Rady pt. „Europejski plan walki z rakiem" (COM(2021)0044),

– uwzględniając badanie Biura Analiz Parlamentu Europejskiego z sierpnia 2022 r. pt. „Farm certification schemes for sustainable agriculture – State of play and overview in the EU and in key global production countries, concepts and methods" [Systemy certyfikacji gospodarstw rolnych na rzecz zrównoważonego rolnictwa – aktualna sytuacja i przegląd w UE i w krajach będących kluczowymi światowymi producentami – koncepcje i metody],

– uwzględniając sprawozdanie Komisji dla Parlamentu Europejskiego i Rady dotyczące stosowania rozporządzenia 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 (COM(2021)0049),

– uwzględniając rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2021/2115 z dnia 2 grudnia 2021 r. ustanawiające przepisy dotyczące wsparcia planów strategicznych sporządzanych przez państwa członkowskie w ramach wspólnej polityki rolnej (planów strategicznych WPR) i finansowanych z Europejskiego Funduszu Rolniczego Gwarancji (EFRG) i z Europejskiego Funduszu Rolnego na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich (EFRROW) oraz uchylające rozporządzenia (UE) nr 1305/2013 i (UE) nr 1307/2013,

– uwzględniając dokument roboczy służb Komisji dotyczący oceny wpływu unijnej polityki promowania rolnictwa na rynki wewnętrzne i rynki państw trzecich (SWD(2020)0399),

– uwzględniając badanie Komisji Europejskiej, Deloitte, IPSOS i Tetratech International Development z lipca 2020 r. pt. „Evaluation support study of the EU agricultural promotion policy, internal and third country markets” [Badanie wspierające ocenę unijnej polityki promowania rolnictwa – rynki wewnętrzne i rynki państw trzecich], Urząd Publikacji,

– uwzględniając rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2024/1143 z dnia 11 kwietnia 2024 r. w sprawie oznaczeń geograficznych w odniesieniu do wina, napojów spirytusowych i produktów rolnych oraz gwarantowanych tradycyjnych specjalności i określeń jakościowych stosowanych fakultatywnie w odniesieniu do produktów rolnych, zmieniające rozporządzenia (UE) nr 1308/2013, (UE) 2019/787 i (UE) 2019/1753 oraz uchylające rozporządzenie (UE) nr 1151/2012,

– uwzględniając rozporządzenie wykonawcze Komisji (UE) 2015/1831 z dnia 7 października 2015 r. ustanawiające zasady stosowania rozporządzenia 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,

– uwzględniając rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2021/2117 z dnia 2 grudnia 2021 r. zmieniające rozporządzenia (UE) nr 1308/2013 ustanawiające wspólną organizację rynków produktów rolnych, (UE) nr 1151/2012 w sprawie systemów jakości produktów rolnych i środków spożywczych, (UE) nr 251/2014 w sprawie definicji, opisu, prezentacji, etykietowania i ochrony oznaczeń geograficznych aromatyzowanych produktów sektora wina i (UE) nr 228/2013 ustanawiające szczególne środki w dziedzinie rolnictwa na rzecz regionów najbardziej oddalonych w Unii Europejskiej,

– uwzględniając decyzję wykonawczą Komisji z 15 grudnia 2025 r. w sprawie finansowania prowadzonych na rynku wewnętrznym i w państwach trzecich działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących produktów rolnych oraz w sprawie przyjęcia programu prac na 2026 r.,

– uwzględniając decyzję wykonawczą Komisji z 12 grudnia 2024 r. w sprawie finansowania prowadzonych na rynku wewnętrznym i w państwach trzecich działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących produktów rolnych oraz w sprawie przyjęcia programu prac na 2025 r.,

– uwzględniając komunikat Komisji z 19 lutego 2025 r. pt. „Wizja dla rolnictwa i żywności – Wspólne kształtowanie unijnego sektora rolnego i spożywczego, atrakcyjnego dla przyszłych pokoleń” (COM(2025)0075),

– uwzględniając art. 55 Regulaminu,

– uwzględniając sprawozdanie Komisji Rolnictwa i Rozwoju Wsi (A10-0000/2026),

A. mając na uwadze, że w 2025 r. na politykę promowania rolnictwa uruchomiono budżet w wysokości 132 mln EUR, który rozdzielono między programy proste i programy, w których uczestniczy wiele państw, oraz że polityka ta jest podstawowym narzędziem służącym wzmacnianiu konkurencyjności europejskich sektorów rolnictwa na rynkach wewnętrznych i międzynarodowych, w szczególności dzięki wspieraniu działań

zbiorowych;

B. mając na uwadze, że programy, w których uczestniczy wiele państw i na które w 2025 r. przeznaczono kwotę około 40 mln EUR, sprzyjają współpracy między państwami członkowskimi i przyczyniają się do rozwoju partnerstw między beneficjentami programu, przez co wzmacniają integrację rynku wewnętrznego;

C. mając na uwadze, że w latach 2016-2024 zapotrzebowanie na finansowanie programów promocyjnych, zwłaszcza w państwach trzecich, regularnie przekraczało przydzielone środki, a część środków przeznaczona na programy, w których uczestniczy wiele państw, zmniejszyła się w latach 2021–2024, co wskazuje na strukturalną nierównowagę między potrzebami a dostępnymi zasobami;

D. mając na uwadze, że środki przeznaczone na niektóre inicjatywy, takie jak promowanie ekologicznych i zrównoważonych produktów w państwach trzecich, są często niedostatecznie wykorzystywane, podczas gdy w przypadku innych produktów odnotowuje się znaczną nadwyżkę popytu, co wskazuje na potrzebę lepszego dostosowania do obecnej rzeczywistości rynkowej;

E. mając na uwadze, że małe i średnie przedsiębiorstwa lub reprezentujące je organizacje stanowią trzy czwarte próby wykorzystanej w badaniu oraz że podmioty te muszą stawić czoła rosnącym kosztom produkcji i ograniczonym zdolnościom inwestycyjnym, co sprawia, że należy wzmocnić sprawiedliwy, uproszczony i proporcjonalny dostęp do mechanizmów promocji;

F. mając na uwadze, że od 2021 r. część środków finansowych przeznacza się na kategorie takie jak zrównoważony rozwój i zdrowe odżywianie i jednocześnie nadaje się wartość gospodarczą produktom europejskim;

G. mając na uwadze, że ponad połowa beneficjentów, którzy wzięli udział w badaniu przeprowadzonym przez EPRS, uważa, że hasło „Enjoy, it's from Europe" (Smacznego, to z Europy) w znacznym stopniu przyczyniło się do poprawy rozpoznawalności produktów, zwłaszcza w państwach trzecich, w których renoma europejskich znaków towarowych i znaków pochodzenia wciąż jest mniejsza niż w Unii;

H. mając na uwadze, że rynki rolne (zwłaszcza w państwach trzecich) są narażone na gwałtowne wahania gospodarcze i geopolityczne, a programy proste zarządzane na szczeblu krajowym mają często bardziej ograniczone zdolności przystosowawcze w porównaniu z programami, w których uczestniczy wiele państw, co wymaga wzmocnienia elastyczności i mechanizmów reorientacji budżetu;

I. mając na uwadze, że złożone procedury administracyjne stanowią istotne przeszkody dla znacznej części podmiotów, a w szczególności dla podmiotów znajdujących się na obszarach wiejskich, które to podmioty potrzebują większego uproszczenia zapewniającego skuteczność finansowania publicznego;

J. mając na uwadze, że dla podmiotów znajdujących się na górskich obszarach wiejskich lub na obszarach wiejskich o niekorzystnych warunkach programy promocyjne są ważnym narzędziem służącym utrzymaniu zatrudnienia, działalności gospodarczej i spójności terytorialnej;

Zalecenia

Finansowanie

1. podkreśla, że programy, w których uczestniczy wiele państw i które umożliwiają współpracę między państwami członkowskimi, mają duże znaczenie, wobec czego należy przeznaczyć na nie większą pulę środków finansowych;

2. zauważa, że należy umożliwić przenoszenie środków finansowych między programami i sektorami w sposób odpowiadający potrzebom podmiotów, lecz nienaruszający przewidywalności i stabilności ram finansowych;

3. podkreśla, że polityka promocyjna jest ważna we wspieraniu małych i średnich przedsiębiorstw, które borykają się z wysokimi kosztami produkcji i ograniczonymi zdolnościami inwestycyjnymi;

4. zauważa, że polityka promocyjna musi być dostępna dla wszystkich producentów rolnych, ze szczególnym uwzględnieniem małych i średnich przedsiębiorstw, dzięki czemu nie będą one zniechęcane złożonością procedur biurokratycznych i administracyjnych;

5. podkreśla, że należy nadal przeznaczać specjalne środki na wspieranie wywozu i wprowadzania do obrotu produktów objętych programami promocyjnymi, ze szczególnym uwzględnieniem państw trzecich, ponieważ zagwarantowałoby to większą widoczność i większą konkurencyjność sektora rolnego;

6. podkreśla, że należy zachować nowoczesne narzędzia promocji oparte na analizie popytu konsumpcyjnego oraz wspierać ukierunkowane kampanie komunikacyjne, które mogą przynieść wartość dodaną europejskim produktom spożywczym;

Powiązania z pozostałymi inicjatywami europejskimi

7. zauważa, że polityka promocyjna odpowiada oczekiwaniom wyrażonym w kampanii propagującej kupowanie żywności wyprodukowanej w Europie i wspiera producentów oraz gospodarkę europejską;

8. zauważa, że polityka promocyjna przyczynia się do realizacji celów innych inicjatyw europejskich, które zaproponowała Komisja, w szczególności dzięki wspieraniu wprowadzania do obrotu owoców i warzyw;

9. jednocześnie podkreśla, że polityka promocyjna nie może być podporządkowana innym strategiom politycznym UE; sprzeciwia się wprowadzeniu nowych kryteriów kwalifikowalności warunkujących uzyskanie dostępu do takiego finansowania oraz ewentualnym ograniczeniom w promowaniu niektórych rodzajów lub kategorii produktów objętych rozporządzeniem;

Zarządzanie środkami

10. z zadowoleniem przyjmuje hasło „Enjoy, it's from Europe", które zwiększyło rozpoznawalność europejskich produktów wprowadzanych do obrotu w państwach

trzecich;

11. żywi nadzieję, że hasło „Enjoy, it's from Europe" i oznaczenia pochodzenia będą mogły być używane łącznie dla zwiększenia rozpoznawalności europejskich produktów spożywczych;

12. zauważa, że programy proste, zarządzane na szczeblu jednego państwa członkowskiego, okazują się mniej elastyczne w razie zmiany niż zarządzane przez Komisję programy, w których uczestniczy wiele państw, i że w związku z tym należy zapewnić większą elastyczność państwom członkowskim, gdy muszą przyjąć wniosek o dostosowanie programu do zmian rynkowych;

13. zaleca, aby zapewniono większą elastyczność w zarządzaniu programami (prostymi i tymi, w których uczestniczy wiele państw), jeżeli po ich uruchomieniu mają one zostać przekierowane na rynki inne niż pierwotnie przewidziane;

14. podkreśla, że należy skoncentrować zasoby na bardziej ograniczonej liczbie rynków docelowych, co pozwoli uniknąć nadmiernego rozproszenia działań promocyjnych i zwiększyć wpływ finansowanych kampanii;

15. zauważa, że należy lepiej dostosować priorytety rocznego programu prac do rzeczywistego popytu na rynku, co pozwoli uniknąć niepełnego wykorzystania środków w niektórych sektorach, takich jak sektor produktów ekologicznych;

16. wzywa Komisję do oceny, czy stawka ryczałtowa dla kosztów administracyjnych jest wystarczająca, aby pokryć obciążenie finansowe związane z zarządzaniem programem;

Ocena, skuteczność i jakość programów

17. podkreśla, że niezbędna jest harmonizacja wskaźników oddziaływania programów promocyjnych, aby poprawić porównywalność wyników i umożliwić dokładniejszą ocenę skuteczności działań finansowanych przez UE;

18. apeluje, by opracować wspólne wytyczne dotyczące sprawozdań z oceny programów, co zapewni lepszą jakość gromadzonych danych i skuteczniejsze wykorzystanie wyników przy określaniu przyszłych priorytetów;

Rozwój gospodarczy na obszarach peryferyjnych

19. zauważa, że polityka promocyjna może wspierać producentów na obszarach wiejskich i pobudzać tym samym gospodarkę i rozwój lokalny obszarów peryferyjnych oraz małych i średnich przedsiębiorstw, w związku z czym należy wspierać programy realizowane na tych obszarach;

°

° °

20. zobowiązuje swoją przewodniczącą do przekazania niniejszej rezolucji Radzie, Komisji, Europejskiemu Trybunałowi Obrachunkowemu oraz rządom i parlamentom państw członkowskich.

UZASADNIENIE

Wprowadzenie

Niniejsze sprawozdanie zawiera informacje na temat stanu realizacji polityki promocyjnej oraz kilka zaleceń politycznych mających na celu poprawę systemu wsparcia polityki promocyjnej i poprawę dostępu podmiotów gospodarczych do finansowania, a także wspieranie konkurencyjności sektora rolno-spożywczego.

Główne osiągnięcia

1. Konkurencyjność sektora rolno-spożywczego (skupienie na małych i średnich przedsiębiorstwach)

Wzmocnienie konkurencyjności europejskiego sektora rolno-spożywczego wymaga większego wsparcia dla małych i średnich gospodarstw rolnych, które stanowią podstawę produkcji, zwłaszcza na obszarach wiejskich. Nie oznacza to, że wsparcia pozbawione zostaną duże przedsiębiorstwa, które odgrywają kluczową rolę w promowaniu produktów europejskich, lecz że szczególny nacisk położony zostanie na małe gospodarstwa rolne borykające się z wysokimi kosztami produkcji, niską zdolnością inwestycyjną i silną konkurencją międzynarodową. Aby poprawić ich pozycję na rynkach, należy ułatwić im dostęp do narzędzi promocyjnych. Wspieranie modernizacji, dywersyfikacji i poprawy jakości (oznaczenia geograficzne, znaki towarowe, zrównoważona produkcja itp.) mogłoby zwiększyć atrakcyjność małych i średnich przedsiębiorstw. Równie ważne jest wspieranie ich w eksporcie i wprowadzaniu do obrotu, aby zapewnić im większą widoczność. Zwiększenie konkurencyjności małych i średnich gospodarstw oznacza ostatecznie wzmocnienie odporności i zrównoważonego charakteru całego sektora rolno-spożywczego w Unii Europejskiej.

2. Elastyczność polityki

Jedno z głównych ograniczeń polityki promocyjnej – jak podkreślono w opublikowanym w grudniu 2025 r. badaniu EPRS pt. „Evaluation of EU agri-food promotion policy: Insights and lessons learnt” [Ocena polityki promowania unijnych produktów rolno-spożywczych: spostrzeżenia i wyciągnięte wnioski] – jest brak elastyczności tego instrumentu. Podkreślono trudności, które uwidoczniły się po uruchomieniu programu i wiązały się ze zmianą i reorientacją programu, na przykład w przypadku problemów związanych z zawirowaniami na rynku. W związku z tym za konieczne uznaje się podjęcie działań, aby zapewnić uczestnikom programu większą elastyczność, umożliwiającą im zmianę przeznaczenia lub kategorii produktu w przypadku konieczności wynikającej na przykład z niestabilności geopolitycznej. Należy zwrócić się do Komisji o zastanowienie się nad procedurami upraszczającymi wdrażanie tej polityki, w tym w odniesieniu do państw członkowskich, które odgrywają kluczową rolę w zarządzaniu programami prostymi.

3. Powiązania z pozostałymi strategiami europejskimi

W maju 2020 r. Komisja przedstawiła strategię „Od pola do stołu”, a następnie, w lutym 2021 r., europejski plan walki z rakiem. Te dwa wnioski mają na celu rozwój bardziej zrównoważonej produkcji rolnej i promowanie zdrowej diety, ale prowadzić mogą do

wykluczenia niektórych produktów rolno-spożywczych uznanych za potencjalnie niebezpieczne dla zdrowia, takich jak czerwone mięso i wino.

W badaniu wykazano jednak, że polityka promocyjna wspiera cele w zakresie zdrowia publicznego, w szczególności w sektorach takich jak owoce i warzywa, a zatem jest dobrze powiązana ze strategiami przedstawionymi przez Komisję.

Sprawozdawca uznaje znaczenie tych strategii, ale przypomina jednocześnie o treści rozpoczętej przez przewodniczącą Ursulę von der Leyen pod koniec 2025 r. kampanii promującej kupowanie żywności wyprodukowanej w Europie. Podkreśla również, że należy zapewnić równe szanse uczestnictwa w programach promocyjnych i finansowania w ramach tych programów wszystkim produktom europejskim, tak aby unikać wykluczenia, a nawet demonizacji niektórych z nich.

4. Wsparcie w zakresie komunikacji i wprowadzania do obrotu produktów rolno-spożywczych

Wsparcie komunikacji i wprowadzania do obrotu europejskich produktów rolno-spożywczych jest zasadniczą dźwignią służącą zwiększaniu ich widoczności i konkurencyjności, w szczególności na rynkach międzynarodowych. Konieczne jest zatem dalsze inwestowanie w ukierunkowane działania komunikacyjne, dostosowane do specyfiki rynków państw trzecich, oraz opracowanie nowoczesnych narzędzi promocji w oparciu o analizę popytu konsumpcyjnego. Małe i średnie przedsiębiorstwa powinny korzystać ze szczególnego wsparcia, aby zoptymalizować swoją strategię marketingową i uzyskać dostęp do szerszych sieci dystrybucji. Ponadto lepsza waloryzacja jakości europejskiej (zrównoważony rozwój, identyfikowalność, oznaczenia geograficzne itp.) zwiększyłaby wpływ kampanii promocyjnych, a dzięki większemu wsparciu marketingowemu produkty europejskie byłyby bardziej obecne na rynkach międzynarodowych, co stworzyłoby nowe możliwości biznesowe.

5. Programy promocyjne i związany z nimi budżet

W badaniu EPRS przeanalizowano dwa rodzaje programów promocyjnych: programy, w których uczestniczy wiele państw, i programy proste, ze szczególnym uwzględnieniem programów związanych z sektorem ekologicznym. W odniesieniu do programów, w których uczestniczy wiele państw, z udziałem co najmniej dwóch organizacji z różnych państw członkowskich lub organizacji na szczeblu europejskim badanie wykazało spadek środków przydzielonych w latach 2021–2024, a także względny wzrost w latach 2025 i 2026. Ten rodzaj programów jest szczególnie doceniany przez podmioty działające w sektorze rolno-spożywczym, które widzą w nim okazję do współpracy z zainteresowanymi stronami z innych państw członkowskich i szanse na opracowywanie wspólnych projektów, które mogłyby być ukierunkowane na UE lub państwa trzecie. Programy, w których uczestniczy wiele państw, są wysoko cenione także z innego względu, tj. zarządzanie nimi odbywa się na poziomie Komisji Europejskiej za pośrednictwem Agencji Wykonawczej ds. Badań Naukowych (REA) oferującej jasne i elastyczne odpowiedzi w przypadku zmian w programie, które mają zostać wprowadzone przez beneficjentów. Doceniając pozytywną tendencję obserwowaną w budżecie na te programy w ciągu ostatnich dwóch lat, uważa się za konieczne, by wezwać do dalszego zwiększonego wsparcia, w szczególności dlatego, że stanowi ono ważną okazję do otwarcia nowych możliwości rynkowych lub ich wzmocnienia, bez wpływu na budżet przewidziany na programy proste. W przypadku tych ostatnich programów wniosek może

złożyć jedna organizacja lub większa liczba organizacji z tego samego państwa UE w celu wprowadzenia do obrotu w UE lub w państwach trzecich. Ponadto w latach 2021–2024 odnotowano, że pula środków finansowych była stabilna, a następnie wzrosła w kolejnych dwóch latach. W badaniu EPRS stwierdzono jednak jedno ograniczenie. Polega ono na tym, że programy te, zarządzane na poziomie poszczególnych państw członkowskich, wykazują niższy stopień elastyczności w reagowaniu na ewentualne wnioski beneficjentów o zmianę. Państwa członkowskie powinny zatem zapewnić większą zdolność dostosowania programu do zmian na rynku. Ponadto z badania EPRS wynika, że budżet przeznaczony na sektor ekologiczny w ramach programów, w których uczestniczy wiele państw, i programów prostych przewyższa budżet, o który wnioskowali operatorzy tego sektora. Pożądane byłoby zatem zapewnienie większej elastyczności w przekazywaniu tych funduszy między różnymi sektorami i między państwami członkowskimi.

Wnioski i zalecenia

Sprawozdawca jest zdania, że należy uwzględnić następujące główne zalecenia polityczne:

- opracowanie prostszych i bardziej dostępnych procedur dla beneficjentów, w szczególności dla małych i średnich przedsiębiorstw oraz organizacji przedstawicielskich, aby zapewnić sprawiedliwy i proporcjonalny dostęp do finansowania publicznego, a jednocześnie zmniejszyć bariery biurokratyczne i poprawić skuteczność programów;

- wprowadzenie mechanizmów dostosowywania i przekierowywania funduszy, aby umożliwić szybkie reagowanie na zmiany finansowe, zmiany w produktach lub rynkach docelowych, zwłaszcza w państwach trzecich, w których warunki gospodarcze i geopolityczne mogą być szczególnie zmienne;

- monitorowanie przydziału zasobów między programami prostymi a programami, w których uczestniczy wiele państw, a jednocześnie zapewnienie równowagi strukturalnej między potrzebami beneficjentów a zasobami finansowymi, tak aby wspierać zarówno współpracę między państwami członkowskimi, jak i udział małych i średnich przedsiębiorstw;

- przeznaczenie większej części rocznego budżetu na działania marketingowe i promocyjne, aby zwiększyć widoczność i konkurencyjność europejskich produktów rolno-spożywczych na rynkach krajowych i zagranicznych oraz promować umiędzynarodowienie;

- zapewnienie, by na opakowaniach przeznaczonych na rynki zagraniczne marka kraju producenta i logo UE występowały wspólnie, aby zwiększyć rozpoznawalność produktów i wzmocnić reputację marek europejskich w państwach trzecich;

- dalsze wspieranie programów promocyjnych, które sprzyjają spójności terytorialnej i rozwojowi obszarów wiejskich i mogą wspierać zatrudnienie i działalność gospodarczą na obszarach wiejskich, górskich i obszarach o niekorzystnych warunkach gospodarowania.