Projekt

R O Z P O R Z Ą D Z E N I E

M I N I S T R A R O L N I C T W A I R O Z W O J U W S I [1)]

z dnia … 2026 r.

zmieniające rozporządzenie w sprawie znakowania poszczególnych rodzajów środków spożywczych[2)]

Na podstawie art. 15 pkt 1 ustawy z dnia 21 grudnia 2000 r. o jakości handlowej artykułów rolno-spożywczych (Dz. U. z 2023 r. poz. 1980) zarządza się, co następuje:

§ 1. W rozporządzeniu Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 23 grudnia 2014 r. w sprawie znakowania poszczególnych rodzajów środków spożywczych (Dz. U. z 2015 r. poz. 29, z późn. zm.[3)]) po § 19b dodaje się § 19c w brzmieniu:

„§ 19c. 1. Jeżeli opakowany środek spożywczy jest oznakowany firmą (nazwą) podmiotu prowadzącego przedsiębiorstwo spożywcze, o którym mowa w art. 8 ust. 1 rozporządzenia nr 1169/2011, który nie wyprodukował tego środka, lecz wprowadził go do obrotu w ramach prowadzonego handlu detalicznego w rozumieniu art. 3 pkt 7 rozporządzenia (WE) nr 178/2002 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 28 stycznia 2002 r. ustanawiającego ogólne zasady i wymagania prawa żywnościowego, powołującego Europejski Urząd do Spraw Bezpieczeństwa Żywności oraz ustanawiającego procedury w sprawie bezpieczeństwa żywności (Dz. Urz. WE L 31 z 01.02.2002, str. 1, z późn. zm; Dz. Urz. UE Polskie wydanie specjalne, rozdz. 15, t. 6, str. 463), w oznakowaniu tego środka spożywczego podaje się również:

1) firmę (nazwę) oraz adres podmiotu, który wyprodukował ten środek spożywczy, albo

---

1) Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi kieruje działem administracji rządowej – rynki rolne, na podstawie § 1 ust. 2 pkt 4 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 25 lipca 2025 r. w sprawie szczegółowego zakresu działania Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi (Dz. U. poz. 1000).

2) Niniejsze rozporządzenie zostało notyfikowane Komisji Europejskiej w dniu … 2026 r. pod numerem ..., zgodnie z § 4 rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 23 grudnia 2002 r. w sprawie sposobu funkcjonowania krajowego systemu notyfikacji norm i aktów prawnych (Dz. U. poz. 2039 oraz z 2004 r. poz. 597), które wdraża postanowienia dyrektywy (UE) 2015/1535 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 9 września 2015 r. ustanawiającej procedurę udzielania informacji w dziedzinie przepisów technicznych oraz zasad dotyczących usług społeczeństwa informacyjnego (ujednolicenie) (Dz. Urz. UE L 241 z 17.09.2015, str. 1).

3) Zmiany wymienionego rozporządzenia zostały ogłoszone w Dz. U. z 2016 r. poz. 2019, z 2017 r. poz. 2150 i 2461, z 2019 r. poz. 754, z 2020 r. poz. 1149, z 2022 r. poz. 2114, z 2023 r. poz. 2233, z 2024 r. poz. 217 oraz z 2025 r. poz. 1574.

2) firmę (nazwę) oraz adres importera wprowadzającego ten środek spożywczy do obrotu na terytorium Unii Europejskiej lub na terytorium państwa członkowskiego Europejskiego Porozumienia o Wolnym Handlu (EFTA) będącego stroną umowy o Europejskim Obszarze Gospodarczym – jeżeli podmiot, który wyprodukował ten środek spożywczy nie prowadzi działalności na żadnym z tych terytoriów.

2. W oznakowaniu opakowanego środka spożywczego informacje dotyczące podmiotu, który wyprodukował środek spożywczy, albo importera, o którym mowa w ust. 1 pkt 2, poprzedza się odpowiednio określeniem „Producent" albo „Importer na rynek UE".

3. W oznakowaniu opakowanego środka spożywczego informacje, o których mowa w ust. 1 i 2, podaje się na białym tle z zastosowaniem czarnej czcionki nie mniejszej niż użyta do prezentacji danych podmiotu prowadzącego przedsiębiorstwo spożywcze określonego w ust. 1. Informacje te zamieszcza się w czarnej ramce w kształcie prostokąta, którego powierzchnia jest nie mniejsza niż 50% powierzchni znaku towarowego środka spożywczego.

4. Przepisu ust. 1 nie stosuje się do opakowanych środków spożywczych, wprowadzonych do obrotu zgodnie z przepisami obowiązującymi w innym państwie członkowskim Unii Europejskiej lub w Turcji lub pochodzących z państwa członkowskiego Europejskiego Porozumienia o Wolnym Handlu (EFTA) będącego stroną umowy o Europejskim Obszarze Gospodarczym i wprowadzanych do obrotu zgodnie z przepisami obowiązującymi w tym państwie.".

§ 2. Opakowane środki spożywcze oznakowane przed dniem wejścia w życie niniejszego rozporządzenia i wprowadzone do obrotu do dnia 30 listopada 2028 r. pod firmą (nazwą) podmiotu prowadzącego przedsiębiorstwo spożywcze określonego w § 19c ust. 1 rozporządzenia zmienianego w § 1, mogą pozostawać w obrocie do wyczerpania ich zapasów.

§ 3. Rozporządzenie wchodzi w życie po upływie 6 miesięcy od dnia ogłoszenia.

MINISTER ROLNICTWA I ROZWOJU WSI

W porozumieniu:

MINISTER ZDROWIA

Paweł Małaczek
dyrektor
Departamentu Prawnego
za zgodność pod względem prawnym,
legislacyjnym i redakcyjnym
/podpisano elektronicznie/

UZASADNIENIE

Celem nowelizacji rozporządzenia Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 23 grudnia 2014 r. w sprawie znakowania poszczególnych rodzajów środków spożywczych (Dz. U. z 2015 r. poz. 29, z późn. zm.) zwanego dalej „rozporządzeniem w sprawie znakowania poszczególnych rodzajów środków spożywczych", jest wprowadzenie obowiązku podawania w oznakowaniu danych „rzeczywistego producenta" (podmiotu, który wytworzył dany środek spożywczy) dla opakowanych środków spożywczych oznakowanych nazwą lub firmą podmiotu prowadzącego przedsiębiorstwo spożywcze, o którym mowa w art. 8 ust. 1 rozporządzenia 1169/2011, który nie wyprodukował tych środków spożywczych, ale wprowadził je do obrotu w ramach prowadzonego handlu („dystrybutora"), albo danych importera wprowadzającego środki spożywcze do obrotu na terytorium Unii Europejskiej lub na terytorium państwa członkowskiego Europejskiego Porozumienia o Wolnym Handlu (EFTA) będącego stroną umowy o Europejskim Obszarze Gospodarczym - jeżeli podmiot, który wyprodukował te środki spożywcze nie prowadzi działalności na żadnym z tych terytoriów.

Informacje te poprzedza się określeniem: „Producent" lub „Importer na rynek UE".
W celu zapewnienia czytelności informacji o „rzeczywistym producencie" lub „importerze na rynek UE" doprecyzowano sposób prezentacji tej informacji tak aby była ona widoczna na tle pozostałych informacji przedstawionych w oznakowaniu środka spożywczego.

W rozumieniu przepisów art.3 pkt 7 rozporządzenia (WE) nr 178/2002 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 28 stycznia 2002 r. ustanawiającego ogólne zasady i wymagania prawa żywnościowego, powołującego Europejski Urząd do Spraw Bezpieczeństwa Żywności oraz ustanawiającego procedury w sprawie bezpieczeństwa żywności (Dz. Urz. WE L 31 z 01.02.2002, str. 1; Dz. Urz. UE Polskie wydanie specjalne, rozdz. 15, t. 6, str. 463) "handel detaliczny" oznacza obsługę i/lub przetwarzanie żywności i jej przechowywanie w punkcie sprzedaży lub w punkcie dostaw dla konsumenta finalnego; określenie to obejmuje terminale dystrybucyjne, działalność cateringową, stołówki zakładowe, catering instytucjonalny, restauracje i podobne działania związane z usługami żywnościowymi, sklepy, centra dystrybucji w supermarketach i hurtownie;

Zgodnie z art. 9 ust. 1 lit. h) rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1169/2011 z dnia 25 października 2011 r. w sprawie przekazywania konsumentom informacji

na temat żywności (…) (Dz.U. L 304 z 22.11.2011, s. 18 ze zm.) zwanego dalej „rozporządzeniem nr 1169/2011”, w oznakowaniu środków spożywczych wśród danych, których podanie w oznakowaniu środków spożywczych jest obowiązkowe, jest nazwa lub firma i adres podmiotu działającego na rynku spożywczym, o którym mowa w art. 8 ust. 1.

Z kolei art. 8 ust. 1 rozporządzenia nr 1169/2011 wskazuje, że podmiotem prowadzącym przedsiębiorstwo spożywcze odpowiedzialnym za informację na temat żywności jest podmiot, pod którego nazwą lub firmą jest wprowadzany na rynek dany środek spożywczy lub – jeżeli ten podmiot nie prowadzi działalności w Unii – importer danego środka na teren Unii.

Powyższe oznacza, że dla przykładu, w oznakowaniu środka spożywczego mogą być podane jedynie dane właściciela sieci handlowej pod której marką wprowadzany jest do obrotu dany środek spożywczy, i wtedy rozumie się, że to sieć ponosi odpowiedzialność za oznakowanie.

Sieci handlowe stosują różne polityki odnośnie do jawności danych „rzeczywistego producenta”, co prowadzi do braku przewidywalności dla producentów, jak i braku spójności przekazu informacji w tym zakresie dla konsumenta.

Z opracowania: „Analiza i cena marek własnych detalicznych sieci handlowych w Polsce – przegląd, dynamika zmian, udziały rynkowe, wpływ na poszczególne podmioty sektora rolno-spożywczego”, które zostało sporządzone przez Instytut Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej – PIB w czerwcu 2025 r. wynika, że:

Obecnie polscy konsumenci coraz częściej traktują marki własne jako równoprawną alternatywę, kierując się nie tylko ceną, ale również skojarzeniami z jakością, wygodą i dostępnością. Z danych GfK (2023) wynika, że 86% konsumentów uważa marki własne za tańsze, 71% – za porównywalne jakościowo, a 68% deklaruje ich regularny zakup.

W szerszym ujęciu teoretycznym marki własne można postrzegać jako wyraz rosnącej roli detalistów w strukturze rynku – zarówno pod względem decyzyjnym, jak i komunikacyjnym. Sieci handlowe stają się bowiem nie tylko kanałem sprzedaży, ale również aktywnym twórcą marek i wartości dodanej dla konsumenta.

W ostatnich dwóch dekadach marki własne ugruntowały swoją pozycję na europejskim rynku detalicznym, osiągając znaczący udział w koszyku zakupowym konsumentów.

W Polsce w ostatnich 15–20 latach wzrost popularności marek własnych był wyjątkowo dynamiczny, co wskazuje na rosnącą akceptację tej formy produktów wśród konsumentów oraz skuteczność strategii sieci detalicznych.

Na wzrost popularności marek własnych w Polsce i w Europie wpłynęło kilka kluczowych czynników:

1. Wzrost znaczenia sieci dyskontowych – sieci takie jak Lidl, Aldi i Biedronka oparły swoją strategię w dużej mierze na markach własnych, co pozwoliło im kontrolować ceny, jakość i marżę.
2. Zmiana postrzegania jakości – konsumenci zaczęli zauważać, że wiele produktów marek własnych nie ustępuje jakością markom producentów, a niekiedy nawet je przewyższa.
3. Profesjonalizacja opakowań i marketingu – inwestycje sieci w design, storytelling i etykiety zbliżyły ofertę private label do poziomu marek narodowych.
4. Dywersyfikacja asortymentu – obecność marek własnych nie tylko w segmencie ekonomicznym, lecz także w premium i specjalistycznym (bio, bezgluten, vegan) sprawiła, że są one atrakcyjne dla różnych grup konsumenckich.
5. Wzrost cen i inflacja – w warunkach wzrostu kosztów życia konsumenci częściej sięgają po tańsze alternatywy, którymi są właśnie produkty „private label".

Analizując dane, można zauważyć, że rynek marek własnych w Polsce wciąż ma potencjał wzrostowy. Przy poziomie ok. 34% udziału rynkowego w 2023 r., Polska znajduje się poniżej średniej zachodnioeuropejskiej. Biorąc jednak pod uwagę tempo wzrostu w ostatnich latach oraz dalszy rozwój dyskontów i supermarketów, możliwe jest osiągnięcie poziomu 40% w perspektywie kolejnych 5–7 lat.

Dodatkowo, rosnące znaczenie aspektów ekologicznych i zdrowotnych w wyborach konsumenckich sprawia, że sieci detaliczne intensywnie rozwijają np. linie bio, eko i funkcjonalne w ramach marek własnych. To może przyczynić się do dalszego wzrostu ich udziału, szczególnie wśród konsumentów młodszych, bardziej świadomych i wymagających.

Obecne dane i kierunki rozwoju wskazują, że ich znaczenie będzie w kolejnych latach tylko rosnąć – jako narzędzie konkurowania, budowania lojalności oraz reagowania na zmieniające się preferencje konsumenckie.

Z perspektywy konsumenta, marki własne przestały być postrzegane jako produkty drugiej kategorii. Dziś są one pełnoprawną alternatywą dla znanych marek, często wyróżniającą się atrakcyjnym stosunkiem ceny do jakości, lokalnym pochodzeniem czy zgodnością z wartościami konsumenta. Wzrost zaufania do tych produktów to efekt rosnącej transparentności, starannego doboru dostawców przez sieci handlowe oraz profesjonalizacji w zarządzaniu marką.

Produkcja marek własnych, choć często postrzegana jako bezpieczne źródło zamówień, niesie ze sobą poważne konsekwencje dla budowania wartości marki producenta. W praktyce,

realizacja kontraktów private label oznacza, że produkt – mimo iż wytworzony przez konkretnego producenta – trafia do konsumenta pod obcym szyldem, należącym do sieci handlowej. Taka sytuacja uniemożliwia producentowi budowanie rozpoznawalności, lojalności klientów oraz pozycji konkurencyjnej na rynku.

Biorąc powyższe pod uwagę w projektowanym rozporządzeniu Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi zaproponowano przyjęcie przepisów krajowych, które wprowadziłyby wymóg podawania w oznakowaniu środków spożywczych sprzedawanych pod markami własnymi „dystrybutora" również danych „rzeczywistego producenta" albo importera na rynek UE.

Opakowane środki spożywcze oznakowane nazwą lub firmą podmiotu prowadzącego przedsiębiorstwo spożywcze, o którym mowa w art. 8 ust. 1 rozporządzenia 1169/2011, który nie wyprodukował tych środków spożywczych, ale wprowadził je do obrotu w ramach prowadzonego handlu detalicznego (pod danymi dystrybutora) stanowią „szczególny rodzaj lub kategorię środków spożywczych" o których mowa w art. 39 ust. 1 rozporządzenie nr 1169/2011. Dopuszcza on, wprowadzenie przez państwo członkowskie wymogów podawania dodatkowych obowiązkowych danych szczegółowych w odniesieniu do szczególnych rodzajów lub kategorii środków spożywczych, o ile jest to uzasadnione jedną z wymienionych w tym przepisie przesłanek (tj. ochroną zdrowia publicznego, ochroną konsumentów, zapobieganiem nadużyciom, ochroną praw własności przemysłowej i handlowej).

Z badań przeprowadzonych przez Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi wynika, że zarówno producenci, jak i konsumenci chcą aby informacja o rzeczywistym producencie była podawana w oznakowaniu środków spożywczych.

Wyniki badania ankietowego przeprowadzonego przez Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi wśród przedstawicieli przedsiębiorstw branży spożywczej różnej wielkości i wielu branż produkcyjnych, z wykorzystaniem ankiety w sprawie informowania o rzeczywistym producencie, na którą odpowiedziało 108 respondentów wskazują, że 84% ankietowanych uważa, że dane „rzeczywistego producenta" powinny być umieszczane w oznakowaniu żywności. Wśród powodów dla których te dane powinny znaleźć się w oznakowaniu żywności respondenci wskazali m.in.: transparentność dla konsumenta (31%), podkreślanie jakości i odpowiedzialności producenta (26%), budowanie zaufania do firmy (21%).

Branża w zdecydowanej większości popiera obowiązek podawania danych „rzeczywistego producenta" – zarówno z powodów etycznych (transparentność), jak i biznesowych (zaufanie, wyróżnienie).

Podanie danych „rzeczywistego producenta" jest postrzegane jako element zwiększający wiarygodność produktu, z potencjałem do zwiększenia sprzedaży.

Wpływ na koszty jest oceniany jako marginalny, co sugeruje, że ewentualny obowiązek nie generowałby znaczących obciążeń finansowych.
Zdecydowana większość uczestników badania nie widzi zagrożeń dla poufności umów, pod warunkiem właściwego uregulowania sposobu prezentacji danych.

Wyniki badania konsumenckiego, które zostało przeprowadzone na zlecenie Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi (metodą CAWI (Computer Assisted Web Interviewing)), z udziałem 1000 mieszkańców Polski w wieku 18-65 lat (próba miała charakter reprezentatywny dla populacji Polski), dotyczącego zainteresowania konsumentów znakowaniem informacją o rzeczywistym producencie wskazują, że zdecydowana większość respondentów (76%) uważa, że informacja o rzeczywistym producencie powinna być zawsze podawana na produktach sprzedawanych pod marką własną sieci handlowych. Jednocześnie 68% badanych deklaruje, że obecność takiej informacji zwiększa ich skłonność do zakupu tego typu produktów.
Brak informacji o producencie ma realne znaczenie dla decyzji zakupowych – 52% respondentów przyznało, że co najmniej kilka razy zrezygnowało z zakupu produktów marki własnej z tego powodu.

Zakupy żywności realizowane są przede wszystkim w sklepach sieci handlowych – aż 94% badanych korzysta z nich co najmniej kilka razy w miesiącu.

Produkty marek własnych są powszechnie kupowane – 87% respondentów deklaruje, że sięga po nie przynajmniej okazjonalnie.

Podanie danych „rzeczywistego producenta", jak wskazują wyniki badania, jest postrzegane jako element zwiększający przejrzystość informacji o produkcie dla konsumenta, podkreślenie jakości i odpowiedzialności producenta, budowanie zaufania do firmy producenta, wyróżnienie produktu na tle konkurencji, wzmocnienie identyfikacji wizualnej firmy.

Biorąc pod uwagę obowiązujące przepisy, ww. analizy i badania projektowana regulacja ma na celu wprowadzenie elementów przejrzystości rynku w zakresie identyfikacji podmiotów uczestniczących w łańcuchu żywnościowym, produktów sprzedawanych pod danymi „dystrybutora".

Wskazane powyżej badania w zakresie potrzeby informowania polskich konsumentów o „rzeczywistym producencie" produktów sprzedawanych pod danymi „dystrybutora", wykazały wyraźnie, iż zapotrzebowanie na te informacje jest istotne, stąd nie powinno być ignorowane.

W celu sprostania oczekiwaniom konsumentów, jak i zapewnienia elementów przejrzystości rynku w zakresie identyfikacji podmiotów uczestniczących w łańcuchu żywnościowym, produktów sprzedawanych pod danymi „dystrybutora", proponuje się wprowadzenie rozwiązań wskazanych w niniejszym projekcie.

W przypadku produktów importowanych sprzedawanych pod danymi „dystrybutora" wprowadza się obowiązek podania danych importera na rynek UE. Informacje te również zapewnią zachowanie przejrzystości w łańcuchu dostaw. Dodatkowo informacje o importerze w oznakowaniu produktu wskazują konsumentowi, że rzeczywistym producentem tej żywności jest podmiot spoza UE.

Zaproponowany okres przejściowy pozwoli na wykorzystanie zapasów produktów niespełniających wymagań zawartych w tych przepisach oraz dostosowanie oznakowania do nowych wymagań ustalonych w projektowanej regulacji.

Proponowana regulacja ma zasięg krajowy i nie wprowadza dodatkowych wymagań, które wpływałyby na swobodny przepływ towarów.

Proponowany termin wejścia w życie projektowanego rozporządzenia jest wystarczający do dostosowania się do wprowadzanych regulacji,

Przepisy rozporządzenia są zgodne z prawem Unii Europejskiej.

Projekt rozporządzenia będzie podlegał procedurze notyfikacji Komisji Europejskiej, zgodnie z § 4 rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 23 grudnia 2002 r. w sprawie sposobu funkcjonowania krajowego systemu notyfikacji norm i aktów prawnych (Dz. U. poz. 2039 oraz z 2004 r. poz. 597) oraz notyfikacji zgodnie z art. 45 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1169/2011 z dnia 25 października 2011 r. w sprawie przekazywania konsumentom informacji na temat żywności, zmiany rozporządzeń Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 1924/2006 i (WE) nr 1925/2006 oraz uchyleniem dyrektywy Komisji 87/250/EWG, dyrektywy Rady 90/496/EWG, dyrektywy Komisji 1999/10/WE, dyrektywy 2000/13/WE Parlamentu Europejskiego i Rady, dyrektyw Komisji 2002/67/WE i 2008/5/WE oraz rozporządzenia Komisji (WE) nr 608/2004 (Dz. Urz. WE L 304 z 22.11.2011, str. 18 - 63).

Rozporządzenia nie wymaga przedstawienia właściwym organom i instytucjom Unii Europejskiej, w tym Europejskiemu Bankowi Centralnemu, w celu uzyskania opinii, dokonania powiadomienia, konsultacji albo uzgodnienia.

Stosownie do art. 5 ustawy z dnia z dnia 7 lipca 2005 r. o działalności lobbingowej w procesie stanowienia prawa (Dz. U. z 2025 r. poz. 677) projekt rozporządzenia zostanie udostępniony w Biuletynie Informacji Publicznej Ministerstwa Rolnictwa Rozwoju Wsi oraz w Biuletynie Informacji Publicznej Rządowego Centrum Legislacji.

Projekt rozporządzenia został ujęty w Wykazie prac legislacyjnych Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi pod numerem 337.

Nazwa projektu Rozporządzenie Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi zmieniające rozporządzenie w sprawie znakowania poszczególnych rodzajów środków spożywczych Ministerstwo wiodące i ministerstwa współpracujące Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi , Ministerstwo Zdrowia Osoba odpowiedzialna za projekt: Małgorzata Gromadzka – Sekretarz Stanu w Ministerstwie Rolnictwa i Rozwoju Wsi Kontakt do opiekuna merytorycznego projektu: Emilia Staniszewska – zastępca dyrektora Departamentu Rolnictwa Ekologicznego i Jakości Żywności w Ministerstwie Rolnictwa i Rozwoju Wsi tel. 22 623 23 21 adres e-mail: emilia staniszewska@minrol.gov.pl Joanna Markowska – naczelnik Wydział Jakości Żywności i Normalizacji Departamentu Rolnictwa Ekologicznego i Jakości Żywności w Ministerstwie Rolnictwa i Rozwoju Wsi tel. 22 623 22-69 adres e-mail: joanna.markowska@minrol.gov.pl	Data sporządzenia 30.04.2026 r. Źródło: Upoważnienie ustawowe – art. 15 pkt 1 ustawy z dnia 21 grudnia 2000 r. o jakości handlowej artykułów rolno-spożywczych (Dz. U. z 2023 r. poz. 1980) **Nr w Wykazie prac legislacyjnych Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi: 337**

1. Jaki problem jest rozwiązywany?

Udział produktów marek własnych sieci handlowych systematycznie rośnie. Rynek jest niespójny – sieci handlowe stosują różne polityki co do jawności danych producenta co prowadzi do braku przewidywalności dla producentów, jak i braku spójności przekazu informacji w tym zakresie dla konsumenta.

Podanie danych „rzeczywistego producenta" jest postrzegane jako element zwiększający wiarygodność produktu, z potencjałem do zwiększenia sprzedaży.
Z obecnych przepisów wynika, że w oznakowaniu środka spożywczego mogą być podane jedynie dane właściciela sieci handlowej pod której marką wprowadzany jest do obrotu dany środek spożywczy.
Z badań przeprowadzonych przez Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi wynika, że zarówno producenci jak i konsumenci chcą aby informacja o rzeczywistym producencie była podawana w oznakowaniu środków spożywczych.

Badania ankietowe przeprowadzone na zlecenie Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi wśród konsumentów wykazało, że zdecydowana większość respondentów (76%) uważa, że informacja o rzeczywistym producencie powinna być zawsze podawana na produktach sprzedawanych pod marką własną sieci handlowych.
Podanie danych „rzeczywistego producenta" jest postrzegane jako źródło wielu korzyści dla konsumentów. Najczęściej wskazywane to: możliwość rozpoznania producenta i wyboru produktów, które cenią (72%), wybór produktów od lokalnych producentów (72%) czy

wsparcie krajowej lub lokalnej gospodarki (71%).

Wyniki badania ankietowego przeprowadzonego przez Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi wśród przedstawicieli przedsiębiorstw branży spożywczej różnej wielkości i wielu branż produkcyjnych, z wykorzystaniem ankiety w sprawie informowania o rzeczywistym producencie, na którą odpowiedziało 108 respondentów wykazały, że 84% respondentów jest zdania że dane „ rzeczywistego producenta" powinny być umieszczane w oznakowaniu żywności zarówno z powodów etycznych (transparentność), jak i biznesowych (zaufanie, wyróżnienie).
Proponowana regulacja wychodzi naprzeciw oczekiwaniom konsumentów i producentów.

2. Rekomendowane rozwiązanie, w tym planowane narzędzia interwencji, i oczekiwany efekt

W rozporządzeniu Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 23 grudnia 2014 r. w sprawie znakowania poszczególnych rodzajów środków spożywczych (Dz. U. z 2015 r. poz. 29, z późn. zm.) wprowadza się obowiązek podawania w oznakowaniu opakowanych środków spożywczych danych „rzeczywistego producenta" (podmiotu, który faktycznie wytworzył dany środek spożywczy) dla środków spożywczych sprzedawanych pod danymi „dystrybutora" albo importera na rynek UE.
Informacje te poprzedza się określeniem: „Producent" lub „Importer na rynek UE".
W celu zapewnienia czytelności, informacji o „producencie" lub „importerze na rynek UE"., podaje się je na białym tle, z zastosowaniem czarnej czcionki nie mniejszej niż użyta do prezentacji danych „dystrybutora", w czarnej ramce w kształcie prostokąta, którego powierzchnia ma być nie mniejsza niż 50% powierzchni znaku towarowego środka spożywczego.
Osiągnięcie celu projektu przez działania inne niż legislacyjne jest niemożliwe.

3. Jak problem został rozwiązany w innych krajach, w szczególności krajach członkowskich OECD/UE?

Francuskie rozwiązanie
Oznakowanie produktu sprzedawanego pod marką dystrybutora zawiera nazwę i adres producenta, jeżeli producent sam wystąpi z takim wnioskiem (art. R412-47 francuskiego Kodeksu Konsumenckiego).

4. Podmioty, na które oddziałuje projekt

Grupa	Wielkość	Źródło danych	Oddziaływanie
Zakłady (obiekty produkcji i obrotu)	567404	GUS (Rocznik Statystyczny Rolnictwa 2022)	Bezpośrednie, wymaganie dotyczące oznakowania żywności
Konsumenci żywności	Ludność kraju 37 766 327 osób	GUS	Przyczyni się do zapewnienia ochrony interesów konsumentów, dając im możliwość dokonywania świadomego wyboru spożywanej przez nich żywności
Inspekcja Jakości	Główny	Ustawa z dnia 21	Kontrola

Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych	Inspektorat Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych i 16 wojewódzkich inspektoratów jakości handlowej artykułów	grudnia 2000 r. o jakości handlowej artykułów rolno-spożywczych	prawidłowej realizacji obowiązków wynikających z przepisów dotyczących znakowania.

5. Informacje na temat zakresu, czasu trwania i podsumowanie wyników konsultacji

Zgodnie z art. 5 ustawy z dnia 7 lipca 2005 r. o działalności lobbingowej w procesie stanowienia prawa (Dz. U. z 2025 r. poz. 677) projekt rozporządzenia został zamieszczony w Biuletynie Informacji Publicznej Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi, a także w Biuletynie Informacji Publicznej Rządowego Centrum Legislacji, zgodnie z § 52 ust. 1 uchwały nr 190 Rady Ministrów z dnia 29 października 2013 r. – Regulamin pracy Rady Ministrów (M.P. z 2024 r. poz. 806, z późn. zm.).
Projekt rozporządzenia został przesłany do zaopiniowania do następujących partnerów społecznych:
1) na podstawie art. 19 ustawy z dnia 23 maja 1991 r. o związkach zawodowych (Dz. U. z 2025 r. poz. 781) do:
1. Forum Związków Zawodowych;
2. Niezależnego Samorządnego Związku Zawodowego „Solidarność” (Sekretariatu Rolnictwa Komisji Krajowej NSZZ „Solidarność”);
3. Ogólnopolskiego Porozumienia Związków Zawodowych.
2) na podstawie art. 16 ustawy z dnia 23 maja 1991 r. o organizacjach pracodawców (Dz. U. z 2025 r. poz. 423) do:
1. Federacji Przedsiębiorców Polskich,
2. Konfederacji Lewiatan,
3. Pracodawców Rzeczypospolitej Polskiej,
4. Związku Pracodawców Business Centre Club,
5. Związku Rzemiosła Polskiego.
6. Polskie Towarzystwo Gospodarcze
3) na podstawie art. 5 ustawy z dnia 24 lipca 2015 r. o Radzie Dialogu Społecznego i innych instytucji dialogu społecznego (Dz. U. z 2018 r. poz. 2232, z późn. zm.) do Rady Dialogu Społecznego
4) na podstawie art. 38 pkt 2 ustawy z dnia 14 grudnia 1995 r. o izbach rolniczych (Dz.U. z 2022 r. poz. 183) do Krajowej Rady Izb Rolniczych.
5) na podstawie art. 259 § 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 września 1982 r. – Prawo spółdzielcze (Dz. U. z 2024 r. poz. 593) do Krajowej Rady Spółdzielczej.

Zgodnie z § 36 Regulaminu pracy Rady Ministrów projekt rozporządzenia został przekazany do konsultacji publicznych z organizacjami społecznymi, zainteresowanymi podmiotami i instytucjami takimi jak:

1. Augustowsko – Podlaskie Stowarzyszenie Eko-Rolników
2. Biuro Rzecznika Małych i Średnich Przedsiębiorstw
3. Darłowska Grupa Producentów Ryb i Armatorów Łodzi Rybackich

4. EKOŁAN – Kujawsko Pomorskie Stowarzyszenie Producentów Ekologicznych
5. Forum Rolnictwa Ekologicznego im. M. Górnego
6. Federacja Branżowych Związków Producentów Rolnych
7. Federacja Gospodarki Żywnościowej RP
8. Federacja Konsumentów
9. Federacja Związków Kółek i Organizacji Rolniczych RP
10. Forum Aktywizacji Obszarów Wiejskich
11. Fundacja „Agrounia”
12. Instytut Biotechnologii Przemysłu Rolno-Spożywczego im. prof. Wacława Dąbrowskiego – Państwowy Instytut Badawczy
13. Instytut Gospodarki Rolnej
14. Instytut Technologiczno-Przyrodniczy – Państwowy Instytut Badawczy
15. Izba Spożywcza
16. Izba Zbożowo-Paszowa
17. Kołobrzeska Grupa Producentów Ryb
18. Krajowa Federacja Hodowców Drobiu i Producentów Jaj
19. Krajowa Federacja Producentów Zbóż
20. Krajowa Izba Gospodarcza
21. Krajowa Izba Gospodarcza „Przemysł Rozlewniczy”
22. Krajowa Izba Gospodarcza Przemysłu Spożywczego i Opakowań
23. Krajowa Izba Producentów Drobiu i Pasz
24. Krajowa Izba Producentów Ryb
25. Krajowa Rada Drobiarstwa – Izba Gospodarcza
26. Krajowe Stowarzyszenie Mleczarzy
27. Krajowe Stowarzyszenie Producentów Wiśni
28. Krajowe Stowarzyszenie Przetwórców Owoców i Warzyw
29. Krajowe Zrzeszenie Producentów Aronii „Aronia Polska”
30. Krajowe Zrzeszenie Producentów Rzepaku i Roślin Białkowych
31. Krajowy Sekretariat Przemysłu Spożywczego NSZZ „Solidarność”
32. Krajowy Związek Grup Producentów Owoców i Warzyw
33. Krajowy Związek Grup Producentów Rolnych – Izba Gospodarcza
34. Krajowy Związek Plantatorów Buraka Cukrowego
35. Krajowy Związek Pracodawców-Producentów Trzody Chlewnej „Polsus”
36. Krajowy Związek Rewizyjny Rolniczych Spółdzielni Produkcyjnych
37. Krajowy Związek Rewizyjny Spółdzielni „Samopomoc Chłopska”
38. Krajowy Związek Rewizyjny Spółdzielni Spożywców „Społem”
39. Krajowy Związek Rolników Kółek i Organizacji Rolniczych
40. Krajowy Związek Spółdzielni Mleczarskich Związek Rewizyjny
41. Krajowy Związek Zrzeszeń Plantatorów Owoców i Warzyw
42. Krajowy Sekretariat Rolnictwa i Przemysłu Rolno-Spożywczego NSZZ Solidarność '80
43. Naczelna Rada Zrzeszeń Handlu i Usług
44. NSZZ „Solidarność” Komisja Krajowa
45. NSZZ Rolników Indywidualnych „Solidarność”
46. Ogólnopolskie Porozumienie Związków Zawodowych Rolników i Organizacji Rolniczych
47. Ogólnopolskie Stowarzyszenie Przetwórców i Producentów Produktów Ekologicznych „Polska Ekologia”
48. Ogólnopolskie Stowarzyszenie „Wieprz Polski”
49. Ogólnopolskie Stowarzyszenie Kupców i Drobnej Wytwórczości

50. Ogólnopolski Związek Producentów Drobiu POLDRÓB
51. Ogólnopolski Związek Producentów Warzyw
52. Organizacja Producentów Ryb „Bałtyk”
53. Organizacja Producentów Ryb Jesiotrowatych
54. Organizacja Producentów Rybnych Władysławowo
55. POLBISCO Stowarzyszenie Polskich Producentów Wyrobów Czekoladowych i Cukierniczych
56. Polska Izba Żywności Ekologicznej
57. Polska Federacja Hodowców Bydła i Producentów Mleka
58. Polska Federacja Producentów Żywności – Związek Pracodawców
59. Polska Federacja Rolna
60. Polska Federacja Ziemniaka
61. Polska Izba Gospodarcza Maszyn i Urządzeń Rolniczych
62. Polska Izba Handlu
63. Polska Izba Mleka
64. Polska Izba Miodu
65. Polska Izba Produktu Regionalnego i Lokalnego
66. Polska Izba Technologii i Wyrobów Naturalnych
67. Polska Organizacja Handlu i Dystrybucji
68. Polska Rada Winiarstwa
69. Polski Karp Spółka z o.o. – Organizacja Producentów
70. Polski Klub Ekologiczny
71. Polski Klub Ekologiczny - Koło Miejskie w Gliwicach
72. Polski Związek Hodowców i Producentów Bydła Mięsnego
73. Polski Związek Hodowców i Producentów Gęsi
74. Polski Związek Hodowców i Producentów Trzody Chlewnej „POLSUS”
75. Polski Związek Ogrodniczy
76. Polski Związek Owczarski
77. Polski Związek Niezależnych Producentów Świń
78. Polski Związek Plantatorów Chmielu
79. Polski Związek Pracodawców – Usługodawców Rolnych
80. Polski Związek Producentów Kukurydzy
81. Polski Związek Producentów Roślin Zbożowych
82. Polski Związek Producentów Szparaga
83. Polski Związek Producentów Ziemniaków i Nasion Rolniczych
84. Polski Związek Producentów Żywności Roślinnej
85. Polski Związek Pszczelarski
86. Polski Związek Zawodowy Rolników
87. Polski Związek Zrzeszeń Hodowców i Producentów Drobiu
88. Polskie Stowarzyszenie Plantatorów Porzeczek
89. Polskie Stowarzyszenie Producentów Oleju
90. Polskie Stowarzyszenie Przetwórców Ryb
91. Polskie Stowarzyszenie Rolnictwa Zrównoważonego „ASAP”
92. Polskie Towarzystwo Rolników Ekologicznych
93. Polskie Towarzystwo Rybackie
94. Polskie Zrzeszenie Producentów Bydła Mięsnego
95. Pomorska Organizacja Producentów – Arka
96. Pomorskie Stowarzyszenie Producentów Ekologicznych BIOPOMORZE
97. Pracodawcy Rzeczypospolitej Polskiej
98. ProVeg International

99. Rada Dialogu Społecznego

100. Sekretariat Rolnictwa Komisji Krajowej NSZZ „Solidarność”
101. Stowarzyszenie Branży Grzybów Uprawnych
102. Stowarzyszenie „EkoLubelszczyzna”
103. Stowarzyszenie Gospodarstw Ekologicznych „Truskawka”
104. Stowarzyszenie „Krajowa Unia Producentów Soków”
105. Stowarzyszenie Importerów Ryb
106. Stowarzyszenie Lubelskich Producentów Malin
107. Stowarzyszeni Łącka Droga Owocowa
108. Stowarzyszenie Naukowo-Techniczne Inżynierów i Techników Przemysłu Rolno-Spożywczego
109. Stowarzyszenie Naukowo-Techniczne Inżynierów i Techników Rolnictwa
110. Stowarzyszenie Plantatorów Jagody Kamczackiej
111. Stowarzyszenie Plantatorów Truskawki
112. Stowarzyszenie Polska Wódka – Polish Vodka Association
113. Stowarzyszenie Polski Ziemniak z siedzibą w Jadwisinie
114. Stowarzyszeni Polskich Plantatorów Borówki
115. Stowarzyszenie Polskich Dystrybutorów Owoców i Warzyw „Unia Owocowa”
116. Stowarzyszenie Producentów Owoców i Warzyw „CUIAVIA”
117. Stowarzyszenie Producentów Pomidorów i Ogórków pod Osłonami
118. Stowarzyszenie Producentów Ryb Łososiowatych w Lęborku
119. Stowarzyszenie Producentów Ziemniaka Skrobiowego przy PPZ Trzemeszno Sp. z o. o
120. Stowarzyszenie Producentów Żywności Metodami Ekologicznymi „Ekoland”
121. Stowarzyszenie Regionalnych Browarów Polskich
122. Stowarzyszenie Rozwoju Rynku Rybnego
123. Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy Rzeczypospolitej Polskiej
124. Stowarzyszenie Sady Grójeckie
125. Towarzystwo Rozwoju Sadów Karłowych
126. Unia Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego
127. Zarząd Główny Związku Zawodowego Pracowników Rolnictwa RP
128. Zrzeszenie Plantatorów i Producentów Ziemniaków w Luboniu
129. Zrzeszenie Producentów Branży Nasiennej
130. Zrzeszenie Producentów Papryki RP
131. Zrzeszenie Producentów Ziemniaka w Pile
132. Zrzeszenie Rolników i Producentów Indyk Lubuski
133. Związek Gmin Wiejskich
134. Związek Gorzelni Polskich
135. Związek Młodzieży Wiejskiej
136. Związek Polskich Plantatorów Chmielu
137. Związek Polskich Przetwórców Mleka
138. Związek Polskie Mięso
139. Związek Powiatów Polskich
140. Związek Pracodawców Polska Rada Winiarstwa
141. Związek Pracodawców Polski Przemysł Spirytusowy
142. Związek Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego – Browary Polskie
143. Związek Producentów Ryb – Organizacja Producentów
144. Związek Sadowników Rzeczpospolitej Polskiej
145. Związek Stowarzyszeń Podkarpacka Izba Rolnictwa Ekologicznego

146. Związek Szkółkarzy Polskich
147. Związek Zawodowy Centrum Narodowe Młodych Rolników
148. Związek Zawodowy Pracowników Rolnictwa w RP
149. Związek Zawodowy Rolników Rzeczpospolitej „SOLIDARNI”
150. Związek Zawodowy Rolników „Ojczyzna”
151. Związek Zawodowy Rolnictwa „Samoobrona”
152. Związek Zawodowy Wsi i Rolnictwa „Solidarność Wiejska”
153. Związek Zawodowy Rolników Ekologicznych Św. Franciszka z Asyżu
154. Związek Zawodowy Rolnictwa i Obszarów Wiejskich „Regiony”
155. #HodowcyRazem
156. Związek Zawodowy Ruch Młodych Farmerów
157. Związek Pracodawców Gospodarki Obiegu Zamkniętego i Recyklingu
158. Polskie Stowarzyszenie Obsługi Rolnictwa POLSOR

Przewidywany czas konsultacji społecznych to 30 dni.
Przedstawienie odpowiedzi na opinie planuje się niezwłocznie po ich otrzymaniu (najpóźniej w terminie 30 dni od ich otrzymania), natomiast podsumowanie konsultacji i upublicznienie raportu z konsultacji nastąpi po udzieleniu odpowiedzi na przekazane opinie i zakończeniu konsultacji publicznych zgodnie z § 43–50 uchwały nr 190 Rady Ministrów z dnia 29 października 2013 r. – Regulamin pracy Rady Ministrów.
Zgodnie z § 38 uchwały nr 190 Rady Ministrów z dnia 29 października 2013 r. – Regulamin pracy Rady Ministrów projekt rozporządzenia będzie podlegał również opiniowaniu i został skierowany do:
1. Prokuratorii Generalnej Rzeczypospolitej Polskiej,
2. Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów,
3. Prezesa Ochrony Danych Osobowych,
4. Głównego Inspektora Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych,
5. Agencji Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa.

6. Wpływ na sektor finansów publicznych

(ceny stałe z …… r.)	Skutki w okresie 10 lat od wejścia w życie zmian [mln zł]											
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Łącznie (0-10)
Dochody ogółem	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
budżet państwa	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
JST	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
pozostałe jednostki (oddzielnie)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Wydatki ogółem	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
budżet państwa	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
JST	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
pozostałe jednostki (oddzielnie)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Saldo ogółem	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
budżet państwa	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
JST	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
pozostałe jednostki	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

(oddzielnie)												
Źródła finansowania	Wejście w życie rozporządzenia nie będzie miało wpływu na sektor finansów publicznych, w tym budżet państwa i budżety jednostek samorządu terytorialnego											
Dodatkowe informacje, w tym wskazanie źródeł danych i przyjętych do obliczeń założeń	Rozwiązania przyjęte w projekcie nie spowodują zwiększenia wydatków ani zmniejszenia dochodów jednostek sektora finansów publicznych.											

7. Wpływ na konkurencyjność gospodarki i przedsiębiorczość, w tym funkcjonowanie przedsiębiorców oraz na rodzinę, obywateli i gospodarstwa domowe								
Skutki								
Czas w latach od wejścia w życie zmian		0	1	2	3	5	10	Łącznie (0-10)
W ujęciu pieniężnym (w mln zł, ceny stałe z …… r.)	duże przedsiębiorstwa	0	0	0	0	0	0	0
	sektor mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw	0	0	0	0	0	0	0
	rodzina, obywatele oraz gospodarstwa domowe	0	0	0	0	0	0	0
W ujęciu niepieniężnym	duże przedsiębiorstwa	Wpływ na koszty jest oceniany jako marginalny, co sugeruje, że ewentualny obowiązek nie generowałby znaczących obciążeń finansowych. Zdecydowana większość uczestników nie widzi zagrożeń dla poufności umów, pod warunkiem właściwego uregulowania sposobu prezentacji danych.						
	sektor mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw	jw.						
	rodzina, obywatele oraz gospodarstwa domowe	Przepisy projektowanego rozporządzenia dostarczą informacji w oznakowaniu środków spożywczych oczekiwanych przez konsumentów.						
Niemierzalne		0						
		0						
Dodatkowe informacje, w tym wskazanie źródeł danych i przyjętych do obliczeń założeń	Projektowane rozporządzenie nie będzie miało bezpośredniego wpływu na konkurencyjność gospodarki i przedsiębiorczość, w tym funkcjonowanie przedsiębiorców. Funkcjonowanie przedsiębiorców - wpływ na wzrost zaufania do firm i ich wyróżnienie.							

	Projektowane rozporządzenie nie będzie miało wpływu na sytuację ekonomiczną i społeczną rodzin, a także osób niepełnosprawnych oraz osób starszych.

8. Zmiana obciążeń regulacyjnych (w tym obowiązków informacyjnych) wynikających z projektu	
☒ nie dotyczy	
Wprowadzane są obciążenia poza bezwzględnie wymaganymi przez UE (szczegóły w odwróconej tabeli zgodności).	☐ tak ☐ nie ☒ nie dotyczy
☐ zmniejszenie liczby dokumentów ☐ zmniejszenie liczby procedur ☐ skrócenie czasu na załatwienie sprawy ☐ inne:	☐ zwiększenie liczby dokumentów ☐ zwiększenie liczby procedur ☐ wydłużenie czasu na załatwienie sprawy ☐ inne:
Wprowadzane obciążenia są przystosowane do ich elektronizacji.	☐ tak ☐ nie ☒ nie dotyczy
Komentarz: Projektowane rozporządzenie nie zmienia obciążeń regulacyjnych (w tym obowiązków informacyjnych).	

9. Wpływ na rynek pracy
Wejście w życie rozporządzenia nie będzie miało wpływu na rynek pracy.

10. Wpływ na pozostałe obszary		
☐ środowisko naturalne ☐ sytuacja i rozwój regionalny ☐ sądy powszechne, administracyjne lub wojskowe	☐ demografia ☐ mienie państwowe ☐ inne:	☐ informatyzacja ☐ zdrowie
Omówienie wpływu	Projektowane rozporządzenie może mieć pozytywny wpływ na jednolity przekaz informacji na temat żywności sprzedawanej pod danymi „dystrybutora”.	

11. Planowane wykonanie przepisów aktu prawnego
Zgodnie z proponowanym brzmieniem § 3 projektu rozporządzenia, planuje się, że projektowane przepisy wejdą w życie 6 miesięcy od dnia ogłoszenia. Opakowane środki spożywcze oznakowane zgodnie z dotychczasowymi przepisami i wprowadzone do obrotu przed dniem 30 listopada 2028 r. mogą pozostawać w obrocie do czasu wyczerpania zapasów tych środków.

12. W jaki sposób i kiedy nastąpi ewaluacja efektów projektu oraz jakie mierniki zostaną

zastosowane?
Efektem projektu będzie właściwe i jednolite znakowanie opakowanych środków spożywczych oferowanych konsumentom pod danymi „dystrybutora” (obecne praktyki „dystrybutorów” są rożne) zgodnie z zaproponowanymi przepisami, które będzie weryfikowane przez służby kontrolne.
13. Załączniki (istotne dokumenty źródłowe, badania, analizy itp.)
Brak.