



**Możliwości korzystania ze środków
Funduszu Promocji Mięsa
Wieprzowego
przez hodowców i producentów
trzody**

Agencja Rynku Rolnego



Podstawy prawne

- Fundusz Promocji Mięsa Wieprzowego został powołany **1 lipca 2009 r.**, a jego tworzenie, zadania, zasady finansowania, organizację i funkcjonowanie reguluje **ustawa z dn. 22 maja 2009 r. o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych.**
- Rozporządzenia wykonawcze Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi.



Dochody Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego

- wpłaty podmiotów zobowiązanych
- odsetki bankowe od środków pieniężnych gromadzonych na rachunku bieżącym funduszu oraz z tytułu oprocentowania lokat
- darowizny i zapisy



Wpłaty na Fundusz Promocji Mięsa Wieprzowego

Do naliczania, pobierania i przekazywania wpłat są obowiązani:

- a) przedsiębiorcy prowadzący działalność gospodarczą w zakresie uboju świń
- b) przedsiębiorcy będący podatnikami podatku od towarów i usług w rozumieniu ustawy z dnia 11 marca 2004 r. o podatku od towarów i usług (Dz. U. Nr 54, poz. 535, z późn. zm.²⁾), zwanej dalej "ustawą o VAT", którzy prowadzą działalność gospodarczą w zakresie wywozu poza terytorium Rzeczypospolitej Polskiej żywych świń



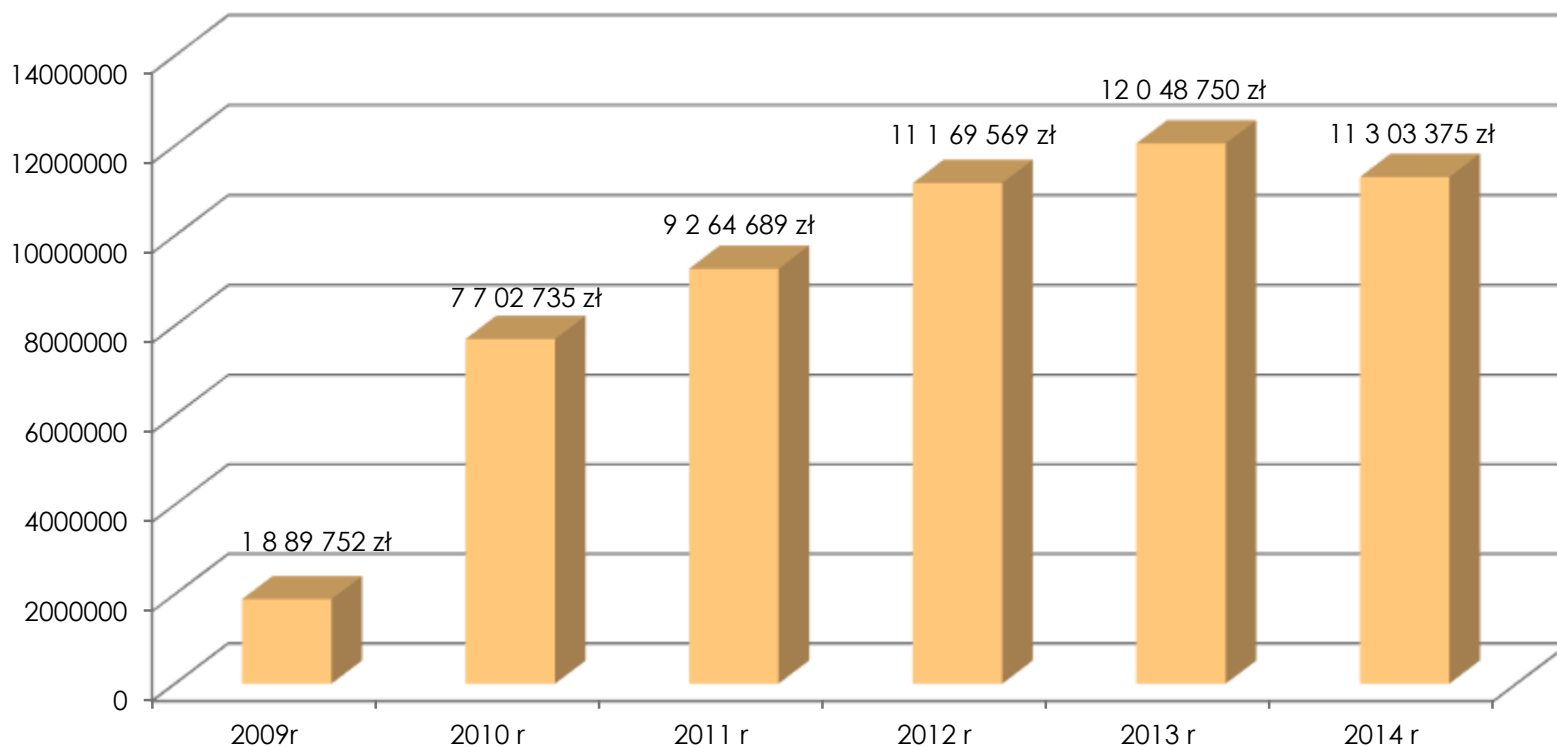
Wpłaty na Fundusz Promocji Mięsa Wieprzowego

Wpłaty na fundusze promocji są naliczane w wysokości 0,1% wartości w cenie netto od świń żywych na podstawie faktur VAT, nie później niż w terminie 14 dni od dnia ich wystawienia

Minister właściwy do spraw rynków rolnych określił, w drodze rozporządzenia, szczegółowy wykaz towarów, od których są naliczane, pobierane, przekazywane i wpłacane wpłaty na fundusze promocji (z uwzględnieniem przepisów ustawy o VAT i przepisów ustawy w sprawie Polskiej Klasyfikacji Wyrobów i Usług)



Wysokość wpływów na Fundusz (2009-2014)



Komisje Zarządzające



W skład Komisji Zarządzającej Funduszem Promocji Mięsa Wieprzowego wchodzi 9 członków:

- 4 członków reprezentujących podmioty prowadzące chów lub hodowlę świń, wybranych spośród kandydatów zgłoszonych przez ogólnokrajowe organizacje tych podmiotów,
- 4 członków reprezentujących zakłady prowadzące działalność w zakresie przetwórstwa mięsa oraz niebędących zakładami przetwórczymi przedsiębiorców prowadzących działalność gospodarczą w zakresie uboju świń, wybranych spośród kandydatów zgłoszonych przez ogólnokrajowe organizacje zrzeszające zakłady przetwórcze oraz niebędących zakładami przetwórczymi przedsiębiorców prowadzących działalność gospodarczą w zakresie uboju świń,
- członka reprezentującego izby rolnicze, wybranego spośród kandydatów zgłoszonych przez Krajową Radę Izb Rolniczych

Główne obowiązki i prawa komisji zarządzających wynikające z ustawy o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych



- Reprezentowanie interesów branż, których dotyczą fundusze promocji, wobec ministra właściwego do spraw rynków rolnych, innych organów administracji publicznej oraz Prezesa Agencji w zakresie zarządzania funduszem promocji właściwym dla danej branży (art. 12 ust. 1 pkt 1 ustawy).
- Ustalanie planu finansowego danego funduszu w zakresie realizacji celów ustawy



Podmioty uprawnione do ubiegania się o środki Funduszu

- ogólnokrajowe organizacje zrzeszające producentów rolnych lub przetwórców produktów rolno-spożywczych mających miejsce zamieszkania albo siedzibę na terytorium RP, którzy produkują lub dokonują obrotu świniami, mięsem wieprzowym lub jego przetworami.
- ogólnokrajowe organizacje branżowe lub międzybranżowe zrzeszające producentów lub przetwórców produktów rolno-spożywczych, inne niż organizacje określone w pkt 1, jeżeli ich cele statutowe są zgodne z celami funduszy promocji, o których mowa w art. 2;

Przeznaczenie środków Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego



- działania mające na celu informowanie o jakości i cechach, w tym zaletach, mięsa wieprzowego,
- działania mające na celu promocję spożycia mięsa wieprzowego oraz jego przetworów,
- udział w wystawach i targach związanych z chowem lub hodowlą świń oraz produkcją lub przetwórstwem mięsa wieprzowego,
- badania rynkowe dotyczące spożycia mięsa wieprzowego oraz jego przetworów,
- badania naukowe i prace rozwojowe mające na celu poprawę jakości mięsa wieprzowego oraz jego przetworów, a także prowadzące do wzrostu ich spożycia,
- szkolenia producentów i przetwórców mięsa wieprzowego,
- działalność krajowych organizacji branżowych, w tym ich przedstawicieli, biorących udział w pracach specjalistycznych stałych i roboczych komitetów organizacji międzynarodowych lub będących członkami statutowych organów tych organizacji, zajmujących się problemami rynku mięsa wieprzowego;



Wydatkowanie środków Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego

- Plan finansowy funduszu promocji który zawiera informacje o:
 - stanie tego funduszu na początek i koniec roku, obejmującym środki finansowe, należności i zobowiązania
 - dochodach
 - zadaniach realizowanych w danym roku finansowym
 - maksymalnej kwocie środków finansowych przeznaczonych na realizację poszczególnych zadań



Propozycja do planu finansowego powinna zawierać

- opis planowanego zadania;
- harmonogram działań w ramach zadania;
- budżet zadania;
- kalkulację (zestawienie) kosztów;
- proponowaną wysokość wsparcia z funduszu promocji;
- źródła finansowania zadania;

Zasady realizacji zadań



- Wyплата dotyczy tylko kosztów kwalifikowalnych zgodnie z rozporządzeniem
- Do wniosku załącza się dokumenty potwierdzające zrealizowanie zadania lub jego etapu
- Kwota zaliczki (40%) i dopłat częściowych nie może przekroczyć 80% całkowitej kwoty wsparcia określonej w decyzji o udzieleniu wsparcia
- Koszty ogólne tj. do wysokości 5% kosztów poniesionych na realizację danego zadania nie wymagają udokumentowania

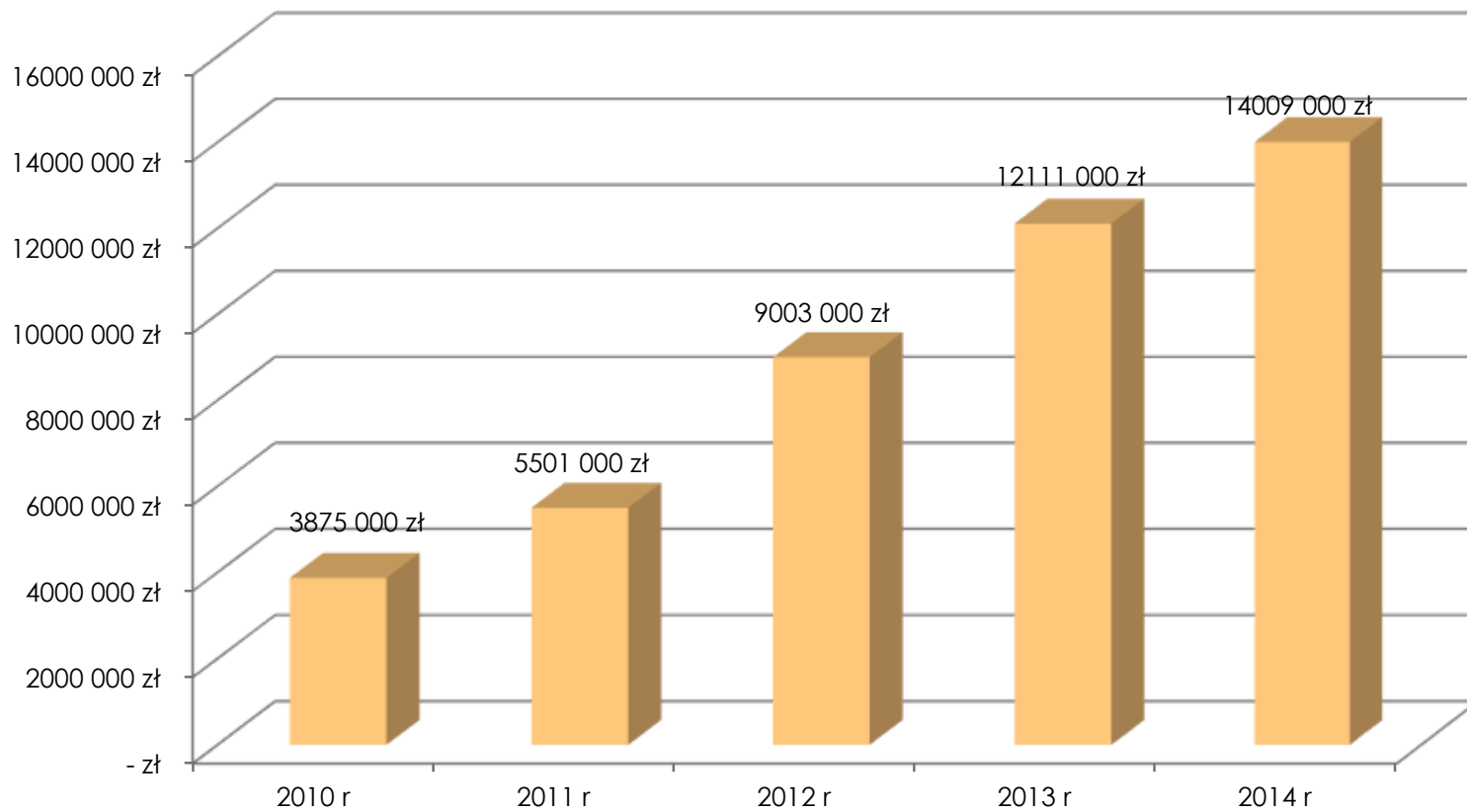


Zasady tworzenia Planu Finansowego





Wysokość wypłat z Funduszu (2010-2014)



Obowiązki Prezesa ARR wynikające z ustawy o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych



Prezes Agencji:

- Dysponuje środkami funduszy promocji produktów rolno – spożywczych na podstawie uchwał Komisji Zarządzających
- Zapewnia obsługę prawną i techniczno – biurową funduszy promocji oraz komisji zarządzających
- Sporządza sprawozdania z wykonania planu finansowego funduszy promocji
- Odmawia realizacji uchwał Komisji Zarządzających niezgodnych z przepisami prawa



Dziękuję za uwagę

Witold Wierzbiński

Agencja Rynku Rolnego

Biuro Promocji Żywności

Tel. 022 661 71 11

www.arr.gov.pl