

Fundusze promocji produktów rolno – spożywczych

Szanowni Państwo,

Z dniem 1 lipca 2009 r. weszła w życie ustawa z 22 maja 2009 r. o funduszach promocji produktów rolno – spożywczych (Dz. U. z 2009 nr 97, poz. 799, dalej: Ustawa) z mocy której powołanych zostało 9 odrębnych funduszy promocji:

- Fundusz Promocji Mleka (który zastępuje dotychczas istniejący Fundusz Promocji Mleczarstwa)
- Fundusz Promocji Mięsa Wieprzowego
- Fundusz Promocji Mięsa Wołowego
- Fundusz Promocji Mięsa Końskiego
- Fundusz Promocji Mięsa Owczego
- Fundusz Promocji Ziarna Zbóż i Przetworów Zbożowych
- Fundusz Promocji Owoców i Warzyw
- Fundusz Promocji Mięsa Drobiowego
- Fundusz Promocji Ryb

Jak sama nazwa wskazuje, celem nowo powstałych funduszy jest promowanie i wspieranie wzrostu spożycia polskich produktów rolno-spożywczych, zarówno na rynkach krajowych jak i europejskich. Fundusze mają stworzyć mechanizmy, które poprawią jakość konsumowanych produktów, pozwolą na zdobycie trwałych rynków zbytu, jak również zapewnią konsolidację branżową.

Pieniądze zgromadzone w poszczególnych funduszach będą wykorzystywane m.in. do prowadzenia kampanii informacyjnych i promocyjnych mających na celu wspieranie konkurencyjności polskich produktów, promowanie ich spożycia, informowanie o jakości i zaletach. Część środków finansowych przeznaczona zostanie na udział w wystawach i targach, badania rynkowe dotyczące spożycia, badania naukowe i prace rozwojowe mające na celu poprawę jakości produktów i ich przetworów, szkolenia producentów i przetwórców. Istotnym jest, iż Ustawa daje możliwość pozyskania funduszy z Unii Europejskiej, dzięki czemu większość programów i kampanii będzie współfinansowana ze środków unijnych.

Gospodarka finansowa każdego z funduszy będzie prowadzona według zasad gospodarowania środkami finansowymi danego funduszu promocji oraz jego planu finansowego. Środki na szeroko pojęte działania będą zapewniać branże, a dokładniej przedsiębiorcy funkcjonujący w danym sektorze produkcji, którzy przy zakupie każdego z towarów, od którego naliczane są wpłaty na fundusze promocji tj.:

- świń żywych;
- bydła i cieląt żywych;
- koni żywych;
- owiec żywych;
- zbóż;
- owoców i warzyw;
- drobiu żywego;
- ryb

są zobowiązani do naliczenia i pobrania od dostawcy (tj. od podmiotu, który zbywa na ich rzecz ww. towary) wpłaty na fundusze promocji w terminie 14 dni od daty wystawienia faktury za ww. towary.

Jednocześnie, przedsiębiorcy

- będący podatnikami podatku od towarów i usług, którzy wytwarzają owoce i warzywa
- będący podatnikami podatku od towarów i usług, którzy prowadzą działalność w zakresie połowu ryb w wodach śródlądowych i morskich
- będący podatnikami podatku od towarów i usług, którzy prowadzą działalność w zakresie chowu lub hodowli ryb.

samodzielnie naliczają wpłaty na poszczególne fundusze promocji na podstawie faktur za zbyte przez nich towary objęte obowiązkiem wpłat na fundusze.

Ustawa określa stawki wpłat na fundusze. Ich wysokość, za wyjątkiem Funduszu Promocji Mleka, wynosi 0,1 % wartości netto wszystkich zakupionych w danym kwartale towarów objętych obowiązkiem wpłat na fundusz. Wpłata na Fundusz Promocji Mleka to 0,001zł od każdego skupionego kilograma mleka.

Naliczenie i pobranie wpłat na fundusze promocji powinno zostać potwierdzone w formie pisemnego oświadczenia zawierającego przynajmniej:

- nazwę, siedzibę i adres albo imię, nazwisko, miejsce zamieszkania i adres przedsiębiorcy oraz podmiotu, od którego naliczono i pobrano tę wpłatę,
- określenie wartości i rodzaju towaru, stanowiącego podstawę wpłaty,
- kwotę pobrana z tytułu wpłaty na dany fundusz promocji od zbytego towaru;

Przedsiębiorcy, za wyjątkiem podmiotów skupujących mleko, zobligowani są do dokonywania wpłat na rzecz danego funduszu w okresach kwartalnych nie później niż do 25 dnia miesiąca następującego po zakończeniu kwartału. Wysokość zobowiązania wykazywać będą na deklaracjach składanych Prezesowi Agencji Rynku Rolnego za pośrednictwem Oddziałów Terenowych właściwych miejscowo dla siedziby przedsiębiorcy. Jeżeli przedsiębiorca zobowiązany będzie do dokonywania wpłat na więcej niż 1 fundusz promocji, składa wyłącznie jedną deklarację na której wykazuje w oddzielnych pozycjach wysokość wpłat na poszczególne fundusze.

Jeżeli wysokość kwoty naliczonej nie przekroczy pięciokrotnie wysokości kosztów upomnienia w postępowaniu egzekucyjnym w administracji (tj. 44 zł) zobowiązanie to należy zaliczyć na poczet zobowiązania za kolejny kwartał. W powyższej sytuacji podmiot powinien wykazać istnienia zobowiązania poprzez złożenie deklaracji wskazującej powyższe zobowiązanie. Podmiot może równolegle dokonać wpłaty zobowiązania, jeżeli tego nie uczyni wpłata ta powinna być dokonana w przyszłym kwartale wraz z bieżącym zobowiązaniem.

W przypadku Funduszu Promocji Mleka, wpłaty dokonywane będą na zasadach identycznych jak dotychczas w Funduszu Promocji Mleczarstwa, tj. co kwartał podmioty skupujące w rozumieniu ustawy z dnia 20 kwietnia 2004 r. o organizacji rynku mleka i przetworów mlecznych, otrzymają decyzję wystawioną przez Prezesa Agencji w której określona zostanie kwota należna na rzecz Funduszu. Kwota ta, ustalana jest na podstawie informacji o wielkości skupu mleka przesyłanych przez podmioty skupujące do Agencji Rynku Rolnego (dalej: ARR) na podstawie art. 10 ust. 1 pkt. 2 lit c tiret drugie ustawy z dnia 20 kwietnia 2004 r. o organizacji rynku mleka i przetworów mlecznych.

Przedsiębiorcy dokonujący wpłat na fundusze zobowiązani są do zarejestrowania się w Centralnym Rejestrze Przedsiębiorców prowadzonym przez

Agencję Rynku Rolnego. W związku z powyższym uprzejmie prosimy o wcześniejsze wypełnienie formularza rejestracyjnego udostępnionego na stronie Agencji.

Środkami Funduszy Promocji zarządzać będą wyłącznie przedstawiciele organizacji branżowych reprezentujących producentów rolnych oraz przetwórców działających w danym sektorze, którzy tworzyć będą odrębne dla każdego funduszu Komisje Zarządzające. Będą one powoływane do zarządzania funduszami i podejmowania decyzji o sposobie wydatkowania dostępnych środków. Rola Agencji Rynku Rolnego, jako jednostki administracji publicznej, której powierzono dysponowanie zasobami pieniężnymi funduszy, ograniczy się wyłącznie do zapewnienia administracyjnej obsługi wypłat środków.

Środki gromadzone przez fundusze promocji nie są traktowane jako środki publiczne, jednakże do ich naliczania oraz odprowadzania stosuje się przepisy ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. – Ordynacja podatkowa. Oznacza to, iż w przypadku nie wywiązywania się podmiotów z obowiązku wpłat na fundusze promocji Agencja Rynku Rolnego ma prawo do podejmowania w szczególności działań kontrolnych, których celem jest ustalenie faktycznej kwoty wpłaty. W przypadku gdy zostanie stwierdzone iż wpłaty nie zostały dokonane w terminie lub w należnej wysokości naliczone zostaną odsetki jak od zaległości podatkowych.

