



**Agencja  
Rynku  
Rolnego**

**Fundusze promocji  
produktów rolno-spożywczych**



Obowiązująca od 1 lipca 2009 r. ustawa o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych<sup>1</sup> powołuje 9 odrębnych funduszy promocji:

- Fundusz Promocji Mleka (zamiast dotychczasowego Funduszu 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.

## Jakie są cele funduszy promocji?

Celem powołanych funduszy jest promowanie i wspieranie wzrostu spożycia polskich produktów rolno-spożywczych zarówno na rynku krajowym, unijnym, jak i rynkach krajów nienależących do Unii Europejskiej. Fundusze mają stworzyć mechanizmy, które wpłyną na poprawę jakości konsumowanych produktów, pozwolą na zdobycie trwałych rynków zbytu, a także zapewnią konsolidację branżową.

Zgromadzone w poszczególnych funduszach środki finansowe będą wykorzystywane m.in. do prowadzenia kampanii informacyjnych i promocyjnych mających na celu wspieranie konkurencyjności polskich produktów, promowanie ich spożycia oraz informowanie o ich jakości i zaletach. Część środków finansowych przeznaczona zostanie na: udział producentów i przetwórców produktów rolno-spożywczych w wystawach i targach, badania rynkowe dotyczące spożycia, badania naukowe i prace rozwojowe mające na celu poprawę jakości produktów i ich przetworów, a także na szkolenia producentów i przetwórców.

**Wszystkie wyżej wymienione działania mogą być współfinansowane ze środków Unii Europejskiej. Nowa ustawa umożliwi bowiem pozyskiwanie na ten cel funduszy z UE.**

<sup>1</sup> Ustawa z 22 maja 2009 r. o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych (Dz. U. z 2009 r. nr 97, poz. 799).

### Kto zarządza funduszami promocji?

Środkami funduszy promocji będą zarządzać komisje zarządzające, w których składzie znajdą się wyłącznie przedstawiciele organizacji branżowych, reprezentujących producentów rolnych i przetwórców działających w danym sektorze. Każda z komisji będzie autonomicznie podejmować decyzje o zadaniach planowanych do realizacji i finansowania/współfinansowania ze środków danego funduszu promocji.

Podstawowymi zadaniami komisji zarządzających jest zatem:

- reprezentowanie interesów branż w zakresie zarządzania funduszem promocji właściwym dla danej branży;
- ustalanie zasad gospodarowania środkami finansowymi danego funduszu określających w szczególności warunki i tryb przedkładania propozycji programów promocyjnych i informacyjnych;
- ustalanie planu finansowego danego funduszu w zakresie realizacji celów, o których mowa w art. 2 ustawy;
- sporządzanie sprawozdania rzeczowego danego funduszu.

### Jak działają fundusze promocji?

Każdy fundusz promocji działa w oparciu o – uchwalone przez komisje zarządzające – dwa podstawowe dokumenty: zasady gospodarowania oraz plan finansowy.

W zasadach gospodarowania środkami danego funduszu promocji określa się:

- sposób sporządzania planu finansowego,
- wysokość wsparcia finansowego na realizację zadań określonych w planie finansowym tego funduszu, wyrażoną procentowo.

Plan finansowy danego funduszu zawiera informacje o:

- stanie tego funduszu na początek i na koniec roku (obejmującym środki finansowe, należności i zobowiązania),
- dochodach,
- zadaniach realizowanych w danym roku finansowym,



- maksymalnej kwocie środków finansowych przeznaczonych na realizację poszczególnych zadań.

Plan finansowy funduszu promocji ustalany jest na rok kalendarzowy, lecz nie później niż do 30 listopada roku poprzedzającego.

**Na podstawie zasad gospodarowania oraz planów finansowych ARR będzie wypłacała dofinansowanie do realizacji przewidzianych zadań.**

## Skąd pochodzą środki finansowe funduszy promocji?

Środki na działania, o których mowa w art. 2 ust. 2 ustawy, zapewnią branże, a dokładniej – określeni poniżej przedsiębiorcy, którzy będą naliczali i pobierali opłaty od dostawców towarów wymienionych w rozporządzeniu Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 25 czerwca 2009 r.<sup>2</sup>

Do przedsiębiorców zobowiązanych do naliczania i pobierania opłat (a następnie przekazywania ich na konta funduszy promocji) należą:

- prowadzący działalność gospodarczą w zakresie uboju świń, bydła lub cieląt, koni, jagniąt lub owiec, drobiu, a także w zakresie przetwórstwa zbóż na cele konsumpcyjne;
- będący płatnikami podatku od towarów i usług, którzy prowadzą działalność gospodarczą w zakresie:
  - wywozu poza terytorium Rzeczypospolitej Polskiej żywych świń, żywego bydła lub cieląt, żywych koni, jagniąt lub owiec oraz żywego drobiu;
  - skupu owoców lub warzyw, lub ryb od podmiotów, o których mowa w art. 2 pkt. 19 ustawy z dnia 11 marca 2004 r. o podatku o towarów i usług.

Wyżej wymienieni przedsiębiorcy przy zakupie każdego z towarów, od którego naliczane są wpłaty na fundusze promocji, tj.:

- świń żywych,
- bydła i cieląt żywych,

<sup>2</sup> Rozporządzenie Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi w sprawie szczegółowego wykazu towarów, od których są naliczane wpłaty na fundusze promocji produktów rolno-spożywczych (Dz. U. z 2009 r. nr 102, poz. 844).

## Fundusze promocji produktów rolno-spożywczych

- 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 wysokości 0,1% wartości netto.**

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 pobraną z tytułu wpłaty na dany fundusz promocji od zbytego towaru.

Wpłaty pobrane od dostawców – w terminie nieprzekraczającym 14 dni od daty wystawienia faktur za towary objęte obowiązkiem wpłat na fundusze promocji – są odprowadzane przez ww. przedsiębiorców po zakończeniu kwartału, lecz nie później niż do 25. dnia miesiąca następującego po zakończeniu kwartału, w którym przedsiębiorca dokonał naliczenia i pobrania środków od swoich dostawców.

Jednocześnie przedsiębiorcy, będący płatnikami podatku od towarów i usług, którzy:

- wytwarzają owoce i warzywa,
- prowadzą działalność w zakresie połowu ryb w wodach śródlądowych i morskich,
- 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. Kwota naliczona za towary zbyte w ramach kwartału powinna zostać odprowadzona na rachunek funduszu promocji po zakończeniu kwartału, lecz nie później niż do 25. dnia miesiąca następującego po zakończeniu kwartału.



W tych samych terminach, w których przedsiębiorcy są zobowiązani do odprowadzenia na konta funduszy promocji pobranych od producentów kwot, należy złożyć na ręce Prezesa Agencji (za pośrednictwem oddziału terenowego ARR właściwego dla siedziby przedsiębiorcy) deklarację, w której w szczególności zostanie określona:

- wartość zakupionych lub odpowiednio zbytych towarów, stanowiąca podstawę naliczenia;
- kwota wpłat na fundusze promocji pobrana od dostawców;
- kwota wpłat na fundusze naliczona do odprowadzenia.

Jeżeli przedsiębiorca zobowiązany będzie do dokonywania wpłat na więcej niż jeden fundusz promocji, składa wyłącznie jedną deklarację, na której wykazuje w oddzielnych pozycjach wysokość wpłat na poszczególne fundusze. Formularz deklaracji jest dostępny na stronie internetowej ARR oraz w centrali i oddziałach terenowych Agencji.

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

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, że w przypadku niewywiązywania 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, że wpłaty nie zostały dokonane w terminie lub w należnej wysokości, naliczone zostaną odsetki jak od zaległości podatkowych.

### Fundusz Promocji Mleka

W przypadku Funduszu Promocji Mleka, wpłaty dokonywane będą na zasadach identycznych jak 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. W przypadku Funduszu Promocji Mleka wpłata wynosi 0,001 zł od każdego skupionego kilograma mleka. Kwota należna ustalana jest na podstawie informacji o wielkości skupu mleka, przesyłanych przez podmioty skupujące do Agencji Rynku Rolnego zgodnie z art. 10 ust. 1 pkt. 2 lit c tiret drugi ustawy z dnia 20 kwietnia 2004 r. o organizacji rynku mleka i przetworów mlecznych.

### Centralny Rejestr Przedsiębiorców

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

Szczegółowe informacje dotyczące funduszy promocji są dostępne na stronie internetowej **[www.arr.gov.pl](http://www.arr.gov.pl)** w zakładce „Promocja żywności” oraz w Telefonicznym Punkcie Informacyjnym, tel. (022) 661 72 72.

---

Broszura ma charakter wyłącznie informacyjny. ARR zastrzega, że publikacja ta nie stanowi oferty kierowanej do beneficjentów ani nie jest zobowiązaniem ARR do działań mogących wynikać z treści broszury. ARR wyraża zgodę na przedruk materiałów z podaniem źródła.

**Agencja Rynku Rolnego**  
**00-400 Warszawa, ul. Nowy Świat 6/12**

**Biuro Promocji Żywności**  
**tel. (022) 661 71 11, faks (022) 661 72 10**

**Telefoniczny Punkt Informacyjny (022) 661 72 72**  
**[www.arr.gov.pl](http://www.arr.gov.pl)**

© ARR sierpień 2009

ISBN 978-03-60012-69-7