

UCHWAŁA Nr 6/2020

Komisji Zarządzającej Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego z dnia 29 maja 2020 r. w sprawie zmiany Zasad gospodarowania środkami finansowymi Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego

Działając na podstawie art. 12 ust. 1 pkt 2 ustawy z dnia 22 maja 2009 r. o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych spożywczych (t.j. Dz. U. z 2020 r. poz. 688), uchwała się, co następuje:

§ 1

W Zasadach gospodarowania środkami finansowymi Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego, stanowiących załącznik do Uchwały Komisji Zarządzającej Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego nr 3/2020 z dnia 11 lutego 2020 r., wprowadza się następujące zmiany:

1) w pkt 3 dodaje się ppkt 12 w następującej treści:

„W przypadku propozycji zadań wielofunduszowych Komisja Zarządzająca Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego może podjąć uchwałę o wpisaniu zadania do planu finansowego z zastrzeżeniem, że uchwała ta wchodzi w życie po uzyskaniu od pozostałych Komisji Zarządzających Funduszy Promocji, do których skierowana jest propozycja, promes lub decyzji o wpisaniu tego zadania do planu finansowego.”.

§ 2

Jednolity tekst „Zasad gospodarowania środkami finansowymi Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego”, uwzględniający wprowadzone zmiany, stanowi załącznik do niniejszej uchwały.

§ 3

Uchwała wchodzi w życie w dniu podjęcia.


PRZEWODNICZĄCY KOMISJI


SEKRETARZ KOMISJI

Zasady gospodarowania środkami finansowymi Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego

1. Wprowadzenie

W ramach Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego można uzyskać wsparcie finansowe na:

- 1) programy promocyjne i informacyjne (art. 9 ust. 1 pkt 1 ustawy);
- 2) programy promocyjne i informacyjne współfinansowane ze środków Unii Europejskiej (art. 9 ust. 1 pkt 2 ustawy);
- 3) inne działania (art. 9 ust. 1 pkt 3) ustawy)

2. Akty prawne

- Ustawa z dnia 22 maja 2009 r. o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych (Dz. U. z 2020 r. poz. 688, z późn. zm.);
- Rozporządzenie Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 26 czerwca 2017 r. w sprawie szczegółowych warunków i trybu udzielania wsparcia finansowego z funduszy promocji produktów rolno-spożywczych (Dz.U. z 2017 r. poz. 1351 z późn. zm.), zwane dalej w treści „rozporządzeniem.

3. Sposób sporządzania planu finansowego

1. Propozycje zadań do planu finansowego składane są w centrali Krajowego Ośrodka Wsparcia Rolnictwa bezpośrednio lub listownie w terminie do 31 sierpnia roku poprzedzającego rok, na który uchwalany jest plan finansowy.

Za datę złożenia propozycji przyjmuje się datę wpływu do KOWR.

2. Propozycje zadań złożone po 31 sierpnia nie będą uwzględniane w pierwotnym planie finansowym. Propozycje te będą traktowane jako propozycje zmiany i będą rozpatrywane po zatwierdzeniu planu finansowego.
3. KOWR przedkłada Komisji Zarządzającej złożone propozycje zadań do dnia 1 października roku poprzedzającego rok, na który uchwalany jest plan finansowy.
4. Komisja Zarządzająca może wystąpić do KOWR z prośbą o ocenę złożonych propozycji zadań pod względem formalno-prawnym.
5. Komisja Zarządzająca uchwała plan finansowy na następny rok do 30 listopada danego roku uwzględniając propozycje zadań, o których mowa w pkt 1 niniejszych zasad.
6. Propozycję zadania do planu finansowego składa się na formularzu Fpz_f7 Propozycja zadania do Planu Finansowego, stanowiącym załącznik do „Zasad obsługi Funduszy Promocji Produktów Rolno-Spożywczych
7. Propozycje zadań nie złożone na formularzu, o którym mowa w pkt 6 niniejszych zasad, nie będą uwzględniane w planie finansowym na dany rok.
8. Propozycje zadań złożone do KOWR po uchwaleniu planu finansowego na dany rok, będą traktowane jako propozycje zmiany do planu finansowego. Propozycje te będą rozpatrywane na najbliższym posiedzeniu Komisji Zarządzającej.
9. Zadania wprowadzone przez Komisję Zarządzającą do planu finansowego Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego na dany rok, których realizacja nie rozpoczęła się w tym roku mogą być realizowane wyłącznie po ponownym wpisaniu zadania do planu finansowego FPMWp na kolejny rok w trybie wskazanym w pkt 1-8;
10. W przypadku zadań, o których mowa w § 1 pkt 2 rozporządzenia za dzień rozpoczęcia realizacji zadania uznaje się dzień podpisania umowy, o której mowa w § 3 pkt 2 lit. b rozporządzenia;
11. Komisja Zarządzająca ustala stałą rezerwę finansową w wysokości 5% szacowanych wpływów w danym roku finansowym. Rezerwa tworzona jest na

działania konieczne i nieplanowane, w szczególności działania wizerunkowe, interwencyjne;

12. W przypadku propozycji zadań wielofunduszowych Komisja Zarządzająca Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego może podjąć uchwałę o wpisaniu zadania do planu finansowego z zastrzeżeniem, że uchwała ta wchodzi w życie po uzyskaniu od pozostałych Komisji Zarządzających Funduszy Promocji, do których skierowana jest propozycja, promes lub decyzji o wpisaniu tego zadania do planu finansowego.

4. Warunki i tryb przedkładania propozycji programów promocyjnych i informacyjnych

1. Propozycje programów promocyjnych i informacyjnych, o których mowa w art. 9 ust. 1 pkt 1-3 ustawy, muszą spełniać warunki, o których mowa w pkt. 3 ppkt 1 i 6 niniejszych zasad;
2. Propozycje programów promocyjnych i informacyjnych współfinansowanych ze środków Unii Europejskiej (art. 9 ust. 1 pkt 2) ustawy) powinny zawierać dodatkowo:
 - identyfikację rynków rolnych, na których realizowane ma być zadanie;
 - analizę strategiczną i marketingową uzasadniającą realizację zadania.

5. Wysokość wsparcia finansowego

1. Wsparcie finansowe z Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego dla poszczególnych działań wynosi:
 - a) Działania mające na celu informowanie o jakości i cechach, w tym zaletach, mięsa wieprzowego kosztów
do100% kwalifikowanych
 - b) Działania mające na celu promocję spożycia mięsa wieprzowego oraz jego przetworów kosztów
do100% kwalifikowanych
 - c) Udział w wystawach i targach kosztów

- | | | | |
|----|--|---------|-------------------------|
| | związanych z chowem lub hodowlą świń, produkcją lub przetwórstwem mięsa wieprzowego | do 100% | kwalifikowanych |
| d) | Badania rynkowe dotyczące spożycia mięsa wieprzowego oraz jego przetworów | do 100% | kosztów kwalifikowanych |
| e) | Badania naukowe i prace rozwojowe mające na celu poprawę jakości mięsa wieprzowego oraz jego przetworów, a także prowadzące do wzrostu ich spożycia | do 100% | kosztów kwalifikowanych |
| f) | Szkolenia producentów i przetwórców mięsa wieprzowego | do 100% | kosztów kwalifikowanych |
| g) | 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 | do 100% | kosztów kwalifikowanych |

2. Koszty kwalifikowane, o których mowa w ppkt 1 lit. a) – g) niniejszych zasad, określone są w rozporządzeniu.

6. Badanie efektywności zadania

Badanie efektywności zadania musi być wykonane przez niezależny podmiot, zgodnie z pkt. 9 Załącznika do rozporządzenia MRiRW z dnia 26 czerwca 2017 r. w sprawie szczegółowych warunków i trybu udzielania wsparcia finansowego z funduszy promocji produktów rolno-spożywczych (Dz. U. z 2017 r. poz. 1351 z późn. zm.).

7. Zaległości z tytułu wpłat na Fundusz Promocji Mięsa Wieprzowego

W przypadku zaległości podmiotu z tytułu wpłat na Fundusz Promocji Mięsa Wieprzowego w kwocie nieprzekraczającej pięciokrotności wartości kosztów upomnienia w postępowaniu egzekucyjnym ustalonej na podstawie rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 11 września 2015 r. w sprawie wysokości kosztów upomnienia skierowanego przez wierzyciela do zobowiązanego przed wszczęciem egzekucji administracyjnej (Dz.U. z 2015 r. poz. 1526), można odstąpić od wszczęcia postępowania egzekucyjnego, jeżeli zachodzi uzasadnione przypuszczenie, że w postępowaniu egzekucyjnym nie uzyska się kwoty przewyższającej wydatki egzekucyjne.

8. Wymogi dla organizacji realizujących zadania finansowane z Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego

Organizacja realizująca zadania finansowane ze środków Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego ma obowiązek posiadać i na bieżąco uzupełniać stronę internetową, na której będzie zamieszczać wszelkie informacje na temat planowanych i realizowanych zadań, tj. m. in. terminy wydarzeń, zdjęcia i relacje z realizacji zadania itp. Organizacja realizująca zadania finansowane ze środków Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego udostępnia na swojej stronie internetowej w wersji PDF wyprodukowane materiały informacyjne, takie jak ulotki, broszury, opracowania, wyniki badań i inne.

9. Badanie przestrzegania trybu konkurencyjnego wyboru ofert

Komisja Zarządzająca rozpatrując wnioski składane przez danego wnioskodawcę będzie dodatkowo badać składanie kolejnych wniosków na zadania o zbliżonym zakresie lub których realizacja byłaby wskazana poprzez ich połączenie.

