



Agencja
Rynku
Rolnego

SPRAWOZDANIE
Z WYKONANIA PLANU FINANSOWEGO
FUNDUSZU PROMOCJI MIĘSA DROBIOWEGO
W 2010 R.

WARSZAWA, 2011-02-28

ZASTĘPCA DYREKTORA
BIURA PROMOCJI ZWYWCSCI

Jerzy Sobotka

[Handwritten signatures]

Spis treści

<u>1</u>	<u>PODSTAWA PRAWNA FUNKCJONOWANIA FPMD</u>	<u>3</u>
<u>2</u>	<u>WPLYWY NA FUNDUSZ PROMOCJI MIĘSA DROBIOWEGO</u>	<u>4</u>
2.1	PRZEPLYWY ŚRODKÓW FINANSOWYCH NA RACHUNKU FPMD	6
2.2	KWOTY ZADEKLAROWANE DO WPLAT NA FPMD	8
2.3	KONTROLA I WINDYKACJA WPLAT NA FUNDUSZE PROMOCJI	9
<u>3</u>	<u>PLAN FINANSOWY FUNDUSZU PROMOCJI MIĘSA DROBIOWEGO NA ROK 2010</u>	<u>11</u>
<u>4</u>	<u>WYDATKI Z FPMD W ROKU 2010</u>	<u>13</u>
4.1	WYPŁATY ZE ŚRODKÓW FPMD ZA ROK 2010	13
4.2	KOSZTY ZWIĄZANE Z OBSŁUGĄ FUNDUSZY PROMOCJI ORAZ KOMISJI ZARZĄDZAJĄCYCH	13
<u>5</u>	<u>PODSUMOWANIE WYDATKÓW ZE ŚRODKÓW FPMD ZA ROK 2010</u>	<u>14</u>

1 Podstawa prawna funkcjonowania FPMD

Fundusz Promocji został utworzony na mocy ustawy z dnia 22 maja 2009 roku o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych (Dz. U. nr 97, poz. 799 z późn. zm.), zwanej dalej „ustawą”, a swoje funkcjonowanie rozpoczął w lipcu 2009 roku.

Zgodnie z art. 2 ust. 2 pkt 9) ww. ustawy Fundusz Promocji Mięsa Drobiowego (zwany dalej FPMD) wspiera następujące cele:

- a) Działania mające na celu informowanie o jakości i cechach, w tym zaletach mięsa drobiowego i jego przetworów,
- b) Działania mające na celu promocję spożycia mięsa drobiowego i jego przetworów,
- c) Udział w wystawach i targach związanych z chowem lub hodowlą mięsa drobiowego,
- d) Badania rynkowe dotyczące spożycia mięsa drobiowego oraz jego przetworów,
- e) Badania naukowe i prace rozwojowe mające na celu poprawę jakości mięsa drobiowego i jego przetworów, a także prowadzące do wzrostu ich spożycia,
- f) Szkolenia producentów i przetwórców mięsa drobiowego,
- 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 drobiowego.

Zgodnie z art. 8 ust. 1 ww. ustawy gospodarka finansowa funduszy prowadzona jest na podstawie:

- 1) Zasad gospodarowania środkami finansowymi danego funduszu promocji,
- 2) Planu finansowego danego funduszu promocji.

W świetle art. 10 pkt 9 ww. ustawy dla każdego z funduszy tworzy się Komisję Zarządzającą, w skład której wchodzi 9 członków, przy czym Komisja Zarządzająca Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego składa się z:

- 1) 4 członków reprezentujących podmioty prowadzące chów lub hodowlę drobiu rzeźnego, wybranych spośród kandydatów zgłoszonych przez ogólnokrajowe organizacje tych podmiotów,
- 2) 4 członków reprezentujących zakłady prowadzące działalność w zakresie przetwórstwa mięsa drobiowego oraz przedsiębiorców prowadzących działalność gospodarczą w zakresie uboju drobiu, nieprowadzących działalności w zakresie przetwórstwa mięsa drobiowego, wybranych spośród kandydatów zgłoszonych przez ogólnokrajowe organizacje zrzeszające zakłady prowadzące działalność w zakresie przetwórstwa mięsa drobiowego oraz przedsiębiorców prowadzących działalność w zakresie uboju drobiu, nieprowadzących działalności w zakresie przetwórstwa mięsa drobiowego,
- 3) członka reprezentującego izby rolnicze, wybranego spośród kandydatów zgłoszonych przez Krajową Radę Izb Rolniczych.

Zgodnie z art. 12 ust. 1 ustawy do zadań komisji zarządzających należy:

- o reprezentowanie interesów branż w zakresie zarządzania funduszem promocji właściwym dla danej branży,
- o ustalanie zasad gospodarowania środkami finansowymi danego funduszu,
- o ustalanie planu finansowego danego funduszu,
- o sporządzanie sprawozdania rzeczowego danego funduszu,
- o przekazywanie sprawozdania z wykonania planu finansowego ministrowi właściwemu do spraw rynków rolnych.

2 Wpływy na Fundusz Promocji Mięsa Drobiowego

Zgodnie z art. 3 ust. 2 oraz ust. 3 pkt 8. Ustawy są dwie grupy podmiotów zobowiązanych do naliczania, pobierania i przekazywania wpłat na **Fundusz Promocji Mięsa Drobiowego**:

- przedsiębiorcy prowadzący działalność gospodarczą w zakresie uboju drobiu;

- 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.), którzy prowadzą działalność gospodarczą w zakresie wywozu poza terytorium Rzeczypospolitej Polskiej żywego drobiu.

Jeżeli działalność w zakresie uboju drobiu oraz wywozu poza terytorium Rzeczypospolitej Polskiej żywego drobiu jest prowadzona w ramach jednej działalności, przedsiębiorca powinien rozliczyć się łącznie ze zwierząt zakupywanych na obydwa cele.

Przedsiębiorcy zobowiązani do naliczania, pobierania i przekazywania wpłat na Fundusz Promocji Mięsa Drobiowego naliczają wpłaty od wszystkich swoich dostawców, niezależnie od ich formy prawnej czy sposobu opodatkowania. Wpłaty na fundusz naliczane są na podstawie faktur za drób zakupiony przez przedsiębiorców zobowiązanych do naliczania, pobierania i przekazywania wpłat w wysokości 0,1 % wartości netto zakupionego drobiu.

Kwota naliczona na fundusz promocji jest pobierana z należności za drób dostarczony do przedsiębiorców zobowiązanych do naliczania, pobierania i przekazywania wpłat, a pobranie jest potwierdzane przez przedsiębiorcę w formie pisemnego oświadczenia. Oświadczenie, może być sporządzone w dowolnej formie i układzie, pod warunkiem zachowania formy pisemnej oraz uwzględnienia przynajmniej następujących informacji:

- nazwy, siedziby i adresu albo imienia, nazwiska, miejsca zamieszkania i adresu przedsiębiorcy oraz podmiotu, od którego naliczono i pobrano tę wpłatę,
- określenia wartości i rodzaju towaru, stanowiącego podstawę wpłaty,
- kwoty pobranej z tytułu wpłaty na dany fundusz promocji od zbytego towaru;

Wpłaty pobrane od dostawców są gromadzone przez przedsiębiorców zobowiązanych do naliczania, pobierania i przekazywania wpłat do zakończenia kwartału. Po zakończeniu kwartału przedsiębiorca sporządza deklarację wpłaty na fundusze promocji produktów rolno – spożywczych na formularzu udostępnionym przez Agencję Rynku Rolnego oraz dokonuje wpłaty na rachunek danego funduszu promocji.

Za przekroczenie terminu płatności naliczane są odsetki za zwłokę liczone jak od zaległości podatkowych. Zgodnie z art. 53 § 3 Ordynacji podatkowej przedsiębiorca obowiązany jest sam naliczyć kwotę odsetek za zwłokę we wpłatach na fundusz promocji, a następnie, zgodnie z art. 55 § 1 Ordynacji podatkowej wpłacić ją na konto Funduszu bez wezwania Agencji.

2.1 Przepływy środków finansowych na rachunku FPMD

Zgodnie z art. 7 ust. 2 źródłami finansowania funduszu są:

- 1) wpłaty,
- 2) odsetki bankowe od środków pieniężnych gromadzonych na rachunku bieżącym funduszu oraz z tytułu oprocentowania lokat,
- 3) darowizny, zapisy, dotacje.

W roku 2010 źródłem finansowania Funduszu były wpłaty dokonywane przez podmioty wymienione w ust. 3 pkt 7. Ustawy w wysokości 0,1 % wartości netto zakupionego drobiu żywego oraz odsetki bankowe.

Stan środków finansowych Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego na dzień 01.01.2010 r. wynosił **1 348 286,47 PLN** natomiast na dzień 31.12.2010 r. wynosił – **6 172 149,83 PLN**. W okresie od 01.01.2010 r. do 31.12.2010 r. podmioty zobowiązane do wpłat przekazały na Fundusz Promocji Mięsa Drobiowego **6 092 306,64 PLN**.

Dodatkowo konto Funduszu zostało zasilone:

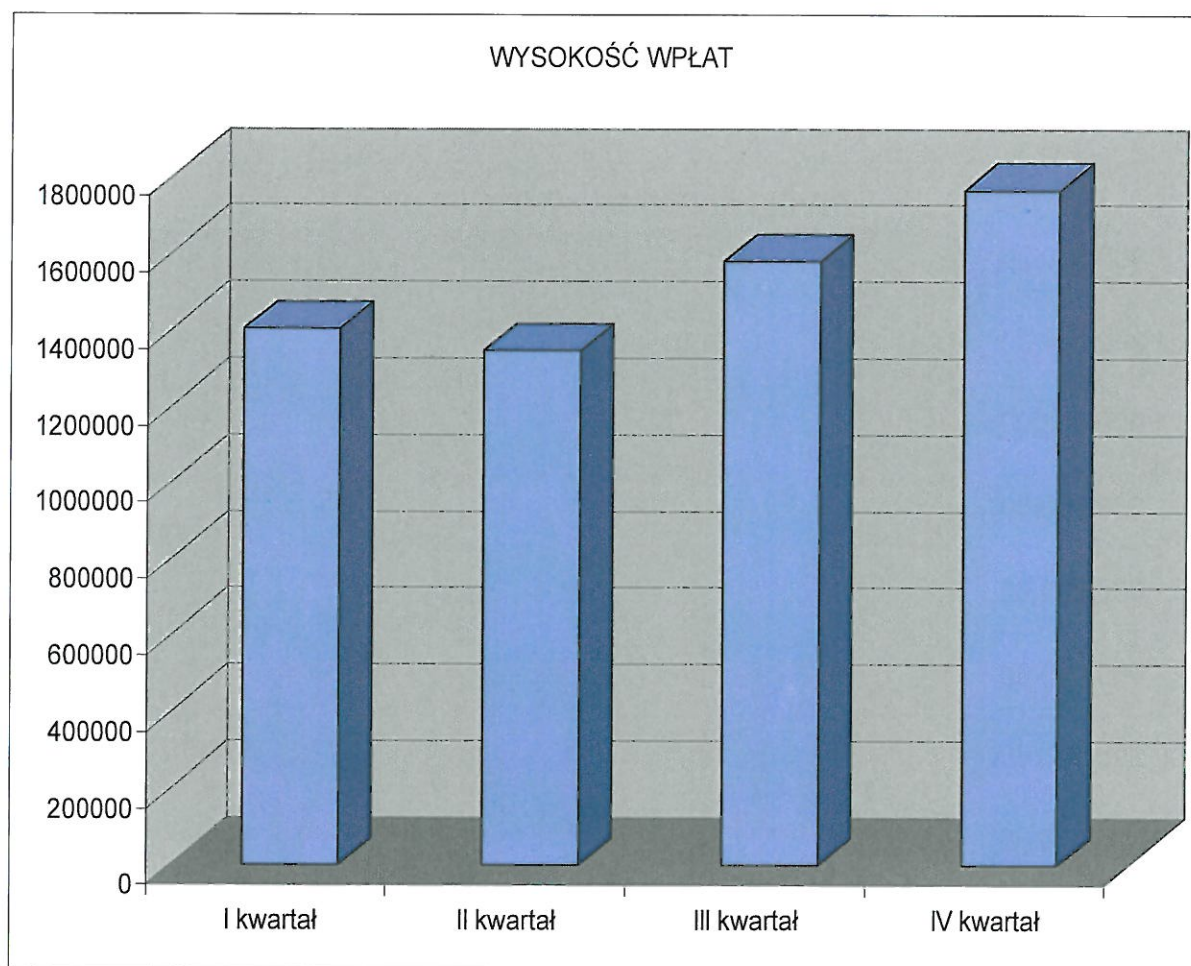
- odsetkami od lokat w kwocie **100 002,36 PLN**,
- zwrotem niewykorzystanych środków za rok 2009 w ramach pobrania przez Agencję Rynku Rolnego 3,5% rocznych wpływów na poszczególne fundusze promocji zgodnie z art. 5 ust. 1 ustawy o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych – **14 778,76 PLN**,

Ponadto Prezes Agencji wydał 3 decyzje administracyjne w sprawie stwierdzenia nadpłaty.

Wpłaty w poszczególnych kwartałach roku 2010 przedstawiały się następująco:

- w I kwartale 2010 wyniosły **1 402 319,53 PLN**,
- w II kwartale 2010 wyniosły **1 345 296,47 PLN**,
- w III kwartale 2010 wyniosły **1 579 033,05 PLN**,
- w IV kwartale 2010 wyniosły **1 765 657,59 PLN**.

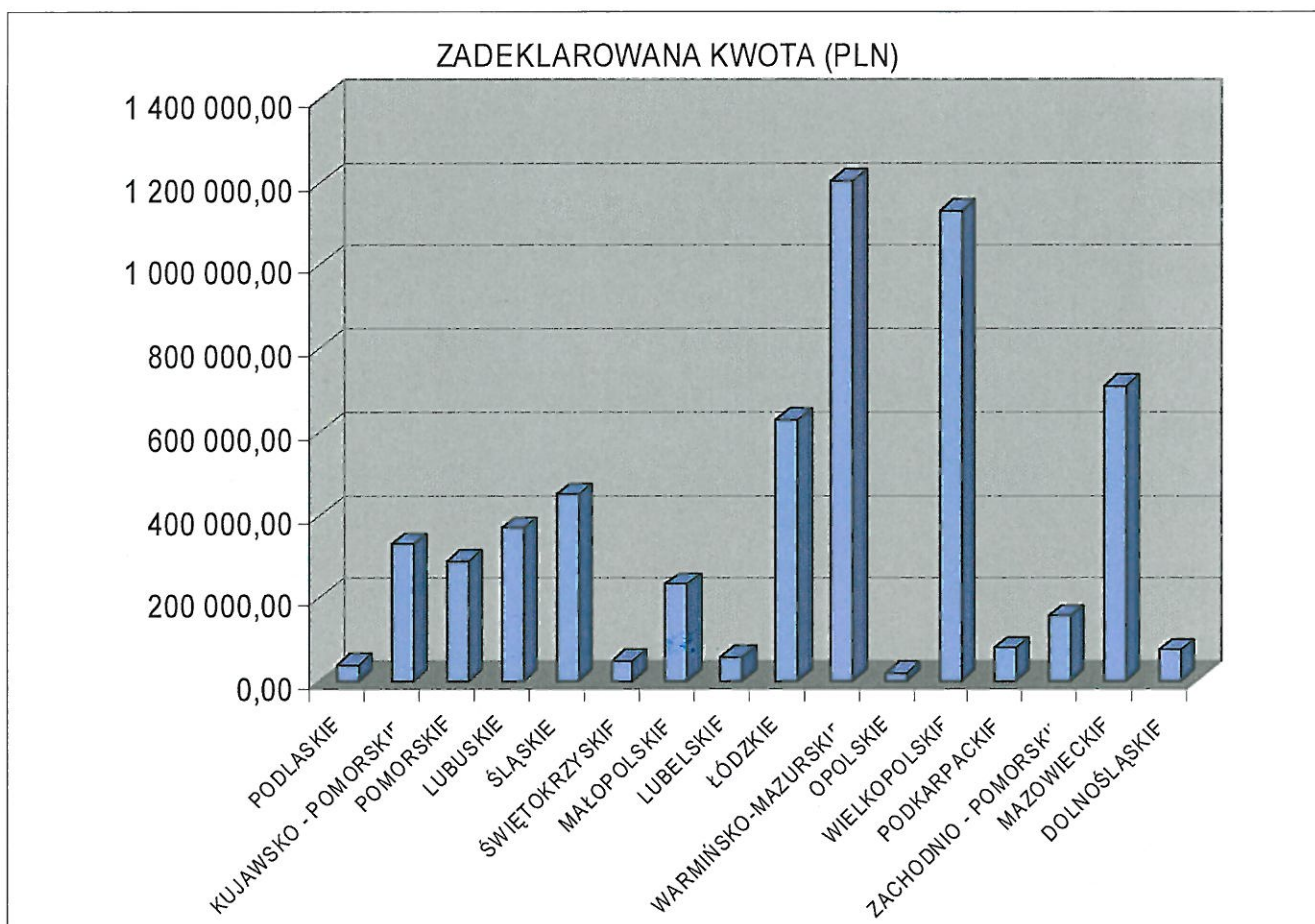
Wykres nr 1. Wysokość wpłat w poszczególnych kwartałach 2010.



2.2 Kwoty zadeklarowane do wpłat na FPMD

Zgodnie z art. 6 ust 1 pkt 2a podmioty zobowiązane do wpłat na fundusz składają Prezesowi Agencji deklaracje, w których wykazują wysokość zobowiązania na rzecz danego funduszu promocji, z wyszczególnieniem odrębnie kwoty naliczonej i kwoty pobranej, za okresy kwartalne, w terminie do 25 dnia miesiąca następującego po każdym kolejnym kwartale. Podmioty zobowiązane do wpłat na FPMD zadeklarowały w roku 2010 wpłaty w wysokości 6 051 164,00 zł. Podmioty zobowiązane do wpłat składają wymienione deklaracje Prezesowi Agencji za pośrednictwem Oddziałów Terenowych ARR właściwych do siedziby przedsiębiorcy (Wykres nr 2).

Wykres nr 2. Wysokość kwot zadeklarowanych przez podmioty w 2010



2.3 Kontrola i windykacja wpłat na fundusze promocji

Środki finansowe gromadzone przez fundusze nie są traktowane jako środki publiczne, jednakże do ich naliczania i odprowadzania, jak i podmiotów wpłacających ustawa nakłada obowiązek odpowiedniego stosowania przepisów działu III i VI ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. - Ordynacja podatkowa. W związku z faktem, iż Prezesowi ARR powierzono dysponowanie środkami finansowymi funduszy promocji na podstawie uchwał komisji zarządzających, uprawnienia organu podatkowego nadano:

- Prezesowi ARR jako organowi pierwszej instancji;
- Ministrowi właściwemu do spraw rynków rolnych jako organowi odwoławczemu od decyzji Prezesa ARR.

Zaległe należności podmiotów zobligowanych do wpłat na rzecz danego funduszu promocji, są egzekwowane na podstawie art. 6 ust 6 ustawy z dnia 22 maja 2009r. o funduszach promocji produktów rolno spożywczych w oparciu o przepisy o postępowaniu egzekucyjnym w administracji.

W celu sprawdzenia czy podmioty zobligowane wywiązują się z ustawowych obowiązków wpłat na fundusze, organ podatkowy pierwszej instancji przeprowadzi kontrolę podatkową, na podstawie uprawnień określonych w dziale VI ww. ustawy.

Jeżeli w wyniku postępowania podatkowego zostanie stwierdzone, że podatnik mimo ciążącego na nim obowiązku, nie zapłacił w całości lub części należnego zobowiązania, nie złożył deklaracji albo, że wysokość zobowiązania podatkowego jest inna niż wykazana w deklaracji, organ podatkowy wyda decyzję, w której określi wysokość zobowiązania podatkowego uwzględniając kwotę odsetek za zwłokę należnych od tego zobowiązania. Dokonane na tej podstawie wyliczenia będą podstawą do podjęcia przez ARR działań windykacyjnych w celu pozyskania zaległych wpłat na fundusze. Stosowanie procedur wynikających z Ordynacji podatkowej wymaga udziału jednostki administracji publicznej i nie mogło zostać powierzone podmiotom o charakterze niepublicznym.

W roku 2010 względem przeprowadzono 4 kontrole podmiotów zobowiązanych do wpłat na fundusz Promocji Mięsa Drobiowego:



Tabela nr 2 Kontrole podmiotów zobowiązanych do wpłat w roku 2010 w podziale na województwa

LP.	Województwo	Ilość kontroli
1.	ŚLĄSKIE	2
2.	ŚWIĘTOKRZYSKIE	1
3.	WARMIŃSKO - MAZURSKIE	1

Wyniki kontroli wykazały, że kontrolowane podmioty nieprawidłowo stosują, do obliczania wpłat na fundusz, zapisy ordynacji podatkowej w zakresie zasad zaokrąglania przewidzianych, w art. 63 §1 Ustawy z dnia 29 sierpnia 1997r. – Ordynacja podatkowa (Dz. U. Nr 8 z 2005, poz 60, z późn. zm) co skutkuje niewłaściwym określeniem wysokości wpłaty FPMD.

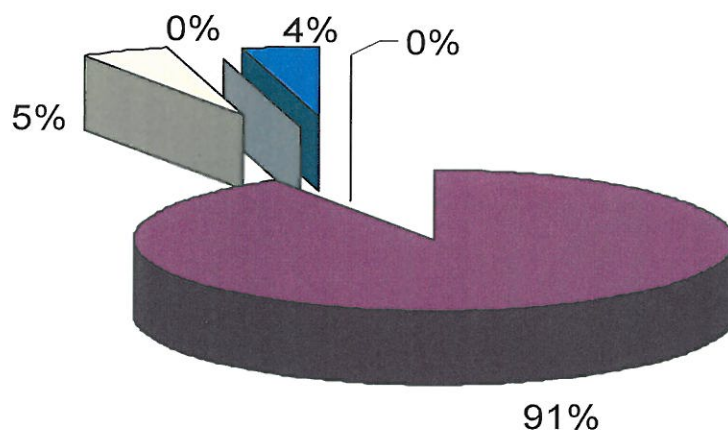
W przypadku zakupu towarów od przedsiębiorców będących płatnikami podatku VAT w jednym z podmiotów nie dokumentowano pobrania wpłaty na fundusz oświadczeniem, o którym mowa w art. 3 ust 5 pkt 1 lit b.

3 Plan finansowy Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego na rok 2010

W roku 2010 rozdysponowanie środków Funduszu odbywało się w oparciu o rozporządzenie Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 11 marca 2010 r. w sprawie szczegółowych warunków i trybu udzielania wsparcia finansowego z funduszy promocji produktów rolno-spożywczych (Dz.U.10.54.327), „Zasady gospodarowania Funduszem Promocji Mięsa Drobiowego”, które zostały uchwalone przez Komisję Zarządzającą Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego uchwałą nr 03/09 z dnia 30.11.2009 r. (zmienione uchwałą nr 04/10 z dnia 29.06.2010 r.), oraz plan finansowy Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego na rok 2010.

W ww. planie Zarządzającą Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego przeznaczyła środki finansowe na poszczególne cele zgodnie ze „Zasadami gospodarowania Funduszem Promocji Mięsa Drobiowego” (Załącznik 1).

Wykres nr 3. Struktura planu finansowego FPMD na rok 2010.



- Działania mające na celu informowanie o jakości i cechach, w tym zaletach, mięsa drobiowego oraz jego przetworów,
- Działania mające na celu promocję spożycia mięsa drobiowego i jego przetworów,
- Udział w wystawach i targach związanych z chowem lub hodowlą drobiu, produkcją lub przetwórstwem mięsa drobiowego,
- Badania rynkowe dotyczące spożycia mięsa drobiowego oraz jego przetworów,
- Badania naukowe i prace rozwojowe mające na celu poprawę jakości mięsa drobiowego oraz jego przetworów, a także prowadzące do wzrostu ich spożycia,
- Szkolenia producentów i przetwórców mięsa drobiowego,
- 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

Ponadto, w planie finansowym FPMD na rok 2010 na:

- rezerwę przeznaczono kwotę 6 384 615,46 PLN,
- na pokrycie kosztów związanych z realizacją przez Agencję Rynku Rolnego zadań wynikających z ustawy z dnia 22 maja 2009 r. o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych tj. zapewnienia obsługi prawnej oraz techniczno-biurowej funduszy promocji oraz komisji zarządzających przeznaczono kwotę 195 062,77 PLN

Komisja Zarządzająca Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego uchwaliła Plan finansowym Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego uchwałą nr 03/2009 z dnia 30.11.2009 r., a następnie trzykrotnie zmieniała Plan Finansowym FPMD na rok 2010 następującymi uchwałami:

- 1) uchwałą nr 01/2010 z dnia 12.01.2010 r.,
- 2) uchwałą nr 02/2010 z dnia 25.05.2010 r.,
- 3) uchwałą nr 03/2010 z dnia 29.06.2010 r.,

4 Wydatki z FPMD w roku 2010

W 2010 roku Agencja Rynku Rolnego wypłaciła środki finansowe z Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego w wysokości **1 383 224,40 PLN**, z tego:

1. 1 178 140,40 PLN - za przedsięwzięcia zrealizowane i wypłacane w roku 2010,
2. 205 068,60 PLN – obsługa funduszu promocji (3,5% rocznych wpływów na poszczególne fundusze promocji zgodnie z art. 5 ust. 1 ustawy o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych).
3. 15,40 PLN – pozostałe wypłaty (prowizje, opłaty).

4.1 Wypłaty ze środków FPMD za rok 2010

W 2010 roku do Agencji Rynku Rolnego wpłynęło **5** wniosków o udzielenie wsparcia ze środków Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego. Udzielone wsparcie ze środków FPMD wynosi **2 902 956,00 PLN**. Do dnia 31.12.2010 r. wypłacono kwotę **1 178 140,40 PLN**.

Do dnia 31.12.2010 r. wpłynęły **3** wnioski o płatność wsparcia ze środków Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego, które nie zostały jeszcze rozpatrzone.

Lista zadań realizowanych w roku 2010 na podstawie planu finansowego FPMD stanowi załącznik 2 do sprawozdania.

4.2 Koszty związane z obsługą funduszy promocji oraz komisji zarządzających

Zgodnie z art. 5 ust. 1 koszty związane z realizacją przez Agencję Rynku Rolnego zadań, w art. 4 ust. 1 pkt 2, są pokrywane ze środków funduszy promocji. Wysokość tych kosztów nie może przekroczyć 3,5% rocznych wpływów na poszczególne fundusze promocji. Zgodnie z art. 4 ust. 1 pkt 2 Prezes Agencji Rynku Rolnego zapewnia obsługę prawną oraz techniczno-biurową funduszy promocji oraz komisji zarządzających.

Agencja Rynku Rolnego na obsługę funduszy promocji oraz komisji zarządzających w roku 2010 z Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego wydała 205 068,60 PLN, z czego:

- 6 934,19 PLN - zużycie materiałów,
- 61 054,94 PLN – usługi obce,
- 2 119,05 PLN – podatki i opłaty,
- 107 308,93 PLN - wynagrodzenia,
- 18 559,76 PLN - ubezpieczenia społeczne,
- 561,02 PLN – remonty,
- 6 410,05 PLN – pozostałe koszty.
- 2 120,66 PLN – środki trwale niskocenne,

5 Podsumowanie wydatków ze środków FPMD za rok 2010

Agencja Rynku Rolnego wypłaciła w roku 2010 kwotę **1 178 140,40 PLN**, w oparciu o Plan Finansowy FPMD na rok 2010 (Załącznik 1).

Z up. PREZESA ARR

Lucjan Zwolak
ZASTĘPCA PREZESA

Załącznik 1 Plan finansowy FPMD na rok 2010 i jego realizacja

Lp.	Cel	Kwota przewidziana w planie finansowym [zł]	Kwota przyznana [zł]	Kwota wypłacona w 2010 r. [zł]	Kwota pozostała do wypłaty w kolejnych latach. [zł]
1.	Działania mające na celu informowanie o jakości i cechach, w tym zaletach, mięsa drobiowego oraz jego przetworów,	0,00	0,00	0,00	0,00
2.	Działania mające na celu promocję spożycia mięsa drobiowego i jego przetworów,	2 780 000,00	2 779 850,00	1 059 850,00	1 720 000,00
3.	Udział w wystawach i targach związanych z chowem lub hodowlą drobiu, produkcją lub przetwórstwem mięsa drobiowego,	150 000,00	0,00	0,00	0,00
4.	Badania rynkowe dotyczące spożycia mięsa drobiowego oraz jego przetworów,	0,00	0,00	0,00	0,00
5.	Badania naukowe i prace rozwojowe mające na celu poprawę jakości mięsa drobiowego oraz jego przetworów, a także prowadzące do wzrostu ich spożycia,	0,00	0,00	0,00	0,00
6.	Szkolenia producentów i przetwórców mięsa drobiowego,	0,00	0,00	0,00	0,00
7.	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 drobiowego,	123 106,00	123 106,00	118 290,40	0,00
	Razem	3 053 106,00	2 902 956,00	1 178 140,40	1 720 000,00

Załącznik 2 Lista zadań realizowanych ze środków Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego

LP	TYTUŁ ZADANIA	NR WNIOSKU	KWOTA W PLANIE	KWOTA UDZIELONEGO WSPARCIA	WYPŁACONE WSPARCIE	UWAGI
1	Opracowanie strategii promocji branży mięsa drobiowego w Polsce	FP-MD-b-001/2010	60 000,00	59 850,00	59 850,00	Wniosek Rozliczony
2	Promocja mięsa gęsiego	FP-MD-b-002/2010	220 000,00	220 000,00	-	termin realizacji wypłaty 7.02.2011
3	Udział w organizacji - Association of poultry processors and poultry trade in the EU countries	FP-MD-g-003/2010	123 106,00	123 106,00	118 290,40	Wniosek Rozliczony
4	Kampania promocyjna mięsa gęsiego w Polsce	FP-MD-b-004/2010	2 500 000,00	2 500 000,00	1 000 000,00	Wyplacona zaliczka pozostala czesc do rozliczenia
5	Trzydniowa akcja promocyjna wszystkich rodzajow mies podczas Targow Polagra-Food 2010	FP -MWH/MD-c-007/005/2010	150 000,00	-	-	Pozostawiony bez rozpoznania
		SUMA	3 053 106,00	2 902 956,00	1 178 140,40	