

NOTATKA

z posiedzenia Komisji Rolnictwa i Rozwoju Wsi

Data posiedzenia: 19 lutego 2013 r.

Nr posiedzenia: 54

Posiedzeniu przewodniczył: przewodniczący komisji senator Jerzy Chróścikowski.

- Porządek posiedzenia:**
1. Informacja ministra rolnictwa i rozwoju wsi na temat działalności funduszu promocji mleka oraz funduszu promocji ziarna zbóż i przetworów zbożowych.
 2. Propozycje tematów do planu pracy komisji.

- W posiedzeniu uczestniczyli:
- senatorowie członkowie komisji: Przemysław Błaszczyk, Jerzy Chróścikowski, Beata Gosiewska, Henryk Górski, Andrzej Grzyb, Jan Maria Jackowski, Kazimierz Jaworski, Marek Konopka, Wiesław Kilian, Andrzej Kobiak, Tadeusz Kopeć, Ireneusz Niewiarowski, Marian Poślednik, Grzegorz Wojciechowski, Roman Zaborowski,
 - zaproszeni goście:
 - Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi:
 - podsekretarz stanu Zofia Szalczyk,
 - zastępca dyrektora w Departamencie Promocji i Komunikacji Dariusz Goszczyński,
 - główny specjalista w Departamencie Promocji i Komunikacji Agnieszka Czubak,
 - Agencja Rynku Rolnego:
 - zastępca dyrektora Biura Promocji Żywności Paweł Zambrzycki,
 - kierownik Działu Funduszy Promocji Małgorzata Żukowska,
 - związki rolnicze i branżowe oraz inne instytucje:
 - wiceprezydent Polskiej Federacji Hodowców Bydła i Producentów Mleka Krzysztof Banach,
 - członek Podlaskiej Izby Rolniczej Stanisław Rogalski,
 - zastępca przewodniczącego Związku Zawodowego Rolników „Ojczyzna” Mariusz Gołębiowski,
 - miesięcznik „Hodowla i Chów Bydła”, dziennikarz Edward Lewandowski.

Przebieg posiedzenia:

- Ad 1.** Informację przedstawiła Zofia Szalczyk, podsekretarz stanu w Ministerstwie Rolnictwa i Rozwoju Wsi. Wyjaśniła, że fundusze promocji tworzone są w celu wspierania marketingu rolnego, wzrostu spożycia i promocji produktów rolno-spożywczych poprzez prowadzenie kampanii informacyjnych i promocyjnych, w tym m.in. współfinansowanych ze środków UE. Środki funduszy promocji są przeznaczane w szczególności na finansowanie tzw. wkładu własnego organizacji branżowych przy realizacji kampanii promocyjnych i informacyjnych prowadzonych w ramach administrowanego przez Agencję Rynku Rolnego mechanizmu „Wsparcie działań promocyjnych i informacyjnych”. Dzięki temu jest możliwe znaczące zwielokrotnienie efektu działań promocyjnych. Poszczególne fundusze promocji zasilane są z wpłat, naliczanych, pobieranych i przekazywanych na rachunki bankowe funduszy promocji przez przedsiębiorców działających w danym sektorze produkcji.

W wypadku funduszu promocji mleka to podmioty skupujące mleko, a w wypadku funduszu promocji ziarna zbóż i przetworów zbożowych – przedsiębiorcy prowadzący działalność gospodarczą w zakresie przetwórstwa zbóż na cele konsumpcyjne. Wpłaty na fundusz naliczają i pobierają przedsiębiorcy od dostawców towarów objętych obowiązkiem wpłat w wysokości 0,1% wartości netto wszystkich zakupionych towarów w danym kwartale. Wiceminister rolnictwa poinformowała, że z funduszu promocji mleka może być też dofinansowane spożycie mleka i przetworów mlecznych w przedszkolach i gimnazjach w ramach programu „Szkłanka mleka”.

W trakcie dyskusji senatorowie pytali o cel kampanii „Dodaj energii sobie i innym”. Prosilili o ocenę działania funduszy i prawidłowości ich funkcjonowania. Senatorowie wskazywali, że fundusze powinny służyć rolnikom i pytali o ich dostępność dla rolników prowadzących gospodarstwa ekologiczne.

Odpowiadając na pytania, wiceminister Zofia Szalczyk poinformowała, że o sposobie i kierunkach wydatkowania środków z funduszu decydują komisje zarządzające, do których zgłaszane są propozycje działań. Każda komisja składa się z 9 reprezentantów (4 przedstawiciele przetwórców produktów rolnych właściwych dla danego funduszu, 4 przedstawiciele producentów i 1 przedstawiciel izb rolniczych). Do zadań komisji zarządzających należy reprezentowanie interesów branż w zakresie zarządzania funduszem promocji właściwym dla danej branży, ustalanie zasad gospodarowania środkami finansowymi danego funduszu oraz ustalanie jego planu finansowego. Wiceminister poinformowała też, że resort rolnictwa nieustannie monitoruje funkcjonowanie funduszy. Wyjaśniła, że kampania promocji makaronu „Dodaj energii sobie i innym”, mająca na celu promocję wartości odżywczych i spożycia makaronu, jest finansowana z funduszu promocji zbóż na wniosek Polskiej Izby Makaronu.

Ad 2. Senator Grzegorz Wojciechowski zgłosił do planu pracy na pierwsze półrocze 2013 r. następujące zagadnienia:

1. Stan prac nad zasadami finansowania rolnictwa po 2013 r., w szczególności PROW 2014–2020.
2. Sytuacja na rynku rolno-żywnościowym, w szczególności firm z branży chłodniczej i przechowalniczej.
3. Energia odnawialna, w szczególności kwestie lokowania ferm wiatrowych ograniczających prowadzenie działalności rolniczej.
4. Sytuacja na rynkach rolnych ze szczególnym uwzględnieniem planowanego wsparcia produkcji owoców, warzyw, tytoniu, chmielu po roku 2013.
5. Realizacja uchwały Sejmu z listopada 2012 r. i Senatu z lutego 2012 r. w sprawie wprowadzenia równych i niedyskryminujących zasad podziału między państwa członkowskie Unii Europejskiej środków na dopłaty bezpośrednie dla rolników.
6. Lokalizacja słupów energetycznych na działkach rolnych i wynikające z tego ograniczenia w prowadzeniu działalności rolniczej w kontekście *land grabbing* (przejmowanie ziemi).
7. Biogazownie.
8. Dofinansowywanie przedsięwzięć o charakterze rolno-środowiskowym – stan obecny i perspektywy po 2013 r.
9. Scalanie gruntów i nieprawidłowości w mapach geodezyjnych.
10. Rolnictwo ekologiczne, a w szczególności dofinansowywanie upraw ekologicznych po 2013 r.
11. Przeciwdziałanie spekulacyjnemu obrotowi ziemią rolną.
12. Raporty dotyczące wpływu melioracji na ochronę zwierząt na obszarach Natura 2000.

Senator Andrzej Grzyb zaproponował zorganizowanie konferencji „Chleb nasz powszechny”, poświęconej produkcji chleba oraz działalności młynarzy i producentów zbóż. Z kolei senator Beata Gosiewska wystąpiła z propozycją, aby komisja zajęła się zagadnieniami związanymi z agencją bezpieczeństwa żywności.

W posiedzeniu komisji nie uczestniczyły osoby wykonujące zawodową działalność lobbingową.