



Warszawa, dnia 12 lipca 2012 r.

MINISTER ROLNICTWA  
I ROZWOJU WSI

GABINET MARSZAŁKA SENATU

wpłynęło dn. 13. 07. 12.

nr 3411 podpis.....

PK-of-pp/077/43/12

*P. R. Rajek*  
Biura Prac Senackich  
wpłynęło dn. 16. 07. 12.  
nr 6263 podpis.....

Pan  
Bogdan Borusewicz  
Marszałek Senatu RP

*Grzegorz Wojciechowski* *Paula* *Marszałek*

W związku z oświadczeniem senatorów: pana Grzegorza Wojciechowskiego oraz pana Krzysztofa Słonia złożonego w sprawie kampanii reklamowej dotyczącej Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007 – 2013 (PROW) załączonego przy piśmie pani Marii Pańczyk-Poźniak, Wicemarszałka Senatu RP (znak: BPS-043-14-547/12), uprzejmie wyjaśniam:

Celem akcji informacyjno – promocyjnej, w ramach której wyemitowano spot, była prezentacja efektów wdrażania Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007 – 2013, oraz wykorzystania funduszy UE, kierowanych na rozwój obszarów wiejskich a także na dopłaty bezpośrednie, w okresie od dnia akcesji Polski do UE do chwili obecnej. Emisja spotu nie miała na celu przedstawiania ekonomicznej kondycji polskiej wsi a jedynie poinformowanie opinii publicznej o skutecznym i celowym wydatkowaniu środków PROW 2007 – 2013.

Promocja Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007 – 2013 to obowiązek Instytucji Zarządzającej (MRiRW) oraz Instytucji Wdrażających (ARiMR, ARR, Samorzady Województw) wynikający z zapisów w art. 76 Rozporządzenia Rady (WE) nr 1698/2005 z dnia 20 września 2005 r., ustanawiającym przepisy w sprawie wsparcia rozwoju obszarów wiejskich przez Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich.

Komisja Europejska w raporcie z ostatniego audytu oceniającego wdrażanie PROW zaleciła Polsce intensyfikowanie działań informacyjno – promocyjnych i zwiększenie tempa wydatkowania środków na realizację tych działań. KE, w kontekście zbliżającego się końca perspektywy finansowej 2007 – 2013, w szczególności zwróciła uwagę na konieczność promowania efektów realizacji Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich, widząc w tym również sposób na zyskanie społecznego poparcia dla dalszego wspierania wspólnotowej polityki rolnej po 2013 r.

Problem rozumienia i postrzegania WPR przez społeczeństwo stał się na tyle poważny, iż przy Komisji Europejskiej powołano Grupę Ekspertów ds. Komunikacji w zakresie WPR (CAP Communication Export Group), z udziałem Komisji Europejskiej oraz przedstawicieli 27 państw członkowskich. W trakcie pierwszego spotkania 16 września 2011 r. KE zaapelowała do

ministrów rolnictwa o ich bezpośredni udział w spotach i materiałach informacyjnych, gdyż to podnosi wiarygodność przekazywanych opinii publicznej komunikatów.

Akcja informacyjno – promocyjna, której elementem był spot emitowany w TVP jest przykładem realizacji zaleceń audytowych i apelu KE w tym zakresie.

Odnosnie pytania dlaczego akcja prowadzona była w trakcie trwania ME Euro 2012, chciałbym przede wszystkim wyjaśnić, że celem kampanii było dotarcie do jak największej ilości odbiorców. W założeniach spot ten adresowany był nie tylko do rolników ale do ogółu społeczeństwa. Pokazuje on polską wieś jako miejsce pozytywnych, dynamicznych przemian, a sektor rolny jako nowoczesny i konkurencyjny. Oczywiście korzyścią dla rolników wynikającą z tego, opartego na mierzalnych danych, wizerunku jest budowanie społecznego zaufania dla efektów pracy producentów rolnych i przetwórców z branży rolno – spożywczej. Kształtowanie świadomości konsumentów w Polsce i na całym świecie, o naszej żywności jako smacznej, zdrowej i bezpiecznej jest jednym z najważniejszych zadań jakie od wielu lat stawia sobie resort rolnictwa.

Odpowiadając na pytanie dotyczące kosztów spotu reklamowego promującego efekty unijnego Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich 2007-2013, emitowanego w TVP uprzejmie informuję, że z informacji uzyskanych od Agencji Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa, za 33 emisje tego spotu, w terminach zgodnych z przedstawionym przez telewizję tzw. mediaplanem emisji, ARiMR zapłaci nie więcej niż 500 tys. zł. netto.

Koszty spotu promującego efekty wdrażania PROW 2007 – 2013, jak i pozostałych działań informacyjno – promocyjnych dotyczących tego Programu, współfinansowane są ze środków Unii Europejskiej, udostępnionych przez UE w ramach PROW 2007 – 2013, z przeznaczeniem tylko i wyłącznie na te działania. Dysponentem tych środków w zależności od rodzaju wdrażanych instrumentów są: MRiRW, ARiMR, ARR oraz Urzędy Marszałkowskie. W przypadku kosztów emisji spotu promującego PROW 2007 – 2013, zostały one pokryte ze środków będących w dyspozycji ARiMR.

Spot promujący efekty wdrażania PROW 2007 – 2013 jest jednym z wielu działań informacyjno – promocyjnych dotyczących Programu, podejmowanych przez resort rolnictwa oraz podległe mu instytucje. Działania te realizowane są na bieżąco przez właściwe komórki w Ministerstwie Rolnictwa i Rozwoju Wsi oraz nadzorowanych Agencjach, zgodnie z obowiązującymi przepisami w tym zakresie.

  
z up. Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi  
PODSEKRETARZ STANU  
Andrzej Butra

**Do wiadomości:** Pan Adam Jasser, Podsekretarz Stanu w Kancelarii Prezesa Rady Ministrów