

U S T A W A

z dnia 2019 r.

o zmianie ustawy o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych

Art. 1. W ustawie z dnia 22 maja 2009 r. o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych (Dz. U. z 2017 r. poz. 2160) wprowadza się następujące zmiany:

1) w art. 2:

a) w ust. 1 w pkt 9 kropkę zastępuje się średnikiem i dodaje się pkt 10 w brzmieniu:
„10) Fundusz Promocji Roślin Oleistych.”,

b) w ust. 2 w pkt 9 w lit. g kropkę zastępuje się średnikiem i dodaje się pkt 10 w brzmieniu:

„10) Fundusz Promocji Roślin Oleistych wspiera:

- a) działania mające na celu informowanie o jakości i cechach, w tym zaletach rzepaku, rzepiku, soi, lnu oraz konopi, zwanych dalej „roślinami oleistymi”, przetworów pochodzących z przetworzenia roślin oleistych, zwanych dalej „przetworami nasion oleistych”, a także miodu, pyłku kwiatowego, propolisu oraz mlecza pszczelego, zwanych dalej „produktami pszczelimi””,
- b) działania mające na celu promocję spożycia przetworów nasion oleistych lub produktów pszczelich,
- c) udział w wystawach i targach związanych z produkcją lub przetwórstwem roślin oleistych, przetworów nasion oleistych lub produktów pszczelich,
- d) badania rynkowe dotyczące spożycia przetworów nasion oleistych lub produktów pszczelich,
- e) badania naukowe i prace rozwojowe mające na celu poprawę jakości roślin oleistych, przetworów nasion oleistych lub produktów pszczelich, a także prowadzące do wzrostu ich spożycia,
- f) szkolenia producentów i przetwórców nasion oleistych lub produktów pszczelich,
- 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 roślin oleistych, przetworów nasion oleistych lub produktów pszczelich.”,

c) dodaje się ust. 3 i 4 w brzmieniu:

„3. Fundusz promocji, o którym mowa w ust. 2 pkt 6, w celu wspierania marketingu rolnego realizuje również działania mające na celu informowanie o jakości i cechach, w tym zaletach, pasz w rozumieniu przepisów o paszach pochodzących z przetworzenia zbóż, o których mowa w ust. 2 pkt 6 lit. a.”.

„4. Fundusz promocji, o którym mowa ust. 2 pkt 10, w celu wspierania marketingu rolnego realizuje również działania mające na celu informowanie o jakości i cechach, w tym zaletach, pasz w rozumieniu przepisów o paszach pochodzących z przetworzenia roślin oleistych.”.

2) w art. 3:

a) po ust. 2 dodaje się ust. 2a w brzmieniu:

„2a. Wpłaty na fundusz promocji, o którym mowa w art. 2 ust. 1 pkt 10, są naliczane w wysokości 0,2% wartości netto od roślin oleistych będących przedmiotem czynności podlegających opodatkowaniu podatkiem od towarów i usług. Ilekroć w ustawie jest mowa o towarach, rozumie się przez to również rośliny oleiste.”,

b) w ust. 3:

– w pkt 5 skreśla się wyrazy „na cele konsumpcyjne”,

– w pkt 8 w lit. c kropkę zastępuje się średnikiem i dodaje się pkt 9 w brzmieniu:

„9) Fundusz Promocji Roślin Oleistych są obowiązani przedsiębiorcy prowadzący działalność gospodarczą w zakresie przetwórstwa roślin oleistych.”,

c) ust. 4 otrzymuje brzmienie:

„4. Wpłaty na fundusze promocji, o których mowa w art. 2 ust. 1 pkt 2–10, są naliczane i pobierane od podmiotów, które zbywają towary na rzecz podmiotów, o których mowa w ust. 3 pkt 1–5, pkt 6 lit. a, pkt 7, pkt 8 lit. a oraz pkt 9.”,

d) w ust. 5 pkt 1 otrzymuje brzmienie:

„1) ust. 3 pkt 1–5, pkt 6 lit. a, pkt 7, pkt 8 lit. a oraz pkt 9:”,

e) ust. 7 otrzymuje brzmienie:

„7. Minister właściwy do spraw rynków rolnych określi, w drodze rozporządzenia, szczegółowy wykaz towarów, od których są naliczane, pobierane, przekazywane i wpłacane wpłaty na fundusze promocji, o których mowa w art. 2 ust. 1 pkt 2–10, mając na względzie zapewnienie efektywnej realizacji wpłat na fundusze promocji i z uwzględnieniem przepisów ustawy o VAT i przepisów w sprawie Polskiej Klasyfikacji Wyrobów i Usług.”;

3) w art. 9:

a) w ust. 1 pkt 3 otrzymuje brzmienie:

„3) udzielanie wsparcia finansowego na realizację zadań określonych w art. 2 ust. 2 pkt 1 lit. e, g i h, pkt 2 lit. e–g, pkt 3 lit. e–g, pkt 4 lit. e–g, pkt 5 lit. e–g, pkt 6 lit. e–g, pkt 7 lit. e–g, pkt 8 lit. e–g, pkt 9 lit. e–g oraz pkt 10 lit. e–g.”,

b) w ust. 2 w pkt 1 w lit. i średnik zastępuje się przecinkiem i dodaje się lit. j w brzmieniu:

„j) roślinami oleistymi, przetworami nasion oleistych lub produktami pszczelimi – w przypadku Funduszu Promocji Roślin Oleistych;”,

c) po ust. 4 dodaje się ust. 4a i 4b w brzmieniu:

„4a. Wysokość wsparcia finansowego na realizację zadań, o których mowa::

1) w art. 2 ust. 2 pkt 10 oraz w ust. 3 pkt 2, dotyczących roślin oleistych, przetworów nasion oleistych oraz pasz w rozumieniu przepisów o paszach pochodzących z przetworzenia roślin oleistych nie może przekroczyć 85% maksymalnej kwoty środków finansowych przeznaczonych na realizację wszystkich zadań Funduszu Promocji Roślin Oleistych w danym roku finansowym;

2) w art. 2 ust. 2 pkt 10, dotyczących produktów pszczelich nie może przekroczyć 15% maksymalnej kwoty środków finansowych przeznaczonych na realizację wszystkich zadań Funduszu Promocji Roślin Oleistych w danym roku finansowym.

4b. Wysokość wsparcia finansowego na realizację zadań, o których mowa w art. 2 ust. 2 pkt 10 lit. f i g:

- 1) dotyczących roślin oleistych i przetworów nasion oleistych nie może przekroczyć 15% kwoty określonej w ust. 4a pkt 1;
 - 2) produktów pszczelich nie może przekroczyć 15% kwoty określonej w ust. 4a pkt 2.”;
- 4) w art. 10 w pkt 9 w lit. c kropkę zastępuje się średnikiem i dodaje się pkt 10 w brzmieniu:
„10) Funduszu Promocji Roślin Oleistych składa się z:
- a) 5 członków reprezentujących producentów, w tym 4 reprezentujących producentów roślin oleistych i jednego reprezentującego producentów produktów pszczelich, wybranych spośród kandydatów zgłoszonych przez ogólnokrajowe organizacje tych producentów,
 - b) 3 członków reprezentujących zakłady przetwórcze roślin oleistych oraz niebędące zakładami przetwórczymi podmioty skupujące rośliny oleiste, wybranych spośród kandydatów zgłoszonych przez ogólnokrajowe organizacje zrzeszające zakłady przetwórcze roślin oleistych oraz niebędące zakładami przetwórczymi podmioty skupujące rośliny oleiste,
 - c) członka reprezentującego izby rolnicze, wybranego spośród kandydatów zgłoszonych przez Krajową Radę Izb Rolniczych.”.

Art. 2. Zgłoszenia kandydatów na członków pierwszej komisji zarządzającej Funduszu Promocji Roślin Oleistych dokonuje się w terminie 14 dni od dnia wejścia w życie niniejszej ustawy.

Art. 3. 1. Dotychczasowe przepisy wykonawcze wydane na podstawie art. 3 ust. 7 ustawy zmienianej w art. 1 zachowują moc do dnia wejścia w życie przepisów wykonawczych wydanych na podstawie art. 3 ust. 7 ustawy zmienianej w art. 1 w brzmieniu nadanym niniejszą ustawą, nie dłużej jednak niż przez 6 miesięcy od dnia wejścia w życie niniejszej ustawy.

2. Dotychczasowe przepisy wykonawcze wydane na podstawie art. 9 ust. 5 ustawy zmienianej w art. 1 zachowują moc i mogą być zmieniane na podstawie tego przepisu.

Art. 4. 1. Rok finansowy Funduszu Promocji Roślin Oleistych w 2019 r. trwa od dnia 1 lipca do dnia 31 grudnia 2019 r.

2. Plan finansowy Funduszu Promocji Roślin Oleistych na 2019 r. uchwała się do dnia 30 listopada 2019 r.

Art. 5. Ustawa wchodzi w życie z dniem 1 lipca 2019 r.

UZASADNIENIE

Ustawa z dnia 22 maja 2009 r. o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych (Dz. U. z 2017 r. poz. 2160), zwana dalej „ustawą o funduszach promocji” jest odpowiedzią na postulaty branż. Reprezentanci branż wystąpili z wnioskiem do Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi o podjęcie działań mających na celu stworzenie mechanizmu zapewniającego skuteczną promocję branżową, której celem byłby wzrost sprzedaży polskich produktów rolnych, a w konsekwencji zdobycie trwałych rynków zbytu, poprawa jakości produkowanych wyrobów oraz integracja branżowa.

Na podstawie ustawy o funduszach promocji utworzono 9 funduszy:

- 1) Fundusz Promocji Mleka;
- 2) Fundusz Promocji Mięsa Wieprzowego;
- 3) Fundusz Promocji Mięsa Wołowego;
- 4) Fundusz Promocji Mięsa Końskiego;
- 5) Fundusz Promocji Mięsa Owczego;
- 6) Fundusz Promocji Ziarna Zbóż i Przetworów Zbożowych;
- 7) Fundusz Promocji Owoców i Warzyw;
- 8) Fundusz Promocji Mięsa Drobiowego;
- 9) Fundusz Promocji Ryb.

Głównym celem utworzenia funduszy promocji jest wspieranie marketingu, wzrostu spożycia i promocji produktów rolno-spożywczych. Fundusze promocji zostały utworzone dla tych sektorów, o które wnioskowały organizacje branżowe.

Wskazać należy, iż ustawa o funduszach promocji określa jedynie pole działań, natomiast ustalenie konkretnych zadań realizowanych ze środków funduszy promocji w danym roku należy do kompetencji przedstawicieli organizacji branżowych reprezentujących producentów rolnych oraz przetwórców działających w danym sektorze, którzy tworzą odrębną dla każdego funduszu komisję zarządzającą. A zatem, komisje zarządzające decydują o przeznaczeniu dostępnych środków, tworząc roczne plany finansowe. Określone są w nich przedsięwzięcia, które w danym roku będą realizowane ze środków funduszu oraz maksymalne kwoty, jakie mogą zostać przeznaczone na realizację poszczególnych zadań. Wyłącznie zadania ujęte w planie finansowym danego funduszu mogą być dofinansowane ze środków funduszy.

Członków komisji zarządzających wybierają przedstawiciele poszczególnych branż, w następującym składzie:

- 1) 5 osób reprezentujących producentów produktów objętych ustawą,
- 2) 3 osoby reprezentujące przetwórców produktów objętych ustawą,
- 3) 1 osoba reprezentująca izby rolnicze.

Zgodnie z art. 12 ust. 1 oraz ust. 3 ustawy o funduszach promocji, do zadań komisji zarządzających należy w szczególności:

- 1) reprezentowanie interesów branż, których dotyczą fundusze promocji, wobec ministra właściwego do spraw rynków rolnych, innych organów administracji publicznej oraz Dyrektora Generalnego Krajowego Ośrodka Wsparcia Rolnictwa w zakresie zarządzania funduszem promocji właściwym dla danej branży;
- 2) ustalanie zasad gospodarowania środkami finansowymi danego funduszu promocji określających w szczególności szczegółowe warunki i tryb przedkładania propozycji programów promocyjnych i informacyjnych;
- 3) ustalenie planu finansowego danego funduszu promocji w zakresie realizacji celów ustawy;
- 4) opracowanie strategii promocji dla poszczególnych branż.

Powyższe stanowi, że do wyłącznych kompetencji komisji zarządzających, reprezentowanych przez przedstawicieli poszczególnych branż, w tym przedstawicieli producentów i przetwórców produktów rolno-spożywczych, należy planowanie oraz dysponowanie środkami funduszy promocji.

Zgodnie z art. 9 ust. 2 ustawy o funduszach promocji, o środki funduszy promocji mogą ubiegać się ogólnokrajowe organizacje zrzeszające producentów rolnych lub przetwórców produktów rolno-spożywczych mających miejsce zamieszkania albo siedzibę na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, którzy produkują lub dokonują obrotu towarami określonymi w tym przepisie lub ogólnokrajowe organizacje branżowe lub międzybranżowe zrzeszające producentów lub przetwórców produktów rolno-spożywczych inne niż określone wyżej, jeśli ich cele statutowe są zgodne z celami funduszy promocji.

Środki finansowe funduszy promocji mogą zostać przeznaczone na:

- 1) finansowanie lub współfinansowanie programów promocyjnych i informacyjnych,
- 2) współfinansowanie działań promocyjnych i informacyjnych, które kwalifikują się do uzyskania wsparcia ze środków Unii Europejskiej,

- 3) udzielanie wsparcia finansowego na realizację: działań mających na celu informowanie o jakości, cechach oraz zaletach produktów objętych ustawą, działań mających na celu promocję spożycia tych produktów, tematycznych wystaw i targów, badań naukowych i prac rozwojowych mających na celu poprawę jakości produktów objętych ustawą, badań rynkowych dotyczących spożycia produktów objętych ustawą, szkoleń producentów i przetwórców, zadań dotyczących uczestnictwa przedstawicieli krajowych organizacji branżowych, biorących udział w pracach komitetów różnych organizacji międzynarodowych.

Projektowana zmiana ustawy o funduszach promocji zakłada utworzenie nowego Funduszu Promocji Roślin Oleistych, którego celem byłoby wspieranie marketingu, wzrostu spożycia i promocji roślin oleistych oraz ich przetworów pochodzących z przetworzenia rzepaku, rzepiku, soi, lnu i konopi; zwanych dalej „przetworami nasion oleistych”, a także wspieranie działań określonych w art. 2 ust. 1 pkt 10 projektowanej ustawy dotyczących tych roślin i ich przetworów lub produktów pszczelich. Projektowana zmiana ustawy o funduszach promocji jest odpowiedzią na postulaty przedstawicieli branży roślin oleistych, którzy wnioskują o utworzenie nowego, odrębnego Funduszu Promocji Roślin Oleistych.

Rzepak jako jedna z najbardziej rozpowszechnionych, a jednocześnie wciąż perspektywicznych upraw polowych jest jedyną rośliną oleistą uprawianą w Polsce na skalę przemysłową. Jego udział w krajowym areale upraw roślin oleistych wynosi 95-97%. Rzepak odgrywa bardzo ważną rolę w krajowym rolnictwie, gospodarce żywnościowej i przemysłach przetwórczych. Jest on surowcem do produkcji tłuszczów konsumpcyjnych oraz stanowi źródło białka paszowego. Zbiory rzepaku zwiększyły się z poniżej 1 mln ton średnio w ostatnich czterech latach przed akcesją Polski do UE (2000–2003) do 2,7 mln ton średnio w latach 2013–2016, w wyniku ponad dwukrotnego wzrostu areału uprawy (odpowiednio z 0,4 mln ha do 0,9 mln ha), ale także ok. 38% wzrost plonów (z ok. 2,2 t/ha do prawie 3 t/ha). Zgodnie z danymi Głównego Urzędu Statystycznego – „Użytkowanie gruntów i powierzchnia zasiewów w 2017 r.” str. 89, liczba gospodarstw rolnych uprawiających rzepak to około 89,7 tys.

Proponowany Fundusz Promocji Roślin Oleistych stałby się niezwykle istotnym mechanizmem wspierającym wszelkie inicjatywy mające w założeniu doprowadzić do

przekroczenia bariery stabilnego popytu i przyspieszenia tendencji wzrostowych. Nie chodzi tu jedynie o kwestię zwiększenia spożycia tłuszczów roślinnych, co bardzo powoli, ale systematycznie staje się w Polsce faktem, ale również zwiększenia udziału krajowych produktów w ich strukturze, w tym w szczególności właśnie oleju rzepakowego. Jest to niezwykle ważne mając równocześnie na uwadze m.in. doskonałe, bo wielkonakładowe pozycjonowanie marketingowe na polskim rynku od wielu lat oliwy z oliwek, a w ostatnim czasie także choćby oleju kokosowego, co wpływa na postrzeganie tych produktów oraz trendy konsumenckie.

Dodatkowo, na uwagę zasługują rekomendacje żywieniowe m.in. Instytutu Żywności i Żywienia, które potwierdzają wprost konieczność kreowania trendów konsumenckich ukierunkowanych na zwiększenie w strukturze spożywanych tłuszczów tych pochodzenia roślinnego, a olej rzepakowy wskazywany jest z kolei jako ten o najlepszych właściwościach prozdrowotnych, co wynika m.in. z wysokiej zawartości oraz doskonałych proporcji kwasów omega 3 i 6.

Wobec powyższego zachodzi konieczność podjęcia działań stymulujących rynek roślin oleistych w szeroko pojętej części spożywczej, polegających w szczególności na budowaniu świadomości konsumenckiej na temat aspektów żywieniowych towarzyszących spożywaniu oleju rzepakowego.

Projektowaną ustawą proponuje się zatem dodać w **art. 2** zmienianej ustawy nowy Fundusz Promocji Roślin Oleistych (art. 2 ust. 1 pkt 10 projektowanej ustawy), który będzie wspierał (art. 2 ust. 2 pkt 10 projektowanej ustawy): działania mające na celu informowanie o jakości i cechach, w tym zaletach, roślin oleistych oraz przetworów nasion oleistych pochodzących z przetworzenia tych roślin lub produktów pszczelich, działania mające na celu promocję spożycia przetworów nasion oleistych pochodzących z przetworzenia roślin oleistych lub produktów pszczelich, udział w wystawach i targach związanych z produkcją lub przetwórstwem roślin oleistych pochodzących z przetworzenia roślin oleistych lub produktów pszczelich, badania rynkowe dotyczące spożycia przetworów nasion oleistych pochodzących z przetworzenia roślin oleistych lub produktów pszczelich, badania naukowe i prace rozwojowe mające na celu poprawę jakości roślin oleistych, przetworów nasion oleistych pochodzących z przetworzenia roślin oleistych lub produktów pszczelich oraz prowadzących do wzrostu ich spożycia (art. 9 ust. 1 pkt 3 projektowanej ustawy), szkolenia

producentów i przetwórców nasion roślin oleistych pochodzących z przetworzenia roślin oleistych lub produktów pszczelich oraz udział krajowych organizacji branżowych, w tym ich przedstawicieli, w pracach specjalistycznych stałych i roboczych komitetów organizacji międzynarodowych lub będących członkami statutowych organów tych organizacji, zajmujących się problemami rynku roślin oleistych lub rynku produktów pszczelich (art. 9 ust. 1 pkt 3 projektowanej ustawy). Wsparcie ze środków tego funduszu produktów pszczelich jest uzasadnione z uwagi na wpływ aktywności pszczół na plony rzepaku, którego udział w krajowym areale uprawy roślin oleistych stanowi 95–97%. Pszczoły odgrywają wielką rolę w procesie produkcji wielu roślin uprawnych, ale przede wszystkim rzepaku. Obecność pszczół na plantacji rzepaku jest niezbędna do prawidłowego zapylenia roślin, gwarantuje bowiem skrócenie kwitnienia łanu, zwiększenie współczynnika zawiązywania nasion, wcześniejsze uformowanie i dojrzewanie łuszczyń, a także zwiększenie liczby i jakości zawiązywanych nasion w łuszczyń. Wysoka liczba łuszczyń i nasion w łuszczyńach jest podstawowym czynnikiem warunkującym uzyskanie wysokich plonów i bezpośrednio przekłada się na końcowy efekt ekonomiczny uprawy. Ocenia się, że dzięki zapylaniu rzepaku przez pszczoły następuje wzrost plonu nasion o 10–30% (rozpiętość ta zależy od warunków pogodowych w okresie kwitnienia). Oprócz zwiększenia plonów, zapylanie kwiatów przez pszczoły wpływa korzystnie na jakość nasion.

W projektowanej ustawie w art. 3 zmienianej ustawy dodaje się do towarów, od wartości netto których nalicza się wysokość wpłaty na fundusz, rośliny oleiste (art. 3 ust. 2 pkt 9 projektowanej ustawy), a także w ust. 3 tego artykułu dodaje się pkt 9, w którym zobowiązuje się do naliczania, pobierania i przekazywania wpłat na Fundusz Promocji Roślin Oleistych podmioty prowadzące działalność gospodarczą w zakresie przetwórstwa roślin oleistych, wymienionych w art. 2 ust. 2 pkt 10 lit. a projektowanej ustawy, takich jak: rzepak, rzepik, soja, len i konopie, bez względu na ich przeznaczenie. Podmioty te naliczają i pobierają wpłaty na fundusz od podmiotów, które zbywają na ich rzecz wyżej wymienione towary (art. 3 ust. 5 pkt 1 projektowanej ustawy). Zgodnie z dodanym w art. 3 zmienianej ustawy ust. 2a wysokość wpłaty na Fundusz Promocji Roślin Oleistych będzie wynosiła 0,2% wartości netto od roślin oleistych, będących przedmiotem czynności podlegających opodatkowaniu podatkiem od towarów i usług. Doprecyzowano również, że ilekroć w ustawie jest mowa o towarach, rozumie się przez to również rośliny oleiste.

Areał upraw roślin oleistych to powierzchnia ok. 880 000 ha, przy czym plony to 3 t/ha co oznacza 2 640 mln ton zbiorów, zaś cena za tonę kształtuje się na poziomie 1540 zł/t.

Przy założeniu, że wysokość wpłaty na Fundusz Promocji Roślin Oleistych będzie wynosiła 0,2% wartości netto od roślin oleistych, szacuje się, że średnie roczne wpływy na ten fundusz będą wynosiły blisko 8 mln zł. Wpływy na takim poziomie umożliwią prowadzenie efektywnych działań służącym realizacji celów ustawy.

Dodatkowo, środki Funduszu Promocji Roślin Oleistych analogicznie, jak obecnie dziewięć funkcjonujących funduszy, będą mogły być przeznaczane również na sfinansowanie tzw. „wkładu własnego” organizacji branżowych, wymaganego przy wdrażaniu działań lub programów promocyjnych lub informacyjnych z udziałem środków unijnych, realizowanych w ramach mechanizmów Wspólnej Polityki Rolnej. Takie rozwiązanie, możliwe z uwagi na charakter środków funduszu, które to nie stanowią środków publicznych w rozumieniu przepisów o finansach publicznych (art. 7 ust. 3 obecnie obowiązującej ustawy o funduszach promocji) pozwala pozyskać przez organizacje branżowe lub międzybranżowe znaczące środki na promocję, a tym samym zwielokrotnić efekt działań promocyjnych.

Projektowana ustawa – w celu wspierania marketingu rolnego – zakłada możliwość wspierania działań mających na celu informowanie o jakości i cechach, w tym zaletach pasz w rozumieniu przepisów o paszach pochodzących z przetworzenia zbóż, o których mowa w art. 2. ust. 2 pkt 6 lit. a obecnie obowiązującej ustawy oraz działań mających na celu informowanie o jakości i cechach, w tym zaletach pasz w rozumieniu przepisów o paszach pochodzących z przetworzenia roślin oleistych, o których mowa w art. 1 pkt 1 lit. b projektowanej ustawy.

Rozwiązanie takie pośrednio wpłynie na zwiększenie bezpieczeństwa żywnościowego Polski, wzrost dochodów rolników, a także utrzymanie konkurencyjności polskiego rolnictwa oraz zminimalizowanie deficytu białka paszowego. Wsparcie ze środków Funduszu Promocji Roślin Oleistych działań w powyższym zakresie pozwoli utrzymać konkurencyjność sektora paszowego w Polsce w stosunku do podmiotów działających na rynku Unii Europejskiej, zachować pozycję lidera w produkcji drobiarskiej oraz ograniczyć stosowanie organizmów genetycznie zmodyfikowanych.

Dodatkowo, projektowana zmiana ustawy zakłada zmianę w odniesieniu do naliczania, pobierania i przekazywania wpłat na Fundusz Promocji Zbóż i Przetworów Zbożowych, do których są obowiązani przedsiębiorcy prowadzący działalność gospodarczą w zakresie przetwórstwa zbóż, takich jak: pszenica, żyto, jęczmień, kukurydza, owies oraz gryka, tylko na cele konsumpcyjne. W związku z tym w art. 3 w ust 3 w pkt. 5 zmienianej ustawy usuwa się sformułowanie „na cele konsumpcyjne”, co powoduje iż przedsiębiorcy prowadzący

działalność gospodarczą w zakresie przetwórstwa zbóż będą naliczać, pobierać i przekazywać wpłaty na Fundusz Promocji Zbóż i Przetworów Zbożowych, bez względu na jego przeznaczenie. Takie rozwiązanie daje możliwość wsparcia ze środków tego funduszu działań określonych w art. 2 ust. 2 pkt 6 projektowanej ustawy, pasz pochodzących z przetworzenia wyżej wymienionych zbóż. Działania te podobnie jak w przypadku wsparcia pasz pochodzących z przetworzenia roślin oleistych, przyczynią się do zwiększenia bezpieczeństwa żywnościowego Polski, wzrostu dochodów rolników, a także utrzymania konkurencyjności polskiego rolnictwa.

Projektowaną ustawą proponuje się dodać w **art. 9** po ust. 4 zmienianej ustawy ust. 4a i 4b. W projektowanym art. 9 ust. 4a wprowadza się limit środków Funduszu Promocji Roślin Oleistych, przeznaczanych na wsparcie zadań, o których mowa w art. 2 ust. 2 pkt 10 oraz w ust. 3 pkt 2, dotyczących roślin oleistych, przetworów nasion oleistych oraz pasz w rozumieniu przepisów o paszach który nie może przekroczyć 85% maksymalnej kwoty środków finansowych przeznaczonych na realizację wszystkich zadań Funduszu Promocji Roślin Oleistych w danym roku finansowym, a na wsparcie realizacji zadań, o których mowa w art. 2 ust. 2 pkt 10, dotyczących produktów pszczelich, limit nie może przekroczyć 15% maksymalnej kwoty środków finansowych przeznaczonych na realizację wszystkich zadań Funduszu Promocji Roślin Oleistych w danym roku finansowym.

Ponadto w art. 9 ust. 4b proponuje się wprowadzić limit środków Funduszu Promocji Roślin Oleistych w wysokości 15%, analogicznie jak ma to miejsce w przypadku obecnie funkcjonujących funduszy promocji, który może być przeznaczany na zadania, o których mowa w art. 2 zmienianej ustawy (art. 2 ust. 2 pkt 10 lit. f i g w przypadku Funduszu Promocji Roślin Oleistych), takie jak: szkolenia producentów i przetwórców nasion oleistych i przetworów nasion oleistych lub produktów pszczelich oraz działalność krajowych organizacji branżowych, w tym ich przedstawicieli, w pracach specjalistycznych stałych i roboczych komitetów organizacji międzynarodowych lub będących członkami statutowych organów tych organizacji, zajmujących się problemami rynku roślin oleistych i przetworów nasion oleistych lub produktów pszczelich. Wysokość wsparcia finansowego na realizację wyżej wskazanych działań nie może przekroczyć 15% maksymalnej kwoty środków finansowych przeznaczanych odpowiednio na realizację wszystkich zadań dotyczących roślin oleistych i przetworów nasion oleistych lub wszystkich zadań dotyczących produktów pszczelich funduszu promocji w danym roku finansowym.

Zgodnie z projektowaną ustawą proponuje się dodać po pkt 9 w **art. 10** zmienianej ustawy pkt 10, w którym określa się, że środkami funduszu promocji zarządzać będą wyłącznie przedstawiciele organizacji branżowych reprezentujący producentów rolnych oraz przetwórców działających w sektorze roślin oleistych, którzy tworzą odrębną komisję zarządzającą. W ich skład wchodzić będzie: 4 przedstawicieli producentów z branży roślin oleistych, 1 przedstawiciel producentów produktów pszczelich, 3 przedstawicieli przetwórców oraz 1 przedstawiciel izb rolniczych. Członków komisji zarządzającej zgłaszać, a następnie wybierać będą przedstawiciele branży roślin oleistych. Komisja zarządzająca będzie decydowała o przeznaczeniu środków finansowych Funduszu Promocji Roślin Oleistych na konkretne zadania, ujmowane w rocznych planach finansowych.

Proponuje się, że przepisy wykonawcze wydane na podstawie art. 3 ust. 7 ustawy zmienianej w art. 1 zachowają moc do dnia wejścia w życie przepisów wykonawczych wydanych na podstawie art. 3 ust. 7 ustawy zmienianej w art. 1 w brzmieniu nadanym niniejszą ustawą, nie dłużej jednak niż przez 6 miesięcy od dnia wejścia w życie niniejszej ustawy, natomiast przepisy wykonawcze wydane na podstawie art. 9 ust. 5 ustawy zmienianej w art. 1 zachowają moc i mogą być zmieniane na podstawie tego przepisu.

W związku z wejściem w życie przepisów projektowanej ustawy z dniem 1 lipca 2019 r. w art. 4 wskazano, że rok finansowy Funduszu Promocji Roślin Oleistych w 2019 r. trwa od dnia 1 lipca do dnia 31 grudnia 2019 r. oraz, że plan finansowy Funduszu Promocji Roślin Oleistych na 2019 r. uchwała się do dnia 30 listopada 2019 r. Podmioty zobowiązane do wpłat na fundusze promocji produktów rolno-spożywczych składają Dyrektorowi Generalnemu Krajowego Ośrodka 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 oraz bez wezwania Dyrektora Generalnego Krajowego Ośrodka, obliczają kwotę należną z tytułu naliczenia wpłaty na rzecz danego funduszu promocji za okresy kwartalne i przekazują tę kwotę w terminie do 25 dnia miesiąca następującego po danym kwartale. Z powyższego wynika, że w przypadku Funduszu Promocji Roślin Oleistych pierwsze deklaracje wpłat zostaną złożone do dnia 25 października 2019 r. Po tym terminie znana będzie wysokość środków dostępnych w ramach Funduszu Promocji Roślin Oleistych co pozwoli na przyjęcie planu finansowego zapewniającego efektywne wykorzystanie dostępnych środków. Jednocześnie wskazać należy, że termin 30 listopada 2019 r. jest terminem ostatecznym dla

komisji zarządzającej Funduszu Promocji Roślin Oleistych na uchwalenie planu finansowego, nie jest jednak wykluczone uchwalenie planu przed tym terminem.

WPŁYW NA SEKTOR FINANSÓW PUBLICZNYCH

Utworzenie Funduszu Promocji Roślin Oleistych nie będzie miało wpływu na sektor finansów publicznych, gdyż zgodnie z art. 7 ust. 3 ustawy o funduszach promocji, środki finansowe funduszy promocji nie są środkami publicznymi w rozumieniu przepisów o finansach publicznych – środki zapewniają branże, których dotyczą fundusze promocji. Analogicznie będzie w przypadku Funduszu Promocji Roślin Oleistych – środki zapewni sektor roślin oleistych.

Rola państwa ogranicza się jedynie do zapewnienia obsługi instytucjonalnej funduszy promocji w zakresie systemowego pobierania i gromadzenia środków, obsługi formalno-prawnej oraz finansowo-księgowej, a finansowanie zadań w tym zakresie realizowane jest wyłącznie ze środków funduszy promocji.

ZGODNOŚĆ Z PRAWEM UNII EUROPEJSKIEJ

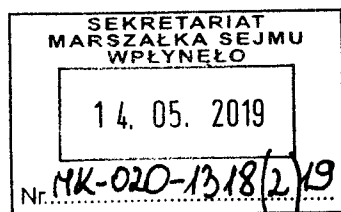
Projekt ustawy jest zgodny z prawem Unii Europejskiej.



Klub Parlamentarny Prawo i Sprawiedliwość

Warszawa, dnia 14 maja 2019 r.

Robert Telus
Poseł na Sejm RP



Szanowny Pan
Marek Kuchciński
Marszałek Sejmu
Rzeczypospolitej Polskiej

Jako przedstawiciel wnioskodawców, przekazuję założenie projektu aktu wykonawczego do projektu ustawy o zmianie ustawy o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych.

Robert Telus

Posel na Sejm RP

Założenia aktów wykonawczych do poselskiego projektu ustawy o zmianie ustawy o funduszach promocji produktów rolno - spożywczych

1. Upoważnienie ustawowe - art. 3 ust. 7 ustawy o funduszach promocji:

„Minister właściwy do spraw rynków rolnych określi, w drodze rozporządzenia, szczegółowy wykaz towarów, od których są naliczane, pobierane, przekazywane i wpłacane wpłaty na fundusze promocji, o których mowa w art. 2 ust. 1 pkt 2–9, mając na względzie zapewnienie efektywnej realizacji wpłat na fundusze promocji i z uwzględnieniem przepisów ustawy o VAT i przepisów w sprawie Polskiej Klasyfikacji Wyrobów i Usług.”

Zmiana rozporządzenia ma na celu rozszerzenie wykazu towarów, od których będą pobierane wpłaty na projektowany Fundusz Promocji Roślin Oleistych tj. o rzepak, rzepik, soję, len oraz konopie.

2. Upoważnienie ustawowe – art. 9 ust. 5. ustawy o funduszach promocji:

„ Minister właściwy do spraw rynków rolnych określi, w drodze rozporządzenia, szczegółowe warunki i tryb udzielania wsparcia finansowego, o którym mowa w ust. 1, mając na względzie zapewnienie efektywnej realizacji celów funduszy promocji określonych w art. 2.”

Zmiana rozporządzenia ma celu uwzględnienie projektowanego Funduszu Promocji Roślin Oleistych w przepisach umożliwiających finansowanie działań realizowanych ze środków funduszy promocji. Nie są planowane zmiany w zasadach wydatkowania środków a jedynie dookreślenie, że obowiązujące zasady stosuje się również do wydatków finansowanych z Funduszu Promocji Roślin Oleistych.

Warszawa, 14 maja 2019 r.

BAS-WAPM-959/19
TRYB PILNY

Pan
Marek Kuchciński
Marszałek Sejmu
Rzeczypospolitej Polskiej

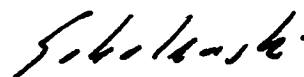
Opinia w sprawie stwierdzenia, czy poselski projekt ustawy o zmianie ustawy o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych (przedstawiciel wnioskodawców: poseł Robert Telus) jest projektem ustawy wykonującej prawo Unii Europejskiej w rozumieniu art. 95a regulaminu Sejmu

Projektodawcy proponują zmiany do ustawy z dnia 22 maja 2009 r. o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych (Dz. U. z 2017 r. poz. 2160), dalej: „ustawa”. Podstawowym celem projektu jest uzupełnienie ustawy o przepisy dotyczące Funduszu Promocji Roślin Oleistych (dalej: „Fundusz”). Proponowane przepisy dotyczą przede wszystkim określenia: działań wspieranych przez Fundusz (art. 2 ust. 2 pkt 10 ustawy), wysokości wpłat na Fundusz (art. 3 ust. 2a ustawy), podmiotów zobowiązanych do naliczania, pobierania i przekazywania wpłat na Fundusz (art. 3 ust. 3 pkt 9 ustawy), podmiotów, od których są pobierane wpłaty na Fundusz (art. 3 ust. 4 ustawy), przeznaczenia środków finansowych Funduszu (art. 9 ust. 1 pkt 3 ustawy), podmiotów mogących ubiegać się o środki Funduszu (art. 9 ust. 2 ustawy), wysokość wsparcia finansowego na realizację zadań dotyczących roślin oleistych i produktów pszczelich (art. 9 ust. 4a i 4b ustawy) oraz składu komisji zarządzającej Funduszu (art. 10 pkt 10 ustawy).

Projekt ustawy nie zawiera przepisów mających na celu wykonanie prawa Unii Europejskiej.

Poselski projekt ustawy o zmianie ustawy o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych **nie jest projektem ustawy wykonującej prawo Unii Europejskiej** w rozumieniu art. 95a regulaminu Sejmu.

Akceptował:
Wicedyrektor
Biura Analiz Sejmowych



Przemysław Sobolewski

Warszawa, 14 maja 2019 r.

BAS-WAPM-958/19
TRYB PILNY

Pan
Marek Kuchciński
Marszałek Sejmu
Rzeczypospolitej Polskiej

Opinia w sprawie zgodności z prawem Unii Europejskiej poselskiego projektu ustawy o zmianie ustawy o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych (przedstawiciel wnioskodawców: poseł Robert Telus)

Na podstawie art. 34 ust. 9 uchwały Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 30 lipca 1992 roku – Regulamin Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej (Monitor Polski z 2012 r. poz. 32, ze zmianami) sporządza się następującą opinię:

1. Przedmiot projektu ustawy

Projektodawcy proponują zmiany do ustawy z dnia 22 maja 2009 r. o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych (Dz. U. z 2017 r. poz. 2160), dalej: „ustawa”. Podstawowym celem projektu jest uzupełnienie ustawy o przepisy dotyczące Funduszu Promocji Roślin Oleistych (dalej: „Fundusz”). Proponowane przepisy dotyczą przede wszystkim określenia: działań wspieranych przez Fundusz (art. 2 ust. 2 pkt 10 ustawy), wysokości wpłat na Fundusz (art. 3 ust. 2a ustawy), podmiotów zobowiązanych do naliczania, pobierania i przekazywania wpłat na Fundusz (art. 3 ust. 3 pkt 9 ustawy), podmiotów, od których są pobierane wpłaty na Fundusz (art. 3 ust. 4 ustawy), przeznaczenia środków finansowych Funduszu (art. 9 ust. 1 pkt 3 ustawy), podmiotów mogących ubiegać się o środki Funduszu (art. 9 ust. 2 ustawy), wysokość wsparcia finansowego na realizację zadań dotyczących roślin oleistych i produktów pszczelich (art. 9 ust. 4a i 4b ustawy) oraz składu komisji zarządzającej Funduszu (art. 10 pkt 10 ustawy).

W art. 2-4 projektu ustawy znajdują się przepisy o charakterze przejściowym.

Projektowana ustawa ma wejść w życie z dniem 1 lipca 2019 r.

2. Stan prawa Unii Europejskiej w materii objętej projektem

Z uwagi na przedmiot projektu ustawy należy uwzględnić:

- art. 42, art. 107 i art. 108 Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej (dalej: „TfUE”);

- rozporządzenie Rady (WE) nr 1184/2006 z dnia 24 lipca 2006 r. dotyczące stosowania niektórych reguł konkurencji w odniesieniu do produkcji rolnej i handlu niektórymi produktami rolnymi (Dz. Urz. UE L 214 z 4.08.2006, s. 7), dalej: „rozporządzenie 1184/2006”;

- rozporządzenie Rady (UE) 2015/1589 z dnia 13 lipca 2015 r. ustanawiające szczegółowe zasady stosowania art. 108 Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej (Dz. Urz. UE L 248 z 24.9.2015, s. 9), dalej: „rozporządzenie 2015/1589”;

- rozporządzenie Komisji (UE) nr 1408/2013 z dnia 18 grudnia 2013 r. w sprawie stosowania art. 107 i 108 Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej do pomocy *de minimis* w sektorze rolnym (Dz. Urz. UE L 352 z 24.12.2013, s. 9), dalej: „rozporządzenie 1408/2013”;

- rozporządzenie Komisji (UE) nr 651/2014 z dnia 17 czerwca 2014 r. uznające niektóre rodzaje pomocy za zgodne z rynkiem wewnętrznym w zastosowaniu art. 107 i 108 Traktatu (Dz. Urz. UE L 187 z 26.6.2014, s. 1), dalej: „rozporządzenie 651/2014”.

Zgodnie z art. 42 TfUE postanowienia rozdziału dotyczącego reguł konkurencji stosują się do produkcji rolnej i handlu produktami rolnymi jedynie w zakresie ustalonym przez Parlament Europejski i Radę w ramach postanowień i zgodnie z procedurą przewidzianą w art. 43 ust. 2 TfUE, z uwzględnieniem celów określonych w art. 39 TfUE. Na podstawie wskazanych postanowień TfUE zostało przyjęte rozporządzenie 1184/2006.

Zgodnie z art. 107 ust. 1 TfUE z zastrzeżeniem innych postanowień przewidzianych w Traktatach, wszelka pomoc przyznawana przez państwo członkowskie lub przy użyciu zasobów państwowych w jakiegokolwiek formie, która zakłóca lub grozi zakłóceniem konkurencji przez sprzyjanie niektórym przedsiębiorstwom lub produkcji niektórych towarów, jest niezgodna z rynkiem wewnętrznym w zakresie, w jakim wpływa na wymianę handlową między państwami członkowskimi.

Stosownie do art. 108 ust. 3 TfUE Komisja jest informowana, w czasie odpowiednim do przedstawienia swoich uwag, o wszelkich planach przyznania lub zmiany pomocy. Jeżeli uzna, że plan nie jest zgodny z rynkiem wewnętrznym, wszczyna niezwłocznie procedurę wyjaśniającą. Państwo członkowskie nie może wprowadzić w życie projektowanych środków dopóki procedura ta nie doprowadzi do wydania decyzji końcowej. Zgodnie z art. 16 w zw. z art. 1 lit. f rozporządzenia 2015/1589 pomoc niezgodna z prawem, czyli wprowadzona w życie z naruszeniem art. 108 ust. 3 TfUE, podlega zwrotowi wraz z odsetkami.

Zgodnie z art. 3 ust. 1 rozporządzenia 1408/2013 uważa się, że środki pomocy nie spełniają wszystkich kryteriów określonych w art. 107 ust. 1 TfUE i dlatego są zwolnione z wymogu zgłoszenia przewidzianego w art. 108 ust. 3 TfUE, jeżeli spełniają warunki określone w tym rozporządzeniu. Całkowita kwota pomocy *de minimis* przyznanej przez państwo członkowskie jednemu przedsiębiorstwu nie może przekroczyć 15 000 EUR w okresie trzech lat podatkowych (art. 3 ust. 2 rozporządzenie 1408/2013).

3. Analiza przepisów projektu pod kątem ustalonego stanu prawa Unii Europejskiej

Projektowane przepisy dotyczą przyznawania środków finansowych ze środków Funduszu, a zatem powinny być poddane ocenie pod kątem zgodności z zasadami przyznawania pomocy przez państwo.

Użyte w art. 107 ust. 1 TfUE pojęcie „przedsiębiorstwo” jest rozumiane szeroko w unijnym prawie konkurencji. Za przedsiębiorstwo uznawana jest każda jednostka zaangażowana w działalność gospodarczą, niezależnie od jej formy organizacyjnej i prawnej oraz źródeł finansowania¹. Działalność gospodarcza oznacza każdą działalność polegającą na oferowaniu na rynku towarów lub usług,² przy czym przeważający nie jest zarobkowy charakter tej działalności, lecz działanie na rynku, na którym oferowane są towary i usługi pozostające w rzeczywistej lub w potencjalnej konkurencji. Wynika z tego, że do tej kategorii zaliczają się podmioty, które mogą ubiegać się o środki Funduszu, tzn. ogólnokrajowe organizacje zrzeszające producentów rolnych lub przetwórców produktów rolno-spożywczych mających miejsce zamieszkania albo siedzibę na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, którzy produkują lub dokonują obrotu roślinami oleistymi, przetworami nasion oleistych lub produktami pszczelimi (art. 9 ust. 2 pkt 1 lit. j ustawy).

Na podstawie art. 107 ust. 1 TfUE Trybunał Sprawiedliwości Unii Europejskiej („TSUE”) przyjmuje, że wsparcie udzielone przez państwo członkowskie przedsiębiorcy jest niezgodne ze wspólnym rynkiem, jeżeli zostały spełnione cztery warunki: 1) zostało ono udzielone przez państwo lub przy użyciu jego zasobów, 2) stanowi dla przedsiębiorstwa korzyść, 3) ma charakter selektywny i 4) grozi zakłóceniem lub zakłóca konkurencję oraz wpływa na wymianę handlową między państwami członkowskimi³. Warunki te muszą być spełnione kumulatywnie.

Odnosnie do pierwszego warunku przyjmuje się, że pomoc jest przyznawana przez państwo członkowskie, gdy pochodzi z jego zasobów bezpośrednio lub pośrednio, a udzielenie pomocy jest przypisywane temu państwu⁴.

¹ Wyrok TSUE z 23 kwietnia 1991 r. w sprawie C-41/90, *Höfner i Elser przeciwko Macroton GmbH*.

² Wyrok TSUE z 18 czerwca 1998 r. w sprawie C-35/96, *Komisja WE przeciwko Republice Włoskiej*.

³ Wyrok TSUE z 24 lipca 2003 r. w sprawie C-280/00, *Altmark*.

⁴ Wyrok TSUE z 13 marca 2001 r. w sprawie C-379/98, *PreussenElektra AG*.

W tym kontekście należy zauważyć, że zgodnie z proponowanymi zmianami do art. 3 ust. 2a, 3 i 4 ustawy wpłaty na Fundusz są pobierane od podmiotów, które zbywają towary (rośliny oleiste) na rzecz przedsiębiorców prowadzących działalność w zakresie przetwórstwa roślin oleistych⁵. Wprawdzie w art. 7 ust. 3 ustawy stanowi, że środki finansowe funduszu promocji [w tym Funduszu] nie są środkami publicznymi w rozumieniu przepisów o finansach publicznych, jednak zgodnie z art. 6 ust. 4 ustawy do wpłat i podmiotów, o których mowa w art. 3 ustawy, stosuje się odpowiednio przepisy działu III i VI Ordynacji podatkowej [przepisy dotyczące zobowiązań podatkowych], chyba że ustawa stanowi inaczej. Należy również zauważyć, że zgodnie z art. 4 ustawy Dyrektor Generalny Krajowego Ośrodka Wsparcia Rolnictwa, a zatem organ kierujący państwową osobą prawną, nad którą nadzór sprawuje minister właściwy do spraw rozwoju wsi⁶, dysponuje środkami funduszy promocji na podstawie uchwał komisji zarządzających, zapewnia obsługę prawną tych funduszy, sporządza sprawozdania z wykonania planu finansowego oraz odmawia realizacji uchwał komisji zarządzających niezgodnych z przepisami prawa. Do postępowań w sprawach indywidualnych, rozstrzyganych przez Dyrektora Generalnego w drodze decyzji administracyjnych, stosuje się przepisy Kodeksu postępowania administracyjnego, chyba że ustawa stanowi inaczej (art. 4 ust. 2 ustawy).

Przekazywanie środków pochodzących z Funduszu może zostać uznane przez Komisję Europejską lub TSUE za przekazywanie zasobów państwowych, bowiem jest to związane z publicznoprawnym obowiązkiem pobierania opłat. Trzeba zauważyć, iż TSUE kilkakrotnie zajmował się przypadkami, w których pomoc finansowana była z funduszu utworzonego z obowiązkowych składek przedsiębiorców, stanowiących rodzaj opłaty parafiskalnej. Przyjęty przez organy władzy publicznej środek, który sprzyja tylko niektórym przedsiębiorstwom lub towarom, nie traci swego statusu pomocy publicznej tylko poprzez fakt, że jest całkowicie lub częściowo finansowany ze składek nałożonych i pobieranych przez władze publiczne od zainteresowanych przedsiębiorstw. W sprawie C-78/76, *Steinike & Weinlig*⁷ fundusz będący przedmiotem sporu był finansowany jednocześnie z subwencji bezpośrednich państwa oraz ze składek zrzeszonych przedsiębiorstw, przy czym stawka i podstawa poboru zostały określone w ustawie ustanawiającej fundusz. Fundusz ten służył jako instrument realizacji przyjętej przez państwo polityki, to znaczy promocji krajowego rolnictwa, leśnictwa i przemysłu spożywczego. Podobnie w sprawie C-259/85, *Francja przeciwko Komisji*⁸ komitet, do którego

⁵ Należy odnotować, że konsekwencji tych zmian nie uwzględniono w art. 7 ust. 2 ustawy, który określa dochody funduszy promocji.

⁶ Zob. art. 2 ustawy z dnia 10 lutego 2017 r. o Krajowym Ośrodku Wsparcia Rolnictwa (Dz. U. z 2018 r. poz. 1154).

⁷ Wyrok TS z 22 marca 1977 r. w sprawie C-78/76, *Steinike & Weinlig przeciwko République Fédérale d'Allemagne*.

⁸ Wyrok TS z 11 listopada 1987 r. w sprawie C-259/85, *Francja przeciwko Komisji*.

przekazywane były przychody uzyskane ze składek o charakterze parapodatkowym, pobierane na podstawie dekretu rządu francuskiego w sprawie dostaw produktów tekstylnych we Francji, przeprowadzał działania przyjęte przez ten rząd w celu wspierania sektora tekstylnego we Francji⁹.

Z powyższego wynika, że pierwsza przesłanka uznania środka za pomoc w rozumieniu art. 107 TfUE może zostać uznana za spełnioną.

Przez korzyść, o której stanowi drugi warunek, rozumie się uprzywilejowanie o charakterze gospodarczym, które może przybierać różne formy (np. dotacji, zwolnienia ze świadczeń, gwarancji kredytowej, nieodpłatnego przeniesienia gruntu)¹⁰. A zatem korzyścią jest także wsparcie udzielane ze środków Funduszu.

Kolejny warunek, selektywność (szczegółność), jest wypełniony wówczas, jeżeli pomoc ma taki charakter, że sprzyja określonym podmiotom gospodarczym lub sektorom gospodarki. Pomoc jest selektywna, gdy polityka rządowa przyznająca korzyści przedsiębiorstwom albo produkcji towarów i usług zawiera pewien element różnicowania zależny np. od wielkości przedsiębiorstwa, struktury siły roboczej, charakteru działalności gospodarczej, formy prawnej, czy położenia geograficznego¹¹. W myśl art. 9 ust. 2 pkt 1 lit. j ustawy o środki Funduszu mogą ubiegać się ogólnokrajowe organizacje zrzeszające producentów rolnych lub przetwórców produktów rolno-spożywczych mających miejsce zamieszkania albo siedzibę na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, którzy produkują lub dokonują obrotu roślinami oleistymi, przetworami nasion oleistych lub produktami pszczelimi. Oznacza to, że może zostać stwierdzone kryterium selektywności związane z wymogiem miejsca zamieszkania lub prowadzenia działalności przez producentów i przetwórców.

Za powyższym wnioskiem przemawia także to, że przepisy ustawy (które nie są zmieniane opiniowanym projektem) zakładające wsparcie ze środków funduszy promocyjnych wyłącznie dla produktów rolno-spożywczych wytworzonych na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej były oceniane jako budzące zastrzeżenia pod kątem zgodności z prawem Unii Europejskiej w zakresie dyskryminacji produktów rolno-spożywczych pochodzących z innych państw członkowskich UE¹².

⁹ Odmienne orzekł TSUE w wyroku z 15 lipca 2004 r. w sprawie C-345/02, *Pearle*, w której pomoc udzielana z funduszu tworzonego z obowiązkowych składek celowych, przeznaczonych na organizację kampanii reklamowej, nie została uznana za pomoc państwa, bowiem inicjatywna organizacja kampanii pochodziła nie od państwa, lecz od prywatnego stowarzyszenia, a ponadto chodziło o konkretną kampanię, a nie ogólnie o ogólną promocję działalności.

¹⁰ B. Kurcz, *Komentarz do art. 87 TWE* [w:] A. Wróbel (red.), *Traktat ustawiający Wspólnotę Europejską. Komentarz*, Warszawa 2009, s. 546.

¹¹ J.A. Winter, *Glosa do wyroku Trybunału z dnia 6 września 2006 r. w sprawie C-88/03 Portugalia przeciwko Komisji* (Zb. Orz. 2006, s. I-07115), „Common Market Law Review” 2008, nr 1, s. 183.

¹² Zob. opinia Ministra Spraw Zagranicznych z 1 sierpnia 2016 r. (nr DPUE.920.780.2016/15/DK) do rządowego projektu ustawy o zmianie ustawy o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych (druk nr 791, VIII kadencja Sejmu).

Odnosząc się do czwartego warunku można wskazać, że pomoc państwa wpływa na wymianę handlową, gdy wzmacnia pozycję danego przedsiębiorstwa w porównaniu z innymi przedsiębiorstwami konkurującymi na wspólnym rynku¹³. Przyznanie pomocy musi ponadto zakłócać konkurencję na rynku lub grozić takim zakłóceniem¹⁴. Trzeba przy tym pamiętać, że nie istnieje próg lub procent, poniżej którego można uznać, że wpływ na wymianę handlową między państwami członkowskimi nie zachodzi. Stosunkowo niewielkie znaczenie pomocy lub stosunkowo niewielki rozmiar przedsiębiorstwa będącego beneficjentem pomocy nie wykluczają bowiem *a priori* ewentualnego wpływu na wymianę handlową między państwami członkowskimi¹⁵. Jednoznaczne rozstrzygnięcie spełnienia wskazanej przesłanki traktowej co do zasady wykracza poza ramy analizy prawnej, tym niemniej w przypadku opiniowanego projektu nie można z góry wykluczyć możliwości spełnienia tej przesłanki nie jest wykluczone.

Ponadto na podstawie projektu ustawy nie można nie można stwierdzić, czy znajdzie zastosowanie rozporządzenie 1408/2013. Nie można bowiem ustalić, czy spełniony zostanie warunek wielkości pomocy (nie więcej niż 15 000 EUR w okresie trzech lat podatkowych dla jednego przedsiębiorstwa), co zwalniałoby zwolnione z wymogu zgłoszenia przewidzianego w art. 108 ust. 3 TfUE.

Zgodnie z art. 108 ust. 3 TfUE państwa członkowskie są zobowiązane do informowania Komisji, w czasie odpowiednim do przedstawienia swych uwag, o wszelkich planach przyznania lub zmiany pomocy państwa. W związku z możliwością uznania, że wsparcie udzielane ze środków Funduszu jest pomocą przyznawaną przez państwo członkowskie, projekt ustawy powinien zostać poddany ocenie organu krajowego, który jest właściwy do przeprowadzenia krajowego etapu procedury notyfikacyjnej. Wobec tego, że projekt ustawy dotyczy pomocy publicznej w rolnictwie i rybołówstwie, właściwym organem jest minister właściwy do spraw rolnictwa. Zgodnie z art. 16a ustawy z dnia 30 kwietnia 2004 r. o postępowaniu w sprawach dotyczących pomocy publicznej (Dz. U. z 2018 r. poz. 362) w przypadku projektu ustawy będącej programem pomocowym opracowanym przez podmiot niebędący organem administracji publicznej (a więc także w przypadku projektu poselskiego), organ właściwy na podstawie regulaminu Sejmu występuje z wnioskiem do ministra właściwego do spraw rolnictwa o wydanie opinii w sprawie zgodności z rynkiem wewnętrznym. Opinia ta zawiera w szczególności: 1) stanowisko, czy projekt przewiduje udzielanie pomocy

¹³ Wyrok TS z dnia 17 września 1980 r. w sprawie 730/79, *Philip Morris Holland BV przeciwko Komisji*, pkt 11.

¹⁴ Wyrok TSUE z dnia 29 kwietnia 2004 r. w sprawie C-372/97, *Włochy przeciwko Komisji*, pkt 44.

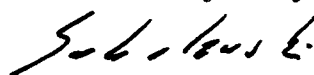
¹⁵ Wyroki TSUE: z 21 marca 1990 r. w sprawie C-142/87, *Belgia przeciwko Komisji*, pkt 43, z 29 kwietnia 2004 r. w sprawie C-278/00, *Grecja przeciwko Komisji*, pkt 69 oraz z 3 marca 2005 r. w sprawie C-172/03, *Heiser*, pkt 32.

publicznej, 2) stanowisko w sprawie zgodności pomocy publicznej ze wspólnym rynkiem, 3) propozycje zmian przedstawione w celu zapewnienia zgodności postanowień projektu ze wspólnym rynkiem, 4) stanowisko w sprawie obowiązku notyfikacji projektu.

4. Konkluzja

Poselski projekt ustawy o zmianie ustawy o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych może zostać uznany za projekt przewidujący udzielenie pomocy państwa w rozumieniu prawa UE. Zgodnie z art. 16a ustawy z dnia 30 kwietnia 2004 r. o postępowaniu w sprawach dotyczących pomocy publicznej Marszałek Sejmu powinien wystąpić do ministra właściwego do spraw rolnictwa z wnioskiem o wydanie opinii o tym projekcie.

Akceptował:
Wicedyrektor
Biura Analiz Sejmowych



Przemysław Sobolewski