

NAJWYŻSZA IZBA KONTROLI

DEPARTAMENT ŚRODOWISKA, ROLNICTWA
I ZAGOSPODAROWANIA PRZESTRZENNEGO

KSR-410-17/09
Nr ewid. 22/2010/P09111/KSR

Informacja o wynikach kontroli wykorzystania środków publicznych na promocję produktów rolno-spożywczych

Warszawa kwiecień 2010 r.

Misją *Najwyższej Izby Kontroli jest dbałość o gospodarność i skuteczność w służbie publicznej dla Rzeczypospolitej Polskiej*

Wizją *Najwyższej Izby Kontroli jest cieszyć się powszechnym autorytetem najwyższy organ kontroli państwowej, którego raporty będą oczekiwanym i poszukiwanym źródłem informacji dla organów władzy i społeczeństwa*

Informacja o wynikach kontroli wykorzystania środków publicznych na promocję produktów rolno-spożywczych

p.o. Dyrektora Departamentu Środowiska, Rolnictwa i Zagospodarowania Przestrzennego

Teresa Warchałowska

Zatwierdzam:

Marek Zająkała

Wiceprezes
Najwyższej Izby Kontroli

Warszawa, dnia 29 kwietnia 2010 r.

Najwyższa Izba Kontroli
ul. Filtrowa 57
00-950 Warszawa
tel./fax: (22) 444-50-00 / (22) 825 44 81
www.nik.gov.pl

Spis treści

1. Wprowadzenie	5
2. Podsumowanie wyników kontroli	6
2.1. Ogólna ocena kontrolowanej działalności.....	6
2.2. Synteza wyników kontroli.....	6
2.3. Uwagi końcowe i wnioski	9
3. Ważniejsze wyniki kontroli	10
3.1. Charakterystyka stanu prawnego oraz uwarunkowań ekonomicznych i organizacyjnych.....	10
3.1.1. Stan prawny	10
3.1.2. Uwarunkowania ekonomiczne i organizacyjne	13
3.2. Istotne ustalenia kontroli	14
3.2.1. Realizacja zadań na rzecz promocji produktów rolno-spożywczych przez Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi.....	14
3.2.2. Realizacja zadań na rzecz promocji produktów rolno-spożywczych przez Agencję Rynku Rolnego	17
3.2.3. Finansowanie działań dotyczących promocji produktów rolno-spożywczych.....	19
3.2.4. Efekty działań dotyczących promocji produktów rolno-spożywczych	23
3.2.5. Nadzór i kontrola nad realizacją zadań dotyczących promocji produktów rolno-spożywczych.....	26
4. Informacje dodatkowe o przeprowadzonej kontroli.....	28
4.1. Przygotowanie kontroli	28
4.2. Postępowanie kontrolne i działania podjęte po zakończeniu kontroli.....	28
5. Załączniki	31
5.1. Lista osób zajmujących kierownicze stanowiska, odpowiedzialnych za kontrolowaną działalność	31
5.2. Szczegółowe tabele i zestawienia liczbowe	31
5.3. Wykaz aktów prawnych	39
5.4. Wykaz organów, którym przekazano Informację o wynikach kontroli	42

Wykaz skrótów i pojęć używanych w Informacji

ARiMR	- Agencja Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa
ARR	- Agencja Rynku Rolnego
ChNP	- Chroniona Nazwa Pochodzenia
ChOG	- Chronione Oznaczenie Geograficzne
FPM	- Fundusz Promocji Mleczarstwa
GTS	- Gwarantowana Tradycyjna Specjalność
Instytucja Zarządzająca	- Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi. Do zadań Instytucji Zarządzającej należy w szczególności zapewnienie efektywności i poprawności zarządzania i wdrażania programu oraz zapewnienie prawidłowego wydatkowania jego środków i zarządzania nimi
KE	- Komisja Europejska
Minister RiRW	- Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi
MRiRW	- Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi
Organizacja proponująca	- Organizacje branżowe lub międzybranżowe we Wspólnocie Europejskiej, reprezentujące sektor lub sektory, w jednym lub większej liczbie państw członkowskich lub na poziomie wspólnotowym
PO „Zrównoważony rozwój sektora rybołówstwa ...”	- Program Operacyjny <i>Zrównoważony rozwój sektora rybołówstwa i nadbrzeżnych obszarów rybackich 2007-2013</i>
Program PDŻ	- Program <i>Poznaj Dobrą Żywność</i>
PROW 2004-2006	- Plan Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2004-2006
PROW 2007-2013	- Program Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007-2013
SPO „Restrukturyzacja...”	- Sektorowy Program Operacyjny <i>Restrukturyzacja i modernizacja sektora żywnościowego oraz rozwój obszarów wiejskich 2004-2006</i>
SPO „Rybołówstwo...”	- Sektorowy Program Operacyjny <i>Rybołówstwo i przetwórstwo ryb 2004-2006</i>
UE	- Unia Europejska
WE	- Wspólnota Europejska
WPR	- Wspólna Polityka Rolna

1. Wprowadzenie

Temat kontroli	Wykorzystanie środków publicznych na promocję produktów rolno-spożywczych
Numer kontroli	P/09/111
Uzasadnienie podjęcia kontroli	Kontrola planowa, niekoordynowana, przeprowadzona z inicjatywy Najwyższej Izby Kontroli, zgodnie z sugestią Sejmowej Komisji Rolnictwa i Rozwoju Wsi. Jej podjęcie uzasadniały także interpelacje poselskie i doniesienia prasowe dotyczące kontrolowanej problematyki. Temat kontroli mieści się w priorytetowych kierunkach kontroli i głównych obszarach badań kontrolnych NIK w 2009 r. Polska w Unii Europejskiej: Pozyskiwanie i wykorzystanie środków pochodzących z Unii Europejskiej oraz zarządzanie nimi.
Cel kontroli	Celem kontroli było dokonanie oceny gospodarowania przez organy administracji rządowej funduszami wspólnotowymi i krajowymi na promocję produktów rolno-spożywczych.
Główne zagadnienia objęte tematyką kontroli	Oceniłone zostały: <ul style="list-style-type: none"> – Realizacja zadań na rzecz promocji produktów rolno-spożywczych przez Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi oraz Agencję Rynku Rolnego. – Wielkość, prawidłowość i efekty wydatkowania środków na promocję produktów rolno-spożywczych. – Nadzór i kontrola nad realizacją zadań dotyczących promocji produktów rolno-spożywczych.

Badaniami kontrolnymi objęto okres od 1 stycznia 2004 r. do 30 września 2009 r. Kontrola została przeprowadzona w 2 jednostkach, tj. w Ministerstwie Rolnictwa i Rozwoju Wsi oraz w Centrali Agencji Rynku Rolnego w Warszawie¹ - na podstawie art. 2 ust. 1 ustawy z dnia 23 grudnia 1994 r. *o Najwyższej Izbie Kontroli*², w oparciu o kryteria kontroli określone w art. 5 ust. 1 tej ustawy, tj. legalności, gospodarności, celowości i rzetelności działań jednostek objętych zakresem przedmiotowym kontroli.

Czynności kontrolne przeprowadził Departament Środowiska, Rolnictwa i Zagospodarowania Przestrzennego NIK w okresie od 21 września do 14 grudnia 2009 r.

¹ Zrezygnowano z planowanej pierwotnie kontroli w Agencji Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa (ARiMR), gdyż w dniu rozpoczęcia kontroli Agencja nie uzyskała akredytacji w zakresie obsługi pomocy finansowej m.in. dla działania PROW 2007-2013 *Działania informacyjne i promocyjne*, w związku z czym działanie nie zostało uruchomione.

² Dz. U. z 2007 r. Nr 231, poz. 1701 ze zm., zwanej dalej ustawą *o NIK*.

2. Podsumowanie wyników kontroli

2.1. Ogólna ocena kontrolowanej działalności

Najwyższa Izba Kontroli ocenia pozytywnie, pomimo stwierdzonych nieprawidłowości, wykorzystanie środków publicznych na promocję produktów rolno-spożywczych przez Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi, natomiast pozytywnie - przez Agencję Rynku Rolnego.

W okresie objętym kontrolą³ nastąpił ponad 14-krotny wzrost nakładów, w tym ze środków publicznych, na działania związane z promocją produktów rolno-spożywczych. Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi oraz Agencja Rynku Rolnego wykorzystywały środki finansowe w sposób prawidłowy i efektywny. Nadzór i kontrola nad realizacją zadań dotyczących promocji produktów rolno-spożywczych nie budziły zastrzeżeń.

Stwierdzone przez NIK nieprawidłowości polegały na:

- zbyt późnym wydaniu rozporządzenia Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 18 września 2009 r. w sprawie trybu zgłaszania kandydatów na członków komisji zarządzających funduszy promocji produktów rolno-spożywczych oraz sposobu ich wyboru⁴, które weszło w życie 25 września 2009 r., co uniemożliwiło wybór członków komisji zarządzających funduszami promocji w terminie zapewniającym uchwalenie do dnia 1 października 2009 r. planów finansowych funduszy na 2009 r.,
- określeniu w postanowieniach regulaminu Programu *Poznaj Dobrą Żywność*, że znak jakości *Poznaj Dobrą Żywność* jest przyznawany po raz kolejny na okres 5 nie zaś 3 lat - jak stanowi art. 14 ust. 1 ustawy z dnia 21 grudnia 2000 r. o jakości handlowej artykułów rolno-spożywczych⁵,
- nieaktualizowaniu zamieszczonych na stronie internetowej Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi wykazów firm i wyrobów, którym przyznano ten znak,
- nieprzeprowadzeniu do końca kontroli oceny efektywności Programu *Poznaj Dobrą Żywność*.

2.2. Synteza wyników kontroli

1. W okresie objętym kontrolą na działania w zakresie promocji produktów rolno-spożywczych, realizowane i nadzorowane przez Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi, wydatkowano ogółem 174.279,8 tys. zł, w tym ze środków publicznych 100.050 tys. zł, a ze środków prywatnych 74.229,8 tys. zł⁶. Ponad 14-krotny wzrost nakładów na realizację powyższych działań w 2008 r. - w porównaniu do 2004 r. - był spowodowany możliwością pozyskania środków na te cele z budżetu Unii Europejskiej. Największy wzrost w stosunku do roku poprzedniego odnotowano w 2005 r. (ponad 6-krotny) oraz w 2008 r. (około 2-krotny). W kolejnych latach zwiększał się udział środków publicznych - z 39,7% w 2004 r. do 67,2% w 2008 r. (str. 19, 22).

³ Od 1 stycznia 2004 r. do 30 września 2009 r.

⁴ Dz. U. Nr 159, poz. 1259.

⁵ Dz. U. z 2005 r. Nr 187, poz. 1577 ze zm.

⁶ Kwota obejmuje wydatki administrowanego przez Agencję Rynku Rolnego Funduszu Promocji Mleczarstwa w latach 2004-2009 (3 kwartały) w wysokości 69.608,9 tys. zł. Kontrolą objęto wydatki Funduszu w latach 2006-2009 (3 kwartały) w kwocie 47.037,8 tys. zł. Wydatki z okresu od 1 stycznia 2004 r. do 31 grudnia 2005 r. były przedmiotem kontroli Najwyższej Izby Kontroli - *Informacja o wynikach kontroli działalności Funduszu Promocji Mleczarstwa w latach 2004-2005 oraz w I kwartale 2006 r.* (Nr ewid. 158/2006/P06102/KSR).

2. Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi prawidłowo realizował zadania wynikające z ustawy z dnia 17 grudnia 2004 r. *o rejestracji i ochronie nazw i oznaczeń produktów rolnych i środków spożywczych oraz o produktach tradycyjnych*⁷. Do 30 września 2009 r. złożono 40 wniosków o rejestrację przez Komisję Europejską nazwy produktu rolnego lub spożywczego w Rejestrze Chronionych Nazw Pochodzenia i Chronionych Oznaczeń Geograficznych lub Rejestrze Gwarantowanych Tradycyjnych Specjalności, z czego Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi przekazało do Komisji Europejskiej 31 wniosków. Do 30 marca 2010 r. Komisja zarejestrowała 15 nazw polskich produktów. Na Listę Produktów Tradycyjnych wpisano 730 produktów⁸ (str. 14, 25).
3. Najwyższa Izba Kontroli nie wnosi uwag do zorganizowania i realizacji przez Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi przedsięwzięć, takich jak: organizacja wystaw i pokazów na międzynarodowych i krajowych targach oraz imprezach promujących polskie produkty rolno-spożywcze i żywność ekologiczną⁹, a także do realizacji zadań związanych z promocją produktów rybnych¹⁰. Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi, jako beneficjent działania *Znajdowanie oraz promowanie nowych rynków zbytu na produkty rybne* Sektorowego Programu Operacyjnego *Rybołówstwo i przetwórstwo ryb 2004-2006*, realizowało 2 projekty promocji produktów rybnych, w ramach których wyprodukowano 14 spotów telewizyjnych i 5 radiowych, wyemitowanych w 2008 i 2009 r. (str. 15, 25).
4. W okresie od 1 maja 2004 r. do 30 września 2009 r. Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi wydał 1.229 decyzji o nadaniu znaku jakości *Poznaj Dobrą Żywność*. Na koniec III kwartału 2009 r. ważny znak posiadało 570 wyrobów z 79 firm. Nieprawidłowości stwierdzone w trakcie kontroli polegały na określeniu w regulaminie Programu *Poznaj Dobrą Żywność*, że znak jakości *Poznaj Dobrą Żywność* jest przyznawany po raz kolejny na okres 5 nie zaś 3 lat - jak stanowi art. 14 ust. 1 ustawy z dnia 21 grudnia 2000 r. *o jakości handlowej artykułów rolno-spożywczych*, a także na nieaktualizowaniu zamieszczonych na stronie internetowej Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi wykazów firm i wyrobów, którym przyznano ten znak. Ponadto do końca kontroli nie przeprowadzono oceny efektywności Programu *Poznaj Dobrą Żywność*, która - w ocenie Najwyższej Izby Kontroli - służy projektowaniu skutecznych działań promocyjno-informacyjnych. Działania te były nierzetelne (str. 15, 25).
5. Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi - w wyniku długotrwałych uzgodnień wewnątrzresortowych, międzyresortowych i społecznych - opracował projekt ustawy z dnia 22 maja 2009 r. *o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych*¹¹, która stworzyła systemowe i instytucjonalne podstawy funkcjonowania 9 funduszy promocji produktów rolno-spożywczych¹². W toku kontroli stwierdzono nieprawidłowość polegającą na zbyt późnym wydaniu przepisów wykonawczych do tej ustawy - rozporządzenia Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 18 września 2009 r. *w sprawie*

⁷ Dz. U. z 2005 r. Nr 10, poz. 68 ze zm.

⁸ Źródło: www.minrol.gov.pl.

⁹ Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi uczestniczyło w ponad 70 tego typu przedsięwzięciach.

¹⁰ Wynikających z rozporządzenia Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi: z dnia 11 sierpnia 2004 r. *w sprawie Sektorowego Programu Operacyjnego „Rybołówstwo i przetwórstwo ryb 2004-2006”* (Dz. U. Nr 197, poz. 2027 ze zm.) oraz z dnia 7 września 2004 r. *w sprawie Uzupelnienia Sektorowego Programu Operacyjnego „Rybołówstwo i przetwórstwo ryb 2004-2006”* (Dz. U. Nr 207, poz. 2116 ze zm.) i dotyczących działania *Znajdowanie oraz promowanie nowych rynków zbytu na produkty rybne* Sektorowego Programu Operacyjnego *Rybołówstwo i przetwórstwo ryb 2004-2006*, oraz z ustawy z dnia 3 kwietnia 2009 r. *o wspieraniu zrównoważonego rozwoju sektora rybackiego z udziałem Europejskiego Funduszu Rybackiego* (Dz. U. Nr 72, poz. 619 ze zm.), w zakresie środka *Rozwój nowych rynków i kampanie promocyjne* Programu Operacyjnego *Zrównoważony rozwój sektora rybołówstwa i nadbrzeżnych obszarów rybackich 2007-2013*.

¹¹ Dz. U. Nr 97, poz. 799.

¹² Fundusze Promocji: Mleka; Mięsa Wieprzowego; Mięsa Wołowego; Mięsa Końskiego; Mięsa Owczego; Ziarna Zbóż i Przetworów Zbożowych; Owoców i Warzyw; Mięsa Drobiowego; Ryb.

trybu zgłaszania kandydatów na członków komisji zarządzających funduszy promocji produktów rolno-spożywczych oraz sposobu ich wyboru¹³, co było działaniem nierzetelnym. Uniemożliwiło to wybór członków komisji zarządzających funduszami promocji produktów rolno-spożywczych w terminie zapewniającym uchwalenie do dnia 1 października 2009 r. planów finansowych funduszy na 2009 rok¹⁴ (str. 16, 19).

6. Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi terminowo przekazywało Agencji Rynku Rolnego środki finansowe na zadania związane z promocją produktów rolno-spożywczych, zgodnie ze złożonymi zapotrzebowaniami, a Ministrowi Finansów - zestawienia prognozowanych wydatków i informacje o realizacji przez Agencję tych zadań. Nie budziła zastrzeżeń prawidłowość wykorzystania przez Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi środków na działania związane z promocją produktów rolno-spożywczych i rzetelność ich rozliczenia, a także realizacja planów wydatków na promocję tych produktów (str. 22).
7. Najwyższa Izba Kontroli pozytywnie ocenia przygotowanie i wdrożenie przez Agencję Rynku Rolnego przepisów dotyczących mechanizmu Wspólnej Polityki Rolnej *Wsparcie działań promocyjnych i informacyjnych na rynkach wybranych produktów rolnych*. Przestrzegano warunków zasad udzielania pomocy na promocję produktów rolno-spożywczych, określonych tymi przepisami. W okresie objętym kontrolą Agencja realizowała 9 programów promocyjnych i informacyjnych w ramach powyższego mechanizmu, na które wydatkowała ze środków publicznych łącznie 50.789,5 tys. zł. Najwyższa Izba Kontroli nie wnosi uwag do realizacji tych programów. Organizacje proponujące¹⁵ wydatkowały ze środków własnych 7.101,6 tys. zł na realizację programów promocyjnych i informacyjnych. Brak środków własnych¹⁶ ograniczał korzystanie ze środków publicznych¹⁷. Od lutego 2009 r. państwa członkowskie¹⁸ uzyskały możliwość¹⁹ samodzielnego przygotowania i realizacji kampanii informacyjnych lub promocyjnych na rynkach krajów trzecich, co powinno znacząco wpłynąć na zwiększenie poziomu wykorzystywania środków Unii Europejskiej w ramach tego mechanizmu²⁰.
Badania osiągniętych efektów realizacji programów, przeprowadzone przez ośrodki badań opinii publicznej i agencje reklamowe, wykazały istotny wpływ 8 przeprowadzonych kampanii na konsumenta i sytuację rynkową promowanego produktu. W przypadku jednej kampanii badania osiągniętych efektów nie odnosiły się do celów założonych w programie. Spowodowane to było brakiem szczegółowych wytycznych w sprawie badań oceniających efektywność realizowanych zadań (str. 17, 21, 22).
8. Decyzje Prezesa Agencji Rynku Rolnego, ustalające wysokość zobowiązań wpłat na Fundusz Promocji Mleczarstwa przez podmioty skupujące mleko, były wydane

¹³ Weszło w życie 25 września 2009 r.

¹⁴ Zgodnie z dyspozycją art. 17 ust. 2 ustawy z dnia 22 maja 2009 r. o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych.

¹⁵ Z wyłączeniem Agencji Rynku Rolnego, która była organizacją proponującą w odniesieniu do programów: *Rolnictwo ekologiczne* i *Oryginalność pod ochroną*.

¹⁶ Organizacje uprawnione (organizacje proponujące) do ubiegania się o wsparcie finansowały ze środków własnych minimum 20% kosztów poniesionych na realizację programu. Pozostałe 80% kosztów finansowano: z budżetu krajowego - do 30% i z budżetu UE - do 50%. Działania promocyjne i informacyjne muszą być wdrażane nie krócej niż rok i nie dłużej niż przez trzy lata. Okres ten jest liczony od daty podpisania umowy na realizację programu pomiędzy ARR a organizacją proponującą.

¹⁷ Dotychczas Polska wykorzystwała około 2% dostępnego dla państw członkowskich UE budżetu na realizację przedmiotowego mechanizmu WPR.

¹⁸ W Polsce Agencja Rynku Rolnego.

¹⁹ Rozporządzenie Rady (WE) nr 153/2009 z dnia 19 lutego 2009 r. zmieniające rozporządzenie (WE) nr 3/2008 w sprawie działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących produktów rolnych na rynku wewnętrznym i w krajach trzecich (DZ.U.UE.L.51 z 24 lutego 2009 r., str. 1).

²⁰ Kampanie promocyjne realizowane bezpośrednio przez państwa członkowskie finansowane są w 50% ze środków Unii Europejskiej, a w 50% ze środków państw członkowskich.

prawidłowo, a Agencja na bieżąco monitorowała wpłaty²¹. Najwyższa Izba Kontroli nie wnosi uwag do prawidłowości wykorzystania środków z Funduszu Promocji Mleczarstwa²², zgodnie z zatwierdzonymi planami finansowymi. Wydatki Funduszu realizowano na podstawie uchwały Komisji Porozumiewawczej do Spraw Mleka i Przetworów Mlecznych w sprawie ustalenia *Szczegółowych zasad gospodarowania Funduszem Promocji Mleczarstwa*. W zasadach tych nie określono wykazu kosztów kwalifikowalnych podlegających refundacji dla poszczególnych rodzajów przedsięwzięć (str. 18, 22, 23, 24).

9. Najwyższa Izba Kontroli nie wnosi uwag do sposobu upowszechniania przez Agencję Rynku Rolnego informacji o uruchomionym w dniu 14 września 2009 r. działaniu *Działania informacyjne i promocyjne*, objętym Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007-2013 (str. 18).
10. Nadzór i kontrola nad realizacją zadań dotyczących promocji produktów rolno-spożywczych nie budziły zastrzeżeń. Prezes Agencji Rynku Rolnego powołał Grupę Monitorującą do spraw oceny ofert programów promocyjno-informacyjnych oraz koordynowania przebiegu realizacji działań w ramach mechanizmu wspólnej polityki rolnej *Wsparcie działań promocyjnych i informacyjnych na rynkach wybranych produktów rolnych*, w której uczestniczyli m.in. przedstawiciele Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi. W ramach tego mechanizmu, Agencja Rynku Rolnego przeprowadzała określone w przepisach UE kontrole księgowe, techniczne i weryfikujące. Ponadto Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi przeprowadziło 30 kontroli działania *Znajdowanie oraz promowanie nowych rynków zbytu na produkty rybne* w ramach Sektorowego Programu Operacyjnego *Rybołówstwo i przetwórstwo ryb 2004-2006* (str. 26).

2.3. Uwagi końcowe i wnioski

W okresie objętym kontrolą wzrastały nakłady na realizację działań związanych z promocją produktów rolno-spożywczych, co wynikało z możliwości pozyskania środków z budżetu UE, przede wszystkim w ramach WPR, a także funduszy strukturalnych. Należy oczekiwać, że w sytuacji nasilonej konkurencji międzynarodowej działania te będą bardziej intensywne, a nakłady na nie coraz większe. Opracowana, w uzgodnieniu z partnerami społecznymi, ustawa z dnia 22 maja 2009 r. *o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych* stworzyła systemowe i instytucjonalne podstawy funkcjonowania 9 funduszy promocji produktów rolno-spożywczych. Ograniczeniem w korzystaniu ze środków mechanizmu WPR *Wsparcie działań promocyjnych i informacyjnych na rynkach wybranych produktów rolnych* przez organizacje branżowe były - przy braku środków własnych - trudności w opracowaniu strategii wieloletnich kampanii.

Uwzględniając powyższe uwarunkowania Najwyższa Izba Kontroli wnosi o:

- Zapewnienie przez Prezesa Agencji Rynku Rolnego wsparcia merytorycznego organizacjom proponującym, przy projektowaniu badań dotyczących efektywności realizowanych przez nie programów, promujących produkty rolno-spożywcze.

²¹ W latach 2006 – 2009 (3 kwartały) procentowy udział wpłat podmiotów skupujących w stosunku do wydanych decyzji ustalających wysokość zobowiązania wyniósł średnio 99,04%.

²² W latach 2006 – 2009 (3 kwartały) wydatki z konta Funduszu wyniosły 47.037,8 tys. zł.

3. Ważniejsze wyniki kontroli

3.1. Charakterystyka stanu prawnego oraz uwarunkowań ekonomicznych i organizacyjnych

3.1.1. Stan prawny

Po przystąpieniu do UE, Polska uzyskała możliwość pozyskania środków pochodzących z budżetu UE na działania informacyjne i promocyjne produktów rolnych, w ramach realizowanego przez Agencję Rynku Rolnego²³ mechanizmu WPR – *Wsparcie działań promocyjnych i informacyjnych na rynkach wybranych produktów rolnych*. Zgodnie z art. 18 ustawy o ARR Prezes Agencji - w zakresie określonym przepisami UE m.in.: dokonuje wyboru projektów programów promocyjnych i informacyjnych kwalifikujących się do uzyskania na ich realizację wsparcia ze środków UE i przekazuje wybrane projekty do KE; zawiera umowy na realizację programów z podmiotami, których projekty zostały zaakceptowane przez KE; wypłaca zaliczki, dopłaty częściowe oraz dopłaty końcowe na rzecz podmiotów, z którymi zawarto umowy; przekazuje KE sprawozdania z realizacji programów promocyjnych i informacyjnych.

W okresie objętym kontrolą mechanizm funkcjonował na podstawie następujących przepisów UE: rozporządzenia Rady (WE) nr 2702/1999 z dnia 14 grudnia 1999 r. w sprawie *działań informacyjnych i promocyjnych w państwach trzecich, dotyczących produktów rolnych*²⁴; rozporządzenia Rady (WE) nr 2826/2000 z dnia 19 grudnia 2000 r. w sprawie *działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących produktów rolnych na rynku wewnętrznym*²⁵ oraz rozporządzenia Rady (WE) nr 3/2008 z dnia 17 grudnia 2007 r. w sprawie *działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących produktów rolnych na rynku wewnętrznym i w krajach trzecich*, a także rozporządzenia KE²⁶.

Rozporządzenia UE określają m.in. rodzaje działań, tematy, produkty i kraje objęte programami, zasady dotyczące wyboru i finansowania programów, ich monitorowania i kontroli, a także sankcje w przypadku nienależnej płatności, oszustwa lub rażącego zaniedbania oraz zasady sprawozdawczości do KE.

²³ Zgodnie z art. 12 ust. 2 ustawy z dnia 11 marca 2004 r. o Agencji Rynku Rolnego i organizacji niektórych rynków rolnych (Dz. U. z 2007 r. Nr 231, poz. 1702 ze zm., zwanej dalej ustawą o ARR).

²⁴ Dz.U.U.E.L.327 z 21 grudnia 1999 r., str. 7, ze zm., uchylone z dniem 12 stycznia 2008 r.

²⁵ Dz.U.U.E.L.328 z 23 grudnia 2000 r., str. 2, ze zm., uchylone z dniem 12 grudnia 2008 r.

²⁶ Rozporządzenie Komisji (WE) nr 94/2002 z dnia 18 stycznia 2002 r. *ustanawiające szczegółowe zasady stosowania rozporządzenia Rady (WE) nr 2826/2000 w sprawie działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących produktów rolnych na rynku wewnętrznym* (Dz.U.U.E.L.17 z 19 stycznia 2002 r., str. 20, ze zm.), zwane dalej rozporządzeniem Komisji (WE) nr 94/2002 oraz uchylające je z dniem 18 lipca 2005 r. rozporządzenie Komisji (WE) nr 1071/2005 z dnia 1 lipca 2005 r. *ustanawiające szczegółowe zasady stosowania rozporządzenia Rady (WE) nr 2826/2000 w sprawie działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących produktów rolnych na rynku wewnętrznym* (Dz.U.U.E.L.179 z 11 lipca 2005 r., str. 1, ze zm.), zwane dalej rozporządzeniem Komisji (WE) nr 1071/2005, a także rozporządzenie Komisji (WE) nr 2879/2000 z dnia 28 grudnia 2000 r. *ustanawiające szczegółowe zasady stosowania rozporządzenia Rady (WE) nr 2702/1999 w sprawie działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących produktów rolnych w państwach trzecich* (Dz.U.U.E.L.333 z 29 grudnia 2000 r., str. 63, ze zm.), zwane dalej rozporządzeniem Komisji (WE) nr 2879/2000 oraz uchylające je z dniem 24 sierpnia 2005 r. rozporządzenie Komisji (WE) nr 1346/2005 z dnia 16 sierpnia 2005 r. *ustanawiające szczegółowe zasady stosowania rozporządzenia Rady (WE) nr 2702/1999 w sprawie działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących produktów rolnych w państwach trzecich* (Dz.U.U.E.L.212 z 17 sierpnia 2005 r., str. 16), zwane dalej rozporządzeniem Komisji (WE) nr 1346/2005. Rozporządzenia Komisji (WE) nr 1071/2005 i 1346/2005 zostały uchylone z dniem 13 czerwca 2008 r. przez rozporządzenie Komisji (WE) nr 501/2008 z dnia 5 czerwca 2008 r. *ustanawiające szczegółowe zasady stosowania rozporządzenia Rady (WE) nr 3/2008 w sprawie działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących produktów rolnych na rynku wewnętrznym i w krajach trzecich* (Dz.U.U.E.L.147 z 6 czerwca 2008 r., str. 3, ze zm.), zwane dalej rozporządzeniem Komisji (WE) nr 501/2008.

Zgodnie z rozporządzeniami, wkład UE w finansowanie programów nie przekracza 50% ich rzeczywistych kosztów, organizacje proponujące finansują przynajmniej 20% tych kosztów, a pozostałą część kosztów ponoszą zainteresowane państwa członkowskie.

Tematy, produkty i kraje trzecie, które mogą zostać objęte działaniami określone są w wykazach KE. Propozycje programów informacyjnych i promocyjnych trwających przynajmniej jeden rok i maksymalnie trzy lata opracowują organizacje branżowe lub międzybranżowe. Po ogłoszeniu przez ARR zaproszeń do składania ofert programów, organizacje przedkładają programy Agencji, która po ich zbadaniu - w oparciu o specyfikację ustanawiającą warunki i kryteria oceny programów - sporządza wykaz programów. Agencja przesyła wykaz do Komisji wraz z kopią programów. O ostatecznym wyborze programów decyduje Komisja, która po sprawdzeniu ostatecznych wersji podejmuje decyzję dotyczącą możliwości współfinansowania przez nią programów oraz ustala ich budżety. Zatwierdzone programy są monitorowane przez Grupę monitorującą, pod przewodnictwem przedstawiciela ARR. W jej skład wchodzi również przedstawiciele organizacji proponującej. Mogą w niej także uczestniczyć przedstawiciele KE.

Organizacja proponująca program, w drodze konkursu, dokonuje wyboru organu, który realizuje wybrane programy. ARR zawiera umowy z wybranymi organizacjami proponującymi. Egzemplarze tych umów wraz z dowodami złożenia zabezpieczenia przez organizację podpisującą umowę oraz egzemplarzem umowy zawartej przez wybraną organizację proponującą z organem wdrażającym, Agencja przekazuje KE. Zabezpieczenie warunkuje wypłatę przez ARR zaliczki, o jaką może ubiegać się organizacja.

ARR realizuje płatności na podstawie wniosków o płatności pośrednie oraz o wypłatę salda, składanych przez organizacje proponujące. Agencja przekazuje KE m.in.: sprawozdanie roczne, sprawozdania kwartalne dotyczące płatności pośrednich, a także sprawozdanie dla każdego programu poddanego kontroli, przedstawiając w nim wyniki przeprowadzonych kontroli oraz wykryte nieprawidłowości. W przypadku nienależnej płatności, beneficjent zwraca kwestionowaną kwotę powiększoną o odsetki obliczane za okres, jaki upłynął między płatnością a zwrotem przez beneficjenta. W przypadku oszustwa lub rażącego zaniedbania organizacja proponująca dokonuje zwrotu w wysokości dwukrotności różnicy między kwotą pierwotnie wypłaconą a kwotą faktycznie należną.

Ponadto zadania związane z promocją produktów rolno-spożywczych realizowane były na podstawie:

- Funduszu Promocji Mleczarstwa, który od 2004 r. funkcjonował zgodnie z ustawą z dnia 20 kwietnia 2004 r. *o organizacji rynku mleka i przetworów mlecznych*²⁷. Cele i zakres działalności Funduszu zostały określone w art. 52 ust. 1 ustawy²⁸. Środkami Funduszu, pochodzącymi z wpłat przekazywanych przez podmioty skupujące, gromadzonymi na wyodrębnionym rachunku ARR, dysponował jej Prezes, zgodnie z planem finansowym oraz szczegółowymi zasadami gospodarowania Funduszem, które ustalała Komisja Porozumiewawcza do Spraw Mleka i Przetworów Mlecznych. Prezes Agencji przedstawiał Ministrowi RiRW oraz Komisji Porozumiewawczej roczne sprawozdanie z wykorzystania Funduszu. Z dniem 1 lipca 2009 r. środki Funduszu Promocji

²⁷ Dz. U. z 2009 r. Nr 11, poz. 65 ze zm.

²⁸ Art. 52 ustawy z dnia 20 kwietnia 2004 r. *o organizacji rynku mleka i przetworów mlecznych* został uchylony z dniem 1 lipca 2009 r. przez art. 16 pkt 4 ustawy z dnia 22 maja 2009 r. *o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych*.

Mleczarstwa - na podstawie art. 19 ustawy z dnia 22 maja 2009 r. o *funduszach promocji produktów rolno-spożywczych* stały się środkami Funduszu Promocji Mleka;

- Działania *Znajdowanie oraz promowanie nowych rynków zbytu na produkty rybne* Sektorowego Programu Operacyjnego *Rybołówstwo i przetwórstwo ryb 2004-2006* (SPO „*Rybołówstwo...*”)²⁹ oraz w ramach środka *Rozwój nowych rynków i kampanie promocyjne* Programu Operacyjnego *Zrównoważony rozwój sektora rybołówstwa i nadbrzeżnych obszarów rybackich 2007-2013* (PO „*Zrównoważony rozwój sektora rybołówstwa...*”)³⁰;
- Programu *Poznaj Dobrą Żywność*, funkcjonującego zgodnie z ustawą z dnia 21 grudnia 2000 r. o *jakości handlowej artykułów rolno-spożywczych*, decyzją Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 26 kwietnia 2004 r. w sprawie uruchomienia Programu *PDŻ - Poznaj Dobrą Żywność*³¹ oraz zarządzeniami Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi w sprawie powołania *Kolegium Naukowego do spraw jakości Produktów Żywnościowych Programu Poznaj Dobrą Żywność*³², wydanymi na podstawie art. 7 ust. 4 pkt 5 ustawy z dnia 8 sierpnia 1996 r. o *Radzie Ministrów*³³;
- Ustawy z dnia 17 grudnia 2004 r. o *rejestracji i ochronie nazw i oznaczeń produktów rolnych i środków spożywczych oraz o produktach tradycyjnych*. Zgodnie z tą ustawą, MRiRW jest odpowiedzialne za przyjmowanie, ocenę i przekazywanie wniosków o rejestrację nazw pochodzenia, oznaczeń geograficznych oraz gwarantowanych tradycyjnych specjalności produktów rolno-spożywczych do Komisji Europejskiej. Ustawa reguluje m. in.: zasady i tryb oceny wniosków o rejestrację nazw pochodzenia, oznaczeń geograficznych i gwarantowanych tradycyjnych specjalności, a także warunki prowadzenia listy produktów tradycyjnych;
- Ustawy z dnia 22 maja 2009 r. o *funduszach promocji produktów rolno-spożywczych*, która określa systemowe i instytucjonalne ramy funkcjonowania funduszy, w szczególności: wspierane działania; naliczanie, pobieranie i przekazywanie wpłat; gromadzenie, gospodarowanie i zarządzanie środkami finansowymi. Ustawa zobowiązuje Ministra RiRW do wydania rozporządzeń, m.in. w sprawie określenia trybu zgłaszania przez ogólnokrajowe organizacje kandydatów na członków komisji zarządzających oraz sposób ich wyboru. Komisje zarządzające przekazują Ministrowi RiRW: regulamin danej komisji; zasady gospodarowania środkami finansowymi danego funduszu promocji i plany finansowe danego funduszu promocji w zakresie realizacji celów; sprawozdania rzeczowe i sprawozdania z wykonania planu finansowego funduszy promocji. Zgodnie z ustawą Prezes ARR m.in.: dysponuje środkami funduszy promocji na podstawie uchwał komisji zarządzających; zapewnia obsługę prawną oraz techniczno-biurową funduszy

²⁹ Regulowanego rozporządzeniem Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 11 sierpnia 2004 r. w sprawie *Sektorowego Programu Operacyjnego „Rybołówstwo i przetwórstwo ryb 2004-2006”* oraz rozporządzeniem Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 7 września 2004 r. w sprawie *Uzupełnienia Sektorowego Programu Operacyjnego „Rybołówstwo i przetwórstwo ryb 2004-2006”*.

³⁰ Obwieszczenie Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 7 lipca 2009 r. w sprawie *Programu Operacyjnego „Zrównoważony rozwój sektora rybołówstwa i nadbrzeżnych obszarów rybackich 2007-2013”* (M.P. Nr 51, poz. 739), wydane na podstawie art. 2 ust. 5 ustawy z dnia 3 kwietnia 2009 r. o *wspieraniu zrównoważonego rozwoju sektora rybackiego z udziałem Europejskiego Funduszu Rybackiego* (Dz. U. Nr 72, poz. 619 ze zm.).

³¹ Niepublikowana.

³² Nr 18 z dnia 30 kwietnia 2004 r. ze zm. oraz Nr 23 z dnia 4 września 2008 r. ze zm. (niepublikowane).

³³ Dz. U. z 2003 r. Nr 24, poz. 199 ze zm.

promocji oraz komisji zarządzających; sporządza sprawozdania z wykonania planu finansowego funduszy promocji;

- Ustawy z dnia 7 marca 2007 r. *o wspieraniu rozwoju obszarów wiejskich z udziałem środków Europejskiego Funduszu Rolnego na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich*³⁴, która w art. 5 określa działania realizowane w ramach PROW 2007-2013. Jednym z nich są *Działania informacyjne i promocyjne*, których celem jest wspieranie kampanii informacyjnych i działań promocyjnych produktów objętych systemami jakościowymi Chronionych Nazw Pochodzenia, Chronionych Oznaczeń Geograficznych, Gwarantowanych Tradycyjnych Specjalności, Produkcji Integrowanej oraz produktów rolnictwa ekologicznego.

3.1.2. Uwarunkowania ekonomiczne i organizacyjne

Postępująca liberalizacja handlu, w tym produktami rolno-spożywczymi, a także swobodny przepływ towarów na rynkach światowych, w tym na rynku UE, powodują konieczność podejmowania działań wspierających konkurencyjność i ugruntowujących pozycję polskich produktów rolnych na tych rynkach, a także działań wspomagających zdobywanie nowych rynków.

Organami administracji rządowej realizującymi działania w zakresie promocji produktów rolno-spożywczych w Polsce są przede wszystkim Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi, a także nadzorowane przez niego agencje: Agencja Rynku Rolnego oraz Agencja Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa³⁵.

Z chwilą przystąpienia Polski do UE pojawiły się szanse na pozyskanie środków wspólnotowych na promocję polskich produktów rolno-spożywczych w ramach różnych mechanizmów i programów współfinansowanych przez UE. Środki te uzupełniają nakłady na te cele w postaci środków krajowych pochodzących z budżetu państwa, a także środków prywatnych. Od tego momentu polskie organizacje branżowe zrzeszające producentów, przetwórców i dystrybutorów, reprezentatywne dla określonej branży rolnej, uzyskały możliwość korzystania z pomocy w ramach mechanizmu WPR *Wsparcie działań promocyjnych i informacyjnych na rynkach wybranych produktów rolnych*. Organizacje te finansują ze środków własnych przynajmniej 20% kosztów zgłoszonych przez siebie kampanii informacyjnych. Do końca I kwartału 2010 r. zakończono 7 programów, a 3 były w trakcie realizacji. Łączny całkowity budżet tych programów wynosi 26.097 tys. euro, w tym wkład własny organizacji proponujących realizujących kampanie - 4.318 tys. euro³⁶.

Mechanizm jest administrowany przez Agencję Rynku Rolnego, funkcjonującą na podstawie ustawy *o ARR*. Z dniem 1 maja 2004 r. ARR została ustanowiona agencją płatniczą

³⁴ Dz. U. Nr 64, poz. 427 ze zm.

³⁵ Środki na promocję artykułów rolno-spożywczych są również dostępne w ramach Działania 6.1 „Paszport do eksportu” Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka, 2007-2013, wdrażanego przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP) na podstawie rozporządzenia Ministra Rozwoju Regionalnego z dnia 7 kwietnia 2008 r. w sprawie udzielania przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości pomocy finansowej w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka, 2007-2013 (Dz. Nr 68, poz.414 ze zm.). Rozdział 11 tego rozporządzenia określa szczegółowe przeznaczenie i warunki udzielania wsparcia mikroprzedsiębiorcom, małym lub średnim przedsiębiorcom w ramach tego działania. I rundę naboru wniosków w tym działaniu PARP ogłosiła w lutym 2009 r. (źródło: www.parp.gov.pl).

³⁶ Źródło: www.arr.gov.pl.

w zakresie realizacji zadań w ramach WPR³⁷. Roczny budżet UE na realizację mechanizmu wynosi około 50 mln euro.

Środki finansowe na promocję produktów rolno-spożywczych były - w okresie objętym kontrolą - dostępne również w ramach programów: PROW 2004-2006, PROW 2007-2013, SPO „Rybołówstwo ...”, Sektorowego Programu Operacyjnego *Restrukturyzacja i modernizacja sektora żywnościowego oraz rozwój obszarów wiejskich 2004-2006*³⁸ (SPO „*Restrukturyzacja ...*”). Instytucją zarządzającą ww. programami jest Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi, który dodatkowo realizował, finansowane z budżetu państwa ze środków krajowych, zadania i inicjatywy związane z promocją produktów rolno-spożywczych, takie jak Program *Poznaj Dobrą Żywność*³⁹ oraz działania mające na celu rejestrację przez KE polskich produktów w Rejestrze Chronionych Nazw Pochodzenia i Chronionych Oznaczeń Geograficznych lub Rejestrze Gwarantowanych Tradycyjnych Specjalności.

3.2. Istotne ustalenia kontroli

3.2.1. Realizacja zadań na rzecz promocji produktów rolno-spożywczych przez Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi

Najwyższa Izba Kontroli nie wnosi uwag do zorganizowania i realizacji przez Ministra RiRW: zadań związanych z promocją systemu oznaczeń geograficznych, nazw pochodzenia, gwarantowanych tradycyjnych specjalności produktów rolnych i spożywczych oraz z Listą Produktów Tradycyjnych, projektów promocji produktów rybnych, a także przedsięwzięć, takich jak: organizacja wystaw i pokazów na międzynarodowych i krajowych targach i imprezach promujących polskie produkty rolno-spożywcze i żywność ekologiczną.

Zadania związane z promocją systemu oznaczeń geograficznych, nazw pochodzenia, gwarantowanych tradycyjnych specjalności produktów rolnych i spożywczych oraz z Listą Produktów Tradycyjnych Minister RiRW realizował zgodnie z ustawą z dnia 17 grudnia 2004 r. *o rejestracji i ochronie nazw i oznaczeń produktów rolnych i środków spożywczych oraz o produktach tradycyjnych*. W 2005 r. Minister RiRW powołał Radę do Spraw Tradycyjnych i Regionalnych Nazw Produktów Rolnych i Środków Spożywczych, która wydawała opinie dotyczące wniosków o rejestrację nazw pochodzenia, oznaczeń geograficznych i gwarantowanych tradycyjnych specjalności produktów rolnych lub środków spożywczych⁴⁰. Ministerstwo prowadziło rejestr złożonych wniosków oraz postępowania związane z ich przygotowaniem i przekazaniem do KE, a także dokonywało wpisu produktów

³⁷ Rozporządzenie Ministra Finansów z dnia 19 kwietnia 2004 r. *w sprawie ustanowienia Agencji Rynku Rolnego agencją płatniczą* (Dz. U. Nr 76, poz. 713 ze zm.).

³⁸ Rozporządzenie Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 3 września 2004 r. *w sprawie przyjęcia Sektorowego Programu Operacyjnego „Restrukturyzacja i modernizacja sektora żywnościowego oraz rozwój obszarów wiejskich 2004-2006”* (Dz. U. Nr 197, poz. 2032 ze zm.) oraz rozporządzenie Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 8 września 2004 r. *w sprawie Uzupełnienia Sektorowego Programu Operacyjnego „Restrukturyzacja i modernizacja sektora żywnościowego oraz rozwój obszarów wiejskich 2004-2006”* (Dz. U. Nr 207, poz. 2117 ze zm.).

³⁹ Do kwietnia 2004 r. program ten funkcjonował pod nazwą *Polska Dobra Żywność*.

⁴⁰ Poprzednio do dnia 5 stycznia 2009 r. były to wnioski o rejestrację nazw pochodzenia, oznaczeń geograficznych i nazw specyficznego charakteru produktów rolnych lub środków spożywczych – zmiana nastąpiła w związku z wejściem w życie ustawy z dnia 24 października 2008 r. *o zmianie ustawy o rejestracji i ochronie nazw i oznaczeń produktów rolnych i środków spożywczych oraz o zmianie niektórych innych ustaw* (Dz. U. Nr 216, poz. 1368).

na Listę Produktów Tradycyjnych. Do końca III kwartału 2009 r. złożono 40 wniosków o rejestrację⁴¹, z których 31 MRiRW przekazało do KE.

Najwyższa Izba Kontroli nie wnosi uwag do realizacji zadań, wynikających z rozporządzeń Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi: z dnia 11 sierpnia 2004 r. w sprawie Sektorowego Programu Operacyjnego „Rybołówstwo i przetwórstwo ryb 2004-2006” oraz z dnia 7 września 2004 r. w sprawie Uzupelnienia Sektorowego Programu Operacyjnego „Rybołówstwo i przetwórstwo ryb 2004-2006”, dotyczących działania *Znajdowanie oraz promowanie nowych rynków zbytu na produkty rybne*, a także z ustawy z dnia 3 kwietnia 2009 r. o wspieraniu zrównoważonego rozwoju sektora rybackiego z udziałem Europejskiego Funduszu Rybackiego, w zakresie środka *Rozwój nowych rynków i kampanie promocyjne*. W ramach realizowanego przez ARiMR i nadzorowanego przez MRiRW - jako Instytucję Zarządzającą - działania *Znajdowanie oraz promowanie nowych rynków zbytu na produkty rybne* wnioskodawcy złożyli 157 wniosków o dofinansowanie realizacji projektu. ARiMR dokonała refundacji 102 projektów na łączną kwotę 30.046,6 tys. zł, w tym 2 projektów realizowanych przez MRiRW pn. *Promocja produktów rybnych* oraz *Promocja produktów rybnych II*.

W okresie objętym kontrolą MRiRW organizowało przedsięwzięcia promujące produkty rolno-spożywcze, takie jak: organizacja wystaw i pokazów na międzynarodowych i krajowych targach i imprezach promujących polskie produkty rolno-spożywcze i żywność ekologiczną. MRiRW brało udział w ponad 70 przedsięwzięciach tego typu, w tym m.in. corocznie organizowało wystawy na międzynarodowych targach Polagra w Poznaniu i Grüne Woche w Berlinie. Ponadto corocznie w ramach działań informacyjno-promocyjnych MRiRW wydawało publikację *Rolnictwo i gospodarka żywnościowa*. Najwyższa Izba Kontroli nie ma uwag do zorganizowania i realizacji tych zadań.

Ministerstwo RiRW realizowało również program informacyjno-promocyjny dla żywności wysokiej jakości pn. *PDŻ-Poznaj Dobrą Żywność*, który został uruchomiony z dniem 26 kwietnia 2004 r. decyzją Ministra RiRW. Program ten funkcjonował zgodnie z zasadami zaakceptowanymi w 2004 r. przez Podsekretarza Stanu w MRiRW, a od 4 września 2008 r. zgodnie z regulaminem Programu *PDŻ-Poznaj Dobrą Żywność*, który określał, że znak jakości *Poznaj Dobrą Żywność* jest przyznawany po raz kolejny na okres 5 nie zaś 3 lat - jak stanowi art. 14 ust. 1 ustawy z dnia 21 grudnia 2000 r. o jakości handlowej artykułów rolno-spożywczych. Zasada, według której znak był nadawany produktowi po raz kolejny na okres 5 lat wynikała z materiału wewnętrznego MRiRW dotyczącego uruchomienia Programu *PDŻ-Poznaj Dobrą Żywność*, zaakceptowanego w kwietniu 2004 r. przez Podsekretarza Stanu w MRiRW.

Minister RiRW powołał⁴² Kolegium Naukowe do spraw jakości produktów żywnościowych Programu *Poznaj Dobrą Żywność*, którego podstawowym zadaniem jest

⁴¹ W tym 3 wnioski o rejestrację: oscypka, bryndzy podhalańskiej i miodu wrzosowego z Borów Dolnośląskich zostały złożone i wysłane do KE przez Urząd Patentowy Rzeczypospolitej Polskiej w okresie przed wejściem w życie ustawy z dnia 17 grudnia 2004 r. o rejestracji i ochronie nazw i oznaczeń produktów rolnych i środków spożywczych oraz o produktach tradycyjnych.

⁴² Na podstawie art. 7 ust. 4 pkt. 5 ustawy z dnia 8 sierpnia 1996 r. o Radzie Ministrów - Zarządzeniem Nr 18 Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 30 kwietnia 2004 r. w sprawie powołania Kolegium Naukowego do spraw jakości produktów żywnościowych Programu *Poznaj Dobrą Żywność*, ze zm., które zostało uchylone i zastąpione zarządzeniem Nr 23 Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 4 września 2008 r. w sprawie powołania Kolegium Naukowego do spraw jakości produktów żywnościowych Programu *Poznaj Dobrą Żywność*, ze zm.

ocena jakości produktów żywnościowych, zgłaszanych do Programu. W okresie od 1 maja 2004 r. do 30 września 2009 r. Minister RiRW wydał – na podstawie uchwał Kolegium – 1.229 decyzji o nadaniu znaku jakości *Poznaj Dobrą Żywność*, w tym 268 decyzji o wznowieniu znaku. Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi nie aktualizowało zamieszczonych na stronie internetowej wykazów firm i wyrobów, którym przyznano znak jakości PDŻ, co było działaniem nierzetelnym. W dniu 30 września 2009 r. ważny znak posiadało 570 wyrobów z 79 firm, a w niezaktualizowanych wykazach zamieszczono 961 wyrobów z 99 firm. Zmniejszenie liczby firm uczestniczących w Programie PDŻ i wyrobów, którym nadano znak jakości PDŻ było spowodowane przede wszystkim rezygnacją firm z uczestnictwa w Programie PDŻ lub wycofaniem z produkcji wyróżnionych wyrobów. Na stronie internetowej MRiRW informowano natomiast o znakach PDŻ nadanych i wręczonych przez Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi podczas uroczystych imprez. Dane na stronie internetowej MRiRW zaktualizowano dopiero w wyniku kontroli NIK.

Uchybienia, polegające na niepodawaniu podstawy prawnej⁴³ w decyzjach o nadaniu znaku jakości PDŻ oraz niesporządzaniu kopii tych decyzji zostały skorygowane przy wydawaniu nowych decyzji.

Ministerstwo RiRW promowało wśród producentów żywności i konsumentów udział w Programie PDŻ poprzez m.in. emisję reklam telewizyjnych i filmy informacyjne o Programie, organizację imprez, w tym połączonych z wręczeniem przez Ministra RiRW znaku jakości *Poznaj Dobrą Żywność*, takich jak: pikniki PDŻ, uroczyste gale wręczenia znaku producentom podczas corocznych targów Polagra oraz konferencji *Program PDŻ-Poznaj Dobrą Żywność-Zdrowie Żywność Żywnienie*, a także poprzez materiały reklamowe z logo PDŻ, publikacje, foldery i ulotki dotyczące tego Programu.

W wyniku długotrwałych uzgodnień wewnątrzresortowych, międzyresortowych i społecznych w MRiRW opracowano projekt ustawy z dnia 22 maja 2009 r. o *funduszach promocji produktów rolno-spożywczych*, która stworzyła systemowe i instytucjonalne podstawy funkcjonowania 9 funduszy promocji produktów rolno-spożywczych. W okresie od jej wejścia w życie, tj. od 1 lipca 2009 r. do końca III kwartału 2009 r. Minister wydał 2 akty wykonawcze do ustawy⁴⁴. Jeden z aktów, tj. rozporządzenie Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 18 września 2009 r. w *sprawie trybu zgłaszania kandydatów na członków komisji zarządzających funduszy promocji produktów rolno-spożywczych oraz sposobu ich wyboru* wydano zbyt późno⁴⁵, co uniemożliwiło wybór członków komisji zarządzających funduszami promocji produktów rolno-spożywczych w terminie zapewniającym uchwalenie do dnia 1 października 2009 r. planów finansowych funduszy na 2009 rok⁴⁶. Było to działanie nierzetelne. Przyczyną opóźnionego wydania ww. rozporządzenia były długotrwałe konsultacje społeczne i międzyresortowe.

⁴³ Art. 13 ust. 3 ustawy z dnia 21 grudnia 2000 r. o jakości handlowej artykułów rolno-spożywczych.

⁴⁴ Rozporządzenie Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 25 czerwca 2009 r. w sprawie szczegółowego wykazu towarów, od których są naliczane, pobierane, przekazywane i wpłacane wpłaty na fundusze promocji (Dz. U. Nr 102, poz. 844) oraz rozporządzenie Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 18 września 2009 r. w sprawie trybu zgłaszania kandydatów na członków komisji zarządzających funduszy promocji produktów rolno-spożywczych oraz sposobu ich wyboru.

⁴⁵ Wejście w życie 25 września 2009 r.

⁴⁶ Zgodnie z dyspozycją art. 17 ust. 2 ustawy z dnia 22 maja 2009 r. o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych.

3.2.2. Realizacja zadań na rzecz promocji produktów rolno-spożywczych przez Agencję Rynku Rolnego

W okresie objętym kontrolą Agencja Rynku Rolnego realizowała zadania w zakresie promocji produktów rolno-spożywczych na podstawie: mechanizmu WPR *Wsparcie działań promocyjnych i informacyjnych na rynkach wybranych produktów rolnych* (mechanizm WPR „Wsparcie działań ...”); Funduszu Promocji Mleczarstwa (FPM), którego środki z dniem 1 lipca 2009 r. stały się środkami Funduszu Promocji Mleka⁴⁷; mechanizmu *Działania informacyjne i promocyjne* objętego PROW 2007-2013 oraz ustawy z dnia 22 maja 2009 r. o *funduszach promocji produktów rolno-spożywczych*. Najwyższa Izba Kontroli nie wnosi uwag do realizacji tych zadań. Łączne wydatki na powyższe cele wyniosły 97.827,3 tys. zł⁴⁸.

Mechanizm WPR „Wsparcie działań ...” funkcjonuje zgodnie z ustawą o ARR i regulacjami UE⁴⁹. Najwyższa Izba Kontroli pozytywnie ocenia przygotowanie i wdrożenie przez ARR przepisów wewnętrznych dotyczących mechanizmu⁵⁰. Księga Procedur tego mechanizmu była siedmiokrotnie zmieniana, w trybie zarządzeń Prezesa ARR. Zmian dokonywano w terminach umożliwiającym sprawne wykonanie zadań związanych z realizacją tego mechanizmu.

ARR przestrzegała warunków i zasad udzielania pomocy na promocję produktów rolno-spożywczych, określonych przepisami wewnętrznymi Agencji⁵¹.

W ramach mechanizmu WPR „Wsparcie działań...”, Agencja realizowała 9 programów promocyjnych. Sześć z tych programów dotyczyło działań na rynku wewnętrznym. Były to: dwuletnia kampania informacyjna na temat wspólnotowego systemu oznaczeń produktów regionalnych i tradycyjnych - *Oryginalność pod ochroną*, trzyletnia kampania informacyjna na temat produktów rolnictwa ekologicznego - *Rolnictwo ekologiczne*, roczny program informacyjno-promocyjny - *Mrożonki pełne natury*, dwuletnia kampania promocyjno-informacyjna miodu i produktów pszczelich - *Życie miodem słodzone*, trzyletnia kampania informacyjno - promocyjna mleka i produktów mlecznych - *Stawiam na mleko i produkty mleczne*, dwuletnia kampania promocyjno-informacyjna dotycząca świeżych owoców i warzyw - *5 x dziennie warzywa i owoce*. Trzy programy były związane z działaniami na rynkach krajów trzecich, tj. roczny program informacyjno-promocyjny - *Marchewka* (rynki docelowe – Bułgaria i Rumunia), dwuletnia kampania promocyjna świeżej schłodzonej lub mrożonej wołowiny, cielęciny i wieprzowiny oraz przetworów spożywczych opartych na tych składnikach – *Mięso i przetwory spożywcze oparte na tym samym składniku - tradycja i smak* (rynki docelowe - Ukraina, Japonia, Chiny) oraz dwuletnia kampania promocyjno-informacyjna - *Stół pełen*

⁴⁷ Na podstawie art. 19 ustawy z dnia 22 maja 2009 r. o *funduszach promocji produktów rolno-spożywczych*.

⁴⁸ Kwota obejmuje wydatki FPM w latach 2006-2009 (3 kwartały).

⁴⁹ Wymienione w pkt 3.1.3. *Informacji*.

⁵⁰ Zarządzenia Prezesa Agencji Rynku Rolnego w sprawie wprowadzenia Księgi Procedur „Wsparcie działań promocyjnych i informacyjnych na rynkach wybranych produktów rolnych”: Nr 339/2004/KP z dnia 17 września 2004 r.; Nr 176/2005/KP z dnia 28 czerwca 2005 r.; Nr 380/2005/KP z dnia 30 grudnia 2005 r.; Nr 236/2007/KP z dnia 16 lipca 2007 r. (ze zm.) oraz Nr 322/2008/KP z dnia 25 listopada 2008 r. (ze zm.).

⁵¹ W kontroli zbadano wszystkie realizowane programy promocyjno-informacyjne pod kątem spełnienia warunków uczestnictwa w mechanizmie WPR „Wsparcie działań ...”. Były nimi: rejestracja w Centralnym Rejestrze Przedsiębiorców ARR; reprezentatywność organizacji proponującej dla całej branży; posiadanie wymaganych środków własnych - minimum 20% kosztów poniesionych na realizację programu; złożenie formularza zgłoszeniowego; opracowanie programu według wzoru; złożenie dokumentów opisujących tryb postępowania mający na celu dokonanie wyboru organizacji wdrażającej; zestawienie kosztów według wytycznych; plan finansowy; wybór organizacji wdrażającej; akceptacja i ocena przez KE złożonego programu; terminowość składania ofert do KE; zawarcie umów; złożenie zabezpieczenia; występowanie o dopłaty częściowe i końcowe.

smaków (rynków docelowe - USA i Korea Południowa). W kontrolowanym okresie 6 programów zakończono, przy czym w przypadku 2 nie wysłano sprawozdań końcowych do KE⁵². Trzy programy były w trakcie realizacji⁵³.

Agencja administrowała również środkami Funduszu Promocji Mleczarstwa. Z dniem 1 lipca 2009 r. środki Funduszu stały się środkami Funduszu Promocji Mleka⁵⁴. Administrowanie środkami FPM odbywało się na podstawie Uchwały Nr 02/06 Komisji Porozumiewawczej do Spraw Mleka i Przetworów Mlecznych z dnia 16 stycznia 2006 r. w sprawie ustalenia „Szczegółowych zasad gospodarowania Funduszem Promocji Mleczarstwa”⁵⁵ oraz rocznych planów finansowych uchwalanych przez Komisję Porozumiewawczą.

Od 1 stycznia 2006 r. do 30 września 2009 r. Prezes ARR wydał łącznie 4.367 decyzji w sprawie ustalenia wysokości zobowiązania podmiotów skupujących mleko. ARR rozpatrzyła 1.471 wniosków o przyznanie środków finansowych FPM za dany rok oraz 1.392 wnioski o wypłatę środków finansowych FPM na realizację przedsięwzięć wynikających z planu finansowego za dany rok i za lata ubiegłe. ARR corocznie sporządzała sprawozdania z wykorzystania FPM i przekazywała je Ministrowi Rolnictwa i Rozwoju Wsi.

Decyzje ustalające wysokość zobowiązań wpłat na FPM przez podmioty skupujące mleko były wydane prawidłowo⁵⁶, a ARR na bieżąco monitorowała wpłaty.

Najwyższa Izba Kontroli nie wnosi uwag do realizacji przez ARR wniosków z przeprowadzonej przez NIK kontroli działalności Funduszu Promocji Mleczarstwa w latach 2004-2005 oraz w I kwartale 2006 roku⁵⁷. Agencja upowszechniła informacje o warunkach ubiegania się o środki Funduszu oraz składania propozycji do projektu planu finansowego FPM na swojej stronie internetowej, a w celu uproszczenia postępowania dotyczącego przyznania i wypłaty środków Funduszu na dopłaty do spożycia mleka i przetworów mlecznych w placówkach oświatowych przekazała te postępowania do realizacji przez Oddziały Terenowe ARR.

Agencja uruchomiła działanie *Działania informacyjne i promocyjne* objęte PROW 2007-2013 dopiero dnia 14 września 2009 r. Spowodowane to było brakiem aktu wykonawczego do ustawy z dnia 7 marca 2007 r. o wspieraniu rozwoju obszarów wiejskich z udziałem środków Europejskiego Funduszu Rolnego na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich, określającego szczegółowe warunki i tryb przyznawania oraz wypłaty pomocy finansowej w ramach tego działania. Rozporządzenie w przedmiotowej sprawie, Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi wydał w dniu 8 czerwca 2009 r.⁵⁸, z terminem wejścia w życie z dniem 11 lipca 2009 r. W okresie

⁵² Programy *Rolnictwo ekologiczne, Życie miodem słodzone* – zakończenie realizacji - III i IV kwartał 2009 r. Zgodnie z art. 19 rozporządzenia Komisji (WE) nr 501/2008 organizacje proponujące składają do państwa członkowskiego wnioski o wypłatę salda w terminie 4 miesięcy od daty zakończenia rocznych działań przewidzianych w umowie zawartej między państwem członkowskim a organizacją proponującą.

⁵³ Programy *:Stawiam na mleko i produkty mleczne, Stół pełen smaków, Życie miodem słodzone*.

⁵⁴ Na podstawie art. 19 ustawy z dnia 22 maja 2009 r. o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych.

⁵⁵ Komisja Porozumiewawcza uchwałami: Nr 06/07 z 17 lipca 2006 r. i Nr 08/07 z 13 września 2007 r. dokonała zmian w *Szczegółowych zasadach gospodarowania Funduszem Promocji Mleczarstwa*. Zmiana dokonana w 2007 r. pozwalała na przeznaczenie środków FPM na dofinansowanie do 20% kosztów poniesionych na realizację programów promujących mleko i przetwory mleczne w ramach mechanizmu WPR „Wsparcie działań ...”. Zmiany zostały zatwierdzone przez Ministra RIRW i w dniu 28 września 2008 r.

⁵⁶ Na podstawie badań decyzji wydanych przez Prezesa ARR w 2008 r.

⁵⁷ Nr ewid. 158/2006/P06102/KSR.

⁵⁸ Rozporządzenie Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 8 czerwca 2009 r. w sprawie *szczegółowych warunków i trybu przyznawania oraz wypłaty pomocy finansowej w ramach działania "Działania informacyjne i promocyjne" objętego Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007-2013* (Dz. U. Nr 99, poz. 830 ze zm.).

poprzedzającym wydanie tego rozporządzenia, przeprowadzono prace przygotowawcze i szkoleniowe do wdrożenia działania *Działania informacyjne i promocyjne*. ARR, we współpracy z MRiRW oraz ARiMR, opracowała m.in. księgę procedur, wzór umowy z beneficjentem oraz wzór umowy delegowania zadania⁵⁹. Z dniem 14 października 2009 r. ARiMR uzyskała akredytację dla tego działania⁶⁰.

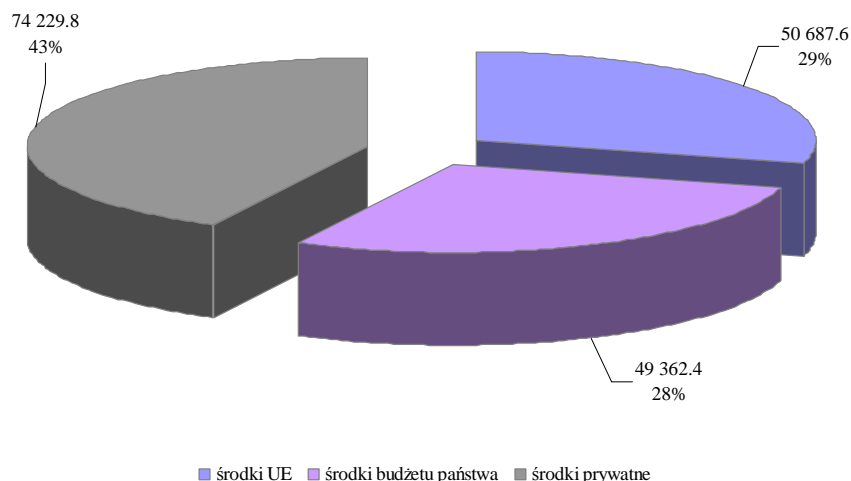
Najwyższa Izba Kontroli nie wnosi uwag do sposobu upowszechniania przez ARR informacji o działaniu *Działania informacyjne i promocyjne* poprzez stronę internetową, a także broszurę.

W ramach realizacji zadań określonych w ustawie z dnia 22 maja 2009 r. *o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych* Agencja wysłała informacje o wejściu w życie powyższej ustawy do około 4 tys. podmiotów potencjalnie zobowiązanych do wpłat na te fundusze. Do końca września 2009 r. założono w Banku Gospodarstwa Krajowego 9 wyodrębnionych rachunków bankowych dla poszczególnych funduszy promocji.

3.2.3. Finansowanie działań dotyczących promocji produktów rolno-spożywczych

W okresie objętym kontrolą, na działania w zakresie promocji produktów rolno-spożywczych, realizowane i nadzorowane przez Ministra RiRW, wydatkowano ogółem 174.279,8 tys. zł, w tym środki publiczne stanowiły kwotę 100.050 tys. zł, a środki prywatne 74.229,8 tys. zł⁶¹. Strukturę wydatków na realizację zadań w zakresie promocji produktów rolno-spożywczych, w podziale na źródła finansowania przedstawiono na rys. 1.

Rys. 1. Struktura wydatków na realizację zadań w zakresie promocji produktów rolno-spożywczych, w podziale na źródła finansowania (w tys. zł)



Źródło: według ustaleń NIK.

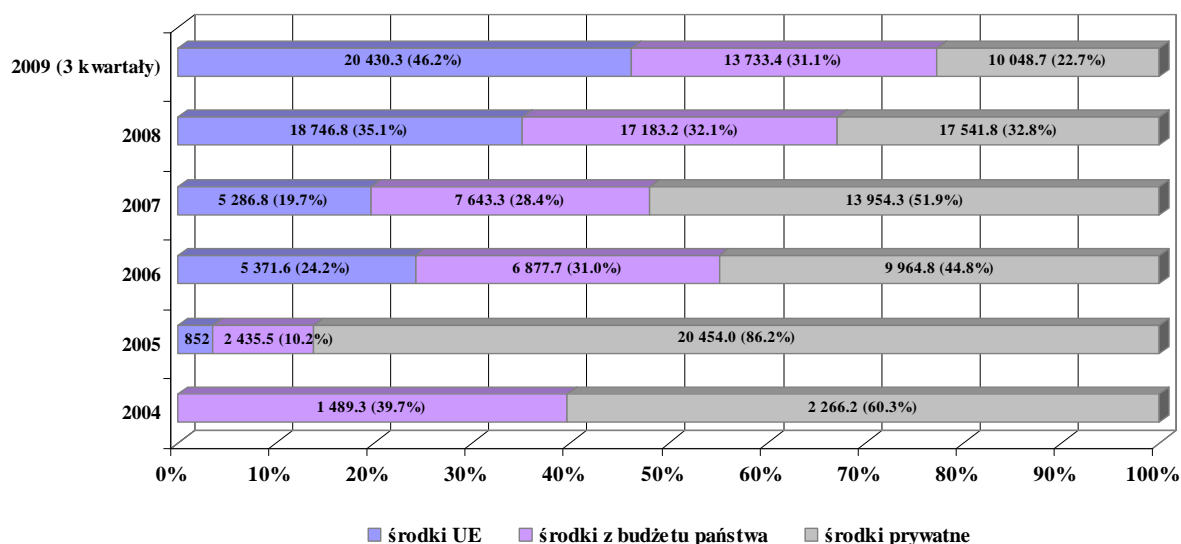
⁵⁹ Informacja o wynikach kontroli rolnictwa ekologicznego w Polsce (Nr ewid. 182/2009/P09106/KSR).

⁶⁰ Rozporządzenie Ministra Finansów z dnia 14 października 2009 r. *zmieniające rozporządzenie w sprawie przyznania Agencji Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa akredytacji jako agencji płatniczej w zakresie uruchamiania środków pochodzących z Europejskiego Funduszu Rolniczego Gwarancji oraz Europejskiego Funduszu Rolniczego Rozwoju Obszarów Wiejskich* (Dz. U. Nr 173, poz. 1349).

⁶¹ Kwota obejmuje wydatki administrowanego przez ARR Funduszu Promocji Mleczarstwa w latach 2004-2009 (3 kwartały) w wysokości 69.608,9 tys. zł. Kontrolą objęto wydatki FPM w latach 2006-2009 (3 kwartały) w kwocie 47.037,8 tys. zł.

Ustalenia kontroli wskazują, że w kolejnych latach nastąpiły zmiany w strukturze źródeł finansowania działań związanych z promocją produktów rolno-spożywczych - w 2004 r. działania finansowano w 60,3% ze środków prywatnych i w 39,7% ze środków publicznych, natomiast w 2008 r. w 67,2% ze środków publicznych oraz w 32,8% ze środków prywatnych. Zmiany przedstawiono na rys. 2.

Rys. 2. Zmiany w strukturze źródeł finansowania działań związanych z promocją produktów rolno-spożywczych (w tys. zł)



Źródło: według ustaleń NIK.

Na zadania własne z zakresu promocji produktów rolno-spożywczych, MRiRW wydatkowało ogółem 35.201,5 tys. zł, z tego na:

- zadania finansowane z budżetu państwa ze środków krajowych, w tym Program PDŻ; zadania związane z promocją systemu oznaczeń geograficznych, nazw pochodzenia, gwarantowanych tradycyjnych specjalności produktów rolnych i spożywczych oraz z Listą Produktów Tradycyjnych; udział w targach; konferencjach oraz przedsięwzięciach międzynarodowych i krajowych związanych z promocją produktów rolno-spożywczych; a także edycję publikacji promujących te produkty, wydatkowano łącznie 18.275 tys. zł;
- zadania finansowane z udziałem środków z funduszy strukturalnych⁶² oraz z programów rozwoju obszarów wiejskich⁶³, w tym realizację 2 projektów promocji produktów rybnych⁶⁴, a także organizację szkoleń w zakresie rolnictwa i żywności ekologicznej, udział w targach międzynarodowych i krajowych, opracowanie i publikację materiałów promocyjno-informacyjnych dotyczących Programu PDŻ wydatkowano łącznie kwotę 16.926,5 tys. zł.

Szczegółowe dane dotyczące tych wydatków w kolejnych latach przedstawiono w tabelach nr 1 i 3 załącznika nr 5.2. *Informacji*.

Na zadania realizowane przez agencje nadzorowane przez MRiRW - tj. działania informacyjno-promocyjne w ramach mechanizmu WPR „Wsparcie działań...”, realizowane

⁶² SPO „Rybołówstwo ...” oraz SPO „Restrukturyzacja ...”.

⁶³ PROW 2004-2006 oraz PROW 2007-2013.

⁶⁴ *Promocja produktów rybnych oraz Promocja produktów rybnych II*.

przez ARR, oraz działanie *Znajdowanie oraz promowanie nowych rynków zbytu na produkty rybne* w ramach SPO „*Rybołówstwo...*”⁶⁵, realizowane przez ARiMR, wydatki ogółem wyniosły 80.835,5 tys. zł, w tym z budżetu UE - 50.004,6 tys. zł, a ze środków krajowych 30.830,9 tys. zł.

Dodatkowo ARiMR na podstawie rozporządzenia Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 30 grudnia 2008 r. w sprawie *udzielania pomocy finansowej na przygotowanie wniosku o rejestrację nazw i oznaczeń geograficznych pierwotnych produktów rolnych*⁶⁶ zrealizowała wydatki w kwocie 13,5 tys. zł, dotyczące jednego złożonego wniosku.

Na realizację 9 programów promocyjnych w ramach mechanizmu WPR „*Wsparcie działań ...*” ARR wydatkowała ze środków publicznych łącznie 50.789,5 tys. zł, w tym środki krajowe stanowiły kwotę - 16.465,4 tys. zł, a środki UE - 27.388,6 tys. zł. Poza tym na dwa programy *Rolnictwo ekologiczne* i *Oryginalność pod ochroną*, ARR - jako organizacja proponująca - wydatkowała 6.935,4 tys. zł, z tego 3.620,3 tys. zł na podatek VAT. Inne organizacje proponujące wydatkowały ze środków własnych na 7 programów 7.101,6 tys. zł⁶⁷. Wykorzystanie środków przewidzianych w budżetach 4 kampanii, w których zakończono realizację zadań i dokonano rozliczeń z organizacjami proponującymi oraz wysłano sprawozdania końcowe do KE, osiągnęło w 3 przypadkach 95% zaplanowanych kwot oraz w 1 przypadku – w związku ze zmianą wykonawcy kampanii – około 71%.

Ograniczeniem w korzystaniu ze środków publicznych na promocję produktów rolno-spożywczych⁶⁸ przez organizacje branżowe był przede wszystkim brak środków własnych wymaganych na współfinansowanie programów promocyjnych, a także trudności w opracowaniu strategii wieloletnich kampanii, wymagającym fachowej wiedzy z zakresu reklamy i marketingu. Od lutego 2009 r. państwa członkowskie⁶⁹ uzyskały możliwość⁷⁰ stosowania nowego instrumentu wspierania eksportu produktów żywnościowych, polegającą na samodzielnym przygotowaniu, a następnie realizacji kampanii informacyjnych lub promocyjnych na rynkach krajów trzecich, dotyczących szerokiego asortymentu produktów, co w ocenie NIK powinno znacząco wpłynąć na zwiększenie poziomu wykorzystywania środków UE w ramach tego mechanizmu⁷¹.

Szczegółowe dane dotyczące wydatków na kampanie w ramach mechanizmu WPR „*Wsparcie działań...*” oraz na działania realizowane z udziałem środków z funduszy strukturalnych i z programów rozwoju obszarów wiejskich w kolejnych latach ich realizacji przedstawiono w tabelach nr 2 i 3 załącznika nr 5.2. *Informacji*.

⁶⁵ MRiRW było jednym z beneficjentów tego działania, w ramach którego wydatkowano 16.000 tys. zł.

⁶⁶ Dz. U. z 2009 r. Nr 9, poz. 51.

⁶⁷ Organizacje uprawnione (organizacje proponujące) do ubiegania się o wsparcie finansowały ze środków własnych minimum 20% kosztów poniesionych na realizację programu. Pozostałe 80% kosztów finansowano: z budżetu krajowego - do 30% i z budżetu UE - do 50%. Działania promocyjne i informacyjne muszą być wdrażane nie krócej niż rok i nie dłużej niż przez trzy lata. Okres ten jest liczony od daty podpisania umowy na realizację programu pomiędzy ARR a organizacją proponującą.

⁶⁸ Polska wykorzystwała dotychczas około 2% dostępnego dla wszystkich państw członkowskich budżetu na realizację przedmiotowego mechanizmu WPR.

⁶⁹ W Polsce Agencja Rynku Rolnego.

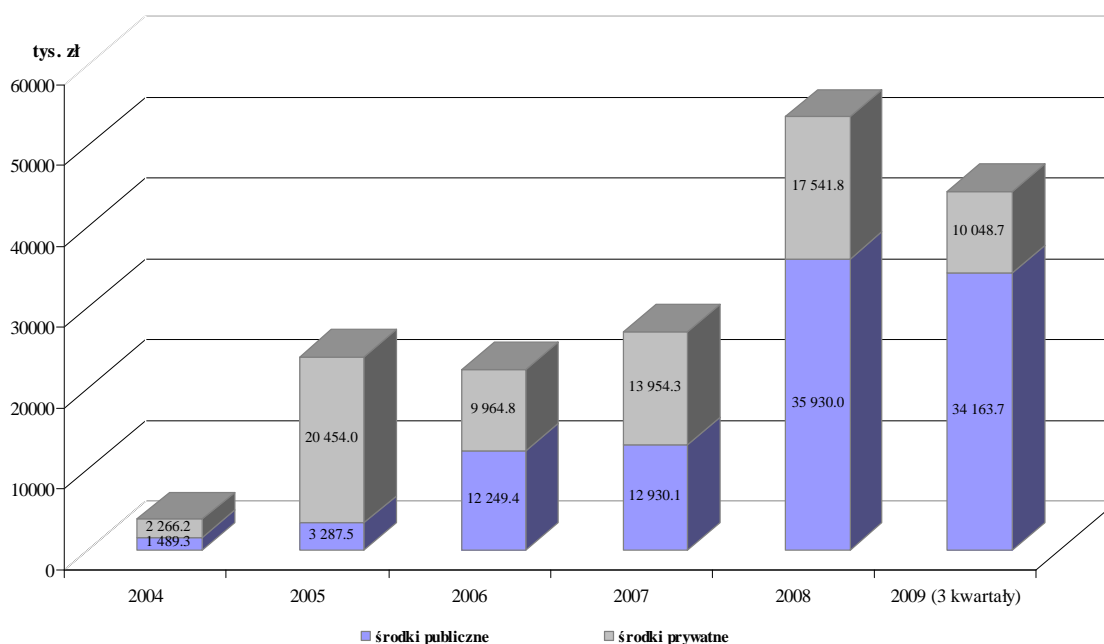
⁷⁰ Rozporządzenie Rady nr 153/2009 z dnia 19 lutego 2009 r. *zmieniające rozporządzenia Rady nr 3/2008 w sprawie działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących produktów rolnych na rynku wewnętrznym i w krajach trzecich*.

⁷¹ Kampanie promocyjne realizowane bezpośrednio przez państwa członkowskie finansowane są w 50% ze środków UE, a w 50% ze środków państwa członkowskiego.

W latach 2006-2009 (3 kwartały) na konto FPM wpłynęło ogółem 35.443,8 tys. zł. Wydatki z konta FPM wyniosły 47.037,8 tys. zł⁷², tj. 132,7% wpływów, przy czym na dzień 1 stycznia 2006 r. na koncie FPM znajdowało się 26.391,6 tys. zł.

Nakłady na działania związane z promocją produktów rolno-spożywczych wzrosły w 2008 r. ponad 14-krotnie w porównaniu do roku 2004, przy czym w kolejnych latach realizacji działań zmieniał się udział środków publicznych i prywatnych w ich finansowaniu, na przykład w 2004 r. stosunek środków publicznych do prywatnych wynosił 65,7%, a w 2008 r. – 204,8%. Przedstawia to rys. 3.

Rys. 3. Nakłady na promocję produktów rolno-spożywczych w latach 2004-2009 (3 kwartały)



Źródło: według ustaleń NIK.

Najwyższa Izba Kontroli nie wnosi uwag do prawidłowości finansowania przez MRiRW oraz ARR realizowanych działań w zakresie promocji produktów rolno-spożywczych. Ministerstwo RiRW terminowo przekazywało ARR środki finansowe, w wysokościach złożonych zapotrzebowań, na zadania związane z promocją produktów rolno-spożywczych, a Ministrowi Finansów zestawienia prognozowanych wydatków i informacje o realizacji przez ARR tych zadań. Nie budziła zastrzeżeń prawidłowość wykorzystania przez MRiRW środków na działania związane z promocją produktów rolno-spożywczych i rzetelność ich rozliczenia⁷³, a także realizacja planów wydatków na promocję tych produktów.

ARR prawidłowo rozliczała zaliczki i płatności pośrednie w ramach poszczególnych programów informacyjno-promocyjnych realizowanych w ramach mechanizmu WPR „Wsparcie działań...”⁷⁴ oraz terminowo przysyłała do KE sprawozdania z realizacji tych programów.

⁷² W tym 2.517,26 tys. zł wypłacono w oparciu o wnioski ujęte w kosztach FPM w 2005 r.

⁷³ Zbadano losowo wybrane faktury na łączną kwotę 3.757,7 tys. zł.

⁷⁴ Zbadano dołączone do wniosków o dopłaty, faktury i rachunki dotyczące 3 programów: *Życie miodem słodzone*, *5x dziennie warzywa i owoce*, *„Mięso i przetwory spożywcze oparte na tym samym składniku - tradycja i smak”* na łączną kwotę 3.065,8 tys. zł.

Najwyższa Izba Kontroli nie wnosi również uwag do prawidłowości wykorzystania środków z Funduszu Promocji Mleczarstwa, zgodnie z zatwierdzonymi planami finansowymi. Wśród zbadanych wybranych losowo wniosków z 2008 r. i z 2009 r., na łączną kwotę 1.284,5 tys. zł, ARR rozliczyła wydatki związane z organizacją występów estradowych w łącznej kwocie 145,6 tys. zł, w ramach *Światowego Dnia Mleka w Polsce - Ogólnopolskiego Święta Mleka*, ujętych w planach finansowych FPM jako dofinansowanie akcji promocyjnych i informacyjnych dotyczących mleka lub przetworów mlecznych w kraju i za granicą. Ich realizacja wynikała z uchwały Komisji Porozumiewawczej do Spraw Mleka i Przetworów Mlecznych w sprawie ustalenia *Szczegółowych zasad gospodarowania Funduszem Promocji Mleczarstwa*, w których nie zawarto wykazu kosztów kwalifikowalnych podlegających refundacji dla poszczególnych rodzajów przedsięwzięć. Najwyższa Izba Kontroli zwraca uwagę, że opracowanie listy takich kosztów umożliwi od 1 lipca 2009 r. ustawa z dnia 22 maja 2009 r. *o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych*. Lista została wprowadzona na podstawie rozporządzenia Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 11 marca 2010 r. w sprawie szczegółowych warunków i trybu udzielania wsparcia finansowego z funduszu promocji produktów rolno-spożywczych⁷⁵.

3.2.4. Efekty działań dotyczących promocji produktów rolno-spożywczych

Efekty 9 kampanii informacyjno-promocyjnych, realizowanych w ramach mechanizmu WPR „*Wsparcie działań ...*”, były przedmiotem badań, przeprowadzonych przez ośrodki badań opinii publicznej i agencje reklamowe. Badania te wykazały istotny wpływ 8 kampanii na konsumenta i sytuację rynkową promowanego produktu⁷⁶, m.in.: zwiększył się odsetek osób skłonnych do kupowania produktów regionalnych/tradycyjnych; kampania zainteresowała producentów żywności systemem rejestracji nazw (kampania *Oryginalność pod ochroną*); wzrosła rozpoznawalność znaku rolnictwa ekologicznego; w ocenie konsumentów, znak ten umieszczony na produkcie, zachęca do zakupu; wzrósł również odsetek osób uznających produkty ekologiczne za produkty lepszej jakości od produktów konwencjonalnych (kampania *Rolnictwo ekologiczne*); nawiązano kontakty na rynku koreańskim i amerykańskim; odnotowano zainteresowanie polskimi produktami mięsnymi na tych rynkach, wzrosła również ich rozpoznawalność (kampania *Stół pełen smaków*); nastąpił wzrost spożycia, szczególnie wśród dzieci: soków z marchwi (kampania *Marchewka*), produktów mlecznych (kampania *Stawiam na mleko*) i soku (kampania *5 x dziennie warzywa i owoce*); zaszły zmiany w świadomości społecznej na temat wartości odżywczej mrożonych warzyw i owoców – zmniejszyła się liczba osób przekonanych o negatywnym wpływie mrożenia na wartości odżywcze tych produktów (kampania *Mrożonki pełne natury*); 90% badanych potencjalnych klientów akceptowało promocję i prezentowane produkty mięsne na rynkach Ukrainy, Japonii i Chin (kampania *Mięso i przetwory spożywcze oparte na tym samym składniku - tradycja i smak*). W kontroli stwierdzono, że badania osiągniętych efektów, przeprowadzone po kampanii *Życie miodem słodzone*, nie odnosiły się do celów założonych w programie. Badania dotyczyły częstotliwości i okoliczności spożywania miodu w gospodarstwach domowych, podczas gdy celem założonym

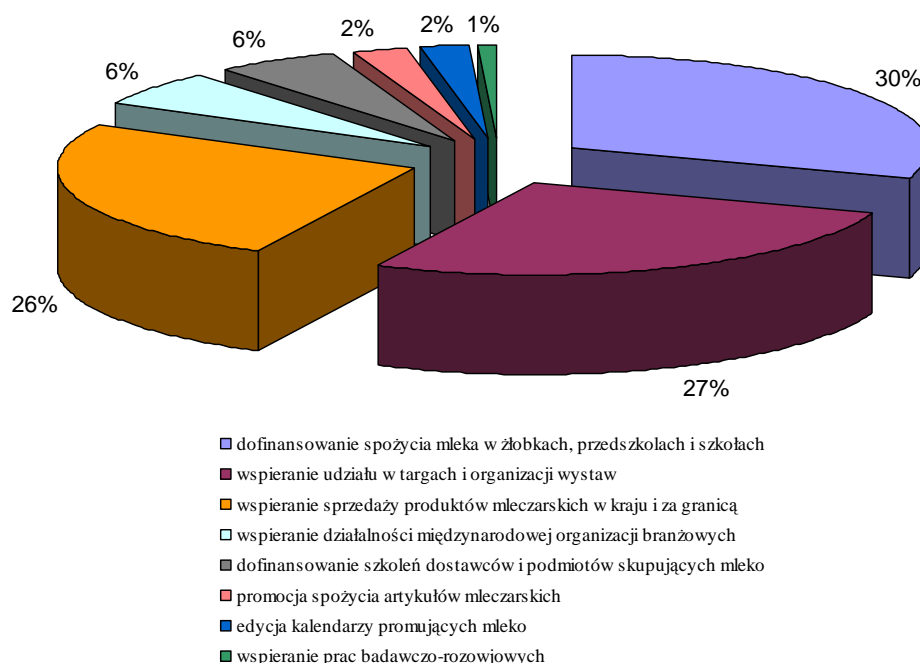
⁷⁵ Dz. U. Nr 54, poz. 327.

⁷⁶ Wpływ potwierdzony przez 8 z 9 organizacji proponujących, do których NIK zwróciła się - w trybie art. 29 pkt 2 lit. f ustawy o NIK z pytaniem o efekty zrealizowanych kampanii.

w programie było zwiększenie spożycia miodu i produktów pszczelich w Polsce, poprawa jego wizerunku jako nowoczesnego, atrakcyjnego produktu, a także prezentacja różnorodności gatunków tego produktu⁷⁷. W ocenie NIK było to spowodowane brakiem szczegółowych wytycznych dotyczących badań oceniających efektywność realizowanych działań⁷⁸.

W latach 2006 – 2009 (3 kwartały), w związku z przedsięwzięciami realizowanymi ze środków Funduszu Promocji Mleczarstwa, ARR - w oparciu o złożone wnioski oraz roczne plany finansowe – wydatkowała na realizację celów Funduszu, tj.: promocję i dofinansowanie spożycia mleka lub artykułów mleczarskich - 1.111,1 tys. zł; wspieranie sprzedaży polskich produktów mleczarskich w kraju i za granicą - 11.365 tys. zł; wspieranie udziału w targach i dofinansowanie organizacji wystaw - 12.018,2 tys. zł; wspieranie prac badawczo-rozwojowych mających na celu poprawę jakości przetworów mlecznych oraz wzrost ich spożycia - 429,4 tys. zł; wspieranie działalności krajowych mleczarskich organizacji branżowych biorących udział w pracach specjalistycznych stałych i roboczych komitetów organizacji międzynarodowych, międzyrządowych i unijnych zajmujących się problematyką mleczarstwa - 2.647,2 tys. zł; finansowanie szkoleń dostawców i podmiotów skupujących - 2.576,4 tys. zł; dofinansowanie spożycia mleka i przetworów mlecznych w żłobkach, przedszkolach i szkołach, z wyłączeniem szkół wyższych - 13.470,3 tys. zł; druki dystrybucję kalendarzy promujących mleko - 878,8 tys. zł oraz pozostałe wydatki - 24,3 tys. zł. Strukturę nakładów na poszczególne cele, zrealizowanych ze środków FPM, przedstawiono na rys. 4.

Rys. 4. Struktura nakładów na poszczególne cele realizowane ze środków FPM



Źródło: według ustaleń NIK.

⁷⁷ Organizacja proponująca – Stowarzyszenie Pszczelarzy Zawodowych, w informacji przekazanej NIK w trybie art. 29 pkt 2 lit. f ustawy o NIK, podała, że w wyniku przeprowadzonej kampanii m.in. zwiększono spożycie miodu przez statystycznego Polaka, upowszechniono wiedzę na temat znaczenia miodu w racjonalnym żywieniu człowieka, a także poprawiono marketing produktu, rozpoznawalność marek oraz znajomość gatunków i odmian.

⁷⁸ Aktualnie KE przygotowuje zmiany dotyczące oceny efektywności kampanii promocyjnych.

Na koniec III kwartału 2009 r. ważny znak jakości PDŻ posiadało 570 wyrobów z 79 firm. MRiRW nie przeprowadzało oceny efektywności Programu PDŻ, która – w ocenie NIK - służy projektowaniu skutecznych działań promocyjno-informacyjnych. Do końca kontroli NIK nie przeprowadzono tej oceny, mimo rekomendacji Biura Audytu Wewnętrznego MRiRW z 2007 r., co było działaniem nierzetelnym. W informacjach na temat efektów nadania znaku jakości PDŻ wyrobom 15 firm uczestniczących w Programie PDŻ⁷⁹, siedem firm uznało posiadanie znaku za wartość marketingową, gdyż - w ich opinii – znak podkreśla szczególne walory odznaczonych wyrobów i pomaga budować markę producenta. W 2 przypadkach stwierdzono, że wielkość sprzedaży wyrobów posiadających znak wzrosła od momentu jego nadania, w 2 innych że nie odnotowano znaczącego wzrostu sprzedaży odznaczonych wyrobów. Trzy firmy wskazywały na rosnącą rozpoznawalność znaku na rynku, 2 stwierdziły, że znak jest nierozpoznawalny. Cztery firmy podkreślały potrzebę nasilenia kampanii promocyjnej Programu PDŻ.

Do końca I kwartału 2010 r. Komisja zarejestrowała 15 nazw polskich produktów. Na Listę Produktów Tradycyjnych wpisano 730 produktów⁸⁰. Z informacji otrzymanych od 3 podmiotów⁸¹ o efektach rejestracji przez KE w Rejestrze Chronionych Nazw Pochodzenia, Chronionych Oznaczeń Geograficznych lub w Rejestrze Gwarantowanych Tradycyjnych Specjalności nazw zgłoszonych przez te podmioty wynika, że w 2 przypadkach⁸² nasilono działania promocyjne tych produktów, co wpłynęło na zwiększenie zainteresowania nimi w kraju i zagranicą. Rejestracja *Rogala Świątomarcińskiego* przyczyniła się dodatkowo do wzrostu sprzedaży wyrobu o ok. 25% w stosunku do lat poprzednich, przy jednoczesnym niezmiennym poziomie ceny. Natomiast rejestracja jako chronionych nazw pochodzenia *Bryndzy Podhalańskiej* i *Oscypka* nie przyniosła żadnych efektów w postaci wielkości sprzedaży, poziomu cen, czy rozpoznawalności produktu. W ocenie podmiotu zgłaszającego, wynika to z faktu podrabiania tych produktów na niespotykaną skalę, przez producentów wyrobów z mleka krowiego (produkty podrabiane stanowią ok. 80% w skali całorocznej sprzedaży), a także postępującej likwidacji stad owiec.

Wykaz produktów wpisanych przez KE do Rejestru Chronionych Nazw Pochodzenia i Chronionych Oznaczeń Geograficznych lub do Rejestru Gwarantowanych Tradycyjnych Specjalności zamieszczono w załączniku nr 5.2.4. *Informacji*.

W ramach działania *Znajdowanie oraz promowanie nowych rynków zbytu na produkty rybne* w ramach SPO „*Rybołówstwo...*” zrealizowano m.in.: 63 kampanie promocyjne produktów rybnych, zorganizowano 36 targów i wystaw branżowych, przeszkolono 70 osób. W ramach 2 projektów promocji produktów rybnych realizowanych przez MRiRW, wyprodukowano 14 spotów telewizyjnych i 5 radiowych, które wyemitowano w 2008 i 2009 r.

⁷⁹ NIK - w trybie art. 29 pkt 2 lit. f ustawy o NIK - zwróciła się do 21 losowo wybranych firm, których wyrobom nadano znak jakości *Poznaj Dobrą Żywność*.

⁸⁰ Źródło: www.minrol.gov.pl. Do końca III kwartału 2009 r. KE zarejestrowała 12 nazw polskich produktów. Na Listę Produktów Tradycyjnych wpisano 678 produktów.

⁸¹ NIK - w trybie art. 29 pkt 2 lit. f ustawy o Najwyższej Izbie Kontroli - zwróciła się do 3 losowo wybranych podmiotów, które zgłosiły nazwy produktów, zarejestrowane przez KE w Rejestrze Chronionych Nazw Pochodzenia, Chronionych Oznaczeń Geograficznych lub w Rejestrze Gwarantowanych Tradycyjnych Specjalności.

⁸² *Rogal Świątomarciński* (CHOG) oraz Miody pitne: *Czwórniak* (GTS), *Trójniak* (GTS), *Dwójniak* (GTS) i *Półtorak* (GTS).

3.2.5. Nadzór i kontrola nad realizacją zadań dotyczących promocji produktów rolno-spożywczych

Najwyższa Izba Kontroli nie wnosi uwag do realizacji przez Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi oraz Agencję Rynku Rolnego zadań w zakresie nadzoru i kontroli działań związanych z promocją produktów rolno-spożywczych.

Sposób realizacji kontroli zadań realizowanych w ramach mechanizmu WPR „Wsparcie działań ...” regulowały przepisy UE⁸³ oraz procedury i instrukcje techniczne, wprowadzane zarządzeniami Prezesa ARR.

Prezes ARR powołał Grupę Monitorującą⁸⁴, składającą się z przedstawicieli ARR i MRiRW, do spraw oceny ofert programów promocyjno-informacyjnych oraz koordynowania przebiegu realizacji działań, która rekomenduje Prezesowi Agencji programy do przekazania KE oraz monitoruje przebieg realizacji programów zaakceptowanych przez Komisję. Posiedzenie grupy odbywało się 2 razy do roku. Z posiedzeń grupy sporządzano sprawozdania zawierające ocenę programów i wnioski dotyczące ich realizacji.

System kontroli obejmował m.in. weryfikację propozycji złożonych programów lub w przypadku programu realizowanego - wniosku o dopłatę częściową lub końcową - pod kątem formalno-prawnym i merytorycznym, a także: kontrole księgowe (administracyjne, w siedzibie beneficjenta) oraz kontrole techniczne (w miejscu realizacji działań promocyjnych). W latach 2004-2009 ARR przeprowadziła w ramach tego mechanizmu 52 kontrole księgowe oraz 1001 kontroli technicznych. W 2008 roku przeprowadzono również kontrole weryfikujące zakończonych programów *Marchewka* oraz *Mrożonki pełne natury*.

ARR przesyłała KE sprawozdania kwartalne i roczne z realizacji programów. W przesłanym KE sprawozdaniu rocznym z realizacji działań w I roku kampanii *Stawiam na mleko i produkty mleczne* ARR poinformowała o - ujawnionej podczas weryfikacji wniosku o dopłatę końcową za realizację I fazy - nieprawidłowości polegającej na wypłaceniu organizacji proponującej nienależnej kwoty, której wysokość do zwrotu wraz z odsetkami ustalono na 162,8 tys. zł, w tym środki UE stanowiły kwotę 101,7 tys. zł. W okresie objętym kontrolą ARR nie stwierdziła przypadków oszustw bądź rażących zaniedbań, w związku z tym nie nałożono na beneficjentów kar finansowych, ani też innych sankcji.

W okresie od 1 stycznia 2004 r. do 30 września 2009 r. w zakresie działań promocyjnych i informacyjnych ARR przeprowadziła 3 audyty wewnętrzne, w tym 2 dotyczące mechanizmu WPR „Wsparcie działań ...” oraz 1 dotyczący *Administrowania środkami Funduszu Promocji Mleczarstwa*.

Najwyższa Izba Kontroli nie wnosi uwag do sprawowania przez Ministra RiRW nadzoru nad ARR w zakresie realizacji mechanizmu WPR „Wsparcie działań ...” w zakresie dysponowania środkami Funduszu Promocji Mleczarstwa. W okresie objętym kontrolą MRiRW otrzymało 6 sprawozdań z wykorzystania FPM w latach 2003 – 2008.

⁸³ Rozporządzenie Komisji (WE) nr 94/2002, rozporządzenie Komisji (WE) nr 1071/2005, rozporządzenie Komisji (WE) nr 2879/2000, rozporządzenie Komisji (WE) nr 1346/2005 oraz rozporządzenie Komisji (WE) nr 501/2008.

⁸⁴ Zarządzeniem Prezesa Agencji Rynku Rolnego Nr 233/2005/W z dnia 25 sierpnia 2005 r. w sprawie powołania Komisji Oceniającej Programy w celu dokonania oceny programów promocyjno-informacyjnych na szczeblu krajowym oraz kolejnymi Zarządzeniami Prezesa Agencji Rynku Rolnego w sprawie powołania Grupy Monitorującej w celu dokonania oceny ofert programów promocyjno-informacyjnych oraz koordynowania przebiegu realizacji działań: Nr 96/2006/W z dnia 22 marca 2006 r., Nr 47/2008/W z dnia 14 lutego 2008 r. oraz Nr 312/2008/W z 17 listopada 2008 r.

Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi nadzorował ponadto ARiMR w zakresie realizacji działania *Znajdowanie oraz promowanie nowych rynków zbytu na produkty rybne* w ramach SPO „*Rybołówstwo ...*”. W okresie objętym kontrolą MRiRW przeprowadziło 30 kontroli tego działania. W tym okresie MRiRW przeprowadziło jeden audyt wewnętrzny dotyczący promocji artykułów rolno-spożywczych.

4. Informacje dodatkowe o przeprowadzonej kontroli

4.1. Przygotowanie kontroli

Kontrola została poprzedzona analizą stanu prawnego, analizą dostępnych dokumentów, m.in. dokumentacji kontroli wykonania budżetu państwa przez Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi oraz kontroli wykonania planu finansowego Agencji Rynku Rolnego w latach 2004-2008, interpelacji poselskich i doniesień prasowych dotyczących kontrolowanej problematyki. Powyższa kontrola nie była poprzedzona kompleksowymi kontrolami w zakresie promocji produktów rolno-spożywczych. Do kontroli wytypowane zostały, po uwzględnieniu zakresu prowadzonych przez nie spraw, Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi oraz Centrala Agencji Rynku Rolnego.

Podstawową metodą badawczą była analiza dokumentacji realizowanych programów i działań, umów, a także związanych z tymi umowami faktur i rachunków. Prawidłowość wykorzystania środków na zadania związane z promocją produktów rolno-spożywczych zbadano na próbie losowo wybranych dokumentów księgowych, dotyczących 11% wydatków Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi oraz 5% wydatków Agencji na te cele.

4.2. Postępowanie kontrolne i działania podjęte po zakończeniu kontroli

W kontroli uczestniczył Departament Środowiska, Rolnictwa i Zagospodarowania Przestrzennego NIK.

Protokoły kontroli w Ministerstwie Rolnictwa i Rozwoju Wsi oraz w Agencji Rynku Rolnego zostały podpisane bez zastrzeżeń. W obu jednostkach przeprowadzono narady w toku kontroli zwołane na podstawie art. 52 ustawy o NIK.

W trakcie kontroli, w trybie art. 29 pkt 2 lit. f ustawy o NIK, zasięgnięto informacji w 36 jednostkach: w 9 organizacjach proponujących nt. efektów zrealizowanych dotychczas programów promocyjno-informacyjnych; w 21 firmach uczestniczących w Programie PDŻ nt. efektów przyznania wyrobom znaku *Poznaj Dobrą Żywność*; w 3 podmiotach, których zgłoszone nazwy produktów zostały zarejestrowane przez KE w Rejestrze Chronionych Nazw Pochodzenia, Chronionych Oznaczeń Geograficznych lub w Rejestrze Gwarantowanych Tradycyjnych Specjalności; w ARiMR w sprawie pomocy realizowanej na podstawie rozporządzenia z dnia 30 grudnia 2008 r. w sprawie udzielania pomocy finansowej na przygotowanie wniosku o rejestrację nazw i oznaczeń geograficznych pierwotnych produktów rolnych; a także w Inspekcji Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych w sprawie kontroli artykułów posiadających znak jakości *Poznaj Dobrą Żywność*, przeprowadzonych przez Inspekcję.

Wystąpienia pokontrolne skierowano do Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi w dniu 4 lutego 2010 r. i do Prezesa Agencji Rynku Rolnego w dniu 15 stycznia 2010 r. Kierownicy kontrolowanych jednostek nie złożyli zastrzeżeń do wystąpień pokontrolnych. W wystąpieniach pokontrolnych zawarto 6 wniosków, z których 3 wnioski zrealizowano, a 3 są w trakcie realizacji.

W wystąpieniach pokontrolnych, NIK skierowała wnioski do:

1. Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi o:

- dostosowanie postanowień regulaminu Programu *Poznaj Dobrą Żywność* do przepisów ustawy z dnia 21 grudnia 2000 r. *o jakości handlowej artykułów rolno-spożywczych*;
- aktualizowanie na stronie internetowej Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi wykazu firm i wyrobów, dysponujących znakiem jakości *Poznaj Dobrą Żywność*;
- wydawanie aktów wykonawczych do ustaw z wyprzedzeniem, umożliwiającym terminową realizację obowiązków ustawowych;
- przeprowadzenie badań efektywności realizacji Programu *Poznaj Dobrą Żywność*.

2. Prezesa Agencji Rynku Rolnego o:

- wprowadzenie do procedur mechanizmu *Wsparcie działań promocyjnych i informacyjnych na rynkach wybranych produktów rolnych* szczegółowych wytycznych, dotyczących badań oceniających efektywność realizowanych zadań;
- wnioskowanie do Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi o określenie, w ramach przygotowywanych aktów prawnych, kosztów kwalifikowalnych podlegających refundacji, dla poszczególnych rodzajów przedsięwzięć realizowanych przy udziale funduszy promocji produktów rolno-spożywczych.

W odpowiedzi na wystąpienia pokontrolne:

1. Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi poinformował, że:

- W Ministerstwie trwają prace mające na celu m.in.: dostosowanie postanowień regulaminu Programu *Poznaj Dobrą Żywność* do przepisów ustawy z dnia 21 grudnia 2000 r. *o jakości handlowej artykułów rolno-spożywczych* oraz do zmian w prawie UE dotyczących bezpieczeństwa żywności, które są prowadzone wspólnie z Głównym Inspektorem Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych oraz Kolegium Naukowym do spraw jakości produktów żywnościowych Programu *Poznaj Dobrą Żywność*. Prace nad nowym regulaminem powinny zostać zakończone do końca I kwartału 2010 r.
- Wykaz firm i wyrobów, którym został przyznany znak jakości *Poznaj Dobrą Żywność*, zamieszczony na stronie internetowej Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi jest aktualny i zgodny ze stanem faktycznym. Z chwilą przyznania kolejnym produktom znaku jakości PDŻ wykaz zamieszczony na stronie internetowej będzie na bieżąco aktualizowany.
- Ministerstwo dołoży wszelkich starań by akty wykonawcze do ustawy z dnia 22 maja 2009 r. *o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych* były wydawane z odpowiednim wyprzedzeniem, umożliwiającym realizację obowiązków wynikających z tych przepisów.
- Badania efektywności Programu *Poznaj Dobrą Żywność* przeprowadzone zostaną wśród:
 - przedsiębiorców posiadających znak PDŻ – MRiRW przygotowało ankiety dotyczące badania efektywności działań Programu, które pod koniec grudnia 2009 r. rozesłano

do producentów produktów wyróżnionych znakiem PDŻ; obecnie trwa analiza otrzymanych ankiet;

- konsumentów – ankiety dotyczące badania efektywności działań Programu PDŻ wśród konsumentów będą przeprowadzane przez pracowników Ministerstwa, w sposób bezpośredni – na targach, wystawach oraz imprezach promocyjnych, w trakcie których organizowane są stoiska prezentujące Program PDŻ.

Wyniki badań będą stanowiły podstawę do dalszych prac mających na celu dostosowanie Programu PDŻ do oczekiwań producentów w zakresie promocji żywności oraz do wymagań konsumentów produktów żywnościowych o potwierdzonej wysokiej jakości. Przygotowywana jest również strona internetowa dotycząca Programu *Poznaj Dobrą Żywność*, na której na stałe zamieszczony zostanie kwestionariusz ankiety skierowanej do konsumentów.

2. Prezes Agencji Rynku Rolnego, poinformował, że:

- obecnie trwają prace Komisji Europejskiej dotyczące określenia wytycznych odnośnie badań efektywności kampanii promocyjnych. Wypracowane w tej sprawie stanowisko KE znajdzie odzwierciedlenie w zapisach umowy na realizację kampanii promocyjnych. Agencja po otrzymaniu wytycznych Komisji oraz uaktualnionego wzoru umowy dokona aktualizacji Księgi Procedur oraz warunków uczestnictwa dla mechanizmu *Wsparcie działań promocyjnych i informacyjnych na rynkach wybranych produktów rolnych*;
- w projekcie rozporządzenia Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi w sprawie szczegółowych warunków i trybu udzielania wsparcia finansowego z funduszy promocji produktów rolno-spożywczych znajduje się załącznik stanowiący katalog kosztów kwalifikowalnych podlegających refundacji.

5. Załączniki

5.1. Lista osób zajmujących kierownicze stanowiska, odpowiedzialnych za kontrolowaną działalność

Stanowiska pełnili:

Funkcja	Imię i Nazwisko	Okres
Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi	Wojciech Olejniczak	2 lipca 2003 r. - 31 maja 2005 r.
	Józef Pilarczyk	31 maja 2005 r. - 31 października 2005 r.
	Krzysztof Jurgiel	31 października 2005 r. - 5 maja 2006 r.
	Andrzej Lepper	5 maja 2006 r. - 22 września 2006 r.
	Andrzej Lepper	16 października 2006 r. - 8 lipca 2007 r.
	Wojciech Mojzesowicz	31 lipca 2007 r. - 16 listopada 2007 r.
	Marek Sawicki	od 16 listopada 2007 r.
Prezes Agencji Rynku Rolnego	Zbigniew Izdebski	16 lipca 2003 r. - 28 czerwca 2004 r.
	Roman Wenerski	24 listopada 2004 r. - 25 września 2006 r.
	Ireneusz Jabłoński	25 września 2006 r. - 16 października 2006 r.
	Stanisław Kamiński	16 października 2006 r. - 25 lutego 2008 r.
	Bogdan Twarowski	26 lutego 2008 r. - 29 kwietnia 2008 r.
	Władysław Łukasik	od 8 maja 2008 r.

W okresach od 23 września 2006 r. do 15 października 2006 r. oraz od 9 lipca 2007 r. do 30 lipca 2007 r., na podstawie art. 36 ustawy z dnia 8 sierpnia 1996 r. o Radzie Ministrów (Dz. U. z 2003 r. Nr 24, poz. 199 ze zm.), Prezes Rady Ministrów Pan Jarosław Kaczyński zastępował Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi.

5.2. Szczegółowe tabele i zestawienia liczbowe

1. Realizacja planu wydatków na programy i przedsięwzięcia związane z promocją produktów rolno-spożywczych realizowane przez Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi ze środków krajowych z budżetu państwa, w latach 2004-2009 (3 kwartały), w tys. zł - tabela nr 1.
2. Wykorzystanie środków na działania realizowane w ramach mechanizmu WPR *Wsparcie działań promocyjnych i informacyjnych na rynkach wybranych produktów rolnych*, według stanu na dzień 30 września 2009 r. - tabela nr 2.
3. Realizacja planu wydatków na programy (działania, operacje) związane z promocją produktów rolno-spożywczych w ramach funduszy strukturalnych i programów rozwoju obszarów wiejskich w latach 2004 – 2009 (3 kwartały), w tys. zł - tabela nr 3.
4. Wykaz produktów wpisanych przez KE do Rejestru Chronionych Nazw Pochodzenia i Chronionych Oznaczeń Geograficznych lub do Rejestru Gwarantowanych Tradycyjnych Specjalności.

Tabela nr 1

Realizacja planu wydatków na programy i przedsięwzięcia związane z promocją produktów rolno-spożywczych realizowane przez Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi ze środków krajowych z budżetu państwa w latach 2004-2009, w tys. zł.

Lp.	Nazwa programu lub zadania	Rok	Plan	Wykonanie	% (5 : 4)
1	2	3	4	5	6
1.	Program <i>Poznaj Dobrą Żywność</i>	2004	944.0	918.9	97.3
		2005	939.0	930.3	99.1
		2006	1 264.1	1 255.8	99.3
		2007	2 240.0	1 247.7	55.7
		2008	2 500.0	2 482.8	99.3
		2009 (3 kwartały)	1 918.0	819.0	42.7
Razem			9 805.1	7 654.5	78.1
2.	Targi Polarga	2004	155.0	149.1	96.2
		2005	149.0	147.9	99.3
		2006	235.8	235.8	100.0
		2007	250.0	177.6	71.0
		2008	320.0	266.6	83.3
		2009 (3 kwartały)	250.0	43.1	17.2
Razem			1 359.8	1 020.0	75.0
3.	System oznaczeń geograficznych, nazw pochodzenia, nazw specyficznego charakteru oraz produktów tradycyjnych	2004	0.0	0.0	-
		2005	160.0	150.8	94.3
		2006	272.0	186.1	68.4
		2007	300.0	286.7	95.6
		2008	299.0	281.0	94.0
		2009 (3 kwartały)	269.0	121.6	45.2
Razem			1 300.0	1 026.3	78.9
4.	Działania informacyjne i promocyjne dotyczące rolnictwa i gospodarki żywnościowej	2007	5 000.0	1 094.8	21.9
		2008	5 000.0	4 632.7	92.7
		2009 (3 kwartały)	3 610.0	1 980.3	54.9
		Razem			13 610.0
5.	Zakup wydawnictw informacyjnych	2004	55.0	36.9	67.0
		2005	20.0	19.9	99.6
		Razem			75.0
6.	Edycja publikacji <i>Rolnictwo i gospodarka żywnościowa</i>	2004	20.0	19.9	99.3
		2005	77.0	73.0	94.8
		2006	117.0	116.1	99.2
		2007	120.0	67.4	56.2
		2008	150.0	95.6	63.7
		2009 (3 kwartały)	110.0	22.0	20.0
Razem			594.0	394.0	66.3
7.	Targi rolno-spożywcze - katalog	2004	5.0	0.0	0.0
		2007	22.8	0.0	0.0
		2008	30.0	5.0	16.6
		2009 (3 kwartały)	20.0	0.0	0.0
		Razem			77.8
8.	Dofinansowanie udziału MRiRW i wystawców w targach krajowych i zagranicznych oraz Ekofestynie organizowanym pod patronatem Prezydenta RP	2004	396.2	364.5	92.0
9.	Wykonanie filmu promującego polskie rolnictwo i przemysł spożywczy	2006	46.1	46.1	100.0
10.	Krajowa wystawa Rolnicza Dożynki 2004	2004	12.0	0.0	0.0
RAZEM			27 276.0	18 275.0	67.0

Źródło: według ustaleń NIK.

Tabela nr 2

Wykorzystanie środków na działania realizowane w ramach mechanizmu WPR *Wsparcie działań promocyjnych i informacyjnych na rynkach wybranych produktów rolnych*, według stanu na dzień 30 września 2009 r.

Lp.	Nazwa programu/ rok realizacji	Organizacja proponująca	Status programu**	Środki publiczne ogółem*****				Środki publiczne*****								Środki prywatne*****	
				Limit tys. euro	Wykonanie		6:5 (%)	Limit tys. euro	Wykonanie		10:9 (%)	Limit tys. euro	Wykonanie		14:13 (%)	tys. euro	tys. zł
					tys. euro	tys. zł			tys. euro	tys. zł			tys. euro	tys. zł			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
1.	Oryginalność pod ochroną	ARR	ZS	1 481.28	1 479.39	5 773.95	99.87	740.64	739.70	2 886.97	99.87	740.64	739.70	2 886.97	99.87	0.00	0.00
1.1.	I rok* - 2005-2006			1 285.48	1 243.73	4 861.64	96.75	642.74	621.86	2 430.82	96.75	642.74	621.86	2 430.82	96.75	0.00	0.00
1.2.	II rok* - 2006-2007			195.80	235.67	912.31	120.36	97.90	117.83	456.15	120.36	97.90	117.83	456.15	120.36	0.00	0.00
2.	Marchewka – 2006	Krajowa Unia Producentów Soków - Warszawa	ZS	1 415.52	1 392.79	5 404.19	98.39	884.70	870.49	3 377.62	98.39	530.82	522.30	2 026.57	98.39	348.20	1 351.05
3.	Mrożonki pełne natury - 2006	Stowarzyszenie Mrożonej Żywności Warszawa	ZS	128.61	122.99	482.11	95.63	80.38	76.87	301.32	95.63	48.23	46.12	180.79	95.63	30.75	120.53
4.	Mięso i przetwory spożywcze oparte na tym składniku- tradycja i smak	Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy RP Warszawa	ZS	1 393.21	987.43	3 812.91	70.87	870.76	617.14	2 383.07	70.87	522.45	370.28	1 429.84	70.87	246.86	953.23
4.1.	I rok - 2007-2008			697.53	364.23	1 226.41	52.22	435.96	227.65	766.51	52.22	261.58	136.59	459.90	52.22	91.06	306.60
4.2.	II rok - 2008-2009			695.68	623.19	2 586.50	89.58	434.80	389.50	1 616.56	89.58	260.88	233.70	969.94	89.58	155.80	646.63
5.	Rolnictwo ekologiczne	ARR	ZNR	3 149.19	2 732.13	10 682.14	86.76	1 574.60	1 357.38	5 307.41	86.20	1 574.60	1 374.75	5 374.73	87.31	0.00	0.00
5.1.	I rok - 2006-2007			1 366.19	1 370.46	5 406.08	100.31	683.09	683.04	2 694.57	99.99	683.09	687.41	2 711.50	100.63	0.00	0.00
5.2.	II rok - 2007-2008			931.59	944.46	3 659.51	101.38	465.79	465.73	1 804.56	99.99	465.79	478.74	1 854.95	102.78	0.00	0.00
5.3.	III rok - 2008-2009			851.42	417.21	1 616.55	49.00	425.71	208.60	808.28	49.00	425.71	208.60	808.28	49.00	0.00	0.00
6.	Stawiam na mleko i przetwory mleczne***	Krajowy Związek Spółdzielni Mleczarskich- Związek Rewizyjny Warszawa	R	7 846.21	3 580.11	13 870.42	45.63	4 903.88	2 237.57	8 669.01	45.63	2 942.33	1 342.54	5 201.41	45.63	895.03	3 467.60
6.1.	I rok - 2007-2008			2 615.40	2 387.28	8 580.14	91.28	1 634.63	1 492.05	5 362.59	91.28	980.78	895.23	3 217.55	91.28	596.82	2 145.03
6.2.	II rok - 2008-2009			2 615.40	1 192.83	5 290.28	45.61	1 634.63	745.52	3 306.43	45.61	980.78	447.31	1 983.86	45.61	298.21	1 322.57
6.3.	III rok - 2009-2010			2 615.40	0.00	0.00	0.00	1 634.63	0.00	0.00	0.00	980.78	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
7.	Życie miodem słodzone	Stowarzyszenie Pszczelarzy Zawodowych Pszczela Wola	ZNR	546.61	447.40	1 732.26	81.85	341.63	279.62	1 082.67	81.85	204.98	167.77	649.60	81.85	111.85	433.07
7.1.	I rok 2007-2008			317.05	310.75	1 114.42	98.01	198.15	194.22	696.51	98.01	118.89	116.53	417.91	98.01	77.69	278.61
7.2.	II rok - 2008-2009			229.57	136.65	617.84	59.52	143.48	85.41	386.15	59.52	86.09	51.24	231.69	59.52	34.16	154.46
8.	Stół pełen smaków	Unia Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego Warszawa	R	1 858.32	784.65	3 325.25	42.22	1 161.45	490.41	2 078.28	42.22	696.87	294.24	1 246.97	42.22	63.39	249.66
8.1.	I rok 2008-2009			833.41	477.18	1 879.20	57.26	520.88	298.23	1 174.50	57.26	312.53	178.94	704.70	57.26	63.39	249.66
8.2.	II rok - 2009-2010			1 024.91	307.47	1 446.05	30.00	640.57	192.17	903.78	30.00	384.34	115.30	542.27	30.00	0.00	0.00
9.	5 x dziennie warzywa i owoce	Krajowa Unia Producentów Soków Warszawa	R	1 599.06	499.02	2 085.92	31.21	999.41	311.54	1 302.21	31.17	599.65	187.48	783.71	31.27	125.92	526.43
9.1.	I rok - 2008-2009			1 007.10	499.02	2 085.92	49.55	629.44	311.54	1 302.21	49.50	377.66	187.48	783.71	49.64	125.92	526.43

Lp.	Nazwa programu/ rok realizacji	Organizacja proponująca	Status programu**	Środki publiczne ogółem*****				Środki publiczne*****								Środki prywatne*****	
				Limit tys. euro	Wykonanie		6:5 (%)	Limit tys. euro	Wykonanie		10:9 (%)	Limit tys. euro	Wykonanie		14:13 (%)	tys. euro	tys. zł
					tys. euro	tys. zł			tys. euro	tys. zł			tys. euro	tys. zł			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
9.2.	II rok - 2009-2010			591.96	0.00	0.00	0.00	369.98	0.00	0.00	0.00	221.98	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Razem		X	X	19 418.01	12 025.91	47 169.15*****	61.93	11 557.45	6 980.72	27 388.56	60.40	7 860.56	5 045.19	19 780.59	64.18	1 822.00	7 101.57

* KE udzieliła zgodę na przesunięcie kwoty 40.838,78 euro z I na II rok kampanii (względem decyzji zatwierdzającej program.).

** ZS - program zakończony, sprawozdanie końcowe wysłane do KE, ZNR – program zakończony, nierozliczony, nie wysłano sprawozdania końcowego do KE, R -program w trakcie realizacji.

*** Wkład prywatny pochodzi z Funduszu Promocji Mleczarstwa.

**** Kwota wydatków zgodna z ewidencją księgową wg stanu na 30 września 2009 r.

***** Przedstawione kwoty zostały wyrażone w EUR, gdyż zarówno wnioskowanie o dofinansowanie do KE, jak również późniejsza decyzja KE są sporządzane w tej walucie. Wyплаты są dokonywane przez ARR w zł, a ich kwota jest przeliczana z euro w oparciu o kurs powiązany z datą dopłaty.

Źródło: według ustaleń NIK.

Tabela nr 3

Realizacja planu wydatków na programy (działania, operacje) związane z promocją produktów rolno-spożywczych w ramach funduszy strukturalnych i programów rozwoju obszarów wiejskich w latach 2004 – 2009 (3 kwartały), w tys. zł.

Nazwa programu/działania/jednostka realizująca	Środki publiczne ogółem			Środki publiczne						Środki prywatne
	Plan	Wykonanie	% 3:2	Środki wspólnotowe			Środki budżetu państwa			
				Plan	Wykonanie	% 6:5	Plan	Wykonanie	% 9:8	
<i>I</i>	2	3	4	5	6	7	8	9	11	12
2005 r.										
SPO „Rybołówstwo” * - ARiMR	99.0	99.0	100.0	87.0	87.0	100.0	12.0	12.0	100.0	149.0
2006 r.										
SPO „Rybołówstwo” - ARiMR	576.0	571.0	99.1	439.0	439.0	100.0	137.0	132.0	96.4	127.0
PROW 2004 – 2006 ** - MRiRW	483.8	483.8	100.0	387.0	387.0	100.0	96.8	96.8	100.0	0.0
2007 r.										
SPO „Rybołówstwo” - ARiMR	1 677.0	1 676.0	100.0	1 279.0	1 279.0	100.0	398.0	397.0	100.0	281.0
PROW 2004 – 2006 - MRiRW	30.0	30.0	100.0	24.0	24.0	100.0	6.0	6.0	100.0	0.0
SPO „Restrukturyzacja” *** - MRiRW	44.9	44.9	100.0	33.7	33.7	100.0	11.1	11.1	100.0	0.0
2008 r.										
SPO „Rybołówstwo” - ARiMR	16 490.0	14 557.0	88.4	10 946.0	10 946.0	100.0	5 544.0	3 611.0	65.1	339.0
w tym SPO „Rybołówstwo” - MRiRW	11 000.0	11 000.0	100.0	8 250.0	8 250.0	100.0	2 750.0	2 750.0	100.0	0.0
PROW 2007 – 2013 **** - MRiRW	33.2	33.2	100.0	24.9	24.9	100.0	8.3	8.3	100.0	0.0
2009 r.										
SPO „Rybołówstwo” - ARiMR	13 143.0	13 143.0	100.0	9 865.0	9 865.0	100.0	3 278.0	3 278.0	100.0	91.0
w tym SPO „Rybołówstwo” - MRiRW	5 000.0	5 000.0	100.0	3 750.0	3 750.0	100.0	1 250.0	1 250.0	100.0	0.0
PROW 2007 – 2013 - MRiRW	334.6	334.6	100.0	213.5	213.5	100.0	121.1	121.1	100.0	0.0
Ogółem										
SPO „Rybołówstwo” - ARiMR	31 985.0	30 046.0	93.9	22 616.0	22 616.0	100.0	9 369.0	7 430.0	79.3	987.0
w tym SPO „Rybołówstwo” - MRiRW	16 000.0	16 000.0	100.0	12 000.0	12 000.0	100.0	4 000.0	4 000.0	100.0	0.0
PROW 2004 – 2006 - MRiRW	513.8	513.8	100.0	411.0	411.0	100.0	102.8	102.8	100.0	0.0
SPO „Restrukturyzacja” - MRiRW	44.9	44.9	100.0	33.7	33.7	100.0	11.1	11.1	100.0	0.0
PROW 2007 – 2013 - MRiRW	367.8	367.8	100.0	238.4	238.4	100.0	129.4	129.4	100.0	0.0
Razem	32 911.5	30 972.5	94.1	23 299.1	23 299.1	100.0	9 612.3	7 673.3	79.8	987.0
w tym MRiRW	16 926.5	16 926.5	100.0	12 683.1	12 683.1	100.0	4 243.3	4 243.3	100.0	0.0

* Sektorowy Program Operacyjny „Rybołówstwo i przetwórstwo ryb 2004-2006” (Działanie 4.3. Znajdowanie oraz promowanie nowych rynków zbytu na produkty rybne)

** Plan Rozwoju Obszarów Wiejskich 2004 – 2006 (pomoc techniczna)

*** Sektorowy Program Operacyjny „Restrukturyzacja i modernizacja sektora żywnościowego oraz rozwój obszarów wiejskich 2004-2006” (pomoc techniczna)

**** Program Rozwoju Obszarów Wiejskich 2007 – 2013 (pomoc techniczna).

Źródło: według ustaleń NIK.

4. Wykaz produktów wpisanych przez KE do Rejestru Chronionych Nazw Pochodzenia (ChNP) i Chronionych Oznaczeń Geograficznych (ChOG) lub do Rejestru Gwarantowanych Tradycyjnych Specjalności (GTS)⁸⁵

Rejestr Chronionych Nazw Pochodzenia i Chronionych Oznaczeń Geograficznych

1. Bryndza Podhalańska (ChNP) (nazwa zarejestrowana 11 czerwca 2007 r.)
2. Oscypek (ChNP) (nazwa zarejestrowana 13 lutego 2008 r.)
3. Miód wrzosowy z Borów Dolnośląskich (ChOG) (nazwa zarejestrowana 30 maja 2008 r.)
4. Rogal świętomarciński (ChOG) (nazwa zarejestrowana 30 października 2008 r.)
5. Wielkopolski ser smażony (ChOG) (nazwa zarejestrowana 20 kwietnia 2009 r.)
6. Andruty kaliskie (ChOG) (nazwa zarejestrowana 21 kwietnia 2009 r.)
7. Truskawka kaszubska (ChOG) (nazwa zarejestrowana 27 listopada 2009 r.)
8. Redykołka (ChNP) (nazwa zarejestrowana 30 listopada 2009 r.)
9. Wiśnia nadwiślanka (ChNP) (nazwa zarejestrowana 15 grudnia 2009 r.)

Rejestr Gwarantowanych Tradycyjnych Specjalności (GTS)

10. Czwórniak (GTS) (nazwa zarejestrowana 28 lipca 2008 r.)
11. Dwójniak (GTS) (nazwa zarejestrowana 28 lipca 2008 r.)
12. Półtorak (GTS) (nazwa zarejestrowana 28 lipca 2008 r.)
13. Trójniak (GTS) (nazwa zarejestrowana 28 lipca 2008 r.)
14. Olej rydzowy (GTS) (nazwa zarejestrowana 15 czerwca 2009 r.)
15. Pierekaczewnik (GTS) (nazwa zarejestrowana 29 czerwca 2009 r.)

⁸⁵ Ilustracje produktów wpisanych przez KE do Rejestru Chronionych Nazw Pochodzenia i Chronionych Oznaczeń Geograficznych lub do Rejestru Gwarantowanych Tradycyjnych Specjalności zamieszczone na następnej stronie pochodzą ze zbiorów Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi.

Opisy produktów są zamieszczone w portalu Ministerstwa RiRW w zakładce *Jakość żywności*\Produkty regionalne i tradycyjne\Produkty zarejestrowane – www.minrol.gov.pl



Bryndza Podhalańska



Oscypek



Andruty Kaliskie



Rogal Świętomarciński



Redykołka



Wielkopolski ser smażony



Truskawka kaszubska



Wiśnia nadwiślanka



Miód wrzosowy z Borów Dolnośląskich



Staropolskie miody pitne



Pierekaczewnik



Olej rydzowy

5.3. Wykaz aktów prawnych

1. Ustawa z dnia 11 marca 2004 r. o Agencji Rynku Rolnego i organizacji niektórych rynków rolnych (Dz. U. z 2007 r. Nr 231, poz. 1702 ze zm.).
2. Rozporządzenie Ministra Finansów z dnia 19 kwietnia 2004 r. w sprawie ustanowienia Agencji Rynku Rolnego agencją płatniczą (Dz. U. Nr 76, poz. 713 ze zm.).
3. Ustawa z dnia 21 grudnia 2000 r. o jakości handlowej artykułów rolno-spożywczych (Dz. U. z 2005 r. Nr 187, poz. 1577 ze zm.).
4. Ustawa z dnia 17 grudnia 2004 r. o rejestracji i ochronie nazw i oznaczeń produktów rolnych i środków spożywczych oraz o produktach tradycyjnych (Dz. U. z 2005 r. Nr 10, poz. 68 ze zm.).
5. Ustawa z dnia 24 października 2008 r. o zmianie ustawy o rejestracji i ochronie nazw i oznaczeń produktów rolnych i środków spożywczych oraz o zmianie niektórych innych ustaw (Dz. U. Nr 216, poz. 1368).
6. Rozporządzenie Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 30 grudnia 2008 r. w sprawie udzielania pomocy finansowej na przygotowanie wniosku o rejestrację nazw i oznaczeń geograficznych pierwotnych produktów rolnych (Dz. U. z 2009 r. Nr 9, poz. 51).
7. Ustawa z dnia 7 marca 2007 r. o wspieraniu rozwoju obszarów wiejskich z udziałem środków Europejskiego Funduszu Rolnego na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich (Dz. U. Nr 64, poz. 427 ze zm.).
8. Rozporządzenie Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 8 czerwca 2009 r. w sprawie szczegółowych warunków i trybu przyznawania oraz wypłaty pomocy finansowej w ramach działania „Działania informacyjne i promocyjne” objętego Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007-2013 (Dz. U. Nr 99, poz. 830).
9. Obwieszczenie Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 12 października 2007 r. w sprawie programu rozwoju obszarów wiejskich na lata 2007-2013 (M.P. Nr 94, poz. 1035, ze zm.).
10. Obwieszczenie Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 15 listopada 2004 r. w sprawie planu rozwoju obszarów wiejskich (M.P. Nr 56, poz. 958).
11. Rozporządzenie Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 3 września 2004 r. w sprawie przyjęcia Sektorowego Programu Operacyjnego „Restrukturyzacja i modernizacja sektora żywnościowego oraz rozwój obszarów wiejskich 2004-2006” (Dz. U. Nr 197, poz. 2032 ze zm.).
12. Rozporządzenie Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 8 września 2004 r. w sprawie Uzupełnienia Sektorowego Programu Operacyjnego „Restrukturyzacja i modernizacja sektora żywnościowego oraz rozwój obszarów wiejskich 2004-2006” (Dz. U. Nr 207, poz. 2117 ze zm.).
13. Rozporządzenie Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 11 sierpnia 2004 r. w sprawie Sektorowego Programu Operacyjnego „Rybołówstwo i przetwórstwo ryb 2004-2006” (Dz. U. Nr 197, poz. 2027 ze zm.).
14. Rozporządzenie Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 7 września 2004 r. w sprawie Uzupełnienia Sektorowego Programu Operacyjnego „Rybołówstwo i przetwórstwo ryb 2004-2006” (Dz. U. Nr 207, poz. 2116 ze zm.).

15. Ustawa z dnia 3 kwietnia 2009 r. o wspieraniu zrównoważonego rozwoju sektora rybackiego z udziałem Europejskiego Funduszu Rybackiego (Dz. U. Nr 72, poz. 619 ze zm.).
16. Obwieszczenie Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 7 lipca 2009 r. w sprawie Programu Operacyjnego „Zrównoważony rozwój sektora rybołówstwa i nadbrzeżnych obszarów rybackich 2007-2013” (M.P. Nr 51, poz. 739).
17. Rozporządzenie Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 25 września 2009 r. w sprawie szczegółowych warunków przyznawania, wypłaty i zwracania pomocy finansowej na realizację środków objętych osią priorytetową 3 - Środki służące wspólnemu interesowi, zawartą w programie operacyjnym „Zrównoważony rozwój rybołówstwa i nadbrzeżnych obszarów rybackich 2007-2013” (Dz. U. Nr 161, poz. 1285).
18. Ustawa z dnia 20 kwietnia 2004 r. o organizacji rynku mleka i przetworów mlecznych (Dz. U. z 2009 r. Nr 11, poz. 65 ze zm.).
19. Ustawa z dnia 22 maja 2009 r. o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych (Dz. U. Nr 97, poz. 799).
20. Rozporządzenie Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 25 czerwca 2009 r. w sprawie szczegółowego wykazu towarów, od których są naliczane, pobierane, przekazywane i wpłacane wpłaty na fundusze promocji (Dz. U. Nr 102, poz. 844).
21. Rozporządzenie Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 18 września 2009 r. w sprawie trybu zgłaszania kandydatów na członków komisji zarządzających funduszy promocji produktów rolno-spożywczych oraz sposobu ich wyboru (Dz. U. Nr 159, poz. 1259).
22. Rozporządzenie Ministra Rozwoju Regionalnego z dnia 7 kwietnia 2008 r. w sprawie udzielania przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości pomocy finansowej w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka, 2007-2013 (Dz. Nr 68, poz. 414 ze zm.).
23. Ustawa z dnia 8 sierpnia 1996 r. o Radzie Ministrów (Dz. U. z 2003 r. Nr 24, poz. 199 ze zm.).
24. Rozporządzenie Ministra Finansów z dnia 14 października 2009 r. zmieniające rozporządzenie w sprawie przyznania Agencji Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa akredytacji jako agencji płatniczej w zakresie uruchamiania środków pochodzących z Europejskiego Funduszu Rolniczego Gwarancji oraz Europejskiego Funduszu Rolniczego Rozwoju Obszarów Wiejskich (Dz. U. Nr 173, poz. 1349).
25. Rozporządzenie Rady (WE) Nr 2702/1999 z dnia 14 grudnia 1999 r. w sprawie działań informacyjnych i promocyjnych w państwach trzecich, dotyczących produktów rolnych (Dz.U.U.E.L.327 z 21.12.1999 r., str. 7 ze zm.).
26. Rozporządzenie Rady (WE) Nr 2826/2000 z dnia 19 grudnia 2000 r. w sprawie działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących produktów rolnych na rynku wewnętrznym dotyczących produktów rolnych na rynku wewnętrznym (Dz.U.U.E.L.328 z 23.12.2000 r., str. 2 ze zm.).
27. Rozporządzenie Rady (WE) Nr 3/2008 z 17 grudnia 2007 r. w sprawie działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących produktów rolnych na rynku wewnętrznym i w krajach trzecich (Dz.U.U.E.L.3 z 5.1. 2008 r., str. 1, ze zm.).
28. Rozporządzenie Rady (WE) Nr 153/2009 z dnia 19 lutego 2009 r. zmieniające rozporządzenie (WE) nr 3/2008 z 17 grudnia 2007 r. w sprawie działań informacyjnych

i promocyjnych dotyczących produktów rolnych na rynku wewnętrznym i w krajach trzecich (Dz. U. UE. L. 51 z 24 lutego 2009 r., str. 1).

29. Rozporządzenie Komisji (WE) Nr 94/2002 z dnia 18 stycznia 2002 r. ustanawiające szczegółowe zasady stosowania rozporządzenia Rady (WE) Nr 2826/2000 w sprawie działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących produktów rolnych na rynku wewnętrznym (Dz.U.U.E.L.17 z 19 stycznia 2002 r., str. 20, ze zm.).
30. Rozporządzenie Komisji (WE) Nr 1071/2005 z dnia 1 lipca 2005 r. ustanawiające szczegółowe zasady stosowania rozporządzenia Rady (WE) Nr 2826/2000 w sprawie działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących produktów rolnych na rynku wewnętrznym (Dz.U.U.E.L.179 z 11 lipca 2005 r., str. 1 ze zm.).
31. Rozporządzenie Komisji (WE) Nr 2879/2000 z dnia 28 grudnia 2000 r. ustanawiające szczegółowe zasady stosowania rozporządzenia Rady (WE) Nr 2702/1999 w sprawie działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących produktów rolnych w państwach trzecich (Dz.U.U.E.L.333 z 29 grudnia 2000 r., str. 63 ze zm.).
32. Rozporządzenie Komisji (WE) Nr 1346/2005 z dnia 16 sierpnia 2005 r. ustanawiające szczegółowe zasady stosowania rozporządzenia Rady (WE) Nr 2702/1999 w sprawie działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących produktów rolnych w państwach trzecich (Dz.U.U.E.L.212 z 17 sierpnia 2005 r., str.16).
33. Rozporządzenie Komisji (WE) Nr 501/2008 z dnia 5 czerwca 2008 r. ustanawiające szczegółowe zasady stosowania rozporządzenia Rady (WE) Nr 3/2008 w sprawie działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących produktów rolnych na rynku wewnętrznym i w krajach trzecich (Dz.U.U.E.L.147 z 6 czerwca 2008 r. str.3, ze zm.).

5.4. Wykaz organów, którym przekazano Informację o wynikach kontroli

1. Prezydent Rzeczypospolitej Polskiej
2. Marszałek Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej
3. Marszałek Senatu Rzeczypospolitej Polskiej
4. Prezes Rady Ministrów
5. Minister Sprawiedliwości
6. Minister Finansów
7. Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi
8. Szef Centralnego Biura Antykorupcyjnego
9. Biuro Bezpieczeństwa Narodowego
10. Prezes Agencji Rynku Rolnego
11. Prezes Agencji Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa
12. Sejmowa Komisja Odpowiedzialności Konstytucyjnej
13. Sejmowa Komisja do Spraw Kontroli Państwowej
14. Sejmowa Komisja Rolnictwa i Rozwoju Wsi
15. Sejmowa Komisja Finansów Publicznych
16. Senacka Komisja Rolnictwa i Rozwoju Wsi