



Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi

Warszawa, 22 maja 2026 r.
Znak sprawy: DEJ.wfp.058.2.2026

Pan
Włodzimierz Czarzasty
Marszałek Sejmu RP

Dotyczy: Interpelacji nr 16885 w sprawie gospodarowania środkami finansowymi z funduszy promocji produktów rolno-spożywczych za lata 2020-2025

Szanowny Panie Marszałku,

odpowiadając na interpelację poselską nr 16885 Posła na Sejm RP Włodzimierza Skalika, dotyczącą gospodarowania środkami finansowymi z funduszy promocji produktów rolno-spożywczych za lata 2020-2025, informuję, co następuje.

1. Szczegółowy raport finansowy ze wskazaniem wpływów do poszczególnych funduszy oraz wydatków wraz ze wskazaniem beneficjentów i podstawy udzielenia beneficjentom finansowania z danego funduszu za lata 2020-2025.

W załączeniu przekazuję zestawienie wpływów i wydatków w latach 2020-2025 w tys. PLN (załącznik nr 1).

O sposobie wydatkowania środków decydują wyłącznie –odrębnie dla każdego funduszu – Komisje Zarządzające, w skład których wchodzi 5 przedstawicieli producentów, 3 przedstawicieli przetwórców oraz 1 przedstawiciel Izby Rolniczych.

Zgodnie z ustawą o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych (1) do zadań Komisji Zarządzających należy:

- 1) reprezentowanie interesów branż, których dotyczą fundusze promocji, wobec ministra właściwego do spraw rynków rolnych, innych organów administracji

- publicznej oraz Dyrektora Generalnego Krajowego Ośrodka Wsparcia Rolnictwa w zakresie zarządzania funduszem promocji właściwym dla danej branży;
- 2) ustalanie zasad gospodarowania środkami finansowymi danego funduszu promocji określających w szczególności szczegółowe warunki i tryb przedkładania propozycji programów oraz działań, o których mowa w art. 9 ust. 1 pkt 1 i 2 ustawy o funduszach promocji;
 - 3) ustalenie planu finansowego danego funduszu promocji w zakresie realizacji celów, o których mowa w art. 2 ustawy;
 - 4) sporządzenie sprawozdania rzeczowego danego funduszu promocji;
 - 5) uchwalenie regulaminu danej komisji;
 - 6) opracowywanie strategii promocji dla branż, których dotyczą fundusze promocji.

Komisje są powołane do zarządzania funduszami i podejmowania decyzji o sposobie wydatkowania dostępnych środków. Każda z Komisji Zarządzających autonomicznie podejmuje decyzje o zadaniach planowanych do realizacji i finansowania/ współfinansowania ze środków danego funduszu promocji, na podstawie złożonych propozycji zadań przez uprawnione organizacje branżowe. Plany finansowe na poszczególne lata są uchwalane przez Komisje Zarządzające wraz ze wskazaniem kwot wsparcia oraz nazw podmiotów realizujących zadania. Plany finansowe publikowane są w Biuletynie Informacji Publicznej Krajowego Ośrodka Wsparcia Rolnictwa dalej: „KOWR”.

Koszty związane z realizacją przez KOWR zadań dotyczących obsługi mechanizmu nie mogą przekroczyć 3,5 % rocznych wpływów na poszczególne fundusze promocji (2).

Dodatkowo uprzejmie informuję, że Dyrektor Generalny Krajowego Ośrodka Wsparcia Rolnictwa (3):

- 1) dysponuje środkami funduszy promocji na podstawie uchwał komisji zarządzających;
- 2) zapewnia obsługę prawną oraz techniczno-biurową funduszy promocji oraz komisji zarządzających;
- 3) sporządza sprawozdania z wykonania planu finansowego funduszy promocji;
- 4) odmawia realizacji uchwał komisji zarządzających niezgodnych z przepisami prawa;

5) ustala, w drodze decyzji, wysokość wpłat na Fundusz Promocji Mleka na podstawie informacji, o których mowa w art. 2a ust. 1 ustawy z dnia 20 kwietnia 2004 r. o organizacji rynku mleka i przetworów mlecznych (Dz. U. z 2023 r. poz. 1228).

2. Czy każdorazowo po udzieleniu wsparcia finansowego w ramach funduszu, organ udzielający tegoż wsparcia podpisuje umowę z beneficjentem na wykonanie działania oraz czy i w jaki sposób organ udzielający wsparcia weryfikuje sposób realizacji promocji produktów rolno-spożywczych w ramach udzielonego wsparcia finansowego (czy są to oświadczenia, materiały fotograficzne i audiowizualne), a także czy beneficjent obligatoryjnie przedstawia zestawienie finansowe organowi udzielającemu wsparcia (w tym faktury i dokumenty księgowe) w celu udowodnienia właściwej promocji produktów rolno-spożywczych?

Fundusze promocji zostały utworzone w celu wspierania marketingu rolnego, wzrostu spożycia oraz promocji produktów rolno-spożywczych.

Organizacje wnioskujące o wsparcie ze środków funduszy promocji nie podpisują umowy na wykonanie zadania z Krajowym Ośrodkiem Wsparcia Rolnictwa. Wsparcia udziela się na zadania wpisane do planów finansowych poszczególnych funduszy promocji w drodze decyzji administracyjnej Dyrektora Generalnego Krajowego Ośrodka Wsparcia Rolnictwa w formie refundacji kosztów bezpośrednio związanych z realizacją zadania na podstawie wniosku o udzielenie wsparcia, który składa się w biurze KOWR, na formularzu opracowanym przez KOWR i udostępnionym na stronie internetowej administrowanej przez KOWR.

Wsparcie jest wypłacane na wniosek o płatność składany po zakończeniu realizacji zadania albo etapu zadania, do wysokości faktycznie poniesionych kosztów kwalifikowalnych.

W celu weryfikacji poprawności wydatkowanych środków finansowych do wniosku o płatność podmioty dołączają dokumenty potwierdzające zrealizowanie zadania lub jego etapu, tj.:

- 1) sprawozdanie z realizacji zadania lub jego etapu,
- 2) szczegółowe zestawienie dowodów księgowych oraz innych dokumentów potwierdzających poniesione koszty na realizację zadania lub jego części,
- 3) kopie faktur lub dokumentów o równoważnej wartości dowodowej wraz z dowodami zapłaty, które potwierdzają poniesione wydatki na realizację zadania,

- 4) zdjęcia lub przekazane na nośnikach przekazu materiały informacyjne i promocyjne lub inne dokumenty potwierdzające zrealizowanie zadania lub jego części,
- 5) jeśli wartość zadania przekracza 150 000 zł netto dokumentację z przeprowadzonej konkurencyjnej procedury wyboru wykonawców dostaw lub usług.

Informacje dotyczące poszczególnych funduszy promocji rolno-spożywczych, w szczególności: zasady gospodarowania funduszami, strategie promocji dla branży, plany finansowe, sprawozdania finansowe i sprawozdania rzeczowe udostępnione są na stronie internetowej KOWR.

3. Ile ze środków zgromadzonych w ramach funduszu jest wydawanych na obsługę samego przedmiotowego funduszu przez lata 2020-2025?

Koszty związane z realizacją przez Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa obsługi prawnej, techniczno-biurowej funduszy promocji produktów rolno-spożywczych oraz komisji zarządzających funduszy promocji są pokrywane w wysokości nieprzekraczającej 3,5% rocznych wpływów na poszczególne fundusze promocji (2).

Wydatki na obsługę funduszy promocji produktów rolno-spożywczych przedstawiono w załączniku nr 1.

4. Czy została przeprowadzona analiza realnego oddziaływania funduszu na sprzedaż produktów rolno-spożywczych pochodzących z Polski w odniesieniu do kształtowania (zwiększenia) ilości sprzedanych towarów lub do kształtowania (wzrostu) ceny tychże towarów?

Fundusze promocji są odpowiedzią na potrzeby branży rolno-spożywczej, która po wejściu Rzeczypospolitej Polskiej do Unii Europejskiej, jako jedna z wielu branż stanęła przed wyzwaniem, jakim jest zapewnienie konkurencyjności krajowej gospodarki w warunkach globalnego rynku.

Biorąc pod uwagę powyższą sytuację społeczno-gospodarczą, reprezentanci branż postulowali o podjęcie działań mających na celu stworzenie mechanizmu zapewniającego skuteczną promocję branżową, którego celem byłby wzrost sprzedaży polskich produktów rolnych, a w konsekwencji zdobycie trwałych rynków zbytu (trwałe wspieranie konkurencyjności, w tym eksportowej), poprawa jakości produkowanych wyrobów (cel długofalowy, realizowany w perspektywie wielu lat) oraz integracja

branżowa (zarówno pozioma jak i pionowa), co przejawiałoby się tworzeniem silnych grup skupionych wokół poszczególnych produktów.

Działania finansowane ze środków funduszy promocji służą osiągnięciu celów, mających za sobą realne racje społeczne i ekonomiczne, tak po stronie konsumentów, jak i podmiotów zaangażowanych w procesy chowu, hodowli oraz przetwórstwa rolno-spożywczego. Z jednej strony, działania promocyjne finansowane ze środków funduszy promocji wpływają na zwiększenie świadomości konsumentów na temat jakości i cech, w tym zalet, produktów rolno-spożywczych, a co się z tym wiąże powodują wzrost spożycia tych produktów. Z drugiej strony, działania te mają na celu poprawę jakości produkowanych wyrobów, zapewniają konkurencyjność krajowej branży rolno-spożywczej w warunkach globalnego rynku, a w konsekwencji ułatwiają zdobycie nowych rynków zbytu. Podejmowane działania wspierają hodowców i przetwórców branży rolno-spożywczej, służą ich integracji, a także ugruntowują pozycję polskich produktów rolnych na rynku unijnym i wybranych strategicznych rynkach światowych.

Ponadto, wsparcie finansowe ze środków funduszy promocji jest wypłacane na wniosek o płatność składany do Krajowego Ośrodka Wsparcia Rolnictwa, po zakończeniu realizacji zadania albo etapu zadania, do wysokości faktycznie poniesionych kosztów kwalifikowalnych. Do wniosku dołącza się sprawozdanie, zawierające m.in. ocenę efektywności działania pod kątem osiągnięcia założonych we wniosku celów (4).

Katalog kryteriów oceny efektywności prowadzonych działań promocyjnych nie jest zamknięty oraz nie jest jednolity dla wszystkich działań. Planując realizację działania uwzględniając jego specyfikę, rynki docelowe, grupy docelowe, ewentualne bariery w dostępie do danego rynku, przyjmuje się określone kryteria służące ocenie efektywności.

Działania promocyjne to kluczowe narzędzie budowania świadomości marki poza granicami kraju. Pozwalają wyróżnić się na tle zagranicznej konkurencji, nawiązać relacje biznesowe i przekonać do siebie nowych odbiorców, stając się tym samym jednym z najważniejszych czynników trwałego wzrostu wolumenu eksportu.

Fundusze promocji zapewniają skuteczną promocję branżową na rynku krajowym i rynkach zagranicznych, a także poprawę jakości produkowanych wyrobów oraz integrację branżową.

Środki funduszy w znacznej części przeznaczone są na sfinansowanie tzw. „wkładu własnego” organizacji branżowych na realizację kampanii promocyjnych i

informacyjnych prowadzonych w ramach mechanizmu Wspólnej Polityki Rolnej „Wsparcie działań promocyjnych i informacyjnych na rynkach wybranych produktów rolnych” w wysokości 30 % w przypadku programów kierowanych na rynek UE i 20 % w przypadku programów kierowanych na rynki krajów trzecich oraz wkładu własnego w wysokości 30 % na działania realizowane w ramach Planu Strategicznego dla Wspólnej Polityki Rolnej na lata 2023-2027 – interwencja I.13.3 Promowanie, informowanie i marketing dotyczący żywności wytwarzanej w ramach systemów jakości żywności. Rozwiązanie to wpłynęło na znaczący wzrost zainteresowania polskich organizacji branżowych uczestnictwem w ww. mechanizmach, co jednocześnie pozwoliło na zwielokrotnienie efektu prowadzonych działań promocyjno-informacyjnych.

Sprawozdania rzeczowe sporządzone za każdy rok kalendarzowy zawierają pełne informacje o zadaniach zrealizowanych przez organizacje branżowe lub międzybranżowe w ramach funduszy promocji.

Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa, w ramach realizowanych czynności, w trybie bieżącym w Biuletynie Informacji Publicznej KOWR, udostępnia informacje dotyczące poszczególnych funduszy promocji rolno-spożywczych, w szczególności: zasady gospodarowania funduszami, strategie promocji dla branży, plany finansowe, sprawozdania finansowe i sprawozdania rzeczowe.

Informacje są udostępniane przez Dyrektora Generalnego KOWR w Biuletynie Informacji Publicznej pod adresem: <https://www.gov.pl/web/kowr/wyplaty-zfunduszy-promocji>.

Niezależnie od powyższego, z inicjatywy Pani Małgorzaty Gromadzkiej Sekretarza Stanu w Ministerstwie Rolnictwa i Rozwoju Wsi odbyły się 2 spotkania z przedstawicielami branży rolno-spożywczej (aktywnie uczestniczącymi w systemie funduszy promocji), w sprawie oceny funkcjonowania funduszy promocji oraz propozycji usprawnień tego mechanizmu.

Sekretarz Stanu Małgorzata Gromadzka podczas spotkań wskazała, że służą one wspólnemu dialogowi, wypracowaniu modelu mającego na celu zwiększenie efektywności wydatkowania środków, a także opracowaniu działań służących usprawnieniu systemu funduszy promocji. Promowanie polskich produktów rolno-spożywczych w kraju i za granicą stanowi interes wspólny resortu rolnictwa i komisji zarządzających. Środki funduszy promocji są kluczowe w promowaniu polskiej żywności,

ale równie istotne jest zapewnienie i pokazywanie efektywności działań, usprawnienie wymogów formalnych, kontrola projektów i sposób rozliczania środków funduszy promocji.

W wyniku spotkań dotychczas zostały wprowadzone usprawnienia techniczne i organizacyjne dotyczące obsługi funduszy promocji, polegające na wprowadzeniu:

- instrukcji wypełniania wniosków,
- listy wymaganych dokumentów,
- przykładowego opisu dokumentu księgowego,
- wdrożeniu i rozwoju systemu informatycznego Aurea (usprawnienie procesu składania i obsługi wniosków, propozycji zadań do planów finansowych, sprawozdawczość).

Ponadto, podczas spotkań MRiRW przedstawiło do ewentualnego rozważenia i dalszych analiz, wstępne propozycje służące zwiększeniu efektywności wydatkowania środków i przejrzystości funkcjonowania systemu funduszy promocji, polegające m.in. na połączeniu potencjału międzyinstytucjonalnego, wzmocnieniu transparentności oraz planowania strategicznego.

Z wyrazami szacunku

z up. Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi

Małgorzata Gromadzka

Sekretarz Stanu

/podpisano elektronicznie/

Podstawa prawna:

- (1) ustawa z dnia 22 maja 2009 r. o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych (Dz. U. z 2025 r. poz. 683)
- (2) art. 5 ww. ustawy
- (3) art. 4. ust. 1. ww. ustawy
- (4) § 10 rozporządzenia Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 26 czerwca 2017 r. w sprawie szczegółowych warunków i trybu udzielania wsparcia finansowego z funduszy promocji produktów rolno-spożywczych (Dz. U. z 2020 r. poz. 2244 z późn. zm.)

Załączniki:

1. Zestawienie wpływów i wydatków w latach 2020-2025

Do wiadomości:

Kancelaria Prezesa Rady Ministrów