

Planowane zmiany Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego nie odzwierciedlają oczekiwań producentów żywca

Obecny sposób finansowania Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego (FPMW) oraz planowane w noweli zmiany składu Komisji Zarządzającej nie odzwierciedlają naszych oczekiwań. Mamy bowiem do czynienia z sytuacją, w której producenci żywca finansują w 100% FPMW, a w przeważającej mierze jego beneficjentami są przetwórcy wieprzowiny. Można się zgodzić z tym, że interesy przetwórców w promowaniu mięsa wieprzowego powinny być uwzględnione, ale pod warunkiem, że również przetwórcy będą zobligowani do wpłat odpowiedniej składki na rzecz FPMW.

W mediach można spotkać się z informacjami, że środki finansowe na rzecz FPMW pobierane są od przedsiębiorców prowadzących działalność z zakresu uboju świń, ale rzadko można trafić na rzetelną informację, że zakłady ubojowe tylko przekazują środki pobrane od producentów żywca, a sami nie partycypują w kosztach Funduszu. Przetwórcy jednak zasiadają w Komisji Zarządzającej Funduszu i mają równy głos przy rozdziale środków na projekty promocyjne. Nasuwa się zasadnicze pytanie: Dlaczego podmioty, które najbardziej zainteresowane są promocją swoich wyrobów wieprzowych nie współfinansują FPMW? Planowana zmiana składu Komisji Zarządzającej, w której organizacje producentów uzyskają jednego członka więcej kosztem jednego członka mniej z organizacji przetwórców nie rozwiązuje problemu współfinansowania Funduszu ze strony przetwórców.

Środki FPMW w bardzo nieznacznym stopniu kierowane są do producentów trzody chlewnej i to nie w takiej formie jakiej by sobie życzyli. W naszej ocenie dużo większe znaczenie dla odbudowy pogłowia świń w kraju mogłoby przynieść sfinansowanie krajowej fermy szkoleniowej wraz z całym zapleczem i infrastrukturą.

Kolejną sprawą wymagającą rozwiązania jest ograniczona możliwość realizowania projektów ze środków FPMW przez organizacje, których przedstawiciele nie znaleźli się w składzie Komisji Zarządzającej. Nietrudno się domyślić, że środki FPMW trafiają głównie do tych organizacji, których przedstawiciele poprzez zasiadanie w Komisji Zarządzającej decydują o wyborze projektów, a Fundusz stał się źródłem ich finansowania i promocji. Może warto zastanowić się nad rozszerzeniem składu Komisji Zarządzającej o wszystkie organizacje z danej branży chętne do współpracy, które posiadałyby jeden głos podczas głosowania.

Popieramy propozycję wspierania ze środków FPMW tylko produktów wieprzowych oznakowanych informacją „Produkt polski”, co w naszej ocenie przyczyni się do budowania marki polskiej żywności.

Zarząd KZP-PTCH