

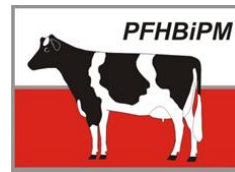
# POROZUMIENIE DLA MLECZARSTWA



ZPPM/05/02/2021



KRAJOWE  
STOWARZYSZENIE  
MLECZARZY



Warszawa 15 lutego 2021r.

**Pan Tadeusz Kościński**  
**Minister Finansów, Funduszy i Polityki Regionalnej**  
Ministerstwo Finansów  
ul. Świętokrzyska 12  
00-916 Warszawa

*Szanowny Panie Ministrze,*

W imieniu organizacji mleczarskich tworzących Porozumienie dla mleczarstwa i reprezentujących zarówno przetwórców, jak i producentów mleka, tj. Krajowego Związku Spółdzielni Mleczarskich, Związku Polskich Przetwórców Mleka, Krajowego Stowarzyszenia Mleczarzy, Polskiej Izby Mleka oraz Polskiej Federacji Hodowców Bydła i Producentów Mleka, przekazuję na ręce Pana Ministra stanowisko naszych organizacji w sprawie *projektu ustawy o dodatkowych przychodach Narodowego Funduszu Zdrowia, Narodowego Funduszu Ochrony Zabytków oraz utworzeniu Funduszu Wsparcia Kultury i Dziedzictwa Narodowego w Obszarze Mediów*.

Uchwalenie w obecnej sytuacji gospodarczej kraju podatku reklamowego doprowadzi do dalszego pogorszenia kondycji producentów żywności. Na skutek zamknięcia bardzo istotnego sektora HoReCa wielu z nich straciło bardzo ważną dla siebie grupę klientów i konsumentów, a proponowane narzędzie fiskalne znacząco podniesie koszt prowadzonych przez przemysł żywnościowy działań marketingowych. Nie ma bowiem żadnych wątpliwości, że zwłaszcza największe globalne grupy mediowe przerzucą nowe obciążenie podatkowe na swoich klientów – polskich reklamodawców. W efekcie reklama, która już dziś nie jest tania – a przy tym niezbędna aby dotrzeć do konsumentów z informacją o produktach i ich walorach – dla wielu z nich stanie się narzędziem niedostępnym lub dostępnym w tak małym zakresie, że uczyni ich działania marketingowe nieskutecznymi.

Wprowadzenie projektowanych rozwiązań spowoduje duże zagrożenie dla polskiej gospodarki. Siłą napędową polskiej gospodarki są mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa, dla których w większości ceny mediów już teraz są zaporowe. Wzrost kosztów reklamy jeszcze bardziej ograniczy ich możliwości reklamowe, a przez to osłabi konkurencyjność (w konsekwencji spadek obrotów, zwolnienia, wzrost bezrobocia etc). Przerzucenie tego kosztu na konsumenta, którego siła nabywcza w dobie pandemii się zmniejszyła, wpłynie negatywnie na konsumpcję, co z kolei ma bezpośrednie przełożenie na kondycję gospodarki.

Zwracamy uwagę, że w okresie pandemii wzrosło znacząco znaczenie internetowych form kontaktu z konsumentami – nie tylko w postaci e-sklepów czy innych platform do zamawiania żywności, ale także kanałów komunikacji marketingowej. Jednocześnie oczywistym jest, że najsilniejszą pozycję mają w tym segmencie globalni gracze internetowi, których gigantyczna skala powoduje, że producentów żywności w Polsce nie traktują oni jak równorzędnych partnerów. W sytuacji nałożenia na oferowane przez nich usługi reklamowe dodatkowego podatku niewątpliwie podniosą ceny w swoich cennikach. Producenci żywności nie mają w tych relacjach równorzędnej pozycji – polscy reklamodawcy staną przed wyborem: albo zaakceptują podwyżki (czyli zapłacą podatek reklamowy), albo będą musieli ograniczyć lub zrezygnować z aktywnych działań marketingowych, co zahamuje ich rozwój.

W związku z powyższym, reprezentowana przez nas branża mleczarska opowiada się jednoznacznie przeciwko zapisom *projektu ustawy o dodatkowych przychodach Narodowego Funduszu Zdrowia, Narodowego Funduszu Ochrony Zabytków oraz utworzeniu Funduszu Wsparcia Kultury i Dziedzictwa Narodowego w Obszarze Mediów* oraz wynikającym z niego obciążeniami, które niewątpliwie zostaną przerzuczone na reklamodawców, a w konsekwencji na konsumentów.

*z wyrazem szacunku.*

*Marcin Hydzik*

**Marcin Hydzik**

Przewodniczący Porozumienia dla Mleczarstwa  
Prezes Zarządu Związku Polskich Przetwórców Mleka

## Do wiadomości:

1. Mateusz Morawiecki, Prezes Rady Ministrów
2. Jarosław Gowin, Wiceprezes Rady Ministrów
3. Grzegorz Puda, Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi