

2015. FEBRUÁR

Tizenöt százalékot fordíthatunk termelésre a KAP-kifizetésekből 2015. február 2.

Magyarország a 2015-2020 között uniós költségvetési ciklusban mintegy 1,34 milliárd euró közvetlen kifizetést használhat fel évente, amelyből a termeléshez kötött támogatások összesen 15 százalékot tehetnek ki. Ez jelentős növekedés az előző uniós költségvetési időszakhoz képest, amikor termeléshez kötött módon a közvetlen kifizetések 3,5 százalékát lehetett csak fordítani.

A 15 százalékos keretből 2 százalék a fehérjenövények célzott támogatására szolgál, míg 13 százalékot a szarvasmarha-, a juh-, a cukorrépa, a rizs-, illetve a zöldség-gyümölcs ágazat használhat fel. A 13 százalékos részarány évi 175 millió eurónak (300 forintos euró árfolyam mellett 52,5 milliárd forintnak), míg a 2 százalékos fehérjeblokk 27 millió eurónak (8,1 milliárd forintnak) felel meg.

Az állattenyésztők kifejezett sikerként értékelik a termeléshez kötött uniós támogatások megőrzését, mivel néhány évvel ezelőtt még megszüntetésük tűnt valószínűbbnek. A gazdálkodók szerint a termeléshez kötött kifizetések legnagyobb előnye, hogy az e célra szánt uniós támogatások semmiképpen sem landolhatnak a feldolgozói vagy a kereskedői szférában.

A szarvasmarha-ágazatban termeléshez kötött támogatásként nagyrészt az eddigi nemzeti kiegészítő (top-up), illetve átmeneti nemzeti támogatások (ÁNT) feltételei szerint fizetnek majd, de most már uniós forrásokból. Ugyanakkor megszűnik az úgynevezett bázisév és a támogatásokat nem kvótákhoz kötöttek, hanem állategyedenként utalják ki. Ez viszont – például a tejelő tehenek esetében – egyes termelőknél hátrányt is okozhat, mert egy-egy nagy produktivitású állatra az idéntől kevesebb támogatás juthat, mint az eddig alkalmazott, tejkvóta-hoz kötött rendszerben. A várakozások szerint azonban a szarvasmarhatartók összességében jól járnak majd, és több pénz jut majd az anyajuh-tartó gazdálkodóknak is.

Az idéntől igazi sláger lehet a szemes és a szálás fehérjenövények termelése, mivel előbbiekre a mai kalkulációk szerint hektáronként 60 ezer, utóbbiakra mintegy 20 ezer forintot kaphatnak a gazdálkodók a 70 ezer forintra tehető hektáronkénti területalapú alaptámogatásokon és a zöldítési pénzeken felül. A többletforrások olyannyira vonzóak lehetnek, hogy akár vetőmaghiány is kialakulhat, sőt számítani lehet arra is, hogy egyesek pusztán a támogatások megszerzése miatt vállalkoznának majd „színelte” fehérjenövény-termelésre.

A közvetlen kifizetések termeléshez kötött támogatásain felül több további jogcímen is forrásokhoz juthatnak az állattenyésztők. A tejre fizetett állatjóléti támogatásokat például a Miniszterelnökséghez került agrár-vidékfejlesztési kasszából folyósítják majd, emellett pedig számos nemzeti büdzséből finanszírozott jogcím is fennmarad. Így a szarvasmarha-, a juh- és a kecsketartók hazai forrásokból is támogatásokat kaphatnak, és a magyar költségvetésből fizetik a hízósertések és a baromfitermelők állatjóléti támogatásait is.

Forrás: www.agrarszektor.hu

A Tej Terméktanács Kiemelt Pártoló Tagjai:



Fazekas: a hatóság minden eszközzel segít a nehéz helyzetbe került állattartókon

2015. február 2.

A magyar állategészségügyi hatóság minden rendelkezésére álló eszközzel igyekszik segíteni a kéknyelv betegség miatt érintett állattartók helyzetén – tudatta Fazekas Sándor földművelésügyi miniszter.

A miniszter kifejtette: a tavaly októberben megjelent kéknyelv betegség miatt az uniós jogszabályi előírásoknak megfelelően rendelték el a korlátozó intézkedéseket.

Az élőállat szállítások megkönnyítése érdekében a magyar hatóság élt azzal a jogszabályi lehetőséggel, hogy a betegséget terjesztő vektor szúnyogok aktivitásának megszűnésekor – azaz hideg időjárás esetén – a helyi zárlat alatt nem álló gazdaságokból lehetséges a kiszállítás. Magyarországon ez az úgynevezett vektormentes időszak december 3-án kezdődött, erről a tárcsa tájékoztatta az Európai Bizottságot és a többi tagállamot is. Rámutatott: a szállítási szabályok, korlátozások csak az élő állatok belföldi és tagállamok közötti szállítására vonatkoznak, a harmadik országok saját belátásuk, illetve piaci igényeik szerint korlátozzák importjukat.

Forrás: www.trademagazin.hu

Magazin: A fogyasztók egészsége érdekében: önkéntes élelmiszer-ipari vállalatok

2015. február 2.

Féléves előkészítő munka után hozta nyilvánosságra október elején az Élelmiszer-feldolgozók Országos Szövetsége azt az önkéntes vállalási rendszerét, amelyhez idáig húsz cég, mintegy 70 egyéb vállalatot téve csatlakozott.

Éder Tamás elnök többek között elmondta, hogy tagvállalataik az elmúlt évtizedben sokat tettek azért, hogy termékeik megfeleljenek a legszigorúbb minőségi és élelmiszer-biztonsági követelményeknek, valamint a fogyasztók változó igényeinek. Folyamatos fejlesztéssel jelentősen bővítették a magyar fogyasztók kiegyensúlyozott táplálkozását segítő választékukat: a hagyományos hazai ízek és termékek mellett egyre több kalóriaszegény és kalóriamentes változatot is kínálnak, emellett fokozatosan elkezdtek termékeik só- és transzsírtartalmának csökkentését is.

A részletekről beszámoló Szöllősi Réka szövetségi titkár ismertette a fő vállalásokat.

1. Hozzásegítjük fogyasztóinkat a nemzetközi táplálkozási ajánlások szerinti sóbevitel fokozatos eléréséhez.
2. Hozzásegítjük fogyasztóinkat az életkoruknak és fizikai aktivitásuknak megfelelő, optimális mennyiségű kalóriabevitelhez.
3. Hozzásegítjük fogyasztóinkat a nemzetközi táplálkozási ajánlások szerinti telítettzsír-beviteli mérték eléréséhez.
4. Termékeink 80 százalékában a zsírtartalom részlegesen hidrogénezett növényolajból származó transzsírsavszintjét 2019. december 31-ig 1,5 százalék alá csökkentjük.
5. Előrecsomagolt termékeink 75 százalékán (a kötelező tápérték-jelölési előírásokon túlmenően) 2017. december 31-ig feltüntetjük az egy adagban található tápanyag- és energiatartalom-mennyiségeket, valamint a referenciabeviteli értékhez viszonyított százalékos értékeket.
6. Termékeinket felelős módon, az ún. EU Pledge rendelkezései szerint reklámozzuk.
7. Tévéreklámjainkban, termékeink címkéjén és egyéb, a termékekhez köthető módon aktív életmódra felhívó üzenetet helyezünk el.
8. Támogatjuk és ösztönözzük az aktív életmód népszerűsítését szolgáló programokat és kezdeményezéseket. Forrás: www.trademagazin.hu

A SAPS támogatások végkifizetéséről

2015. február 2.

A Mezőgazdasági és Vidékfejlesztési Hivatal január 30-án elindította a 2014-es területalapú támogatás második részletének utalását. Ennek során az elkövetkező hetekben több mint 100 ezer mezőgazdasági termelő jut mintegy 60 milliárd forinthez.

A további jogosult kérelmezőknek, a fennmaradó támogatási összegeket folyamatosan, legkésőbb június 30-ig utalja át az MVH. A második ütemben a hektáronként járó nagyságrendileg 35 ezer forint, az éves SAPS támogatás 50%-át jelenti.

A teljes 2014-es kérelmezési évre több mint 170 ezer ügyfélnek hektáronként 70 ezer forintot meghaladó összeg fizethető ki területalapú támogatásra az összesen 341 milliárd forintos keretből. Ebből a tavaly október közepén indult első ütemben mintegy 161 milliárd forintot juttatott az MVH a gazdáknak. Az előleg biztosításával a termelőknek kevesebb hitelt kellett felvenniük, ami jelentősen segítette az őszi mezőgazdasági munkák elvégzését.

Forrás: www.kormany.hu

Lázár a reklámadó csökkentését javasolja

2015. február 3.

A reklámadó csökkentését és a jelenlegi sávoss helyett egykulcsos rendszer bevezetését javasolja Lázár János Miniszterelnökséget vezető miniszter, aki az egykulcsos adónem lehetséges mértékét egyelőre nem kívánta megnevezni, de az MTI-nek adott nyilatkozatában többször is hivatkozott az osztrák ötszázalékos reklámadóra, mint a legmagasabbra az Európai Unióban.

Lázár János kifejtette: a kormány tavaly augusztus óta folyamatosan kap formális és informális jelzéseket arról, hogy az Európai Bizottság Versenypolitikai Főigazgatóságának komoly aggályai vannak a magyarországi reklámadóval kapcsolatban.

Bővebben: www.trademagazin.hu

A közepes méretű médiacégek rosszul járhatnak az egykulcsos reklámadóval

2015. február 5.

Az RTL, a TV2 és a SANOMA kivételével mindenki rosszabbul jár a médiapiacon az új, egykulcsos reklámadóval, amennyiben annak mértéke valóban 5 százalékos lesz. A most érvényes sávoss rendszernél az egybeszámítások miatt érdekes a médiacégek bevételeinek összeszámítása, ám ez alapján is csak három konglomerátum esett a nagyobb kulcs alá: legfőképpen az RTL, és kisebb mértékben a TV2, illetve a Sanoma.

A Világgazdaság Online számításai szerint (amelyben nincs benne a közmédia reklámadó fizetési kötelezettsége) a piaci médiacégektől összesen 7,5 milliárd forintra számíthatott volna 2013-as bevételek alapján a kormány. Az új adó 4,6 milliárd forintot hoz, ám ennek többségét már a közepes és kisebb médiavállalkozások fizetik meg.

Forrás: www.vg.hu

Fazekas: tovább kell növelni az agrárium szerepét

2015. február 5.

Az agrárium és a hozzá kötődő ágazatok a magyar gazdaság teljesítményének 20-25 százalékát adják, ezt az arányt és a vidék megbecsülését tovább kell növelni a következő években – jelentette ki a földművelésügyi miniszter.

Fazekas Sándor előadásában elmondta: 2010 és 2014 között a Darányi Ignác Tervre alapozva sikerült stabil viszonyokat teremteni a mezőgazdaságban. A magyar földtulajdon védelme és az ország GMO-mentességének megőrzése a jövőben is fontos feladat marad – tette hozzá.

Az ágazat ma 200 ezernél több embert foglalkoztat, és mintegy félmillió embernek nyújt közvetlenül megélhetést. Az aggodalmakkal szemben az agrárium fejlődése nem járt a foglalkoztatás és a jövedelmezőség csökkenésével.

Elmondta azt is, hogy a hazai piacon a 10 évvel ezelőtti 50 százalékkal szemben jelenleg már 75-80 százalék a hazai élelmiszerek aránya. A tavalyelőtti 8,1 milliárd eurós agrárexport is azt jelzi, hogy a mezőgazdaság meghatározó szerepet tölt be az ország külkereskedelmében. A keleti nyitás stratégiája új piacokat nyitott meg a magyar termékek előtt, az orosz embargó ugyanakkor visszaveti a kivitel bővülését. Ez a hátrány a remények szerint új szerb és horvát piacok belépésével lesz enyhíthető – fűzte hozzá.

Fazekas Sándor a következő időszak legfontosabb feladatai között említette az egységes agrárkutató-intézeti és szakképzési hálózat kiépítésének folytatását, a szántóföldi infrastruktúra fejlesztését és a tájhoz kötődő, minőségi termékek részarányának növelését.

Kiemelte: a kabinet mintegy 300 milliárd forintot különített el az élelmiszeripar fejlesztésére. Fontosnak nevezte a hazai hús- és tejfogyasztás növelését, és úgy vélekedett, a kereskedelemben egy „magyar multira” is szükség volna a hazai termékek piaci pozícióinak erősítése érdekében.

Bővebben: www.mti.hu

Erősebb közösségi marketingalap jött létre a minőségi magyar tej és tejtermékek érdekében 2015. február 7.

A földművelésügyi miniszter most megjelent 2/2015. (II. 6.) FM rendeletével kiterjesztette a Tej Terméktanács és Szakmaközi Szervezet évek óta működtetett Közösségi Marketing Alapjának fenntartási kötelezettségét azokra a külső tejpiaci szereplőkre, akik eddig csak élvezték a 2013-ban tejágazati szakmaközi szervezetként államilag elismert Terméktanácsba tömörült tejtermelők és -feldolgozók által finanszírozott közösségi marketing saját vállalkozásukra gyakorolt pozitív hatásait.

Mostantól ők is rész vesznek az alap finanszírozásában, pontosan ugyanolyan feltételekkel és diszkrimináció mentesen, mint a szervezeti tagok. Ez a jelenleginél egészségesebb teherviselést eredményez a tejágazatban.

A közösségi marketing lényege ugyanis, hogy nem cég vagy márkaszpecifikus, azaz nem vállalkozásokat vagy brand-eket reklámoz, hanem bizonyos termékeket - jelen esetben a tejet és a tejtermékeket - általában, a cég vagy a márka megjelölése nélkül. A marketingalaphoz finanszírozott reklámtevékenység úgy ösztönöz fogyasztásra, hogy annak az egész tejágazat látja a hasznát, így azok is, akik nem tagjai az azt végző szervezetnek és így nem is járulnak hozzá a közösségi marketing költségeihez.

Fontos, hogy a Terméktanács által működtetett Közösségi Marketing Alap bevételei több forrásból állnak össze, így pályázaton elnyert támogatásokból, a Terméktanács védjegyeinek használata alapján fizetett védjegyhasználati díjból, a szakmaközi szervezet belső szabályzata alapján felhasználható bevételekből, valamint egy fél ezrelékes piacszervezési hozzájárulásból. A közösségi marketing az egyik legfontosabb, Európai Unió által is támogatott eszköz a fogyasztók informálásában és tájékoztatásában, amely kulcsszerepet játszik a minőségi magyar termékek piacra jutásának elősegítésében. Az európai uniós tejkvóta-rendszer kivezetésének évében és az orosz embargó idején különösen fontos, hogy az éves 1,7 milliárd liter körüli termeléssel, közel 4000 ezer tejet értékesítő és több tucat tejfeldolgozó vállalkozással rendelkező hazai tejágazat a lehető legtöbb eszközzel rendelkezzen fejlődésének előmozdításához. Forrás: www.kormany.hu

A Tej Szakmaközi Szervezet és Terméktanács közleménye a Szakmaközi Szervezetnél működő Közösségi Marketing Alapba történő befizetésről szóló piacszerzési intézkedés kiterjesztéséről

2015. február 9.

A Tej Szakmaközi Szervezet és Terméktanács üdvözlí, hogy a Földmívelésügyi Miniszter döntésével az évek óta müködtetett Közösségi Marketing Alapjának fenntartási kötelezettségét kiterjesztette azokra a külső tejpiaci szereplőkre is, akik eddig csak élvezték a – tejtermelők, a feldolgozók és kiskereskedelmi láncok által finanszírozott – 2013-ban államilag elismert reprezentatív tejágazati szakmaközi szervezet által müködtetett közösségi marketing saját vállalkozásukra gyakorolt pozitív hatásait.

A hazai tejpiac az elmúlt évben – az előző évtizedekben példátlan – stabilitást mutatott, amely egyértelműen annak köszönhető, hogy a Kormányzat és az ágazat célkitűzései és kommunikációja azonos irányba mutatott. A marketing járulék rendszerének kiterjesztése tovább erősíti arra vonatkozó elkötelezettségünket, hogy a magyar tejágazat ágazati szereplői minél jobban felkészülhessenek a kvótaszabályozás megszűnése utáni időszakra.

Összhangban az EU Közös Agrárpolitikájával a jövőben Magyarországon is egyre nagyobb hangsúlyt kap az alulról szerveződő, nyitott tagság elvén müködtő ágazati önszabályozás. Ezt a célkitűzést a szakmaközi szervezetek valósíthatják meg. Az elmúlt évben tovább növeltük az ágazat terméktanácsai szervezettségét, amely szerint tagjaink által jelenleg a tejtermelés mintegy 70%-át, a tejfelvásárlás mintegy 85%-át, míg a kiskereskedelmi forgalom 60%-át képviseljük. Azzal, hogy a Terméktanács reprezentatív szakmaközi szervezetnek minősült, jogosítványokat teremt a Terméktanács által elhatározott piacszerzési intézkedések kiterjesztésére is.

2015. február 15-től a jelenleg nem szakmaközi szervezeti tagokra is pontosan ugyanolyan pénzügyi hozzájárulási feltételek vonatkoznak a Közösségi Marketing Alapot illetően, mint a szervezeti tag feldolgozók és kereskedők esetében: a Magyarország területén müködtő tejfeldolgozó, nagykereskedelemmel foglalkozó tejágazati szereplő, valamint tej-kiskereskedő köteles piacszerzési hozzájárulást fizetni a szakmaközi szervezetünk által müködtetett Közösségi Marketing Alapba, a piacszerzési hozzájárulás (azaz a marketing járulék) mértéke a befizető tej és tejtermék forgalmazásából származó, tárgyévet megelőző naptári évben keletkezett nettó árbevételének fél ezreléke, a piacszerzési hozzájárulás megfizetése helyett a szakmaközi szervezet védjegysaládjának jogszerű használata (és a védjegyhasználati díj megfizetése) is választható.

A piacszerzési hozzájárulás mértéke a befizető tej- és tejtermék forgalmazásából származó, tárgyévet megelőző naptári évben keletkezett nettó árbevételének fél ezreléke; a legdrágább éves védjegyhasználati díj sem több, mint 5 millió Ft/év + áfa.

A Terméktanács, a Kormányzat és az ágazat minden szereplőjének közös érdeke, hogy szoros együttmüködéssel javítsa a termékpálya szervezettségét, a tejpiaci környezet kiszámíthatóbbá és kiegyensúlyozottabbá tételét, valamint a tej- és tejtermékfogyasztás népszerűsítését és növelését. Ezt jelenleg leginkább a kvótarendszer megszüntetésére történő felkészülés indokolja. Továbbra is tagjaink közé várunk mindenkit, aki egyetért célkitűzéseinkkel, szeretne részt venni munkánkban és elfogadja a tagsággal járó feltételeket, továbbá érdekében áll a tejágazat fejlődése, az ágazatban élők boldogulása. Mivel a tejpiaci kérdések legnagyobb részében egyértelmű a piaci szereplők – tejtermelők, feldolgozók, kereskedők, fogyasztók – érdekközössége, a szervezett együttmüködés kialakítása gyakorlatilag elkerülhetetlen. A Közösségi Marketing Alapba történő befizetéssel kapcsolatos bővebb információ és a további tudnivalók a www.tejtermek.hu oldalon kerülnek elhelyezésre. Forrás: www.tejtermek.hu

Berágtak a tejesek: aki profitál, ezután fizessen is!

2015. február 9.

Február 15-től azoknak a tejpiaci szereplőknek is kötelező lesz pénzügyi hozzájárulást fizetniük a Tej Szakmaközi Szervezet és Terméktanács (TT) közösségi marketing alapjába, akik nem tagjai a szervezetnek. A döntés lényege, hogy ezentúl azoknak is hozzá kell járulniuk a közösségi marketinghez, akik eddig csak haszonélvezői voltak az intézkedéseknek, de "külső piaci szereplőként" nem fizettek. A kasszába több olyan nagy multicégnek is be kell szállnia, amely mostanáig távol maradt. Számítások szerint a döntéssel rövid időn belül 100 millió forintba duzzadhat a terméktanácsi éves marketingalap, amelyből több fogyasztásösztönző akciót finanszírozhatnak.

A földművelésügyi miniszter hozott döntést arról, hogy a tejmarketinges járulék fizetési kötelezettségét kiterjeszti azokra a piaci szereplőkre is, akik nem tagjai a Tej Szakmaközi Szervezet és Terméktanácsnak – áll a TT közleményében. A piacsabályozási feladatokat is ellátó szervezet ugyanis csak saját tagjaira nézve hozhat döntéseket, ezért volt szükség az agrártárca kiterjesztő intézkedésére.

A miniszteri kiterjesztés a következő piaci szereplőkre terjed ki:

- a **nagykereskedelemmel** foglalkozó tejágazati szereplőkre (tejjel és tejtermékkel a kereskedelemről szóló 2005. évi CLXIV. törvény 2. § 18. pontja szerinti tevékenységet végző természetes vagy jogi személy)

- a **tejfeldolgozókra**: (tejet és tejterméket előállító és azt bel- vagy külpiacra értékesítő természetes vagy jogi személy, aki vagy amely megfelel az élelmiszerhigiénéről szóló 852/2004/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet, valamint az állati eredetű élelmiszerek különleges higiéniai szabályainak megállapításáról szóló 853/2004/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet előírásainak, a tejet és tejterméket engedélyezett üzemben állította elő, és szerepel a Nemzeti Élelmiszerlánc-biztonsági Hivatal által közzétett engedélyezett létesítmények nyilvántartásában)

- a **tej-kiskereskedőkre** (tejjel és tejtermékkel a kereskedelemről szóló 2005. évi CLXIV. törvény 2. § 13. pontja szerinti tevékenységet végző természetes vagy jogi személy, illetve közös beszerzés esetén a beszerzési szövetséget alkotó vállalkozások összessége).

A terméktanács az agrárszektor.hu-t úgy tájékoztatta, hogy a tejfeldolgozók közül ezentúl többek között a Danone Kft.-nek, a Pannontej Zrt.-nek, az Egertej Kft.-nek, a Köröstej Kft.-nek, a Fuchs Tej Kft.-nek, a Drávotej Kft.-nek, a Bábel Sajt Kft.-nek és a Győrvártej Kft.-nek kell fizetnie. A kiskereskedők közül pedig a fizetési kiterjesztés elsősorban a Lidlre, az Aldira, Reál-ra, a Metro-ra, az Intersparra, a Groby-ra és a One Euro Market Kft-re vonatkozik majd. E vállalatok tehát – amelyek közül többnek multinacionális cég a tulajdonosa - jelenleg nem tagjai a TT-nek, így marketing hozzájárulást sem fizetnek.

A közlemény szerint a járulékrendszer kiterjesztése arra irányul, hogy a hazai tejágazati szereplők minél jobban felkészülhessenek az uniós kvótaszabályozás április elseje utáni megszüntetésére, amely a verseny jelentős növekedésével jár majd az EU-piacon. A TT tagjai ma a hazai tejtermelés 70 százalékát, a tejfelvásárlás 85 százalékát és a kiskereskedelmi forgalom 60 százalékát képviselik, de a még jobb együttműködés tovább javíthatja a termékpálya szervezettségét, kiszámíthatóbbá és kiegyensúlyozottabbá teheti a tejpiaci környezetet, illetve népszerűsítheti és növelheti a tej- és tejtermékfogyasztást – hangsúlyozza a szervezet.

A piacszervezési hozzájárulás éves mértéke a befizető vállalatok tej-és tejtermék forgalmazásból származó, tárgyévet megelőző éves nettó árbevételének fél ezrelékét teszi ki. A járulék megfizetése helyett a szakmaközi szervezet védjegycsaládjának jogszerű használatát is választani lehet védjegyhasználati díj megfizetése mellett, amelynek éves összege nem haladja meg az 5 millió forintot – fogalmazott közleményében a TT.

Marketing járulék és védjegyhasználat címén az elmúlt években átlagosan évi 40 millió forint folyt be a terméktanács közösségi marketing alapjába. A kiterjesztés utáni becslést nehezíti, hogy tejfeldolgozással ma csaknem 100 cég foglalkozik, amelyek közül 75 mikro-, 10 kicsi, 8 közepes, 7 pedig nagy vállalkozásnak minősül. Emellett pontosan nem ismert a tejnagykereskedők köre sem, de a TT szerint a hatósági ellenőrzések növelhetik a fizetési hajlandóságot, így arra lehet számítani, hogy a terméktanács a három évre meghirdetett új rendszer első évében 100 millió forint feletti marketing járulékbévételeire tehet szert.

A kassza bővülése lehetőséget nyújthat arra, hogy a fogyasztókat több, gyakoribb és tudatosabb tej és tejtermék fogyasztásra lehessen ösztönözni. A keretből támogatni lehet a gyermekek és a fiatalok tej és tejtermék fogyasztását (iskolatej) is, illetve segítséget lehet nyújtani az egészségtudatos táplálkozáshoz. A programokat úgy alakítják ki, hogy azokban ne csak a nagyvállalatok, hanem például a hazai kézműves sajtkészítők szempontjai is érvényesüljenek – szögezte le a terméktanács. Forrás: www.agrarszektor.hu

Kibővítették a közösségi marketing alapba fizetők körét

2015.február 9.

Kibővítették a közösségi marketing alapba fizetők körét a tej termékpályán; a továbbiakban így fizetniük kell az ágazati marketing hozzájárulást azoknak a feldolgozóknak, valamint kis- és nagykereskedőknek is, akik eddig nem voltak tagjai a szakmaközi szervezetnek.

Erről Harcz Zoltán, a Tej Szakmaközi Szervezet és Terméktanács ügyvezető igazgatója beszélt az MTI-nek. Fazekas Sándor földművelésügyi miniszter ugyanis jogosnak ítélte meg a szakmaközi szervezet azon kérését, hogy az ágazati közösségi marketing alaphoz ne csak a szakmaközi szervezet tagjai, hanem az ágazatnak a szakmai szervezeten kívül tevékenykedő feldolgozó és kereskedő szereplői is járuljanak hozzá anyagilag. Az erről szóló miniszteri rendelet a napokban jelent meg a Magyar Közlönyben.

Az ügyvezető igazgató úgy vélte: a közösségi marketing alapot várhatóan meg lehet majd háromszorozni az idén. Így a tavalyi 40 millió helyett több mint 100 millió forint folyhat be az idén a tejágazat közösségi marketinget finanszírozó alapjába.

Hozzátette: azoknak a feldolgozóknak, kiskereskedőknek, valamint az ágazatban tevékenykedő nagykereskedőknek kell fizetniük árbevételeük fél ezrelékét évente, akik nem tagjai az ágazati szakmaközi szervezetnek. Az a befizető, akinek a tej- és tejtermék forgalmazásából származó, tárgyévét megelőző naptári évben keletkezett nettó árbevétele az 50 millió forintot nem haladja meg, mentesül a piacszervezési hozzájárulás befizetési kötelezettség alól. Megjegyezte: az ágazatban tevékenykedő nagykereskedők száma a Tej Terméktanács előtt nem ismert, mivel sokan foglalkoznak tejbehozattal Magyarországon. A szakmaközi szervezet pedig szeretné, ha az ágazati gazdaság egyre jobban felfehéredne - mondta Harcz Zoltán. Forrás: www.mti.hu

Lázár János: a reklámadó marad

2015. február 10.

A reklámadó marad, a kormány legfontosabb célkitűzése, hogy a különadók rendszere megmaradjon - mondta Lázár János, Miniszterelnökséget vezető miniszter a Kossuth Rádió 180 perc című műsorában. Közölte, hogy az EBRD-vel és az Erste Bankkal is olyan megállapodást kötöttek, hogy a bankadó marad, az összege csökken. Ugyanígy van ez a reklámadóval is, az Európai Bizottság kérése, instrukciói alapján kénytelenek azon gondolkodni, hogy mennyi legyen az adó, de az nem lehet vita tárgya, hogy legyen vagy ne legyen - szögezte le. "Reklámadó lesz, az a kérdés, hogy mennyit fognak fizetni a cégek" - fogalmazott. Forrás: www.mti.hu

Agrártámogatási csalások: vádemelést javasol a NAV

2015. február 12.

A Nemzeti Adó- és Vámhivatal bünyügyi főigazgatóságának központi nyomozó főosztálya fejezi be az uniós területalapú agrártámogatásokkal kapcsolatban indított nyomozást, és az ügy iratait ezen a héten vádemelési javaslattal átadja a nyomozás felügyeletét ellátó Fővárosi Főügyészségnek - közölte az agrárszektor.hu portállal Sárközi Alexandra, a NAV bünyügyi szóvivője.

A NAV pénzügyi nyomozói különösen jelentős vagyoni hátrányt okozó, folytatólagosan, bünszervezetben elkövetett költségvetési csalás kísérlete, valamint hivatali visszaélés és befolyással üzérkedés megalapozott gyanúja miatt folytattak nyomozást. A gyanú szerint az elkövetők csaknem 23 ezer hektár terület után több mint másfél milliárd forintnyi támogatási kérelmet nyújtottak be.

A központi nyomozó főosztály 84 gyanúsítottat hallgatott ki, és többükkel szemben közokirat-hamisítás, illetve pénzmosás megalapozott gyanúját is közölte. Jelenleg egy ember van házi őrizetben.

Az agrárszektor.hu felidézte: a visszaélési botrány 2013-ban robbant ki, amikor kiderült, hogy egyesek - a kifizető ügynökségként működő Mezőgazdasági és Vidékfejlesztési Hivatal belső segítségét is felhasználva - jogosulatlanul igyekeztek uniós területalapú agrártámogatásokhoz jutni. Az ügy 2013. októberi kipattanásakor a Fővárosi Főügyészség rendelt el nyomozást, amelyet végül a NAV bünyügyi főigazgatóságának központi nyomozó főosztálya folytatott le.

Az MTI 2013 decemberében számolt be arról, hogy nyomozást indított a NAV a területalapú támogatásokkal kapcsolatban egy december közepén érkezett feljelentés alapján.

Budai Gyula, az akkori Vidékfejlesztési Minisztérium parlamenti ügyekért felelős államtitkára decemberi 11-ei sajtótájékoztatóján jelentette be, hogy újabb visszaélésekre bukkant a földalapú támogatások igénylésénél, és az ügygel kapcsolatos információkat a dokumentumokkal együtt átadta Sors Lászlónak, a NAV bünyügyi elnökhelyettesének. Akkori jelzése szerint a tárca korábbi bejelentése alapján már folyt egy büntetőeljárás a NAV-nál költségvetési csalás megalapozott gyanújával, hasonló tényállás miatt.

Forrás: www.agrarszektor.hu

Szerdától érvényes az új transzszírsavrendelet

2015. február 16.

Szerdától nem lehet olyan élelmiszert forgalomba hozni Magyarországon, amely összes zsírtartalmának 100 grammjában a transzszírsavak mennyisége meghaladja a 2 grammot.

Február 18-án jár le a rendelkezés tavalyi elfogadását követő egyéves türelmi idő, amely azokra az előre csomagolt élelmiszerekre vonatkozik, amelyeket a jogszabály életbe lépésekor már legyártottak.

A rendelkezés azokra az olajokra, zsírokra, zsíremulziókra terjed ki, amelyeket önmagukban vagy valamely élelmiszer összetevőjeként szánnak a fogyasztónak. Az állati eredetű zsírokban természetesen előforduló transzszírsavakra nem vonatkozik a szabályozás.

A rendelet a Magyarországon forgalomba hozott élelmiszerekre terjed ki. Az új előírásoknak nem kell megfelelnie azoknak a végső fogyasztó számára előállított, illetve forgalomba hozott élelmiszereknek, amelyeket az Európai Unió valamely tagállamában vagy Törökországban készítettek, illetve hoztak forgalomba.

Az Európai Unióban Magyarország az ötödik olyan ország, ahol rendeletileg szabályozzák az élelmiszerekben található transzszírsav mennyiségét. Forrás: www.mti.hu

Regisztrációs számot kapnak az élelmiszer-értékesítő automaták

2015. február 18.

Összesen 625 étel- és ital-automatát jelentettek be múlt péntekig a Nemzeti Adó- és Vámhivatalnál; a bejelentést március 31-éig minden üzemeltetőnek meg kell tennie, a berendezések regisztrációs számot kapnak – közölte a NAV az MTI megkeresésére.

Az elmúlt évek ellenőrzési tapasztalatai szerint a kezelőszemélyzet nélkül, automatákon keresztüli értékesítések, szolgáltatások bevételének igen jelentős része után a kereskedők nem fizetnek adót – emelte ki írásos válaszában az adóhatóság.

A NAV szerint az üzemeltetők szándékos bevétel-eltitkolását jelentősen megkönnyítette a korábbi alulszabályozottság. Az automatákat nem kellett regisztrálni, engedélyeztetni, így ezekről az adóhivatalnak semmilyen forrásból nem volt hiteles információja. Nem volt adat az automaták számáról, típusáról és azok működéséről.

Az automatából történő értékesítést csak az illetékes kereskedelmi hatósághoz kellett bejelenteni, így semmilyen adóhivatali kontroll nem volt az automaták használata fölött.

Az automaták általában nem rendelkeznek a megfelelő azonosításhoz szükséges jelzésekkel, ami az üzemeltető azonosítását is megnehezíti. Bár a kereskedelmi szabályok értelmében az automatán fel kell tüntetni a kereskedő nevét és székhelyét, ezt a minimális követelményt is csak kevesen tartják be – közölte a NAV.

A berendezések bejelentése igazgatási szolgáltatási díjjal jár, ami 30 ezer forint automatánként. Azok az adózók, akik január 1-jén automata berendezést üzemeltetnek és március 31-éig bejelentést tesznek, díjfizetési kötelezettségüknek két részletben tehetnek eleget. Az első részlet 3000 forint és a bejelentés időpontjáig kell megfizetni, a 27 ezer forintos második részletet pedig december 31-éig. Forrás: www.mti.hu

Vissza kell fizetni a meg nem szolgált agrártámogatások egy részét

2015. február 18.

Az Európai Mezőgazdasági Vidékfejlesztési Alap társfinanszírozásában megvalósult agrár-vidékfejlesztési támogatások egy részét vissza kell fizetniük a termelőknek, amennyiben nem teljesítették a támogatáskor vállaltakat.

A különféle agrártámogatásokat külön-külön rendeletben szabályozta a szaktárcát vezető miniszter. Ezekből hiányzott az a szabály, amely előírta volna, hogy mi történjen akkor, ha a támogatott termelő nem teljesíti a vállalt feltételeket. Ezt a hiányt pótolta most a Lázár János által jegyzett rendelet, amely a korábbi jogszabályokat egészítette ki a visszafizetési szabályokkal. A visszafizetés általános konstrukciója olyan, hogy a nem teljesítésnek el kell érnie egy bizonyos szintet – például 30 százalékot – ahhoz, hogy a támogatás egy kisebb része visszajárjon. A rendelet 50 korábbi tárcarendeletet módosít. Az első, a visszafizetésről intézkedő módosítás az építéssel nem járó gépek, technológiai berendezések beszerzéséhez nyújtandó támogatásokat szabályozó rendelethez kapcsolódik. Amennyiben az ügyfél üzemének mérete – a támogatási kérelem benyújtásának évétől számított negyedik évre – a pénzügyi tervben vállalt mérettől 30 százaléknál többel marad el, úgy köteles a 30 százalékot meghaladó elmaradáson túli minden százalékpont után, a támogatási összeg fél százalékát visszafizetni. A visszafizetés azonban nem lehet több a támogatás 15 százalékánál. Vagyis 60 százalékos elmaradásnál jár vissza a támogatás 15 százaléka.

Kevésbé szigorúak a szabályok azon termelői csoportok esetében, amelyek az állattartó telepek korszerűsítéséhez nyújtott támogatásokat nem teljesítik. Ha a negyedik évben 30 százalékkal maradnak el a pénzügyi tervben erre az évre vállalt árbevéeltől, úgy a 30 százalékot meghaladó elmaradáson túli minden százalékpont után, a támogatási összeg fél százalékát kell visszafizetniük. A visszafizetett összeg azonban nem lehet több a támogatás 5

százalékánál. Egy másik vidékfejlesztési miniszteri rendelet a kertészeti gépek, technológiai berendezések beszerzéséhez nyújtott támogatások feltételeit szabályozta. Amennyiben az ügyfél a támogatási kérelemben vállalt átlagos alkalmazotti létszámnál kevesebbet foglalkoztat az üzemeltetési kötelezettség harmadik évétől, akkor – hiányzó foglalkoztatottanként – a támogatás 2 százalékát kell visszafizetni, de a visszafizetés nem lehet több 300 ezer forintnál. Amennyiben a fiatal vállalkozó üzemének mérete a negyedik évre vállalt mérettől 20 százaléknál többel marad el, úgy a 20 százalékot meghaladó elmaradáson túli minden százalékpont után, a támogatási összeg fél százalékát kell visszafizetnie. A visszafizetés azonban nem lehet több a támogatás 15 százalékánál. Az új rendelet előírja azt is, hogy a támogatottaknak miként kell adatokat szolgáltatniuk a gazdaságukról. Forrás: www.trademagazin.hu

Együttműködési megállapodást írt alá a K&H és a Tej Terméktanács

2015. február 19.

A K&H és a Tej Szakmaközi Szervezet és Terméktanács az eddigi eredményes partnerség folytatásáról, az együttműködési megállapodás újabb három évre szóló meghosszabbításáról döntött. A megállapodást Mélykúti Tibor, a Terméktanács elnöke és Peter Roebben, a K&H Vállalati üzletágának vezetője írta alá.

„A K&H Bank hagyományosan aktív partnere a mezőgazdasági szektornak, és erősen elkötelezett az agrárium mellett, amelyet jól mutat, hogy az ágazaton belül közel minden negyedik hitelt a K&H Bank folyósítja. Emellett kiemelt jelentőségét látjuk a szektor cégei, szervezetei közötti szakmai együttműködésnek, mert hisszük, hogy ez elengedhetetlen feltétele a hazai agrárium hosszú távú, fenntartható növekedésének” – hangsúlyozta a megállapodás aláírásakor Peter Roebben, a K&H Vállalati üzletág vezetője.

Mélykúti Tibor, a Tej Terméktanács elnöke elmondta, hogy a piaci szereplőkkel, így a K&H-val kötött partneri megállapodás is támogatást nyújt abban, hogy a szervezet előtt álló feladatokat hatékonyabban lehessen megvalósítani. Ilyen például a teljes tejágazat számára minél kedvezőbb pozíció elérése az új Európai Unió költségvetési ciklusban, valamint hosszú távon a feldolgozóipari háttér erősítésével a hazai élelmiszeripar erősítése. Hiszen a feldolgozott termékek mindig magasabb hozzáadott értéket képviselnek, így a cégek eredményességéhez és a nemzetgazdasági termeléshez is nagyobb mértékben tudna hozzájárulni az agrárium.

„Nemcsak finanszírozó intézménynek, hanem az agrárcégek valódi partnerének tekintjük magunkat, ami azt jelenti, hogy együtt gondolkodunk az ügyfeleinkkel, hogy a legjobb pénzügyi megoldást kínáljuk számukra. Ennek feltétele, hogy ne csak az adott céget, hanem az egész ágazat helyzetét, problémáit, feladatait mélyebben ismerjük, értsük. Ezért szoros együttműködést alakítunk ki az olyan meghatározó szakmai érdekcsoportokkal, mint az agrárágazat kezdetektől egyik legjelentősebb szervezetével, a Tej Terméktanáccsal” - hangsúlyozta Tresó István, a K&H Agrárüzletág fejlesztési főosztály vezetője.

Forrás: www.tejtermek.hu

EKÁER tájékoztató honlap indul

2015. február 19.

A Nemzeti Agrárgazdasági Kamara honlapján (www.nak.hu), illetve közvetlenül az ekaer.nak.hu címen már elérhető a Kamarának az Elektronikus Közúti Áruforgalom Ellenőrző Rendszerrel (EKÁER) kapcsolatos internetes oldala.

A honlapon található tudásbázis közérthetően ismerteti a rendszer jogszabályi háttérét, és gyakorlati példákon keresztül ad válaszokat a mezőgazdaságot és az élelmiszeripart érintő

speciális kérdésekre. A rendszer használatának megértését segítik a honlapon megtekinthető tematikus videofilmek is, amelyek a regisztrációtól a bejelentésig végigvezetik az érintetteket az egyes folyamatokon. A honlap dinamikusan követi a szabályozás esetleges módosításait, és felhívja a látogatók figyelmét az egyes változásokra. Forrás: www.elelmiszer.hu

Márciustól módosulnak az EKÁER szabályai

2015. február 20.

Február 1-je helyett március 11-étől kell első alkalommal kockázati biztosítékot nyújtani az erre kötelezett, kockázatos termékeket fuvarozó vállalkozásoknak - döntött a parlament pénteken azzal, hogy elfogadta az adózás rendjéről szóló törvénynek az elektronikus közúti áruforgalom ellenőrző rendszerrel (EKÁER) összefüggő módosítását.

A 137 igen, 3 nem szavazattal és 37 tartózkodás mellett jóváhagyott, kivételes eljárásban megtárgyalt törvény a január elseje óta működő rendszer működtetésével kapcsolatos részletszabályok rögzítését nemzetgazdasági miniszteri rendeletre bízta.

Az alapvető szabály nem változik: minden útdíjköteles - 3,5 tonna össztömeget meghaladó - járművel történő fuvarozás feltétele az, hogy a fuvarozó rendelkezzen ekáer-számmal. Márciustól a miniszteri rendelet tartalmazza azokat az eseteket, amelyekben akkor is az ekáer alá tartozik a szállítás, ha nem útdíjköteles járművel végzik azt.

Azok a vállalkozások, amelyek szerepelnek a NAV köztartozásmentes adózói adatbázisában, mentesülnek a kockázati biztosíték fizetésének kötelezettsége alól. Annak a cégnek, amelyik február 28-áig kéri a felvételét a nyilvántartásba és nincs köztartozása, nem kell kockázati biztosítékot nyújtania. Forrás: www.mti.hu

2015 a tej éve lesz

2015. február 20.

Az Agrárgazdasági Kutató Intézet folyamatosan nyomon követi, és a rendszeres kiadványaiban közreadja a világ mezőgazdasági és élelmiszer-ipari termékek piacainak tendenciáit. A KSH és az AKI Piaci és Árinformációs Rendszer (PÁIR) adataiból, még a rövid távú kiskereskedelmi üzleti döntések előtt is érdemes pontosan tájékozódni.

A legutóbbi piaci jelentésből kiderül, hogy a tejkvóta 2015. április 1-jei megszüntetése után a tejtermelés erőteljes bővülésére számítanak azokban az országokban, ahol a tejkvóta visszafogta a termelés növekedését. Az Európai Bizottság középtávú prognózisa szerint az EU tehéntejtermelése 2024-re elérheti a 166,6 millió tonnát, ami 10,5 százalékkal több a 2013. évinél. Az EU-15-ben a tehéntej termelése 11,5 százalékkal 140 millió tonnára, az EU-13-ban 5 százalékkal 26,6 millió tonnára emelkedhet. A tejfelvásárlás előreláthatóan 12 százalékkal nő, míg a közvetlen értékesítés 12 százalékkal csökken. A felvásárlás termelésből való részaránya országonként jelentős eltérést mutat, Romániában mindössze 20, Észtországban 90 százalék. Az EU-13-ban a tejfeldolgozók várhatóan több tejet vásárolnak fel, ugyanakkor a közvetlen értékesítés csökken.

Az EU tejtermelése várhatóan az alacsony termelési költségű régiókban (Dánia, Németország, Írország, Franciaország, Hollandia, Lengyelország és az Egyesült Királyság) koncentrálódik, ahol a tejtermelők és a tejfeldolgozók az elmúlt években jelentős beruházásokat hajtottak végre. A 2012 és 2014 között bejelentett vagy befejezett beruházások fele tejporító, 20 százaléka sajtfeldolgozó volt, így az unióban elsősorban a tejpor és a sajt előállítása bővíthet. A sovány tejpor termelése 42,5, a tejsavóé 21, a teljes tejporé 19,5, a vajé 14,5 százalékkal, a sajté 14 százalékkal, a friss tejtermékeké 3,5 százalékkal emelkedhet 2013 és 2024 között. A sajt termelésnövekedésének teljes mennyisége, a tejsavó 85, a teljes tejpor 82,5, a sovány tejpor 77, a vaj 74, a friss tejtermékek 60 százaléka a régi EU-15 tagországaiból származhat.

A prognózis szerint a felvásárlás növekedése várható a fenti országok mellett Ausztriában, Romániában, Belgiumban, Észtországban, Bulgáriában, Litvániában, Horvátországban, Luxemburgban, Szlovéniában és Cipruson. Ugyanakkor csökkenhet Szlovákia, Portugália, Görögország, Finnország, Magyarország, Svédország, Olaszország, Csehország, Spanyolország tejfelvásárlása 2014 és 2024 között. Forrás: www.trademagazin.hu

Hároméves agrármarketing stratégiát dolgozott ki az Magyar Turizmus Zrt. 2015. február 24.

Új, hároméves agrármarketing-stratégiát dolgozott ki a Magyar Turizmus Zrt. Agrármarketing Centrum az ágazati együttműködés erősítésére, a marketingtevékenység összehangolására. Az együttműködés fontos eleme a Községi Agrármarketing Kódex, amelynek szakmai egyeztetése megkezdődött.

Czerván György, a Földművelésügyi Minisztérium agrárgazdaságért felelős államtitkára a konferenciát megnyitó beszédében kifejtette, hogy a kormány és a tárca célkitűzései között kiemelten szerepel a magyar, minőségi, GMO-mentes élelmiszerek kínálatának, fogyasztásának növelése. Ennek érdekében elengedhetetlennek nevezte a rendelkezésre álló eszközök összehangolását, hatékony használatát.

Szavai szerint a tervet alapján az MT Zrt. új megközelítéssel, innovatív megoldásokkal és az érintettek közötti széleskörű együttműködés megteremtésével segíti a magyar élelmiszergazdaságot. Az FM nyitott a kódexben ajánlott együttműködésre, amelyet egyebek között a szabályozási környezet felülvizsgálatával, az eredetvédelemben rejlő lehetőségekről szóló szélesebb tájékoztatással, valamint a helyi termelők nemzeti és uniós minőségrendszerekbe kerüléséhez nyújtott szakmai segítséggel támogat.

Rusinkó Ádám, a Nemzetgazdasági Minisztérium turizmusért felelős helyettes államtitkár elmondta: a tárca mint a turizmus stratégiai irányítója 2014 augusztusától szorosabban együttműködik háttérintézményeivel, így az MT Zrt.-vel. A turisztikai marketing és az agrármarketing összehangolása, a hatékonyabb közösségi agrármarketing megteremtése ennek az együttműködésnek része, és a program előrelépést hoz fontos termékek megismertetésében is. Az MT Zrt. koordinálásában megvalósuló egységes agrármarketingről őszig tartó konzultáció indul valamennyi érintett bevonásával - közölte.

A gasztronómia szerves része Magyarország arculatának, fontos megmutatni, hogy a külföldiek által megismert magyaros ízvilág újraértelmezhető - fogalmazott. Kitért arra is, hogy a minőségi gasztronómia és a borkultúra Magyarországon önálló turisztikai vonzerővé lépett elő, egy-egy rendezvény az utazás fő motivációja lehet. Üdvözölte a magyar agrártermékek és a turizmus közös promócióját, hozzáfűzve, hogy az együttműködés része a közösségi agrármarketing-kódex létrehozása.

Györffy Balázs, a Nemzeti Agrárgazdasági Kamara elnöke szerint hatékony marketing nélkül az agrárgazdaság fejlesztése "félkarú óriás". A testület az értékesítésben, a piacra jutásban minden eszközzel segíti a gazdálkodókat; tavaly ötszáz belföldi rendezvényen vettek részt, amelyeken a tagoknak megjelenési lehetőséget biztosítottak - ismertette. Egyre több fogyasztó választja a biztonságos magyar termékeket az importtermékekkel szemben, de a fogyasztókat folyamatosan tájékoztatni kell a magyar termékek megbízható minőségéről - tette hozzá.

Oravecz Márton, a Nemzeti Élelmiszerlánc-biztonsági Hivatal elnöke köszöntőjében rámutatott: a tanácskozás az első lépést jelenti a közösségi agrármarketing-kódex létrehozására. A kormány a magyar élelmiszerek piaci versenyelőnyét számos intézkedéssel igyekszik megteremteni, ide sorolta a hungarikumtörvény mellett a Magyar Élelmiszerkönyv kézműves élelmiszerekre vonatkozó irányelveit vagy a piacra jutást segítő Hagyományok, ízek, régiók programot. Az MT Zrt. kódexe jól illeszkedik a kkv-kra építő nemzeti vidékpolitika célrendszerébe, a hosszú távon eredményes stratégiához a szakma minden

szereplőjének közös akarata és összefogása szükséges - mondta. Hozzátette: az aláíróknak közösen kell vállalniuk a felelősséget termékeik folyamatos fejlesztése, a minőség javítása, valamint a tisztességes piaci magatartás és a reklámszabályok betartása érdekében.

A sajtóanyag szerint az új programban 2015 az előkészítés éve lesz, a finanszírozásnál nem számolnak többlet állami források bevonásával, a pénzügyi alapot az EU közösségi agrármarketing-forrásai és a partnerek együttesen biztosítják.

Forrás: www.mti.hu

A Magyar Turizmus Zrt. hároméves agrármarketing stratégiája (2015-2017)

A Magyar Turizmus Zrt. a 2014-2020-as európai uniós tervezési ciklushoz igazodva éves tervét 2015-től a középtávú stratégiai célkitűzések megfogalmazásával és 2017-ig szóló szakmai elképzelésekkel bővítette ki.

Az MT Zrt. Agrármarketing Centrum tevékenységével erősíteni kívánja az ágazat szereplőinek együttműködési hajlandóságát, illetve a közösségi marketingtevékenységben való aktív részvételüket. Legfőbb partnerei a termékpályákat képviselő reprezentatív és regionális szakmai szervezetek, az agrárium és a borászat területén tevékenykedő termelői csoportok, illetve az ágazatot irányító szervezetek.

Lipcsey György Imre, a Magyar Turizmus Zrt. vezérigazgató-helyettese a konferencián hangsúlyozta: az Agrármarketing Centrum tevékenységének döntő részét továbbra is a közösségi agrármarketing és közösségi bormarketing feladatok ellátása képezi. Hozzátette: küldetésünk, hogy a lehető leghatékonyabb módon teremtsünk piacot a minőségi hazai agrár-termékeknek, ez pedig csupán olyan gyökeres szemléletváltozás eredményeképpen érhető el, amely mind a finanszírozást, mind valamennyi tevékenységünket érinti.

Hozzátette: a megújulás stratégiai igénye hívta életre a Községi Agrármarketing Reform-Alapprogram (KAMRA) gondolatát is, amely az új szemléletű kezdeményezéseink összefoglaló elnevezése. A vezérigazgató-helyettes kiemelte: 2015 a KAMRA prémium fogyasztói magazin létrehozásának éve lesz, illetve a KAMRA azon részprojektjeit is idén készíti elő az Agrármarketing Centrum, amelyeket a 2016-ot követő években, fokozatosan vezetnek be.

A Magyar Turizmus Zrt. Agrármarketing Centrum hároméves (2015-2017) stratégiájának teljes szövege – regisztrációt követően – a következő linkről tölthető le 2015. február 26-a után: <http://szakmai.itthon.hu/teljes-agrarmarketing-strategia-igenylese>

Oroszország nem kér a lengyel sajtokból

2015. február 24.

Oroszország importstopot vezetett be a lengyel sajtokra. Az állam szövetségi fogyasztóvédelmi hivatala, a Roszpotrebnadzor hétfőn ismertetett közleménye szerint az intézkedés múlt péntektől, február 20-ától érvényes. A hatóság azzal indokolta a döntést, hogy az OSTROWIA Sp. lengyel cég által gyártott sajt nem felel meg az Oroszország vezette vámunió követelményeinek. Az, hogy pontosan miben vétkes a lengyel sajt, az a Roszpotrebnadzor közleményéből nem derült ki.

Oroszország tavaly augusztusban egy évre embargót vezetett be számos élelmiszertermékre az Európai Unióból, az Egyesült Államokból, Kanadából, Ausztráliából és Norvégiából.

Forrás: www.mti.hu

Ezen súlyos százmilliárdok múlhatnak - Egyre többen idegesek

2015. február 25.

Már alig van hátra egy hónap addig, amikor várhatóan megnyílik az úgynevezett egységes elektronikus agrártámogatási kérelmek idei benyújtási időszaka. Az FM az agrárszektor.hu-nak most újra megerősítette, hogy a gazdálkodók – hasonlóan a korábbi évekhez – április elsejétől adhatják be kérelmeiket a kifizető ügynökségként működő Mezőgazdasági és Vidékfejlesztési Hivatalhoz. A kérelmeket szankciómentesen az idén is május 15-ig lehet majd benyújtani.

Ugyanakkor nagyrészt továbbra sem jelentek meg azok az új rendeletek, amelyek a támogatás-igénylések alapjául szolgálnának. Most ezeknek azért van különös jelentőségük, mert az idéntől kell először alkalmazni a 2015-2020. közötti új uniós Közös Agrárpolitika szabályait, amelyek sok esetben jelentősen eltérnek az eddigiektől. A megváltozott feltételekről pedig nemzeti hatáskörben rendeleteket kell hozni, amelyek a támogatási kérelmek benyújtását is meghatározzák.

A közvetlen kifizetésekhez kapcsolódó hét tervezett FM-rendelet

1. Aktív gazda rendelet
2. Egységes kérelem rendelet
3. A termeléshez kötött támogatási jogcímek feltételeiről szóló rendelet
4. SAPS és ÁNT igénybevételi feltételekről szóló rendelet
5. Zöldítési rendelet
6. Fiatal gazda rendelet
7. Kisgazdaságok egyszerűsített támogatásáról szóló rendelet

Az agrártárcának azokat a jogszabályokat kell megjelentetnie, amelyek az úgynevezett közvetlen kifizetésekhez kapcsolódnak. A minisztérium közlése szerint hét ilyen rendeletet kell közzétenni, mégpedig az egységes kérelmekről, az aktív gazdákról, a termeléshez kötött támogatási jogcímekről, a zöldítésről, a fiatal gazdákról, a kisgazdaságok egyszerűsített támogatásáról, illetve az egységes területalapú támogatásokról (SAPS) és átmeneti nemzeti támogatásokról (ÁNT).

Várható agrár-vidékfejlesztési jogcímek az idei egységes kérelmekben

Jogcímek, amelyeknél kifizetési kérelmek nyújthatók be:

1. mezőgazdasági területek erdősítéséhez nyújtandó támogatás
2. erdészeti potenciál helyreállítására nyújtandó támogatás
3. ültetvények korszerűsítéséhez, telepítéséhez nyújtandó támogatás
4. rövid vágásfordulójú fás szárú energiaültetvények telepítéséhez nyújtott támogatás
5. évelő, lágy szárú energiaültetvények telepítéséhez nyújtandó támogatás
6. agrár-erdészeti rendszerek mezőgazdasági földterületeken történő első létrehozásához nyújtandó támogatás
7. agrár-környezetgazdálkodási támogatás
8. erdő-környezetvédelmi intézkedésekhez nyújtandó támogatás
9. erdőszerkezet átalakításához nyújtandó támogatás
10. kertészeti ültetvények korszerűsítéséhez, korszerű ültetvények létesítéséhez nyújtandó támogatás
11. gyümölcs és kertészeti ültetvények korszerűsítéséhez, létesítéséhez 2011. évtől nyújtandó támogatás
12. nem termelő mezőgazdasági beruházásokhoz nyújtandó támogatás

13. erdei közjóléti létesítmények megvalósításához nyújtandó támogatás
14. erdőterületeket érintő tűzkárok megelőzéséhez nyújtandó támogatás

Jogcímek, amelyeknél támogatási kérelmek nyújthatók be:

1. kedvezőtlen adottságú területeken történő gazdálkodáshoz nyújtandó kompenzációs támogatás
2. Natura 2000 gyepterületeken történő gazdálkodáshoz nyújtandó kompenzációs támogatás
3. Natura 2000 erdőterületeken történő gazdálkodáshoz nyújtandó kompenzációs támogatás

Az idei egységes kérelmekben a közvetlen kifizetési jogcímek mellett agrár-vidékfejlesztési támogatásokat is lehet majd igényelni, utóbbiak felügyelete azonban most már nem az FM-hez, hanem a Miniszterelnökséghez tartozik. Olyan kifizetési és támogatási kérelmekről lehet majd benyújtani, amelyek még az előző uniós költségvetési ciklus hazai vidékfejlesztési programjához kapcsolódnak.

Bővebben: www.agrarszektor.hu

Hogyan dolgozhat hatékonyan együtt kereskedő és beszállító?

2015. február 25.

Az Élelmiszer szaklap és a Tesco közös workshopot szervezett a tej-, a zöldség-gyümölcs és a borágazat szereplői számára, amely során arra kerestük a választ, hogyan lehet minél gyümölcsözőbb, gördülékenyebb a kooperáció a kereskedő és a beszállító között?

A budapesti Robinson étteremben rendezett eseményen az előadások sorát Zsigó Róbert, az FM élelmiszerlánc-felügyeletért felelős államtitkára nyitotta meg egy általános ismertetővel. Az államtitkár beszélt a kormány élelmiszeripari fejlesztési stratégiájáról, hogy miért fontos ez a kormányzat és a nemzetgazdaság számára. Zsigó Róbert kiemelte: az egészséges és biztonságos élelmiszer nemzetbiztonsági kérdés, fejlesztésekkel kell felvenni a versenyt a fekete gazdasággal, emellett cél a lakosság egészséges, biztonságos és hazai forrásokból származó élelmiszerekkel való ellátása. Fontos emellett az élelmiszerlánc optimalizálása, valamint az export növelése is. „Nehéz feladat ezt végrehajtani, hisz sajnos tőkehiányosak az élelmiszeripari ágazatok, nehéz hitelhez jutni” – mondta az államtitkár. – „Ennek következtében műszaki, technológiai lemaradásban vagyunk, amiért gyengül a feldolgozás szerepe az élelmiszerláncban” – tette hozzá Zsigó Róbert. A fenti okok miatt a versenyképesség szűkült, a kormány ezért nyilvánította stratégiai ágazattá az élelmiszeripart 2011-ben. A stratégia célja stabil finanszírozáshoz segíteni az élelmiszeripari vállalkozásokat, segíteni az innovatív, hatékony vállalkozások alakulását, hogy korszerű tudással rendelkező munkaerő dolgozzon minden területen. „Ezen túl társadalmi céljaink is vannak” – folytatta az államtitkár. – „A biztonságos élelmiszerellátás, az egészséges életmód népszerűsítése, a munkahelyteremtés, a környezeti állapot fenntartása, megőrzése, valamint az export növelése.”

Ha ez megvalósul, közel 300 milliárd forintból lehet majd segíteni az ágazatot, illetve a mezőgazdaságot, nem csak nemzeti, hanem EU-s forrásokat is bevonva. A vidékfejlesztési programból 200, a GINOP programból pedig 100 milliárd forint állhat rendelkezésre. Az előbbi mikro- és kisvállalkozások vehetnék igénybe, míg az utóbbit a kis- és középvállalkozások, de a kormány gondolkozik a kör kiszélesítéséről. „A kormány ezzel azt szeretné elérni, ha a fejlesztések 4-5 százalékkal bővüljenek, a belföldi értékesítés 7-10, míg az export 30 százalékkal növekedne, az élelmiszer feldolgozás 10-15 százalékkal emelkedjen, illetve több munkahely teremthető. Közvetve így több friss élelmiszer lesz a polcokon, javul a lakosság egészségügyi állapota és az élelmiszerek minősége, összességében kevésbé lesz kiszolgáltatott a magyar élelmiszeripar” – zárta előadását Zsigó Róbert.

Harcz Zoltán, a Tej Szakmaközi Szervezet és Terméktanács ügyvezető igazgatója előadásában áttekintette az ágazat piaci változásait, adottságait. Az elmúlt 32 évben három törés volt a tejágazat helyzetének alakulásában: a rendszerváltás, az EU csatlakozás, illetve a 2009-es tejpiazi válság. A helyzetet az EU csatlakozásig az jellemezte, hogy többet termeltünk, mint amennyit fogyasztottunk, ez a csatlakozás után egyensúlyba került.

Az ügyvezető igazgató elmondta, hogy elkészítették az ágazat 2014-2020-as fejlesztési tervét, amely célul tűzte ki, hogy 2020-ra ismét elérje a 200 litert az egy főre eső tej, illetve tejtermék fogyasztás. Az export-import jelenleg egyensúlyban van, viszont komoly szerkezeti probléma figyelhető meg. A nyerstej képezi az export döntő részét, ugyanakkor az import terén a feldolgozott termékek, a dobozos tej, a félkemény sajtok dominálnak. 2009 és 2011 között volt a dobozos tejek importja terén a csúcs, 2012-ben a diszkriminatív árképzés tilalma ezen gyökeresen változtatott.

Harcz Zoltán kiemelte a Terméktanács és az őt, a szervezethez csatlakozott kiskereskedelmi lánc közötti együttműködés fontosságát. Ennek célja többek között a hosszú távú elkötelezettség a tejágazat fejlődése mellett, közös promóciók szervezése, a fellépés a szürke és feketegazdaság ellen, törekvés a karbonlábnyom visszafogására, illetve a gazdaságosság növelésére és az áfa csökkentés érdekében. Az ügyvezető igazgató beszélt a Terméktanács Kereskedelmi és Marketing Bizottsága munkájának fontosságáról. Ebben a grémiumban a gyártók és kereskedők áttekinthetik az aktuális kérdéseket, szakmai egyeztetéseket folytatnak. Harcz Zoltán szólt a közösségi marketingalap kiterjesztéséről is, amelynek fontos szerepe lehet abban, hogy a 2014-2020 időszakban, a kvótakivezetés után ne csökkenjen, hanem emelkedőbe forduljon az ágazat teljesítménye.

Féja Balázs, a Tesco Global Áruházak Zrt. minőségbiztosítási vezetője az áruházláncok együttműködési lehetőségeiről beszélt, központban a saját márkás termékekkel és a minőségbiztosítással. „A Tescónál a vásárlók érdeke az első – hangsúlyozta Féja Balázs. Két irány fontos: a saját márkás termékek fejlesztése, valamint az élelmiszerbiztonsági, higiénia folyamatok koordinálása.” Ennek érdekében több feltételnek is teljesülnie kell. A termékeket szükséges folyamatosan fejleszteni, etikus, szakmailag kifogástalan áru kerüljön a polcra, valamint a raktárakban folyamatosan ellenőrizték a termékeket. Emellett az áruházakban kifogástalanul kell kezelni a termékeket, a legmagasabb szintet kell képviselni a tárolásban, a kihelyezésben. Ezeken felül a törvényben előírt és a TESCO saját minőségbiztosítási feltételeinek is meg kell felelniük. Ennek érdekében Magyarországon kb. 180, világszerte 1300 munkatárs felügyeli a minőséget. Féja Balázs fontosnak tartotta hangsúlyozni, hogy fontos egy harmadik, független fél bevonása is az auditálásba.

A TESCO saját márkás stratégiája három pillérre épül, a Finest, a Value és a Standard termékekre. Ahhoz, hogy ezeket a termékeket tovább fejlesszék, több információra is szükség van, amit részben a vásárlói szokások elemzése, részben a klubkártya adatok és a vásárlók megkérdezése után szereznek be. „A TESCO Magyarországon kb. 180 beszállítóval közösen 1450 saját márkás terméket fejlesztett, évente hozzávetőleg száz újat – folytatta Féja. A jövőben sem pihenhetünk, folyamatosan fejlesztenünk kell, még több ellenőrzést kell végeznünk, optimálisabbá kell tenni a hulladékgazdálkodást.” A TESCO-nak eredményei e téren például az együttműködés az Élelmiszerbankkal, a még nem lejáratú idejű, de áruházban már nem forgalmazott termékek továbbadásáról. Szintén büszkeséggel tölti el a vállalatot, hogy már 29 saját márkás termék érdemelte ki a Kiváló Magyar Élelmiszer védjegyet.

Harcz Zoltán szerint a két legfontosabb európai trend a hazai tejtermékek, illetve a minden piaci szereplő számára tisztességes jövedelmet, ugyanakkor a vásárlók számára megfizethető

árakat biztosító „fair milk” vonal preferálása. A hazai tejipar előtt álló egyik legfontosabb feladat a korszerűsítés, mivel például Nyugat-Európában korszerű technológiával egy kilogramm tejpor előállítása 70-80 forintba kerül, addig ez Magyarországon ez az összeg 200 forint. A Terméktanács továbbra is erősíteni kívánja a kiskereskedelmi láncokkal a kapcsolatot, a hazai tejtermékek promotálása után a következő fontos üzenetük a fenntarthatósággal kapcsolatos, nevezetesen a karbon lábnyom csökkentése lesz. A Terméktanács marketingcélja végső soron, hogy divattá tegye a tejfogyasztást. A védjegyekről az ügyvezető igazgató elmondta: alapvető termékeknél és döntő árkülönbség esetén nem működik a védjegy, ilyen esetben valóban csak a pénztárig tart a vásárló lojalitása. Ugyanakkor az ágazatnak szüksége van egy saját védjegyre, ez a tejszív védjegy-család, amelynek felépítésén dolgoznak.

Féja Balázs beszélt a megváltozott piaci környezetről, arról, hogy megszűntek a dömpingszerű áruháznýtások, és a vásárlók a kisebb formátumú üzletek felé fordultak. A növekedés egyik záloga az olcsó és igényes saját márkák fejlesztése, illetve azok fenntartása, akár helyi, regionális szinten is, és akár könnyített szabványok alkalmazásával is. A minőségbiztosítási vezető a saját márkákkal kapcsolatban elmondta, hogy nem igaz, hogy a piacon mindent az ár dönt el. A saját márkás szegmens több irányba mozdul, a különféle elvárásokat különbözőképp elégítik ki. A Value termékeknek is minőséget kell képviselniük, hiszen hosszú távon csak ez lehet a siker biztosítója. A termékfejlesztés a TESCO-nál több lábon áll – mondta el Féja Balázs. Többek között a kereskedelmi lánc technológusai rendszeresen látogatják a saját márkák gyártóit, jó ötleteket gyűjtenek, konzultálnak a fejlesztési lehetőségekről. Egy másik irány, amikor több megközelítésben a vásárlók véleményét kutatják, tesztelik. Emellett Krakkóban működik egy nemzetközi csapat az innovációkon, itt már az európai trendeket is tudják vizsgálni.

Dr. Pleva György felidézte, hogy az EU-hoz való csatlakozás felkészületlenül érte mind a kereskedőket, mind a fogyasztókat. A vásárlók nehezen dolgozták fel az árudömpinget, a gyártók és a kereskedők az óriási konkurenciát. A NÉBIH célja jelenleg is a fogyasztók tudatformálása, a biztonságos, hazai termékek felé orientálása. Az igazgató a védjegyekkel kapcsolatban elmondta, hogy előkészületben van egy rendelet, amely szabályozni fogja, rendezett keretek közé tereli a védjegyhasználatot. Megszabja, mi az a plusz tartalom, amit a védjegy viselője kínál, feltételrendszert alakít ki, mely alapján a NÉBIH is végez majd ellenőrzéseket, auditokat. Pleva György hangsúlyozta, cél visszaadni a KMÉ jelölés régi értékét, hogy a gyártók tudják, mit kell terméküknek garantálniuk, a vevők pedig biztosak lehessenek benne, mit várhatnak el egy adott terméktől. Forrás: www.elelmiszer.hu

Vasárnapi zárva tartás: lépett a Lidl

2015. február 26.

Március 1-től meghosszabbítja üzleteinek nyitva tartását a Lidl, amelynek legtöbb boltja a jövő hónaptól 7-21 óra között lesz nyitva, de összesen 40 budapesti és vidéki egységben 22 óráig lehet majd vásárolni, sőt, akad néhány olyan üzlet is, amely már 6:30-kor kinyit.

A Lidl-üzletek egy része jelenleg már 20 órakor bezár, sok üzlet pedig ma is 7-21 óra között tart nyitva. Bár a Lidl most nem közölte, miért hosszabbítja meg a nyitva tartást, korábban több áruházlánc, például a Praktiker és az Ikea is a kiskereskedelmet érintő vasárnapi korlátozások március 15-i bevezetése miatt döntött úgy, hogy hétköznapi és szombaton is tovább várja a vevőket. Forrás: www.hvg.hu

Növekvő támogatások az agráriumban

2015. február 26.

A kormányzat arra törekszik, hogy az agráriumban dolgozóknak stabil megélhetést biztosítson és az intézkedésekkel új, versenyképes béreket nyújtó munkahelyeket teremtsen - mondta Viski József, a Miniszterelnökség agrár-vidékfejlesztési programokért felelős helyettes államtitkára.

A Miniszterelnökség Agrár-vidékfejlesztésért Felelős Államtitkárságának tájékoztatása szerint "A jövő agrárgazdasága - az agrárgazdaság jövője" címmel rendezett konferencián a helyettes államtitkár a 2014-2020-as vidékfejlesztési politika új irányait mutatta be.

A program megvalósítására 2020-ig több mint 1200 milliárd forint fejlesztési forrás áll rendelkezésre. A program legfontosabb fejlesztési céljai közé tartozik a vidéki munkahelyek megőrzése és új munkahelyek teremtése a mezőgazdaságban, főként az olyan munkaigényes ágazatokban, mint az állattenyésztés, zöldség- és gyümölcsstermesztés, a kertészet vagy az élelmiszer-feldolgozás. A vidékfejlesztési program a kis- és közepes - főként családi - gazdaságok támogatását helyezi előtérbe, hiszen ezek a vállalkozások jelentős munkahelyteremtő képességgel rendelkeznek, és a legtöbb embert foglalkoztatják.

A kormány stratégiai célkitűzésként kezeli a klímaváltozásra történő felkészülést is. Ezért ösztönzi a környezetkímélő gazdálkodási módokat, a megújuló energiák használatát, az erdőterületek növelését és a minőségi, fenntartható erdőgazdálkodást. Kiemelten támogatja továbbá a vízgazdálkodási célú beruházásokat, az állattenyésztés és a kertészetek technológiafejlesztését, a kisméretű gabonátárolók létesítését és szárítók korszerűsítését.

Beruházásokra mintegy 460 milliárd, agrár-környezetvédelemre, valamint a klímaváltozás hatásainak csökkentésére 191, az ökológiai gazdálkodásra 63, állatjóléti támogatásokra 43, míg kockázatkezelési beruházásokra mintegy 30, a termelői piacok támogatására várhatóan 26 milliárd forintot fordít a kormány 2020-ig.

A jelenlegi programozási időszakban lényegesen egyszerűbbé, gyorsabbá és hatékonyabbá válik a pályázati rendszer, csökkentve a gazdálkodók adminisztrációs terheit. A kormány az új, hatékonyabb forráselosztást biztosító eljárásrenddel kívánja garantálni, hogy a rendelkezésre álló pénzüsségeket a kis- és közepes méretű gazdaságok minél kézzel foghatóbb módon és sikerebben használják fel.

A Miniszterelnökség több fázisban döntött agrár-vidékfejlesztési jogcímrendeletek módosításáról. A rendeletek módosítása a gazdák egyértelmű támogatása, a rájuk nehezedő teher és a szankciók csökkentése mellett hozzájárul a 2007-2013 közötti ciklusban lekötött, Európai Mezőgazdasági és Vidékfejlesztési Alapból kifizetett pénzüsségek optimálisabb felhasználásához is - hívja fel a figyelmet a tájékoztatás.

Emellett 2020-ig a közvetlen kifizetéseknek, a vidékfejlesztési támogatásoknak és a "Még több munkahelyet a mezőgazdaságba!" programnak köszönhetően a magyar vidék és a gazdátársadalom összességében mintegy 3761 milliárd forintra számíthat. Ez egészül ki a 180 milliárd forintos nemzeti forrással. Így megközelíti a 4000 milliárd forintot a magyar mezőgazdaságra, valamint agrár-vidékfejlesztésre fordítható összeg nagysága - olvasható az összegzésben. Forrás: www.mti.hu

Elkészült az élelmiszer-feldolgozási stratégia

2015. február 26.

Elkészült az élelmiszer-feldolgozási stratégia, amelyet várhatóan néhány héten belül tárgyal meg a kormány – jelentette be a Földművelésügyi Minisztérium élelmiszerlánc-felügyeletért felelős államtitkára. Zsigó Róbert felidézte: az élelmiszeripar fejlesztési stratégiájáról szóló jelentést a kormány már múlt év decemberében megtárgyalta. A magyar élelmiszeripar

megújításának finanszírozására mintegy 300 milliárd forint uniós forrás áll rendelkezésre 2020-ig – tette hozzá.

A stratégia sarkalatos célkitűzései között szerepel: az élelmiszeripari vállalkozások stabil finanszírozási és gazdálkodási feltételeinek biztosítása; az innováció ösztönzése; az élelmiszeriparban dolgozók tudásának korszerűvé tétele. Mindez erősíteni fogja az élelmiszeriparnak az élelmiszerláncban elfoglalt pozícióját – mondta az államtitkár.

Az államtitkár a fórumon jelentős eredménynek nevezte, hogy uniós forrásokat sikerül bevonni a magyar élelmiszeripar fejlesztésére, mivel eredetileg az unió ezt nem kívánta támogatni. A támogatással a magyar mezőgazdasági alapanyag-termeléssel kapcsolatban álló mikro- és kisvállalkozások élelmiszer-feldolgozását kívánják segíteni. Emellett a nem elsődleges feldolgozást végző élelmiszeripari kis- és közepes vállalkozások az NGM forrásaiból kaphatnak fejlesztési támogatást. Nem sikerült viszont Brüsszelben elérni azt, hogy a nagy vállalkozások uniós közösségi forráshoz juthassanak. Ezért az FM-ben, az NGM-ben és a Miniszterelnökség agrár-vidékfejlesztési államtitkárságán vizsgálják, hogy a nagy vállalkozások támogatását miként lehet nemzeti forrásból megoldani.

A fejlesztések eredményeként szeretnék elérni, hogy a magyar élelmiszeripar jövedelmezősége a mostani nulla körüli szintről 4-5 százalékra növekedjen. Továbbá a belföldi értékesítés évi 10 százalékkal, az export pedig évi 30-40 százalékkal emelkedjen. Emellett célkitűzés az is, hogy közvetlenül az élelmiszer-feldolgozásban dolgozók száma 10-15 ezerrel emelkedjen.

Forrás: www.trademagazin.hu

A Metro sem nyithat ki vasárnap?

2015. február 27.

A Metro áruházak sem nyithatnak ki vasárnaponként március 15-étől, ha megszavazza a parlament a fideszes Szatmáry Kristóf módosító indítványát. Eszerint bekerülne a kereskedelmi törvénybe egy pontosítás, amellyel bezárnák a nagykereskedők nyitva tartásával kapcsolatos kiskaput.

A vasárnapi nyitva tartás tilalma eredetileg a kiskereskedelemre vonatkozott, ezért a Metronál felvették: lehet, hogy rájuk nem is vonatkozik a korlátozás.

Az áruházlánc vevőinek jelentős része nem egyszerű vásárló ugyanis, hanem olyan vállalkozók, akik tovább értékesítik a Metronál megvett termékeket.

Szatmáry Kristóf módosító indítványa szerint azonban beletennék a kiskereskedelmi törvénybe, hogy az az üzlet, amely egyszerre működik kis- és nagykereskedőként, a vasárnapi tilalom szempontjából kiskereskedőnek számítana. Ezzel a Metro áruház esetében is egyértelművé tennék a szabályozást.

Forrás: www.hvg.hu

Rugalmasabb lesz az EKAER

2015. február 28.

Vasárnaptól már ellenőrzik az EKAER használatát a Nemzeti Adó- és Vámhivatal munkatársai, visszaélés esetén pedig büntetést is kiszabnak.

A fő változás, hogy vasárnaptól a részletszabályokat az adózás rendjéről szóló törvény helyett minisztériumi rendelet tartalmazza.

Az NGM rendelet megtartotta az EKAER rendszer koncepcióját, tehát 2015. március 1-jétől nem lép hatályba olyan változtatás, amely felkészülési időt igényelne. A vasárnaptól érvényes új rendelkezések a korábbi szabályok egyértelművé tételét célozzák. Továbbá ezen időponttól

bővülnek az EKAER hatálya alá nem tartozó tevékenységek. A rendelet kihirdetése és hatályba lépése közötti rövid idő miatt nem fogja hátrány érni a vállalkozásokat.

Az EKAER működéséről szóló rendeletből több szabály is későbbi időpontban lép hatályba. Így a kockázati biztosítékadásra vonatkozó kötelezettség és az erre vonatkozó szabályok 2015. március 11-étől, az informatikai fejlesztést igénylő rendelkezések pedig 2015. április 1-jétől, illetve 2015. június 1-jétől hatályosak.

Az EKAER január elsején indult, a rendszer célja a jogkövető piaci szereplők pozíciójának erősítése, az áruforgalom átláthatósága, a gyakran emberi egészséget veszélyeztető élelmiszerekkel kapcsolatos visszaélések kizárása és nem utolsósorban az adóelkerülők kiszűrése. Forrás: www.elelmiszer.hu

Ismét van elnöke az MVH-nak

2015. március 1.

Gyuricza Csaba, a Szent István Egyetem Mezőgazdaság- és Környezettudományi Karának eddigi dékánja lesz az uniós agrár- és vidékfejlesztési támogatások kifizető ügynökségeként működő Mezőgazdasági és Vidékfejlesztési Hivatal új elnöke – erősítette meg az agrárszektor.hu-nak Fazekas Sándor földművelésügyi miniszter. Az agrárgazdasági csúcshivatal élére csaknem hat hónap után kerül elnök, mivel az MVH előző vezetője még tavaly szeptember 10-én mondott le.

Gyuricza Csaba március 1-től tölti be az MVH elnöki tisztét – közölte az agrárszektor.hu-val Fazekas Sándor, de a kinevezéssel kapcsolatban további részleteket nem kívánt közölni.

Az évi több százmilliárd forintos agrár- és vidékfejlesztési támogatást kifizető MVH-nak csaknem fél éve nem volt elnöke, mivel Palkovics Péter előző elnök tavaly szeptember 10-vel mondott le. Az új elnök kinevezését az elmúlt hónapokban elsősorban az hátráltatta, hogy Fazekas Sándor és Lázár János Miniszterelnökséget vezető miniszter az utódlás kérdésében nem tudott egyezségre jutni. A Miniszterelnökség azért vált érintetté az MVH-val kapcsolatos ügyekben, mert tavaly az agrár-vidékfejlesztést átvette az agrártárcától, így 2015-2020 között több mint 1200 milliárd forintnyi uniós és hazai forrás felhasználásáért vált felelőssé.

Az MVH-t az utóbbi időszakban Kentési Sándor általános elnökhelyettes irányította, akit 2014. szeptember 23-tól neveztek ki. A hivatal másik elnökhelyettesi posztja betöltetlen maradt.

Az új elnöknek legfontosabb első feladatként szakértők szerint azt kell biztosítani, hogy zökkenőmentesek legyenek az idei agrár- és vidékfejlesztési támogatási igénylések. A Földművelésügyi Minisztérium korábbi közlése szerint az ügynevezett egységes elektronikus támogatási kérelmek benyújtási időszaka egy hónap múlva, április elsején kezdődik meg. A támogatási rendszer az idéntől jelentősen megváltozik a korábbiakhoz képest, mivel az új uniós Közös Agrárpolitika – a tavalyi átmeneti időszak után – mostantól válik esedékessé.

Budapest, 2015. március 3.

A piaci hírek adott hónapon belüli esetleges változásainak pontosabb követhetősége érdekében a sajtócikkek megjelenési sorrendben kerülnek feltüntetésre.