



BORJOG HÍRLEVÉL

2012. január / 28. szám

A Kormány 2011. december 27-én 1498 sz. határozatával a következőkről döntött:

- a közösségi bormarketing tevékenységgel kapcsolatos feladatokat – a Vidékfejlesztési Miniszter szakmai felügyeletével - a jövőben az AMC helyett a Magyar Turizmus Zrt. látja el.
- bor forgalombahozatali járulék megszűnik.

A jövőt a hatályos jogszabályokban vizsgálva láthatjuk, hogy - a fent idézett Korm.határozat mellett – még az agrárpiaci rendtartás (2003. évi XVI. törvény) említ közösségi bormarketinget, amikor rögzíti, hogy a borágazatban elismert szakmaközi szervezet tevékenységeinek elvégzéséhez, közösségi bormarketing célokra tagjaitól piacfejlesztési hozzájárulás formájában marketingjárulékot szedhet.

A helyzet tehát most az, hogy:

- a forgalombahozatali járulék eltörlésre kerül, a közösségi bormarketing eddigi rendszere megszűnik.
- a szőlő- és borágazatban a szakmaközi szervezet megalakítása folyamatban van, amihez gyakorlatilag az ágazathoz (bor előállításához, forgalmazáshoz, feldolgozáshoz) kapcsolódó gazdasági tevékenységek képviselőinek (pl. borászoknak, kereskedőknek) kell megegyezniük egymással szervezeti és működési kérdésekben, így többek között a piacfejlesztési hozzájárulás mértékéről, a beszedett pénzek kezeléséről és felhasználásáról.
- feltehetőleg megjelölésre kerülnek majd azok a források, amelyből a Magyar Turizmus Zrt. el tudja látni új feladatait.

Ahogy arra a Borászportálon írt cikkemben is utaltam (www.boraszportal.hu/hirszuret/20120126/helyzet-a-kozossegi-bormarketingben), jónak tartottam az eddigi rendszerben (sok hibája mellett), hogy volt a jogrendszerbe a megfelelő garanciákkal beépített forrás, amelyet a borásztársadalom többsége elfogadott, a kisebbség pedig hatékonyan rászorítható volt arra, hogy kötelezettségének a forrás biztosítása érdekében eleget tegyen.



Megítélésem szerint a közösségi bormarketing hazai működtetésének rendszerében az egyetlen igazán jó elem a forgalombahozatali járulék volt, ami megfelelő anyagi alapot teremtett a feladatok ellátásához. Erre az anyagi alapra könnyebben felépíthető egy hatékony bormarketing stratégia, mintha ugyanazon cél érdekében többféle szervezet dolgozik, többféle forrásból (vagy forrás nélkül).

Igazságosnak és célszerűnek tartanám azt is, hogy a közösségi bormarketing hazai rendszerének kialakításában (így a döntésekben járulékok eltörléséről, bevezetéséről) – a rendszer működtetésében is részt vevő - borászok, az ágazat képviselői is részt vehessenek.

Tisztelettel:

dr. Prónay Bence

ügyvéd, borjogász

www.borjog.hu

Email: bence.pronay@nkkb.hu

Telefon: +361 269-37-67, +361 269-44-12

Mobil: +36 30-445-30-54

Fax: +361 269-12-76

A jelen hírlevél csak tájékoztató jelleggel, a teljesség igénye nélkül tartalmazza a hivatkozott jogszabályhelyeket. Irodánk csak a megbízás alapján nyújtott tanácsadásért vállal felelősséget.