

**Verordnung
über die Ausdehnung der Selbsthilfemassnahmen
von Branchen- und Produzentenorganisationen
(Verordnung über die Branchen- und Produzentenorganisationen,
VBPO)**

Änderung vom 25. Februar 2009

*Der Schweizerische Bundesrat
verordnet:*

I

Anhang 2 der Verordnung vom 30. Oktober 2002¹ über die Branchen- und Produzentenorganisationen wird gemäss Beilage geändert.

II

Diese Änderung tritt am 15. März 2009 in Kraft.

25. Februar 2009

Im Namen des Schweizerischen Bundesrates

Der Bundespräsident: Hans-Rudolf Merz

Die Bundeskanzlerin: Corina Casanova

¹ SR 919.117.72

Anhang 2
(Art. 11)*Teil A***A. Produzentenorganisation Schweizer Milchproduzenten****1. Höhe der Beiträge**

Nichtmitglieder müssen folgende Beiträge an den Verband der Schweizer Milchproduzenten (SMP) als Produzentenorganisation nach Artikel 2 Absatz 2 leisten:

- a. 1 Rappen je Kilogramm vermarktete Milch zugunsten der Massnahmen nach Ziffer 2.1;
- b. 0,725 Rappen je Kilogramm vermarktete Milch zugunsten der Massnahmen nach Ziffer 2.6.

2. Verwendung der Beiträge

2.1 Der gemäss Ziffer 1 Buchstabe a geleistete Beitrag muss für folgende zeitlich befristete Massnahmen eingesetzt werden:

- a. Intervention bei Veredelungsverkehrsbegehren;
- b. Intervention zur Förderung des Absatzes von Butter zur Verwendung in Gewerbe und Industrie im Inland;
- c. Intervention beim Absatz von Rahm im Speiseeis;
- d. Intervention zugunsten von Rahmexporten.

Ende Jahr nicht aufgebrauchte Mittel können im nächsten Jahr für dieselben Massnahmen verwendet werden.

2.2 Bevor Massnahmen nach Ziffer 2.1 getroffen werden, sind die Organisation der gewerblichen Milchverarbeiter (Fromarte), die Vereinigung der Schweizer Milchindustrie (VMI), die Branchenorganisation Butter (BOB) und der Verein Schweizer Milch (VSM) zu konsultieren. Die Konsultation betrifft die Notwendigkeit der Intervention, die Art und die Dauer der Massnahmen sowie die eingesetzten Mittel.

2.3 Der SMP informiert die konsultierten Organisationen und das Bundesamt umgehend über die beschlossenen Massnahmen, die Zeitdauer der Massnahmen und, nach deren Umsetzung, über den eingesetzten Betrag ($\text{Menge} \times \text{Ansatz} = \text{Betrag}$) pro Massnahme.

2.4 Wenn es technisch möglich ist, muss für Massnahmen nach Ziffer 2.1 eine Ausschreibung stattfinden.

2.5 Mit dem Jahresbericht nach Artikel 13 sind die eingesetzten Mittel pro Firma zuhanden der Verwaltung mitzuteilen.

2.6 Der gemäss Ziffer 1 Buchstabe b geleistete Beitrag muss für folgende internationale, nationale oder regionale Selbsthilfemassnahmen zur markenneutralen Absatzförderung im In- und Ausland eingesetzt werden:

- a. Marktforschung;
- b. gattungsbezogene Basiswerbung;
- c. gattungsbezogene Verkaufsförderungsmassnahmen;
- d. Öffentlichkeitsarbeit über ernährungsphysiologischen Wert, Frische und Qualität von Milch und Milchprodukten;
- e. branchenübergreifende Massnahmen in Zusammenarbeit mit der Agro-Marketing Suisse (AMS);
- f. Marketingmassnahmen der Switzerland Cheese Marketing (SCM) zugunsten des Schweizer Käses.

3. Weitergabe von Daten

Die Administrationsstellen Milchkontingentierung und die TSM übermitteln dem SMP auf Anfrage folgende Daten:

- a. die Adressen der Milchverwerter und der Direktvermarkter;
- b. die Milchmenge, welche die Produzentinnen und Produzenten den Milchverwertern verkauft haben.

4. Geltungsdauer

Die Beitragspflicht für Nichtmitglieder gilt:

- a. für den Beitrag nach Ziffer 1 Buchstabe a bis zum 31. Dezember 2009;
- b. für den Beitrag nach Ziffer 1 Buchstabe b bis zum 31. Dezember 2011.

