

UCHWAŁA Nr 06/2011

Komisji Zarządzającej Funduszu Promocji Owoców i Warzyw z dnia 01 sierpnia 2011 r. w sprawie zmiany Planu Finansowego Funduszu Promocji Owoców i Warzyw na rok 2011

Działając na podstawie § 5 ust. 1 Regulaminu Komisji Zarządzającej Funduszu Promocji Owoców i Warzyw, w związku z art. 8 ust. 5 ustawy z dnia 22 maja 2009 r. o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych (Dz. U. 09.97.799), uchwała się, co następuje:

§ 1

Komisja Zarządzająca Funduszu Promocji Owoców i Warzyw **postanawia dokonać** zmiany Planu Finansowego Funduszu Promocji Owoców i Warzyw na rok 2011 polegającej na :

1. wprowadzeniu zadania nr 9 pn. „Składka członkowska w organizacji PROGNOSEFRUIT” w kwocie 8 000,00 PLN;
2. wprowadzeniu zadania nr 10 pn. „Promocja znaku POLSKIE JABŁKA WYSOKIEJ JAKOŚCI” na lata 2011 – 2013 w łącznej kwocie 1 469 000,00 PLN, z zastrzeżeniem wypłaty zaliczki w wysokości 20 % kwoty wsparcia.
3. wprowadzeniu zadania nr 11 pn. „Ciocia Jabłonka i Wujek Seler z Krainy Witaminy” na lata 2011 – 2012 w łącznej kwocie 457 326,00 PLN.

§ 2

Plan Finansowy Funduszu Promocji Owoców i Warzyw na rok 2011, uwzględniający zmiany wprowadzone, stanowi załącznik do niniejszej uchwały.

§ 3

Uchwała wchodzi w życie w dniu podjęcia.



PRZEWODNICZĄCY KOMISJI

SEKRETARZ KOMISJI

Plan Finansowy Funduszu Promocji Owoców i Warzyw na rok: 2011

1. Zgodnie z ustawą z dnia 22 maja 2009 r. o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych środki Funduszu Promocji Owoców i Warzyw mogą zostać przeznaczone na:

- 1) Działania mające na celu informowanie o jakości i cechach, w tym zaletach, owoców lub warzyw oraz ich przetworów,
- 2) Działania mające na celu promocję spożycia owoców lub warzyw oraz ich przetworów, w szczególności przez dzieci i młodzież,
- 3) Udział w wystawach i targach związanych z produkcją owoców lub warzyw oraz ich przetworów lub przetwórstwem owoców lub warzyw,
- 4) Badania rynkowe dotyczące spożycia owoców lub warzyw oraz ich przetworów,
- 5) Badania naukowe i prace rozwojowe mające na celu poprawę jakości owoców lub warzyw oraz ich przetworów oraz prowadzące do wzrostu ich spożycia,
- 6) Szkolenia producentów i przetwórców owoców lub warzyw,
- 7) Działalność krajowych organizacji branżowych, w tym ich przedstawicieli, biorących udział w pracach specjalistycznych stałych i roboczych komitetów organizacji międzynarodowych lub będących członkami statutowych organów tych organizacji, zajmujących się problemami rynku owoców lub warzyw,

1) stan rachunku bankowego Funduszu Promocji Owoców i Warzyw na dzień 01.01.2011 r.	4 575 286,34
2) dotychczasowe przychody Funduszu Promocji Owoców i Warzyw wyniosły w roku 2011:	3 076 276,65 zł
3) kwota planowanych dalszych przychodów wynosi	1 923 723,35 zł
4) na realizację poszczególnych zadań (szczegółowe zestawienie zadań finansowanych lub współfinansowanych ze środków Funduszu Promocji Owoców i Warzyw zawarte jest w załączniku do planu finansowego) przeznacza się łącznie kwotę:	11 144 174,64 zł
- w tym kwota przewidziana do wypłacenia w roku 2011:	5 777 352,83 zł
- w tym kwota przewidziana do wypłacenia w roku 2012:	3 699 420,60 zł
- w tym kwota przewidziana do wypłacenia w roku 2013:	1 667 401,20 zł

5) kwota przeznaczona na pokrycie kosztów związanych z realizacją przez Agencję Rynku Rolnego zadań wynikających z ustawy z dnia 22 maja 2009 r. o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych tj. zapewnienia obsługi prawnej oraz techniczno-biurowej funduszy promocji oraz komisji zarządzających, która została dotychczas przekazana wynosi	175 000,00 zł
6) wysokość limitu o którym mowa w art. 9 ust. 4 ustawy dnia 22 maja 2009 r. o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych wynosi	1 671 626,20 zł
7) wykorzystanie limitu, o którym mowa w pkt 7) wynosi:	8 000,00 zł
8) zobowiązania Funduszu związane z przedsięwzięciami ujętymi w planach finansowych przyjętych w latach poprzednich	1 273 381,74 zł
9) szacowany stan rachunku bankowego Funduszu Promocji Owoców i Warzyw na dzień 31.12.2011 r.	2 349 551,77 zł

Szczegółowe zestawienie zadań finansowanych lub współfinansowanych ze środków Funduszu Promocji Owoców i Warzyw w roku 2011

Lp	Nazwa działania	Realizowany cel ustawy	Opis planowanego zadania	Budżet zadania	Wysokość wsparcia z FP	Nr uchwały o przyjęciu do planu	Uwagi
1	Spółeczna kampania promocji kuchni polskiej	b	<p>Dwuletni program promocyjny obejmujący kompleksowo wszystkie produkty rolno-spożywcze scalając i ukierunkowując ich promocję na budowanie świadomości konsumentów i ich zwyczajów żywieniowych oraz promowanie kuchni polskiej jako elementu narodowego dziedzictwa w kraju i zagranicą.</p> <p>Główne elementy zadania:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Opracowanie koncepcji programu i strategii komunikacji, logo programu oraz systemu identyfikacji wizualnej; 2. Działania PR; 3. Media – produkcja, koncepcja, zakup mediów; 4. Portal informacyjny – w 6 językach, administrowanie, pozycjonowanie, promocja; 5. Materiały drukowane – opracowanie i produkcja; 6. Akcje promocyjne – koncepcja i produkcja; 7. Materiały do ogródków i stref kibica – opracowanie i produkcja; 8. Koszty administracyjne; 9. Badania – przed i po kampanii <p>- Kryzysowa sytuacja na rynku warzyw, wynikające z zatruc pokarmowych spowodowanych bakterią E.coli spowodowała konieczność podjęcia pilnych działań, których celem jest odbudowanie zaufania konsumentów, bazującego na poczuciu bezpieczeństwa. Celem kampanii będzie zbudowanie przekazu i przesłanie go do konsumentów, że polskie warzywa i owoce, stanowiące trwałe elementy polskiej kuchni są bezpieczne. Komunikacja prowadzona w ramach kampanii musi opierać się na wykorzystaniu wszystkich możliwych środków i mechanizmów oraz ścisłej współpracy instytucji i organizacji odpowiedzialnych za sektor warzywno-owocowy. Podstawową osią działań w tym zakresie będą działania public relations, w które zaangażowane będą również MRIRW, ARR, GIJHARS, GIS. W ramach projektu utworzone zostanie biuro prasowe koordynujące przekaz medialny. Opracowana zostanie również strategia komunikacji bazująca na społecznym charakterze kampanii i zakładająca w jak największym stopniu nieodpłatną współpracę z mediami. Budowanie i podtrzymywanie dobrej opinii o polskich warzywach i owocach opierać się będzie także na wykorzystaniu autorytetów z różnych dziedzin, poczynając od autorytetu instytucjonalnego, poprzez autorytet naukowy, na wykorzystaniu wizerunku osób publicznych kończąc. Z uwagi na konieczność uzyskania wyraźnego efektu w bardzo krótkim czasie, komunikacja będzie odbywać się również w oparciu o zaplanowane działania promocyjne, prowadzone przez MRIRW (program PDŻ, piknik PDŻ) oraz - w miarę możliwości - inne kampanie dofinansowane ze środków FPOiW. Kampania zainaugurowana zostanie podczas pikniku PDŻ w dniu 18 czerwca 2011 i trwać będzie do końca sierpnia br.</p>	8 390 000,00 zł	600 000,00 zł	05/2010	
2	„Jedz jabłko”	b	<p>20% wkładu własnego wymaganego do realizacji 3 letniego programu promocji "Jedz jabłko" realizowanego w ramach mechanizmu UE „Wsparcie działań promocyjnych i informacyjnych na rynkach wybranych produktów rolnych” administrowanego przez Agencję Rynku Rolnego. Projektem zostałyby objęte jabłka, które są najważniejszym gatunkiem roślin sadowniczych umiarkowanego klimatu, z punktu widzenia znaczenia gospodarczego i udziału w diecie przeciętnego europejskiego konsumenta.</p> <p>Działaniami promocyjnymi objęte byłyby trzy kraje i rynki konsumenckie tj. Polska, Czechy i Słowacja. Głównym rynkiem ze względu na liczbę mieszkańców i potencjał produkcji sadowniczej byłaby niewątpliwie Polska. Cechą wspólną rynku konsumenta we wszystkich trzech krajach jest zmniejszające się systematycznie spożycie jabłek.</p> <p>Zasadniczym celem akcji jest spowodowanie wzrostu spożycia jabłek przez: dzieci, młodzież szkolną, studentów, osoby aktywne zawodowe – które nie mają czasu prowadzić zdrowego stylu życia - klientów sklepów wielkopowierzchniowych.</p>	- zł	- zł	05/2010	03/2011 usunięto

Lp	Nazwa działania	Realizowany cel ustawy	Opis planowanego zadania	Budżet zadania	Wysokość wsparcia z FP	Nr uchwały o przyjęciu do planu	Uwagi
3	„5 porcji warzyw, owoców lub soków”	b	<p>20% wkładu własnego oraz kwota przeznaczona na podatek VAT wymagane do realizacji 3 letniego programu promocji "5 porcji warzyw, owoców lub soku" realizowanego w ramach mechanizmu UE „Wsparcie działań promocyjnych i informacyjnych na rynkach wybranych produktów rolnych” administrowanego przez Agencję Rynku Rolnego. Projektem zostałyby objęte owoce i warzywa świeże i ich przetwory. Działaniami promocyjnymi objęte byłyby dwa kraje i rynku konsumenckie tj. Polska i Rumunia. Głównym celem kampanii jest zwiększenie popytu na świeże owoce i warzywa oraz soki poprzez:</p> <ul style="list-style-type: none"> • budowę świadomości zdrowej diety; • budowę świadomości potrzeby spożywania optymalnych dla organizmu 5 porcji warzyw i owoców z podkreśleniem, że wygodną, smaczną i wartościową porcją może być sok owocowy, warzywny lub owocowo – warzywny; • obniżenie średniego wieku konsumentów; • unowocześnienie i odmłodzenie produktów poprzez dostarczenie informacji niezbędnych do zachęcenia do konsumpcji. <p>Działania:</p> <ul style="list-style-type: none"> • reklama telewizyjna, • kampania adwerorialowa, • kampania internetowa, • działania PR, • witryna internetowa, • BTL. 	19 460 039,00 zł	6 868 006,01 zł	05/2010	

Lp	Nazwa działania	Realizowany cel ustawy	Opis planowanego zadania	Budżet zadania	Wysokość wsparcia z FP	Nr uchwały o przyjęciu do planu	Uwagi
4	Działania promujące spożycie ziemniaka	b	<p>Ogólnym celem działania jest zahamowanie niekorzystnej tendencji stopniowego zmniejszania się udziału ziemniaka w codziennej diecie mieszkańców Polski. Promocja prowadzona będzie w ramach organizowanych 02.10.2011 r. XVII Krajowych Dni Ziemniaka w Warszawie.</p> <p>Zaplanowano realizację następujących działań promujących ziemniak jako składnik racjonalnego modelu żywienia społeczeństwa polskiego:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Prezentacja wszechstronnych walorów ziemniaka mająca na celu wyrobienie świadomości wśród uczestników, że ziemniak jest rzeczywiście wartościowym i zdrowym pożywieniem; 2. Pokaz publicznych promujący spożycie ziemniaka i jego przetworów prowadzony przez znaną osobę; 3. Prezentacja zróżnicowanych typów kulinarnych ziemniaka i przydatności grup odmian na takie produkty spożywcze jak: ziemniaki z wody, sałatki, puree, placki, itp.; 4. Konkurs jakości kulinarnej odmian jadalnych oferowanych na polskim rynku; 5. Dystrybucja promocyjnych próbek nowych odmian ziemniaków jadalnych (w opakowaniach 2 kg) wyróżniających się walorami smakowymi i kulinarnymi; 6. Wystawa próbek bulw zarejestrowanych w Polsce jadalnych odmian ziemniaka z informacją o ich walorach kulinarnych i przydatności; 7. Konkurs tradycyjnych i regionalnych produktów ziemniaczanych przygotowanych przez Koła Gospodyń Wiejskich i Powiatowe Zespoły; 8. Seminarium szkoleniowo – upowszechnieniowe poświęcone prezentacji walorów ziemniaka na tle alternatywnych produktów żywnościowych; 9. Organizacja strony internetowej dotyczącej promocji spożycia ziemniaka i prezentacji możliwości jego wykorzystania w racjonalnej diecie. 	120 000,00 zł	120 000,00 zł	05/2010	
5	Międzynarodowe Targi Owoców i Warzyw FRUIT LOGISTICA 2011	c	<p>Międzynarodowe Targi Owoców i Warzyw Fruit Logistica w opinii zarówno producentów jak i handlowców to najważniejsze wydarzenie promocyjno - handlowe w branży owocowo - warzywniej. Jest to impreza cykliczna, organizowana rokrocznie w Berlinie i jest skierowana głównie do sprzedawców owoców i warzyw z całego świata. W ramach zadania zostanie przygotowane stoisko o powierzchni 500 m2.</p>	992 500,00 zł	496 250,00 zł	05/2010	
6	Targi Gulfood w Dubaju	c	<p>Główne części zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Przygotowanie stoiska (m.in. wynajem stoiska, przygotowanie wizualizacji); • Udział w targach (m.in. przeloty, zakwaterowanie) • Przygotowanie materiałów informacyjno – promocyjnych (m.in. opracowanie katalogu, zakup zdjęć, tłumaczenie materiałów, opracowanie i druk ulotek). 	475 655,25 zł	237 827,63 zł	05/2010	
7	Piknik Pomidorowy	b	<p>Impreza plenerowa w Łowiczu</p> <p style="text-align: right;">propozycja zgłoszona przez Krajową Radę Izby Rolniczych</p>	122 000,00 zł	122 000,00 zł	01/2011	
8	5 porcji warzyw, owoców lub soku II	a	<p>Ogólnopolski program, którego celem jest promocja i edukacja nt. kształtowania właściwych nawyków żywieniowych:</p> <p>621 621,00 PLN w roku 2011; 144 144,00 PLN w roku 2012.</p> <p>Propozycja Stowarzyszenia Krajowa Unia Producentów Soków</p>	765 765,00 zł	765 765,00 zł	03/2011	

Lp	Nazwa działania	Realizowany cel ustawy	Opis planowanego zadania	Budżet zadania	Wysokość wsparcia z FP	Nr uchwały o przyjęciu do planu	Uwagi
9	Składka członkowska w organizacji "Prognosfruit"	g	Propozycja Towarzystwa Rozwoju Sadów Karłowych		8 000,00 zł	06/2011	
10	Promocja znaku "Polskie jabłko wysokiej jakości"	b	Projekt trzyletni Propozycja Towarzystwa Rozwoju Sadów Karłowych		1 469 000,00 zł	06/2011	
11	Ciocia Jabłonka i Wujek Seler z Krainy Witaminy	b	Projekt dwuletni Propozycja Związku Sadowników Rzeczypospolitej Polskiej		457 326,00 zł	06/2011	