



SPRAWOZDANIE  
Z WYKONANIA PLANU FINANSOWEGO  
**FUNDUSZU PROMOCJI MIĘSA OWCZEGO**  
W 2020 R.

WARSZAWA, 2021-02-26

---

## Spis treści

<b>1</b>	<b><u>PODSTAWA PRAWNA FUNKCJONOWANIA FPMO</u></b>	<b>3</b>
<b>2</b>	<b><u>WPŁYWY NA FPMO</u></b>	<b>5</b>
<b>2.1</b>	<b>PRZEPIŹYWY ŚRODKÓW FINANSOWYCH NA RACHUNKU FPMO</b>	<b>7</b>
<b>2.2</b>	<b>KWOTY ZADEKLAROWANE DO WPŁAT NA FPMO</b>	<b>9</b>
<b>2.3</b>	<b>KONTROLA I WINDYKACJA WPŁAT NA FUNDUSZE PROMOCJI</b>	<b>11</b>
<b>3</b>	<b><u>PLAN FINANSOWY FPMO NA ROK 2020</u></b>	<b>13</b>
<b>4</b>	<b><u>WYDATKI Z FPMO W ROKU 2020</u></b>	<b>15</b>
<b>4.1</b>	<b>WYPŁATY DOKONANE W OPARCIU O WNIO SKI ZŁOŻONE W ROKU 2020 Z PLANU FINANSOWEGO FPMO NA ROK 2020</b>	<b>15</b>
<b>4.2</b>	<b>WYPŁATY DOKONANE W OPARCIU O WNIO SKI ZŁOŻONE W ROKU 2020 Z PLANU FINANSOWEGO FPMO NA ROK 2019</b>	<b>16</b>
<b>4.3</b>	<b>KOSZTY ZWIĄZANE Z OBSŁUGĄ FUNDUSZY PROMOCJI ORAZ KOMISJI ZARZĄDZAJĄCYCH</b>	<b>16</b>

## **1 Podstawa prawna funkcjonowania FPMO**

Fundusz Promocji został utworzony na mocy ustawy z dnia 22 maja 2009 roku o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych (Dz. U. z 2021 r. poz. 43), zwanej dalej „ustawą”, a swoje funkcjonowanie rozpoczął w lipcu 2009 roku.

Zgodnie z art. 2 ust. 2 pkt 5 ww. ustawy Fundusz Promocji Mięsa Owczego (zwany dalej FPMO) wspiera następujące cele:

- a) działania mające na celu informowanie o jakości i cechach, w tym zaletach mięsa owczego,
- b) działania mające na celu promocję spożycia mięsa owczego oraz jego przetworów,
- c) udział w wystawach i targach związanych z chowem lub hodowlą owiec oraz produkcją lub przetwórstwem mięsa owczego,
- d) badania rynkowe dotyczące spożycia mięsa owczego oraz jego przetworów,
- e) badania naukowe i prace rozwojowe mające na celu poprawę jakości mięsa owczego oraz jego przetworów, a także prowadzące do wzrostu ich spożycia,
- f) szkolenia producentów i przetwórców mięsa owczego,
- g) działalność krajowych organizacji branżowych, w tym ich przedstawicieli, biorących udział w pracach specjalistycznych stałych roboczych komitetów organizacji międzynarodowych lub będących członkami statutowych organów tych organizacji, zajmujących się problemami rynku mięsa owczego.

Zgodnie z art. 8 ust. 1 ww. ustawy gospodarka finansowa funduszy prowadzona jest na podstawie:

- 1) zasad gospodarowania środkami finansowymi danego funduszu promocji,
- 2) planu finansowego danego funduszu promocji.

W świetle art. 10 pkt 5 ww. ustawy, dla każdego z funduszy tworzy się Komisję Zarządzającą, w skład której wchodzi 9 członków, przy czym Komisja Zarządzająca Funduszu Promocji Mięsa Owczego składa się z:

- 1) 5 członków reprezentujących podmioty prowadzące chów lub hodowlę owiec, wybranych spośród kandydatów zgłoszonych przez ogólnokrajowe organizacje tych podmiotów,
- 2) 3 członków reprezentujących zakłady prowadzące działalność w zakresie przetwórstwa mięsa oraz niebędących zakładami przetwórczymi przedsiębiorców prowadzących działalność gospodarczą w zakresie uboju owiec, wybranych spośród kandydatów zgłoszonych przez ogólnokrajowe organizacje zrzeszające zakłady przetwórcze oraz niebędących zakładami przetwórczymi przedsiębiorców prowadzących działalność gospodarczą w zakresie uboju owiec,
- 3) członka reprezentującego izby rolnicze, wybranego spośród kandydatów zgłoszonych przez Krajową Radę Izb Rolniczych.

Zgodnie z art. 12 ust. 1 ustawy do zadań komisji zarządzających należy:

- reprezentowanie interesów branż w zakresie zarządzania funduszem promocji właściwym dla danej branży,
- ustalanie zasad gospodarowania środkami finansowymi danego funduszu promocji,
- ustalanie planu finansowego danego funduszu promocji,
- sporządzanie sprawozdania rzeczowego danego funduszu promocji,

- uchwalenie regulaminu danej komisji,
- opracowywanie strategii promocji dla branż, których dotyczą fundusze promocji.

Zgodnie z art. 13 ust. 1 ustawy komisje zarządzające przekazują ministrowi właściwemu do spraw rynków rolnych:

- regulamin danej komisji,
- zasady gospodarowania środkami finansowymi danego funduszu promocji i plany finansowe danego funduszu promocji w zakresie realizacji celów,
- sprawozdania rzeczowe i sprawozdania z wykonania planu finansowego funduszy promocji,
- strategię promocji opracowaną dla branży.

## 2 Wpływy na FPMO

Zgodnie z art. 3 ust. 2 oraz ust. 3 pkt 4 ustawy o funduszach promocji produktów rolno - spożywczych są dwie grupy podmiotów zobowiązanych do naliczania, pobierania i przekazywania wpłat na

### **Fundusz Promocji Mięsa Owczego:**

- przedsiębiorcy prowadzący działalność gospodarczą w zakresie uboju jagniąt lub owiec,
- przedsiębiorcy będący podatnikami podatku od towarów i usług w rozumieniu ustawy o VAT, którzy prowadzą działalność gospodarczą w zakresie wywozu poza terytorium Rzeczypospolitej Polskiej żywych jagniąt lub owiec.

Jeżeli działalność w zakresie uboju jagniąt lub owiec oraz wywozu poza terytorium Rzeczypospolitej Polskiej żywych jagniąt lub owiec jest

---

prowadzona w ramach jednej działalności, przedsiębiorca powinien rozliczyć się łącznie ze zwierząt zakupywanych na obydwa cele.

Przedsiębiorcy zobowiązani są do naliczania i pobierania od dostawcy (tj. od podmiotu, który zbywa na ich rzecz jagnięta lub owce) wpłat na Fundusz Promocji Mięsa Owczego w wysokości 0,1% wartości netto.

Natomiast przedsiębiorcy prowadzący działalność gospodarczą w zakresie uboju owiec lub jagniąt niebędących przedmiotem czynności podlegających opodatkowania podatkiem VAT obowiązani są do naliczania i przekazywania wpłat na Fundusz Promocji Mięsa Owczego w wysokości 0,1% wartości netto tych zwierząt. Wartość ta jest ustalana na podstawie średniej ceny zakupu owiec za wagę żywą w miesiącu poprzedzającym miesiąc, w którym dokonano uboju zwierząt – udostępniona w biuletynie informacyjnym zamieszczonym na stronie internetowej urzędu obsługującego ministra właściwego do spraw rynków rolnych, wydanym na podstawie przepisów ustawy z dnia 30 marca 2001 r. o rolniczych badaniach rynkowych (DZ.U. z 2015 r. poz. 1160).

Naliczanie i pobieranie wpłat na fundusz promocji powinno zostać potwierdzone w formie pisemnego oświadczenia zawierającego przynajmniej:

- nazwy, siedziby i adresu albo imienia, nazwiska, miejsca zamieszkania i adresu przedsiębiorcy oraz podmiotu, od którego naliczono i pobrano tę wpłatę,
- określenia wartości i rodzaju towaru, stanowiącego podstawę wpłaty,
- kwoty pobranej z tytułu wpłaty na dany fundusz promocji od zbytego towaru.

Wpłaty pobrane od dostawców są gromadzone przez przedsiębiorców zobowiązanych do naliczania, pobierania i przekazywania

wpłat do zakończenia kwartału. Po zakończeniu kwartału przedsiębiorca sporządza deklarację wpłaty na fundusze promocji produktów rolno – spożywczych na formularzu udostępnionym przez Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa oraz dokonuje wpłaty na rachunek danego funduszu promocji.

Za przekroczenie terminu płatności naliczane są odsetki za zwłokę liczone jak od zaległości podatkowych. Zgodnie z art. 53 § 3 Ordynacji podatkowej przedsiębiorca obowiązany jest sam naliczyć kwotę odsetek za zwłokę we wpłatach na fundusz promocji, a następnie, zgodnie z art. 55 § 1 Ordynacji podatkowej wpłacić ją na konto Funduszu bez wezwania organu.

## ***2.1 Przepływy środków finansowych na rachunku FPMO***

Zgodnie z art. 7 ust. 2 ustawy o funduszach promocji produktów rolno - spożywczych źródłami finansowania Funduszu są:

- 1) wpłaty,
- 2) odsetki bankowe od środków pieniężnych gromadzonych na rachunku bieżącym Funduszu oraz z tytułu oprocentowania lokat,
- 3) darowizny i zapisy.

W roku 2020 źródłem finansowania Funduszu były wpłaty dokonywane przez podmioty wymienione w art. 3 ust. 3 pkt 4 ustawy o funduszach promocji produktów rolno - spożywczych w wysokości 0,1 % wartości netto zakupionych jagniąt lub owiec, odsetki bankowe oraz odsetki od należności.

Stan środków finansowych Funduszu Promocji Mięsa Owczego na dzień 01.01.2020 r. wynosił **9 041,52 PLN**, natomiast na dzień 31.12.2020 r. wynosił **7 032,90 PLN**.

---

W okresie od 01.01.2020 r. do 31.12.2020 r. podmioty zobowiązane do wpłat przekazały na Fundusz Promocji Mięsa Owczego **15 184,71 PLN**. Z uwagi na dokonywanie przez podmioty zobowiązane do wpłat na inne fundusze mylnych przelewów, które spowodowane jest nieuważnym wyborem rachunku, na który należy dokonać wpłaty - organ w ramach administrowania rachunkami bankowymi dokonał transferu środków z konta FPMO na właściwe konta funduszy promocji w wysokości **356,00 PLN**. W związku z powyższym rzeczywista kwota wpłat (skorygowana o przekazania mylnie wpłaconych środków na pozostałe fundusze), która w 2020 roku zasilila rachunek bankowy Funduszu Promocji Mięsa Owczego z tytułu wpłat wyniosła **14 828,71 PLN**.

Dodatkowo konto Funduszu zostało zasilone odsetkami od lokat w kwocie **6,38 PLN** oraz odsetkami od należności w kwocie **21,00 PLN**.

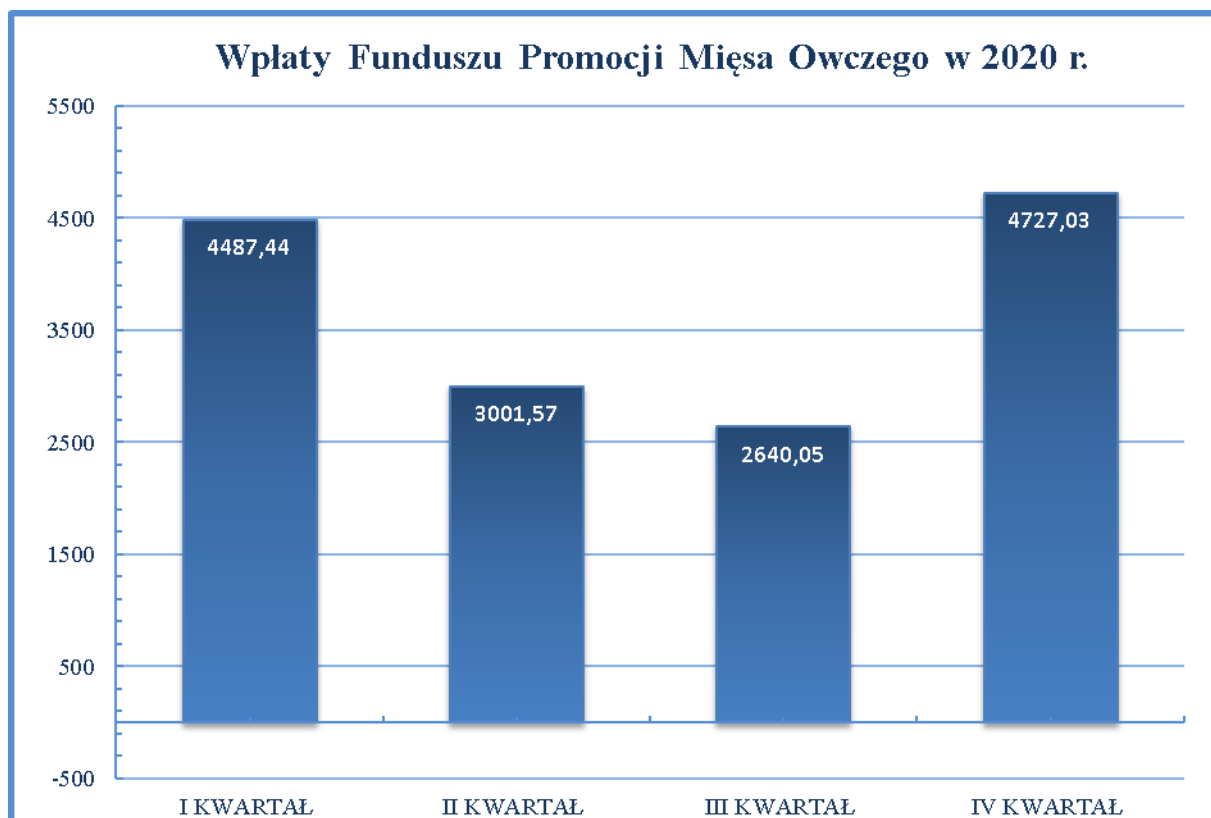
Podsumowując, łączne wpływy na rachunek Funduszu Promocji Mięsa Owczego w 2020 roku wyniosły **14 856,09 PLN**.

Wpłaty w poszczególnych kwartałach roku 2020 przedstawiały się następująco:

- w I kwartale 2020 wyniosły **4 487,44 PLN**,
- w II kwartale 2020 wyniosły **3 001,57 PLN**,
- w III kwartale 2020 wyniosły **2 640,05 PLN**,
- w IV kwartale 2020 wyniosły **4 727,03 PLN**.



Wykres nr 1. Wysokość wpłat w poszczególnych kwartałach 2020 roku (w PLN)



## 2.2 Kwoty zadeklarowane do wpłat na FPMO

Zgodnie z art. 6 ust. 1 pkt 2 a) ustawy o funduszach promocji produktów rolno – spożywczych podmioty zobowiązane do wpłat na fundusz składają Dyrektorowi Generalnemu KOWR deklaracje, w których wykazują wysokość zobowiązania na rzecz danego funduszu promocji, z wyszczególnieniem odrębnie kwoty naliczonej i kwoty pobranej, za okresy kwartalne, w terminie do 25 dnia miesiąca następującego po każdym kolejnym kwartale. Podmioty zobowiązane do wpłat na FPMO zadeklarowały w 2020 roku wpłaty w wysokości **17 513,00 PLN**. Podmioty zobowiązane do wpłat składają wymienione deklaracje Dyrektorowi Generalnemu KOWR za pośrednictwem Oddziałów Terenowych KOWR właściwych dla siedziby przedsiębiorcy.

Wykres nr 2. Wysokość kwot zadeklarowanych przez podmioty w 2020 roku (w PLN)

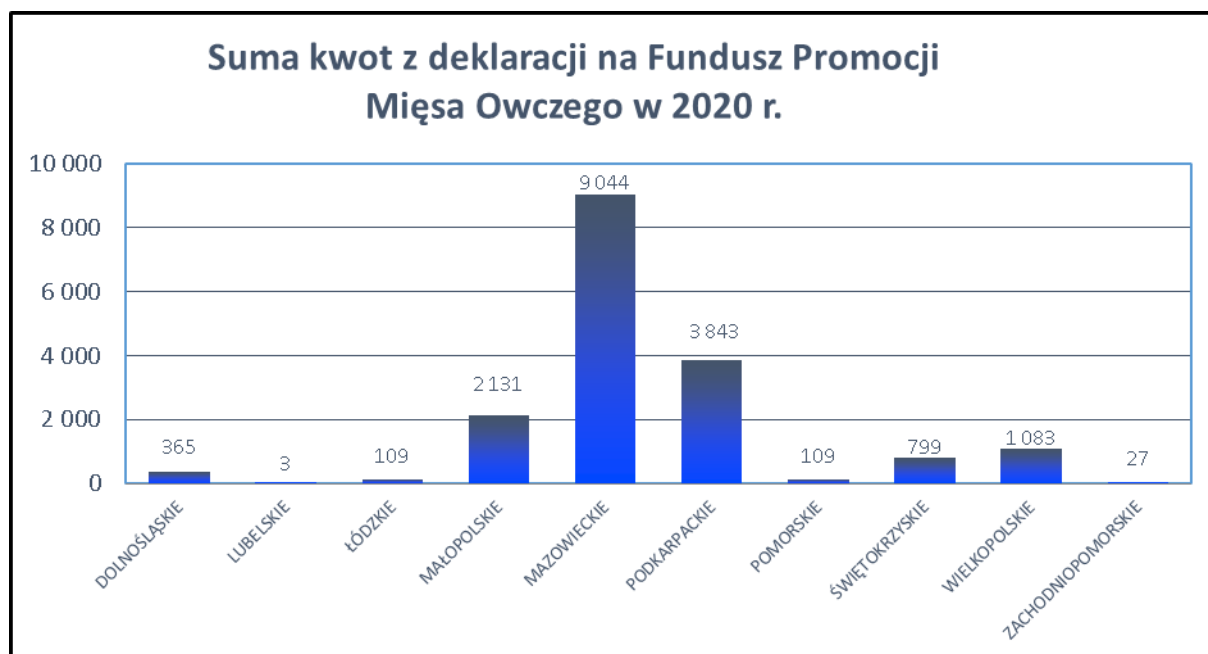


Tabela nr 1. Suma zadeklarowanych kwot w podziale na województwa (w PLN)

Województwo	Zadeklarowane kwoty
DOLNOŚLĄSKIE	365,00
LUBELSKIE	3,00
ŁÓDZKIE	109,00
MAŁOPOLSKIE	2 131,00
MAZOWIECKIE	9 044,00
PODKARPACKIE	3 843,00
POMORSKIE	109,00
ŚWIĘTOKRZYSKIE	799,00
WIELKOPOLSKIE	1 083,00
ZACHODNIOPOMORSKIE	27,00
<b>Łącznie:</b>	<b>17 513,00</b>

Wartość kwot zadeklarowanych podlega dodatkowo zmianom wskutek: korekt deklaracji, decyzji określających wysokość zobowiązania

po ustaleniach dokonanych w trakcie przeprowadzonej kontroli, składanych z opóźnieniem deklaracji przez przedsiębiorców, itd.

Organ w 2020 roku w sprawie FPMO wydał:

- 1 decyzję w sprawie stwierdzenia nadpłaty,
- 5 postanowień w sprawie zaliczenia wpłaty,
- 2 noty odsetkowe.

### ***2.3 Kontrola i windykacja wpłat na fundusze promocji***

Środki finansowe gromadzone przez fundusze nie są traktowane jako środki publiczne, jednakże do ich naliczania i odprowadzania, jak i podmiotów wpłacających ustawa nakłada obowiązek odpowiedniego stosowania przepisów działu III i VI ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. - Ordynacja podatkowa. W związku z faktem, iż Dyrektorowi Generalnemu Krajowego Ośrodka Wsparcia Rolnictwa powierzono dysponowanie środkami finansowymi funduszy promocji na podstawie uchwał komisji zarządzających, uprawnienia organu podatkowego nadano:

- Dyrektorowi Generalnemu KOWR jako organowi pierwszej instancji;
- Ministrowi właściwemu do spraw rynków rolnych jako organowi odwoławczemu od decyzji Dyrektora Generalnego KOWR.

Zaległe należności podmiotów zobligowanych do wpłat na rzecz danego funduszu promocji, są egzekwowane na podstawie art. 6 ust. 6 ustawy z dnia 22 maja 2009 r. o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych w oparciu o przepisy o postępowaniu egzekucyjnym w administracji.

W celu sprawdzenia czy podmioty zobligowane wywiązują się z ustawowych obowiązków wpłat na fundusze, organ podatkowy pierwszej instancji przeprowadzi kontrolę podatkową, na podstawie uprawnień określonych w dziale VI ustawy Ordynacja podatkowa.

Jeżeli w wyniku postępowania podatkowego zostanie stwierdzone, że podatnik mimo ciążącego na nim obowiązku, nie zapłacił w całości lub części należnego zobowiązania, nie złożył deklaracji albo, że wysokość zobowiązania podatkowego jest inna niż wykazana w deklaracji, organ podatkowy wyda decyzję, w której określi wysokość zobowiązania podatkowego uwzględniając kwotę odsetek za zwłokę należnych od tego zobowiązania. Dokonane na tej podstawie wyliczenia będą podstawą do podjęcia przez organ działań windykacyjnych w celu pozyskania zaległych wpłat na fundusze. Stosowanie procedur wynikających z Ordynacji podatkowej wymaga udziału jednostki administracji publicznej i nie mogło zostać powierzone podmiotom o charakterze niepublicznym.

W roku 2020 nie przeprowadzono żadnej kontroli podmiotu zobowiązanego wobec Funduszu Promocji Mięsa Owczego.

W roku 2020 nie wszczęto postępowania egzekucyjnego mającego na celu odzyskanie wierzytelności z tytułu zobowiązań wobec Funduszu Promocji Mięsa Owczego.

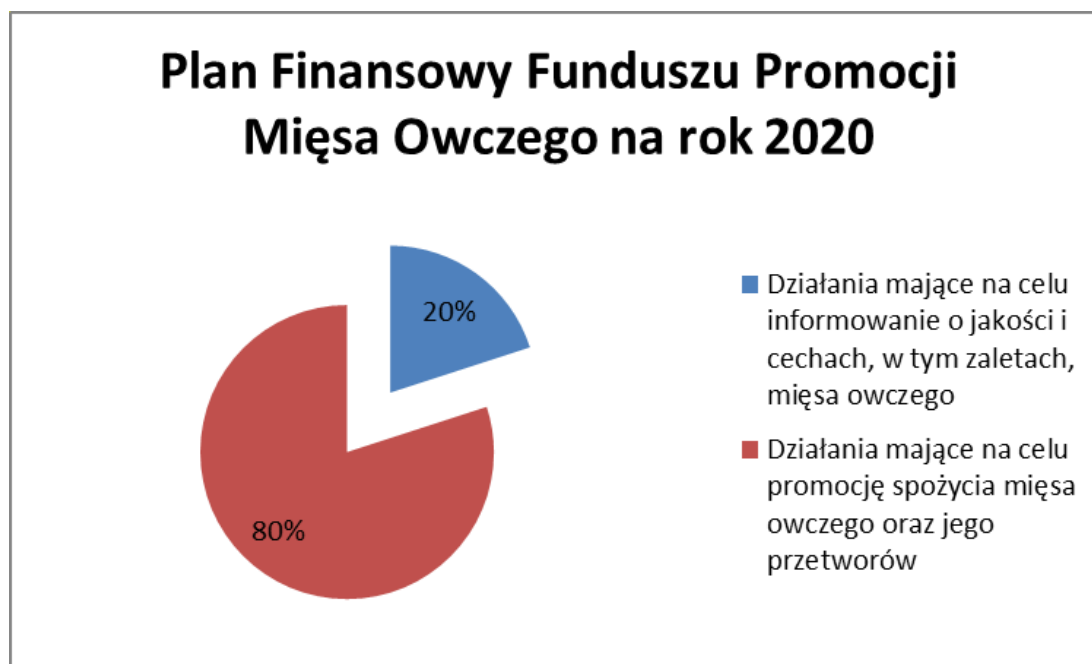
### **3 Plan finansowy FPMO na rok 2020**

W roku 2020 rozdysponowanie środków Funduszu odbywało się w oparciu o:

- rozporządzenie Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 26 czerwca 2017 r. w sprawie szczegółowych warunków i trybu udzielania wsparcia finansowego z funduszy promocji produktów rolno-spożywczych (Dz.U. z 2020 r. poz. 2243),
- „Zasady gospodarowania środkami finansowymi Funduszem Promocji Mięsa Owczego”, które zostały uchwalone przez Komisję Zarządzającą Funduszu Promocji Mięsa Owczego uchwałą nr 03/09 z dnia 30.11.2009 r., zmienione uchwałą nr 02/2016 z dnia 04.02.2016 r., zmienione uchwałą nr 5/2018 z dnia 23.08.2018 r., a następnie zmienione uchwałą nr 3/2019 z dnia 18 lipca 2019 r.,
- „Strategię promocji dla branży mięsa owczego na rok 2020”, która została uchwalona przez Komisję Zarządzającą Funduszu Promocji Mięsa Owczego uchwałą nr 4/2019 z dnia 18.07.2019 r.,
- Plan Finansowy Funduszu Promocji Mięsa Owczego na rok 2020.

W ww. planie Komisja Zarządzająca Funduszu Promocji Mięsa Owczego przeznaczyła środki finansowe na poszczególne cele zgodnie ze „Zasadami gospodarowania Funduszem Promocji Mięsa Owczego”.

Wykres nr 3. Struktura Planu finansowego FPMO na rok 2020.



W Planie finansowym FPMO na rok 2020 na zadania zgodne z celami funduszu promocji mięsa owczego przeznaczono kwotę **9 990,00 PLN.**

Komisja Zarządzająca Funduszu Promocji Mięsa Owczego uchwaliła Plan finansowy Funduszu Promocji Mięsa Owczego na rok 2020 uchwałą nr 6/2019 z dnia 09.10.2019 r., a następnie zmieniła Plan Finansowy FPMO na rok 2019 uchwałą nr 1/2020 z 08.07.2020 r.

## 4 Wydatki z FPMO w roku 2020

W 2020 roku Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa wypłacił środki finansowe z Funduszu Promocji Mięsa Owczego w wysokości **16 864,71 PLN**, z tego:

1. 4 800,00 PLN - za przedsięwzięcia zrealizowane i wypłacone w roku 2020 (załącznik 1),
2. 11 590, 00 PLN - za przedsięwzięcia zrealizowane w roku 2019 a wypłacone w roku 2020 (załącznik nr 2),
3. 469,11 PLN – obsługa funduszu promocji (3,5% rocznych wpływów na poszczególne fundusze promocji zgodnie z art. 5 ust. 1 ustawy o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych,
4. 5,60 PLN – pozostałe wydatki (prowizje, opłaty).

### **4.1 Wypłaty dokonane w oparciu o wnioski złożone w roku 2020 z Planu finansowego FPMO na rok 2020**

W 2020 roku do Krajowego Ośrodka Wsparcia Rolnictwa wpłynęły **2** wnioski o udzielenie wsparcia ze środków Funduszu Promocji Mięsa Owczego. Udzielone wsparcie ze środków FPMO wynosi **6 000,00 PLN**.

Do dnia 31.12.2020 r. wpłynął **1** wniosek o płatność wsparcia ze środków Funduszu Promocji Mięsa Owczego. Do dnia 31.12.2020 r. wypłacono kwotę **4 800,00 PLN**, z czego w formie zaliczki **800,00 PLN**.

Lista zadań realizowanych w roku 2020 na podstawie Planu finansowego FPMO stanowi załącznik nr 3 do sprawozdania.

---

## ***4.2 Wyплаты dokonane w oparciu o wnioski złożone w roku 2020 z Planu finansowego FPMO na rok 2019***

W roku 2020 rozliczone zostały 4 zadania z Planu finansowego FPMO na rok 2019. Do dnia 31.12.2020 roku wypłacono kwotę **11 590,00 PLN**.

Lista zadań wypłaconych w roku 2020 na podstawie Planu finansowego FPMO na rok 2019 stanowi załącznik nr 4 do sprawozdania.

## ***4.3 Koszty związane z obsługą funduszy promocji oraz komisji zarządzających***

Zgodnie z art. 5 ust. 1 koszty związane z realizacją przez Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa zadań, w art. 4 ust. 1 pkt 2, są pokrywane ze środków funduszy promocji. Wysokość tych kosztów nie może przekroczyć 3,5% rocznych wpływów na poszczególne fundusze promocji. Zgodnie z art. 4 ust. 1 pkt 2 Dyrektor Generalny Krajowego Ośrodka Wsparcia Rolnictwa zapewnia obsługę prawną oraz techniczno-biurową funduszy promocji oraz komisji zarządzających.

Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa na obsługę funduszy promocji oraz komisji zarządzających w roku 2020 z Funduszu Promocji Mięsa Owczego rozliczył w poszczególnych pozycjach kosztów **469,11 PLN**, tj.:



Poniesione koszty zgodnie z rozporządzeniem MRiRW			Kwota
<b>§2</b>	<b>pkt. 1</b>		<b>469,11</b>
	z tego:	Wydatki na obsługę prawną oraz techniczno-biurową w tym:	
	1	Wynagrodzenia	280,66
	2	Narzuty na wynagrodzenia	57,35
	3	Koszty podróży służbowych	0,47
	4	Koszty zakupu materiałów i wyposażenia oraz koszty zakupu akcesoriów komputerowych, w tym programów i licencji	9,39
	5	Koszty zakupu pomocy naukowych, dydaktycznych i książek	2,75
	6	Koszty zakupu energii	10,87
	7	Koszty zakupu usług remontowych	3,97
	8	Koszty zakupu usług dostępu do sieci Internet	1,69
	9	Koszty zakupu usług innych w tym: usług pocztowych, reklamowych dotyczących ogłoszeń, obwieszczeń i rozprowadzania pism	60,20
	10	Opłaty z tytułu zakupu usług telekomunikacyjnych telefonii stacjonarnej i komórkowej	0,79
	11	Opłaty za administrowanie i czynsze za budynki, lokale i pomieszczenia garażowe	40,08
<b>§2</b>	<b>pkt. 2</b>	<b>Koszty postępowania sądowego, egzekucyjnego, opłata skarbową</b>	<b>0,89</b>
<b>RAZEM</b>			<b>469,11</b>

Na rachunek bankowy Krajowego Ośrodka Wsparcia Rolnictwa w 2020 r. zostały przekazane środki finansowe z Funduszu Promocji Mięsa Owczego w wysokości 469,11 PLN.

W 2020 r. nie był dokonywany zwrot środków na podstawie § 3 ust. 2 Rozporządzenia Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi w sprawie rodzaju kosztów związanych z realizacją przez Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa zadań pokrywanych ze środków funduszy promocji produktów rolno – spożywczych oraz sposobu i warunków przekazywania i rozliczania tych środków.

Załącznik nr 1 Plan finansowy Funduszu Promocji Mięsa Owczego na rok 2020 i jego realizacja

Lp.	Cel	Kwota przewidziana w planie finansowym [zł]	Kwota przyznana [zł]	Kwota wypłacona w 2020 [zł]	Szacunkowa kwota pozostała do wypłaty w kolejnych latach [zł]
1.	Działania mające na celu informowanie o jakości i cechach, w tym zaletach, mięsa owczego	2 000,00	2 000,00	800,00	1 200,00
2.	Działania mające na celu promocję spożycia mięsa owczego oraz jego przetworów	7 990,00	4 000,00	4 000,00	3 990,00
3.	Udział w wystawach i targach związanych z chowem lub hodowlą owiec oraz produkcją lub przetwórstwem mięsa owczego	0,00	0,00	0,00	0,00
4.	Badania rynkowe dotyczące spożycia mięsa owczego oraz jego przetworów	0,00	0,00	0,00	0,00
5.	Badania naukowe i prace rozwojowe mające na celu poprawę jakości mięsa owczego oraz jego przetworów, a także prowadzące do wzrostu ich spożycia	0,00	0,00	0,00	0,00
6.	Szkolenia producentów i przetwórców mięsa owczego	0,00	0,00	0,00	0,00
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 mięsa owczego	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Razem</b>		<b>9 990,00</b>	<b>6 000,00</b>	<b>4 800,00</b>	<b>5 190,00</b>

Załącznik nr 2 Plan finansowy Funduszu Promocji Mięsa Owczego na rok 2019 i jego realizacja

Lp.	Cel	Kwota przewidziana w planie finansowym [zł]	Kwota przyznana [zł]	Kwota wypłacona w 2019 [zł]	Kwota wypłacona w 2020 [zł]
1.	Działania mające na celu informowanie o jakości i cechach, w tym zaletach, mięsa owczego	10 000,00	10 000,00	2 400,00	7 600,00
2.	Działania mające na celu promocję spożycia mięsa owczego oraz jego przetworów	4 000,00	4 000,00	0,00	3 990,00
3.	Udział w wystawach i targach związanych z chowem lub hodowlą owiec oraz produkcją lub przetwórstwem mięsa owczego	0,00	0,00	0,00	0,00
4.	Badania rynkowe dotyczące spożycia mięsa owczego oraz jego przetworów	0,00	0,00	0,00	0,00
5.	Badania naukowe i prace rozwojowe mające na celu poprawę jakości mięsa owczego oraz jego przetworów, a także prowadzące do wzrostu ich spożycia	0,00	0,00	0,00	0,00
6.	Szkolenia producentów i przetwórców mięsa owczego	0,00	0,00	0,00	0,00
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 mięsa owczego	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Razem</b>		<b>14 000,00</b>	<b>14 000,00</b>	<b>2 400,00</b>	<b>11 590,00</b>

Załącznik nr 3 Lista zadań realizowanych ze środków Funduszu Promocji Mięsa Owczego w oparciu o Plan Finansowy na rok 2020

Lp.	Tytuł zadania	Nr Wniosku	Kwota przewidziana w planie finansowym [zł]	Kwota udzielonego wsparcia	Kwota wypłacona w 2020 [zł]	Szacunkowa kwota pozostała do wypłaty w kolejnych latach [zł]	Uwagi
1	Bycie fit jest git	FP-MO-a-001/2020	2 000,00	2 000,00	800,00	1 200,00	wypłacona zaliczka, pozostała część do rozliczenia
2	Trufla wśród mięs jagnięcina" jako markowy kulinarny produkt lokalny - atut i szansa zachowania rodzimych ras	FP-MO-b-002/2020	4 000,00	4 000,00	4 000,00	0,00	wniosek rozliczony
3	Kto ma Łowce ten ma co chce" - piknik pasterski	-	3 990,00	0,00	0,00	0,00	nie złożono wniosku o udzielenie wsparcia
<b>Razem:</b>			<b>9 990,00</b>	<b>6 000,00</b>	<b>4 800,00</b>	<b>1 200,00</b>	

Załącznik nr 4 Lista zadań realizowanych ze środków Funduszu Promocji Mięsa Owczego w oparciu o Plan Finansowy na rok 2019

Lp.	Tytuł zadania	Nr Wniosku	Kwota przewidziana w planie finansowym [zł]	Kwota udzielonego wsparcia	Kwota wypłacona w 2019 [zł]	Kwota wypłacona w 2020 [zł]	Uwagi
1	Trufła wśród mięs jagnięcina" jako markowy kulinarny produkt lokalny - atut i szansa zachowania rodzimych ras	FP-MO-b-003/2019	4 000,00	4 000,00	0,00	3 990,00	wniosek rozliczony
2	Święto baraniny i XIV mistrzostwa Polski w podawaniu baraniny	FP-MO-a-002/2019	4 000,00	4 000,00	0,00	4 000,00	wniosek rozliczony
3	Bycie fit jest git	FP-MO-a-004/2019	2 000,00	2 000,00	800,00	1 200,00	wniosek rozliczony
4	III Ogólnopolski Festiwal Smaków - Jarmark Św. Wita 2019	FP-MO-a-001/2019	4 000,00	4 000,00	1 600,00	2 400,00	wniosek rozliczony
<b>Razem:</b>			<b>14 000,00</b>	<b>14 000,00</b>	<b>2 400,00</b>	<b>11 590,00</b>	