

# UCHWAŁA

## Nr 3/2011

**Komisji Zarządzającej Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego**

**z dnia 03 listopada 2011 r.**

**w sprawie zmiany Planu Finansowego Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego  
na rok 2011**

Działając na podstawie art. 8 ust. 5, art. 12 ust. 1 pkt 3 w zw. z ust. 2 ustawy z dnia 22 maja 2009 r. o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych (Dz. U. z 2009 r., Nr 97, poz. 799, ze zm.), w związku z § 5 ust. 1 Regulaminu Komisji Zarządzającej Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego, stanowiącego Załącznik do Uchwały nr 01/09 Komisji Zarządzającej Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego z dnia 30.11.2009 r. oraz zgodnie z Zasadami gospodarowania środkami finansowymi Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego stanowiącymi Załącznik do Uchwały nr 01/10 Komisji Zarządzającej Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego z dnia 21.01.2010 r., uchwała się, co następuje:

### § 1

Komisja Zarządzająca Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego w Planie Finansowym Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego na rok 2011 **postanawia wprowadzić zmianę** polegającą na dodaniu następującego zadania:

1. zadanie nr 19 pt. „Smaki polskie - Wieprzowina - polska tradycja” w kwocie 1 600 000,00 PLN.

### § 2

Komisja Zarządzająca Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego postanawia odmówić wprowadzenia do Planu Finansowego Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego na rok 2011:

1. zadania pt. „Promocja mięsa wieprzowego” w kwocie 39 800,00 PLN,

### § 3

Plan Finansowy Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego na rok 2011, uwzględniający wprowadzone zmiany, stanowi załącznik do niniejszej uchwały.

§ 4

Uchwała wchodzi w życie w dniu podjęcia.

PRZEWODNICZĄCY KOMISJI		SEKRETARZ KOMISJI
------------------------	--	-------------------

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a vertical stroke, positioned below the table.

## **Plan Finansowy Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego na rok: 2011**

1. Zgodnie z art. 2 ust. 2 pkt 2 ustawy z dnia 22 maja 2009 r. o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych środki Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego mogą zostać przeznaczone na:

- a) Działania mające na celu informowanie o jakości i cechach, w tym zaletach, mięsa wieprzowego oraz ich przetworów,
- b) Działania mające na celu promocję spożycia mięsa wieprzowego i jego przetworów,
- c) Udział w wystawach i targach związanych z chowem lub hodowlą świń oraz produkcją lub przetwórstwem mięsa wieprzowego,
- d) Badania rynkowe dotyczące spożycia mięsa wieprzowego oraz jego przetworów,
- e) Badania naukowe i prace rozwojowe mające na celu poprawę jakości mięsa wieprzowego oraz jego przetworów, a także prowadzące do wzrostu ich spożycia,
- f) Szkolenia producentów i przetwórców mięsa wieprzowego,
- g) 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 wieprzowego,

2. Stan rachunku bankowego Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego na dzień 01.01.2011 r. wynosi	<b>5 671 588,27 zł</b>
3. Prognozowany stan rachunku bankowego Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego na dzień 31 grudnia 2011 r. wyniesie, z uwzględnieniem:	<b>2 927 074,65 zł</b>
1) zobowiązań Funduszu przewidzianych do wypłaty z planu finansowego na rok 2010	<b>3 819 593,95 zł</b>
2) zobowiązań Funduszu przewidzianych do wypłaty w 2011 r. z planów finansowych z lat poprzednich	<b>7 498 821,50 zł</b>
3) zobowiązań Funduszu związanych z kosztami Agencji Rynku Rolnego	<b>310 970,53 zł</b>
4) należności Funduszu (dochody) wpłaconych oraz przewidzianych do wpłaty w roku 2011	<b>8 884 872,36 zł</b>
4. na realizację poszczególnych zadań (szczegółowe zestawienie zadań finansowanych lub współfinansowanych ze środków Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego zawarte jest w załączniku do planu finansowego) przeznacza się łącznie kwotę:	<b>9 579 814,00 zł</b>
5. Wysokość limitu, o którym mowa w art. 9 ust. 4 ustawy z dnia 22 maja 2009 r. o funduszach promocji produktów rolno - spożywczych wynosi	<b>1 436 972,10 zł</b>
6. Wykorzystanie limitu, o którym mowa w pkt 5 wynosi	<b>30 000,00 zł</b>

**Szczegółowe zestawienie zadań finansowanych lub współfinansowanych w roku 2011 ze środków Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego**

Lp	Nazwa działania	Realizowany cel ustawy	Opis planowanego zadania	Budżet zadania	Wysokość wsparcia z FP	Nr uchwały o przyjęciu do planu	Uwagi
4	<b>Budujemy bazę wystawienniczą dla potrzeb spółdzielni SCh</b>	b	Celem zadania jest stworzenia podstawowej bazy wystawienniczej do działalności promocyjnej Krajowego Związku Rewizyjnego Spółdzielni "Samopomoc Chłopska" i zrzeszonych spółdzielni posiadających masarnie i zakłady gastronomiczne.	—249 270,00 zł	249270zł	5/2010, zmienione uchwałą nr 6/2010	
2	<b>Program promocji mięsa wieprzowego i wołowego "Tradycja, jakość, europejski smak"</b>	a	20% wkładu własnego wymaganego do realizacji 2 letniego programu promocji mięsa wieprzowego i wołowego „Tradycja, jakość i europejski smak” realizowanego w ramach mechanizmu UE „Wsparcie działań promocyjnych i informacyjnych na rynkach wybranych produktów rolnych” administrowanego przez Agencję Rynku Rolnego. Działaniami promocyjnymi objęte byłyby Stany Zjednoczone, Korea Południowa i Wietnam. Głównym celem kampanii jest wzrost eksportu europejskiego mięsa i jego przetworów na rynki docelowe. Działania: • promocja w prasie; • udział w targach; • opracowanie materiałów informacyjnych i promocyjnych; • internet;	—15 869 864,04 zł	2280706,72 zł	5/2010 zmienione uchwałą nr 6/2010	
3	<b>Strategia promocji wieprzowiny</b>	g	Celem zadania będzie zapewnienie jak najbardziej skutecznego i racjonalnego wydatkowanie środków zgromadzonych przez Fundusz Promocji Mięsa Wieprzowego poprzez dostarczenie Komisji Zarządzającej narzędzia opracowanego przez zespół naukowców - stanowiącego pomoc w podejmowaniu decyzji odnośnie przyznania środków na poszczególne działania proponowane przez organizacje uprawnione do korzystania z ww. środków. Będzie to także pomoc dla organizacji wnioskujących o wyborze najskuteczniejszych i najwłaściwszych metod działań zmierzających do promocji spożycia i sprzedaży mięsa wieprzowego.	30 000,00 zł	30 000,00 zł	6/2010	

Lp	Nazwa działania	Realizowany cel ustawy	Opis planowanego zadania	Budżet zadania	Wysokość wsparcia z FP	Nr uchwały o przyjęciu do planu	Uwagi
4	Różne smaki-wysoka jakość	b	Projekt promocji mięsa wieprzowego realizowany w III etapach, od I 2011 r. do III 2012 r. Przedsięwzięcie będzie realizowane poprzez: 1. organizację uczestnictwa spółdzielni produkujących wędliny i wyroby garmażeryjne oraz innych podmiotów w lokalnych i krajowych targach, wystawach i imprezach promocyjnych, 2. organizowanie warsztatów i seminariów uczących promocji, organizowania dystrybucji żywności wysokiej jakości, 3. indywidualną pracę z poszczególnymi spółdzielniami, której celem będzie potwierdzenie jakości produkowanych wędlin i wyrobów garmażeryjnych poprzez nadawanie im certyfikatów i oznaczeń jakościowych czy rejestrowanie w systemie jakości żywności.	274 050,00 zł	274 050,00 zł	6/2010	
5	Wieprzowina – Wiem co jem”	a	Wznowienie wydania broszury „Wieprzowina – wiem co jem” skierowanej do szkół o profilu rolniczym, uczelni i ODR-ów.	126 000,00 zł	126 000,00 zł	6/2010	
6	„Pomysł na....wieprzowinę”	b	Ekspozycja trzodowa prezentująca wybitne zwierzęta, stworzenie podczas wystawy przestrzeni restauracyjno – grillowej do degustacji wyrobów mięsa wieprzowego, podkładka pod talerz w formie maty restauracyjnej przedstawiającej podział tuszy wieprzowej.	223 650,00 zł	223 650,00 zł	6/2010	
7	Promocja materiału hodowlanego podczas targów i wystaw 2011”	c	Promocja materiału hodowlanego podczas targów i wystaw branży rolniczej, która będzie okazją do przeniesienia postępu hodowlanego do produkcji masowej, co w konsekwencji prowadzić będzie do podwyższenia wydajności produkcji i jakości produktu finalnego w postaci wysokiej klasy mięsa wieprzowego. Możliwość prezentacji zwierząt jak również element rywalizacji pomiędzy hodowcami o tytuł czempiona w danej rasie w pozytywny sposób oddziałuje na środowisko hodowlane, poniekąd wymuszając dążenie do coraz lepszych wyników i osiągnięć w hodowli.	444 600,00 zł	444 600,00 zł	6/2010	
8	„Wieprzowina – Esencja Zdrowia i Smaku”	a	Realizacja i emisja serii programów telewizyjnych w formie magazynów konsumenckich, których celem będzie pokazanie jak jedzą Polacy. Forma cyklicznie ukazującego się magazynu konsumenckiego będzie miała za zadanie zmusić widza do myślenia na temat tego co je, skąd je i jak je.	346 500,00 zł	346 500,00 zł	6/2010	

Lp	Nazwa działania	Realizowany cel ustawy	Opis planowanego zadania	Budżet zadania	Wysokość wsparcia z FP	Nr uchwały o przyjęciu do planu	Uwagi
9	<b>Spółeczna Kampania Promocji Kuchni Polskiej</b>	b	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. Główne elementy zadania: 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.	8 390 000,00 zł	410 000,00 zł	1/2011	
10	<b>Targi Polagra Food 2011</b>	c	Wspólne wystąpienie branży mięsnej finansowane łącznie z FP Mięsa Wieprzowego, FP Mięsa Wołowego i FP Mięsa Drobiowego.  Środki zostaną przeznaczone na zorganizowanie stoiska i wydarzeń związanych z Targami Polagra 2011.	300 000,00 zł	120 000,00 zł	1/2011	
11	<b>„Świętomięs Polski”</b>	b	Wspólne zadanie finansowane łącznie z FP Mięsa Wieprzowego, FP Mięsa Wołowego i FP Mięsa Drobiowego. Zadanie będzie realizowane w przeddzień targów Polagra Food 2011 jako całodzienna impreza promocyjna otwarta dla konsumentów.	375 000,00 zł	100 000,00 zł	1/2011	
12	<b>Program promocji mięsa wieprzowego</b>	b	Promocja spożycia mięsa wieprzowego poprzez: udział w targach, prowadzenie promocji w mediach, organizowanie eventów, wydawanie broszur o walorach mięsa wieprzowego wraz z przepisami, organizowanie promocyjnych sprzedaży.	500 000,00 zł	500 000,00 zł	1/2011	
13	<b>Polska wieprzowina- NA ZDROWIE</b>	b	Promocja mięsa wieprzowego zrealizowana przez przygotowanie i publikacji 4 artykułów tematycznych w prasie związkowej - miesięczniku "Nasza Ziemia" oraz w lokalnych wydawnictwach prasowych w wybranych województwach a także na przygotowaniu i kolportażu ulotki informacyjno-promocyjnej dotyczącej walorów jakościowych i spożywczych mięsa wieprzowego, promującej również rodzime rasy trzody chlewnej. Zamierzeniem programu jest dotarcie do jak największej liczby odbiorców, w szczególności indywidualnych rolników zajmujących się hodowlą trzody chlewnej, samorządów lokalnych, nauczycieli szkół rolniczych oraz członków rolniczych związków zawodowych.	78 300,00 zł	78 300,00 zł	1/2011	



Lp	Nazwa działania	Realizowany cel ustawy	Opis planowanego zadania	Budżet zadania	Wysokość wsparcia z FP	Nr uchwały o przyjęciu do planu	Uwagi
14	<b>Seminarium dla przetwórców mięsa wieprzowego na temat produkcji żywności wysokiej jakości i uczestnictwa w systemach jakości żywności</b>	b	Dwudniowe seminarium, na które zostaną zaproszone spółdzielnie przetwarzające mięso wieprzowe oraz prowadzące zakłady garmazeryjne oraz spółdzielnie, które mogą być zainteresowane podjęciem takiej produkcji. W ramach Seminarium odbędą się prezentacje tematyczne i zajęcia warsztatowe.	29 379,00 zł	29 379,00 zł	1/2011	
15	<b>Opracowanie i wdrożenie liniowej metody szacowania mięsności tusz</b>	e	Stworzenie nowej metody badania mięsności tusz wieprzowych według standardu EUROP.	127 995,00 zł	127 995,00 zł	1/2011	
16	<b>Piknik Mięsny</b>	b	Cykl imprez "Piknik Mięsny" polegających na prezentacji polskich produktów z mięsa wieprzowego i wołowego	320 000,00 zł	200 000,00 zł	2/2011	
17	<b>„Działania promocyjne związane z systemem PQS w punktach sprzedaży bezpośredniej”</b>	a	Działania skierowane do sieci handlowych i dystrybucyjnych jako uzupełnienie programu „Kampania informacyjna na temat mięsa wieprzowego (świeżego, schłodzonego lub mrożonego) produkowanego zgodnie z krajowym systemem jakości PQS”. Cel do osiągnięcia to rzetelne poinformowanie konsumentów o krajowym systemie PQS gwarantującym wysoką jakość i bezpieczeństwo wytwarzanych w jego ramach produktów oraz rzetelne poinformowanie o specyficznych właściwościach mięsa i produktów wyprodukowanych zgodnie z krajowym systemem jakości PQS.	3 269 340,00 zł	3 269 340,00 zł	2/2011	
18	<b>Program promocji mięsa wieprzowego i wołowego "Tradycja, jakość, europejski smak"</b>	a	20% wkładu własnego wymaganego do realizacji 2 letniego programu promocji mięsa wieprzowego i wołowego „Tradycja, jakość i europejski smak” realizowanego w ramach mechanizmu UE „Wsparcie działań promocyjnych i informacyjnych na rynkach wybranych produktów rolnych” administrowanego przez Agencję Rynku Rolnego. Działaniami promocyjnymi objęte byłyby Stany Zjednoczone, Korea Południowa i Wietnam. Głównym celem kampanii jest wzrost eksportu europejskiego mięsa i jego przetworów na rynki docelowe.. Działania: • promocja w prasie; • udział w targach, • opracowanie materiałów informacyjnych i promocyjnych, • internet,	3476488,27 euro	1 700 000,00 zł	2/2011	

Lp	Nazwa działania	Realizowany cel ustawy	Opis planowanego zadania	Budżet zadania	Wysokość wsparcia z FP	Nr uchwały o przyjęciu do planu	Uwagi
19	Smaki polskie - Wieprzowina - polska tradycja	a	<p>Celem 2 letniego zadania "Smaki Polskie - Wieprzowina" jest stworzenie i rozpropagowanie profesjonalnego portalu internetowego, jako nowego i niewykorzystywanego do tej pory, interaktywnego środka przekazu medialnego oddziałującego na preferencje i gusty konsumentów zwiększającego szanse producentów i przetwórców w grze rynkowej.</p> <p>Celem projektu jest:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• promowanie wśród konsumentów wieprzowiny, jako wartościowego i smacznego składnika codziennej diety,</li> <li>• umożliwienie konsumentowi odnalezienia w interesującej go okolicy detalicznych placówek handlowych i gastronomicznych oferujących mięso i markowe wyroby z mięsa wieprzowego o gwarantowanej oraz wysokiej jakości pochodzące z polskiej hodowli;</li> <li>• umożliwienie konsumentowi identyfikacji zakładów przetwórczych dostarczających swoje produkty do handlu;</li> <li>• rozwinięcie preferencji konsumentów młodego pokolenia Polaków, masowo wykorzystującego Internet we wszystkich aspektach swojego życia;</li> </ul> <p>Główne elementy zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• zbudowanie portalu internetowego;</li> <li>• utrzymanie portalu na serwerach;</li> <li>• administrowanie i moderowanie treści;</li> <li>• umowy autorskie dla twórców materiałów;</li> <li>• reklama w internecie, prasie i tv,</li> <li>• reklama w punktach sprzedaży,</li> <li>• organizacja stoisk z pokazami kulinarnymi w trakcie lokalnych imprez.</li> </ul>	1 600 000,00 zł	1 600 000,00 zł	3/2011	