

UCHWAŁA Nr 4/2010

Komisji Zarządzającej Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego
z dnia 15 listopada 2010 r.
w sprawie zmiany Planu Finansowego Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego
na rok 2010

Działając na podstawie § 5 ust. 1 Regulaminu Komisji Zarządzającej Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego, 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 Mięsa Wieprzowego postanawia zwiększyć wysokość kwoty wsparcia przeznaczonej na zadanie „Działania informacyjne i plany strategiczne” z kwoty 20 000 PLN na kwotę 30 000,00 PLN oraz zmienić wnioskodawcę z Komisji Zarządzającej Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego na Krajową Radę Izb Rolniczych.

§ 2

Komisja Zarządzająca Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego postanawia zmniejszyć wysokość kwoty wsparcia przeznaczonej na zadanie „Kampania informacyjna na temat mięsa wieprzowego (świeżego, schłodzonego lub mrożonego) produkowanego zgodnie z krajowym systemem jakości Pork Quality System (PQS) z kwoty 9 700 000,00 PLN na kwotę 6 700 000, PLN.

§ 3

Plan Finansowy Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego na rok 2010, uwzględniający wprowadzone zmiany, stanowi załącznik do niniejszej uchwały.


§ 4

Uchwała wchodzi w życie w dniu podjęcia.

PRZEWODNICZĄCY KOMISJI



WZ
SEKRETARZ KOMISJI



Plan Finansowy Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego na rok 2010

1. Na dzień **9 listopada 2010 r.** stan rachunku bankowego Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego wynosił **5 564 621,45 zł.**
2. Planowane przychody Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego w roku 2010 wyniosą **10 000 zł.**
3. Zgodnie z ustawą z dnia 22 maja 2009 r. o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych środki Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego mogą zostać przeznaczone na:
 - 1) Działania mające na celu informowanie o jakości i cechach, w tym zaletach, mięsa wieprzowego,
 - 2) Działania mające na celu promocję spożycia mięsa wieprzowego oraz jego przetworów,
 - 3) Udział w wystawach i targach związanych z chowem lub hodowlą świń, oraz produkcją lub przetwórstwem mięsa wieprzowego,
 - 4) Badania rynkowe dotyczące spożycia mięsa wieprzowego oraz jego przetworów,
 - 5) Badania naukowe i prace rozwojowe mające na celu poprawę jakości mięsa wieprzowego oraz jego przetworów, a także prowadzące do wzrostu ich spożycia,
 - 6) Szkolenia producentów i przetwórców mięsa wieprzowego,
 - 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 wieprzowego,
4. Na realizację poszczególnych celów wskazanych w art. 2 ustawy z dnia 22 maja 2009 r. o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych w roku 2010 r. przeznacza się łącznie kwotę **4 628 747,00 zł**, ze środków Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego. Jednocześnie zostaje zaciągnięte zobowiązanie Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego do finansowania zadań na kwotę **2 823 759,00 zł** w roku 2011 oraz na kwotę **2 134 494,00 zł** w roku 2012.

Podział środków Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego na poszczególne cele jest następujący:

| Lp. | Cel | Kwota przeznaczona na rok 2010 [zł] | Zobowiązanie na rok 2011 [zł] | Zobowiązanie na rok 2012 [zł] |
|--------------|---|-------------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| 1. | Działania mające na celu informowanie o jakości i cechach, w tym zaletach, mięsa wieprzowego, | 2 848 747,00 | 2 123 759 | 2 134 494 |
| 2. | Działania mające na celu promocję spożycia mięsa wieprzowego oraz jego przetworów, | 1 600 000,00 | 700 000,00 | |
| 3. | Udział w wystawach i targach związanych z chowem lub hodowlą świń, oraz produkcją lub przetwórstwem mięsa wieprzowego, | | | |
| 4. | Badania rynkowe dotyczące spożycia mięsa wieprzowego oraz jego przetworów, | | | |
| 5. | Badania naukowe i prace rozwojowe mające na celu poprawę jakości mięsa wieprzowego oraz jego przetworów, a także prowadzące do wzrostu ich spożycia, | | | |
| 6. | Szkolenia producentów i przetwórców mięsa wieprzowego, | 180 000,00 | | |
| 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 wieprzowego, | | | |
| Razem | | 4 628 747 | 2 823 759 | 2 134 494 |

Szczegółowe zestawienie zadań finansowanych lub współfinansowanych ze środków Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego zawarte jest w załączniku.

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 wynosi 195 111,75 zł.

Załącznik

Szczegółowe zestawienie zadań finansowanych lub współfinansowanych ze środków Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego

| Lp. | Tytuł | Kwota PLN | Uzasadnienie | Wnioskodawca | Realizowany cel ustawy |
|-----|---|--|--|---|--|
| 1. | Dofinansowanie programu promocyjnego współfinansowanego przez UE „Europejski Stół – Tradycja, Nowoczesność, Jakość” | 2 100 000,00 (z czego 1 400 000 w na I rok realizacji kampanii - rozpoczynający się w 2010 i 700 000 na II rok realizacji kampanii – rozpoczynający się w 2011) | Środki zostaną przeznaczone na dofinansowanie programu promocyjnego współfinansowanego przez UE „Europejski Stół – Tradycja, Nowoczesność, Jakość”, który uzyskał akceptację KE. | Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy RP | Działania mające na celu promocję spożycia mięsa wieprzowego oraz jego przetworów |
| 2. | Działania informacyjne i plany strategiczne | 30 000,00 | Środki zostaną przeznaczone na działania informacyjne i plany strategiczne branży. | Krajowa Rada Izb Rolniczych | Działania mające na celu informowanie o jakości i cechach, w tym zaletach, mięsa wieprzowego |

| | | | | | |
|----|---|------------|--|--|---|
| 3. | Realizacja szkoleń dla rolników producentów wieprzowego pt. „Kształtowanie w gospodarstwie rolnym czynników warunkujących produkcję żywca wieprzowego wysokiej jakości, jako sposób poprawy opłacalności produkcji i zwiększenie wartości rynkowej” | 180 000,00 | <p>Szkolenie ma za zadanie przybliżyć uczestnikom wszystkie aspekty zarówno genetyczne, hodowlane, żywieniowe jak i zdrowotne mające istotne znaczenie w produkcji żywca nie tylko wysokiej jakości, ale także o określonych parametrach przetwórczych dla różnicowanych potrzeb zakładów mięsnych.</p> <p>Jednodniowe szkolenie obejmujące 6 – 8 godzin wykładów połączonych z dyskusją z wykorzystaniem środków dydaktycznych dla 1000 uczestników. Maksymalna liczba uczestników w jednej grupie szkoleniowej 30 osób. Każdy z uczestników otrzyma materiały szkoleniowe.</p> | Krajowa Rada Izb Rolniczych | Szkolenia producentów i przetwórców mięsa wieprzowego |
| 4. | Festiwal Polskiego Smaku | 200 000,00 | <p>Prezentacja polskiej tradycji kulinarnej opartej na wykorzystaniu m.in. mięsa wieprzowego poprzez zorganizowanie w Restauracji w Polskim Pawilonie na Wystawie EXPO „Festiwalu Polskiego Smaku”, podczas którego w obrębie prezentacji przygotowywane i eksponowane będą odpowiednie potrawy. Ma ono na celu zaprezentowanie szerokiego wachlarza polskich potraw i wykreowanie w świadomości odbiorców wizerunku Polski jako kraju o bogatej tradycji kulinarnej. „Festiwal Polskiego Smaku” zostanie zrealizowany w dwóch edycjach, po 3 dni każdy, w wybranych miesiącach.</p> | UPEMI Unia Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego | Działania mające na celu promocję spożycia mięsa wieprzowego oraz jego przetworów |

| | | | | | |
|----|--|--|--|------------------------------|---|
| 5. | <p>Kampania Informacyjna na temat mięsa wieprzowego (świeżego, schłodzonego lub mrożonego) produkowanego zgodnie z krajowym systemem jakości Pork Quality System (PQS)</p> | <p>6 700 000,00 (na I rok realizacji kampanii rozpoczynający się w 2010 r. – 2 441 747 (na II rok realizacji kampanii rozpoczynający się w 2011 r. – 2 123 759 (na III rok realizacji kampanii rozpoczynający się w 2012 r. – 2 134 494)</p> | <p>Program 3- letni. Dofinansowanie wkładu własnego i VAT-u. Główne cele do osiągnięcia w grupie konsumentów to:</p> <ul style="list-style-type: none"> • rzetelne poinformowanie o krajowym systemie PQS gwarantującym wysoką jakość i bezpieczeństwo wytwarzanych w jego ramach produktów, • rzetelne poinformowanie o specyficznych właściwościach mięsa i produktów wyprodukowanych zgodnie z krajowym systemem jakości PQS. <p>Główny cel do osiągnięcia w grupie doradcy/dystrybutorzy to:</p> <ul style="list-style-type: none"> • rzetelne poinformowanie doradców/dystrybutorów o systemie PQS, w szczególności o specyficznych właściwościach produktów wyprodukowanych zgodnie z krajowym systemem jakości PQS w celu wzbogacenia wiedzy doradców na temat nowej oferty produktów, • rzetelne poinformowanie o zakresie i sposobie funkcjonowania systemu krajowego PQS w celu zwiększenia podaży produktów wytwarzanych w ramach krajowego systemu jakości PQS, • Główny cel do osiągnięcia w grupie Opiniotwórcy to: • rzetelne poinformowanie o krajowym systemie PQS gwarantującym wysoką jakość i bezpieczeństwo wytwarzanych w jego ramach produktów, • rzetelne poinformowanie o specyficznych właściwościach mięsa i produktów | <p>Związek Polskie Mięso</p> | <p>Działania mające na celu informowanie o jakości i cechach, w tym zaletach, mięsa wieprzowego</p> |
|----|--|--|--|------------------------------|---|

| | | | | | | |
|----|--|------------|---|---|---|--|
| | | | wyprodukowanych zgodnie z krajowym systemem jakości PQS. | | | |
| 6. | <p>„WIEPRZOWINA – WIEM CO JEM”</p> <p>Termin: 2010 r.</p> | 225 000,00 | <p>Przedsięwzięcie obejmuje druk broszury pt. „Wieprzowina – wiem co jem” i jej dystrybucję podczas targów i wystaw związanych z chowem i hodowlą trzody chlewnej na stoiskach Związku „POLSUS”. Celem zadania jest zacieśnienie porozumienia pionowego pomiędzy hodowcami i producentami trzody chlewnej a konsumentami mięsa wieprzowego poprzez podniesienie świadomości konsumenta.</p> | <p>Polski Związek Hodowców i Producentów Trzody Chlewnej „POLSUS”</p> | <p>Działania mające na celu informowanie o jakości i cechach, w tym zaletach, mięsa wieprzowego</p> | |
| 7. | <p>Promocja materiału hodowlanego podczas Krajowej Wystawy Zwierząt Hodowlanych 2010</p> | 152 000,00 | <p>Planowane zadanie:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Druk i dystrybucja broszury „Oferta knurków i loszek hodowlanych TOP GENETICS”, - Promocja materiału hodowlanego w środowisku producenckim podczas Krajowej Wystawy Zwierząt Hodowlanych. | <p>Polski Związek Hodowców i Producentów Trzody Chlewnej „POLSUS”</p> | <p>Działania mające na celu informowanie o jakości i cechach, w tym zaletach, mięsa wieprzowego</p> | |

| | |
|--------------|---------------------|
| Razem | 4 628 747,00 |
|--------------|---------------------|

