

UCHWAŁA Nr 1/2020

Komisji Zarządzającej Funduszu Promocji Mięsa Owczego

z dnia 08 lipca 2020 r.

w sprawie zmiany Planu Finansowego

Funduszu Promocji Mięsa Owczego na rok 2020

Działając na podstawie art. 8 ust. 5, art. 12 ust. 1 pkt 3 oraz ust. 2 ustawy z dnia 22 maja 2009 r. o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych (Dz. U. z 2020 r. poz. 688, z późn. zm.), uchwała się, co następuje:

§ 1

Komisja Zarządzająca Funduszu Promocji Mięsa Owczego **postanawia zmienić Plan Finansowy Funduszu Promocji Mięsa Owczego na rok 2020** w ten sposób, że wprowadzić do niego zadania:

1. zadanie pt. „**Bycie Fit jest Git**” w kwocie 2 000,00 PLN,
2. zadanie pt. „**Kto ma Łowce ten ma co chce**” – piknik pasterski w kwocie 3 990,00 PLN.

Jednocześnie Komisja Zarządzająca Funduszu Promocji Mięsa Owczego stwierdza, iż przyjęte do Planu Finansowego Funduszu Promocji Mięsa Owczego na rok 2020 zadania są zgodne ze Strategią promocji dla branży mięsa owczego na rok 2020.

§ 2

Komisja Zarządzająca Funduszu Promocji Mięsa Owczego postanawia odmówić wpisania do Planu Finansowego Funduszu Promocji Mięsa Owczego na rok 2020 zadania pt. **Jarmark Św. Wita - IV Ogólnopolski Festiwal Smaków** w kwocie 4 200,00 PLN.

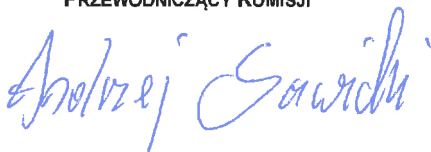
§ 3

Plan Finansowy Funduszu Promocji Mięsa Owczego na rok 2020, po dokonanych zmianach, stanowi załącznik do niniejszej uchwały.

§ 4

Uchwała wchodzi w życie w dniu podjęcia.

PRZEWODNICZĄCY KOMISJI



SEKRETARZ KOMISJI



Plan Finansowy Funduszu Promocji Mięsa Owczego na rok : 2020

1. Zgodnie z art. 2 ust. 2 pkt 5 ustawy z dnia 22 maja 2009 r. o funduszach promocji produktów rolno - spożywczych, środki Funduszu Promocji Mięsa Owczego mogą zostać przeznaczone na:
- a) działania mające na celu informowanie o jakości i cechach, w tym zaletach, mięsa owczego,
 - b) działania mające na celu promocję spożycia mięsa owczego i 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 i roboczych komitetów organizacji międzynarodowych lub będących członkami statutowymi organów tych organizacji, zajmujących się problemami rynku mięsa owczego.

2. Stan środków Funduszu Promocji Mięsa Owczego na dzień 01.01.2020 r. wyniesie:	9 041,52 zł
3. Prognozowany stan środków Funduszu Promocji Mięsa Owczego na dzień 31.12.2020 r. wyniesie, z uwzględnieniem:	1 926,52 zł
1) zobowiązań Funduszu przewidzianych do wypłaty w 2020 r. z planu finansowego na rok 2019:	11 600,00 zł
2) zobowiązań Funduszu przewidzianych do wypłaty w 2020 r. z planu finansowego na rok 2020:	9 990,00 zł
3) zobowiązań Funduszu związanych z kosztami Krajowego Ośrodka Wsparcia Rolnictwa:	525,00 zł
4) należności Funduszu (dochody) przewidziane do wpłaty w roku 2020:	15 000,00 zł
4. na realizację poszczególnych zadań (szczegółowe zestawienie zadań finansowanych lub współfinansowanych ze środków Funduszu Promocji Mięsa Owczego zawarte jest w załączniku do planu finansowego) przeznacza się łącznie kwotę:	9 990,00 zł
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:	1 498,50 zł
6. Wykorzystanie limitu, o którym mowa w pkt 5 wynosi:	0,00 zł

Szczegółowe zestawienie zadań finansowanych lub współfinansowanych ze środków Funduszu Promocji Mięsa Owczego w roku 2020

Lp	Nazwa zadania	Kategoria promowanych produktów	Cel ustawy	Opis	Budżet zadania [w PLN]	Wysokość wsparcia z FP [w PLN]	Nr uchwały	Uwagi	Długość trwania w latach
1	"Trufia wśród mięs jagnięcina" jako markowy kulinarny produkt lokalny - atut i szansa zachowania rodzimych ras		b	Promocja spożycia mięsa owczego oraz jego przetworów podczas wydarzenia kulturowo - kulinarnego w Strzelcach Dolnych. Zadanie realizowane przez Stowarzyszenie Rzeźników i Wedliniarzy RP.	4 000,00	4 000,00	6/2019		1
2	Bycie Fit jest Git		a	Przeprowadzenie w szkołach warsztatów i zajęć na których przedstawiona zostanie różnorodność w ofercie polskich produktów ekologicznych. Zadanie realizowane przez Ogólnopolskie Stowarzyszenie Przetwórców i Producentów Produktów Ekologicznych "Polska Ekologia".	137 135,00	2 000,00	1/2020		1
3	Kto ma Łowce ten ma co chce - piknik pasterski		b	Dwudniowy piknik pasterski na którym odbędzie się degustacja mięsa jagnięcego. Zadanie realizowane przez Związek Zawodowy Rolników "Ojczyzna".	3 990,00	3 990,00	1/2020		1
					145 125,00	9 990,00			