

UCHWAŁA Nr 3/2014

Komisji Zarządzającej Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego z dnia 30 października 2014 roku w sprawie zmiany Planu Finansowego Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego na rok 2014

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 zw. z § 5 ust. 1 Regulaminu Komisji Zarządzającej Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego stanowiącego załącznik do uchwały nr 01/09 Komisji Zarządzającej Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego z dnia 30.11.2009 r. oraz zgodnie z Zasadami gospodarowania środkami finansowymi Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego stanowiącymi załącznik do uchwały nr 6/2013 Komisji Zarządzającej Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego z dnia 20.11.2013 r., uchwała się, co następuje:

§ 1

Komisja Zarządzająca Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego **postanawia wpisać** do Planu Finansowego Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego na rok 2014 następujące zadania:

1. zadanie pt. „Gęsina na imieninach” w kwocie 100 000,00 PLN,
2. zadanie pt. „Wsparcie promocji polskiej żywności poprzez niwelowanie barier w eksporcie” w kwocie 88 722,15 PLN.

§ 2

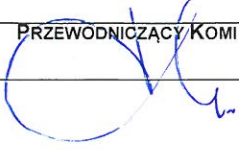
Komisja Zarządzająca Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego **postanawia odmówić wpisania** do Planu Finansowego Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego na rok 2014 zadanie pt. „Promocja mięsa gęsiego”.

§ 3

Plan finansowy Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego na rok 2014 stanowi załącznik do niniejszej uchwały.

§ 4

Uchwała wchodzi w życie w dniu podjęcia.

PRZEWODNICZĄCY KOMISJI 		SEKRETARZ KOMISJI 
---	--	--

Plan Finansowy Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego na rok : 2014

1. Zgodnie z ustawą z dnia 22 maja 2009 roku o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych środki Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego mogą zostać przeznaczone na:

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

2. Stan rachunku bankowego Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego na dzień 01.01.2014 r. wynosi:	2 947 343,42 zł
3. Prognozowany stan Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego na dzień 31.12.2014 roku wyniesie z uwzględnieniem:	1 144 347,00 zł
1) zobowiązań Funduszu przewidzianych do wypłaty w 2014 roku z Planu Finansowego na rok 2011 i 2013:	3 638 826,44 zł
2) zobowiązań Funduszu przewidzianych do wypłaty w 2014 roku z Planu Finansowego na rok 2014:	7 856 724,16 zł
3) zobowiązań Funduszu związanych z kosztami ARR:	351 543,45 zł
4) należności Funduszu przewidziane do wpłaty w roku 2014:	10 044 098,63 zł
4. na realizację poszczególnych zadań (szczegółowe zestawienie zadań finansowanych lub współfinansowanych ze środków zawarte jest w załączniku do planu finansowego) przeznacza się łącznie kwotę:	7 856 724,16 zł
5. wysokość limitu, o którym mowa w art. 9 ust. 4 ustawy z dnia 22 maja 2009 roku o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych:	1 178 508,62 zł
6. wykorzystanie limitu, o którym mowa w pkt 5 wynosi:	661 724,16 zł

Szczegółowe zestawienie zadań finansowanych lub współfinansowanych ze środków Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego w roku 2014

Lp	Nazwa zadania	Cel ustawy	Opis	Budżet zadania [w PLN]	Wysokość wsparcia z FP [w PLN]	Nr uchwały	Uwagi	Długość trwania w latach
1	Ochrona wizerunku polskiej branży drobiarskiej	a	Działania ukierunkowane na przeciwdziałaniu publicznemu rozpowszechnianiu nieprawdziwych, niesprawdzonych i nierzetelnych materiałów szkodzących wizerunkowi polskiego przemysłu drobiarskiego. Ideą zadania jest zdecydowane reagowanie na działania kryzysowe.	300 000,00	300 000,00	8/2013		1
2	Składki członkowskie do unijnych organizacji branżowych a.v.e.c. i CLITRAVI	g	Oплата składek członkowskich z tytułu przynależności do unijnych organizacji branżowych: sektora drobiarskiego - a.v.e.c. (Association of Poultry Processors and Poultry Trade in the UE Countries) oraz sektora przetwórstwa mięsa CLITRAVI (Liasino Center for the Meat Processing Industry in the European Union)	150 000,00	150 000,00	10/2013		1
3	Organizacja wyjazdu przedstawicieli branży na Zgromadzenie Ogólne a.v.e.c.	g	Celem zadania jest zaprezentowanie walorów jakościowych i smakowych polskich produktów żywnościowych, w szczególności przetworów i produktów z mięsa drobiowego	135 000,00	135 000,00	10/2013		1
4	Organizacja i udział w 2014 roku w Polgrze Premiery, w Ogólnopolskiej Wystawie Drobiu Hodowlanego i Użytkowego, w sześciu wystawach regionalnych w Stielinku, Szepletowie, Sitnie, Mimińkowie, Rudawce Rymanowskiej i Zakrzowie oraz w Pilniku z programem "Poznaj Dobrą Żywność"	c	Działania obejmują uczestnictwo w 2014 roku w Polgrze Premiery, w kolejnej II edycji Ogólnopolskiej Wystawy Drobiu Hodowlanego i Użytkowego oraz w 6 wystawach regionalnych organizowanych przez największe ośrodki doradztwa rolniczego, tj. w Stielinku, Szepletowie, Sitnie, Mimińkowie, Rudawce Rymanowskiej i Zakrzowie. Ponadto zaplanowana jest prezentacja stadek drobiu w trakcie trwania Pilniku z programem "Poznaj Dobrą Żywność".	350 000,00	350 000,00	10/2013	Zmiana tytułu zadania na mocy uchwały nr 1/2014 KZ FPMD z dnia 12 lutego 2014 r.	1

Szczegółowe zestawienie zadań finansowanych lub współfinansowanych ze środków Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego w roku 2014

LP	Nazwa zadania	Cel ustawy	Opis	Budżet zadania [w PLN]	Wysokość wsparcia z FP [w PLN]	Nr uchwały	Uwagi	Długość trwania w latach
5	Promocja mięsa drobiowego i jego przetworów podczas targów SIAL 2014 w Paryżu	b	Idea projektu jest przedstawienie całego łańcucha produkcji drobiarskiej w Polsce z uwzględnieniem roli hodowców i producentów, jak również branży ubojowej i przetwórczej.	600 000,00	600 000,00	10/2013		1
6	Promocja mięsa gęśniego w ramach akcji Najlepsza gęśina na św. Marcina	b	Celem akcji jest zachęcenie Polaków do powrotu do polskiej tradycji sezonowego spożywania gęśiny w okresie późnej jesieni i zimy (w okolicy daty 11 listopada).	100 000,00	100 000,00	10/2013		1
7	Święto Gęsi	b	Udział w międzynarodowych targach Grune Woche, pikniku PDZ, zorganizowanie Ligi zadaniowej dla dzieci ze szkół podstawowych w woj. warmińsko - mazurskim oraz organizacja Święta Gęsi.	350 000,00	350 000,00	10/2013		1
8	Promocja mięsa drobiowego i jego przetworów podczas Pikniku Programu Poznaj Dobrą Żywność	b	Celem kampanii jest kreowanie i utrwalanie pozytywnego wizerunku drobiu jako doskonałego pożywienia dostarczającego organizmowi człowieka wartościowych składników przy jednoczesnym informowaniu konsumentów o jego walorach smakowych i różnorodności a także łatwości przyrządzenia potraw	135 000,00	135 000,00	10/2013		1
9	Kampania promocyjna wędlin drobiowych - kontynuacja zadania z 2013 roku	b	Kampania prowadzona w telewizji prasie i Internecie. Celem kampanii jest zwiększenie popytu na wysokiej klasy wędliny drobiowe na rynku krajowym poprzez upowszechnienie wiedzy na temat ich walorów smakowych i odżywczych	2 000 000,00	2 000 000,00	10/2013		1
10	Promocja mięsa kaczego	b	Impreza wraz z konferencją zakłada popularyzację mięsa kaczego poprzez uwypuklenie jego walorów zdrowotnych, smakowych oraz propagowanie różnorodnych przepisów kulinarnych	235 000,00	235 000,00	10/2013		1

Szczegółowe zestawienie zadań finansowanych lub współfinansowanych ze środków Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego w roku 2014

Lp	Nazwa zadania	Cel ustawy	Opis	Budżet zadania [w PLN]	Wysokość wsparcia z FP [w PLN]	Nr uchwały	Uwagi	Długość trwania w latach
11	Piknik Drobiowy	b	Prezentacja i promocja polskich produktów z mięsa drobiowego podczas cyklu 17 imprez. Celem zadania jest zaprezentowanie walorów jakościowych i smakowych polskich produktów żywnościowych, w szczególności przetworów i produktów z mięsa drobiowego	700 000,00	700 000,00	10/2013		1
12	Wielkie grillowanie z kurczakiem - najlepszym smakiem	b	Impreza zakłada popularyzację mięsa z kurczaka poprzez uwypuklenie jego walorów zdrowotnych, smakowych oraz propagowanie różnorodnych przepisów kulinarnych	180 000,00	180 000,00	10/2013		1
13	Z kurczakiem dookoła świata	b	Kampania składa się z 8 elementów: Piknik edukacyjno - zdrowotny w Krakowie, debata ekspercka z udziałem publiczności, warsztaty kulinarne "Cudze chwalić swego nie znacie?", działania promocyjne przy wykorzystaniu mediów, wydawnictwa, produkcja gadżetów reklamowych, podsumowanie kampanii w Warszawie	800 000,00	800 000,00	1/2014		1
14	Szkolenia	f	Celem jest przybliżenie aktualnych problemów drobiarstwa, przekazanie wiedzy hodowcom drobiu i przetwórcom mięsa drobiowego, by wzmocnić ich umiejętności ochrony interesów i pomóc w przeciwdziałaniu sytuacjom kryzysowym.	258 002,01	258 002,01	1/2014		1
15	Program informacyjno - szkoleniowy z zakresu jakości mięsa skierowany do uczniów szkół gastronomicznych	a	Idea projektu jest przedstawienie całego łańcucha produkcji drobiarskiej w Polsce z uwzględnieniem roli hodowców i producentów, jak również branży ubojowej i przetwórczej.	1 810 000,00	200 000,00	1/2014		1

Szczegółowe zestawienie zadań finansowanych lub współfinansowanych ze środków Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego w roku 2014

Lp	Nazwa zadania	Cel ustawy	Opis	Budżet zadania [w PLN]	Wysokość wsparcia z FP [w PLN]	Nr uchwały	Uwagi	Długość trwania w latach
16	Polskie mięso - ambrozja smaku	b	Działania związane z promocją polskiego mięsa w ramach tego projektu będą prowadzone w ramach trzech obszarów: warsztaty kulinarne adresowane do kobiet, warsztaty kulinarne dedykowane żonom obcokrajowców mieszkających w Polsce, dyplomacja kulinarna.	2 594 550,00	200 000,00	1/2014		1
17	Wielkanoc - Mięśne Święta - Polska Tradycja 2014	b	Akcja promocyjna mięsa w ramach "Gardenii" Targów Ogrodnictwa i Architektury Krajobrazu na terenie Międzynarodowych Targów Poznańskich. Zadanie zgłoszone przez SRW.	376 950,00	100 000,00	1/2014		1
18	Świętomięś Polski 2014	b	Dwudniowy festyn promocyjny w plenerze, promagujący mięso oraz jego przetwory jako podstawowy składnik zdrowego żywienia. Zadanie zgłoszone przez SRW.	880 950,00	200 000,00	1/2014		1
19	Mięsna Arena	b	Festiwal kulinarny wsparty działaniami promocyjnymi i edukacyjnymi oraz programem artystycznym, mający na celu promocję mięsa. Zadanie zgłoszone przez SRW.	264 474,63	100 000,00	1/2014	Zmiana budżetu zadania na mocy uchwały nr 2/2014 KZ FPMD z dnia 17 września 2014 r.	1
20	Polskie mięso drobiowe warte zachodu	b	Spotkanie promujące mięso drobiowe skierowane do hodowców, konsumentów naukowców z branży drobiarskiej z transgranicznego Regionu Zachodniej Polski	120 000,00	120 000,00	1/2014		1
21	Kurczak w domu i w szkole nie tylko w rosole	b	Promocja mięsa drobiowego poprzez organizację co najmniej 8 imprez na terenie województwa opolskiego	350 000,00	350 000,00	1/2014		1
22	Szkolenia dla producentów drobiu	f	Szkolenie ma na celu przedstawienie zasad funkcjonowania rynku drobiarskiego w Danii	30 000,00	30 000,00	1/2014		1

Szczegółowe zestawienie zadań finansowanych lub współfinansowanych ze środków Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego w roku 2014

Lp	Nazwa zadania	Cel ustawy	Opis	Budżet zadania [w PLN]	Wysokość wsparcia z FP [w PLN]	Nr uchwały	Uwagi	Długość trwania w latach
23	Promocja mięsa drobiowego i jego przetworów na targach POLAGRA FOOD 2014 oraz podczas Kongresu POLANDAFRICA 2014	c	Działania promocyjne dotyczące mięsa drobiowego i jego przetworów wśród polskich, europejskich oraz światowych odbiorców podczas targów POLAGRA FOOD odbywających się w dniach 29 września 2 października 2014 w Poznaniu, jak również wśród afrykańskich partnerów handlowych podczas Kongresu POLANDAFRICA, odbywającego się w dniach 6-7 listopada 2014 w Łodzi.	75 000,00	75 000,00	2/2014		1
24	Gęsina na imieninach	b	Kampania promująca gęsinę w czasie najpopularniejszej imprezy masowej w Poznaniu w dniu 11 listopada.	100 000,00	100 000,00	3/2014		1
25	Wsparcie promocji polskiej żywności poprzez niwelowanie barier w eksporcie	g	Działania stanowiące reakcję na bariery eksportowe budowane przez inne kraje. Zadanie realizowane wspólnie przez organizacje branżowe i międzybranżowe.	450 000,00	88 722,15	3/2014		1
				13 344 926,64	7 856 724,16			