

UCHWAŁA Nr 1/2013
Komisji Zarządzającej Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego
z dnia 14 lutego 2013 r.
w sprawie zmiany Planu Finansowego Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego
na rok 2012

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 z późn. zm.), w związku z § 5 ust. 1 Regulaminu Komisji Zarządzającej Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego, stanowiącego Załącznik do Uchwały nr 01/2012 Komisji Zarządzającej Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego z dnia 03 lutego 2012 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., uchwala się, co następuje:

§ 1

Komisja Zarządzająca Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego **postanawia zmienić nazwę** w Planie Finansowym Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego na rok 2012 zadania nr 13 z „Kampania promocyjno-informacyjna kulinarnego mięsa wieprzowego oraz wędlin wysokiej jakości wytwarzanych w ramach Systemu Gwarantowanej Jakości Żywności QAFP” na „Gwarancja jakości QAFP”.

§ 2

Komisja Zarządzająca Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego **postanawia przenieść** z Planu Finansowego Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego na rok 2012 do Planu Finansowego Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego na rok 2013

1. zadanie nr 13 pt.: „Gwarancja jakości QAFP” w kwocie 5 418 000,00 PLN;
2. zadanie nr 20 pt.: „Nasza zdrowa wieprzowina” w kwocie 711 900,00 PLN.

§ 3

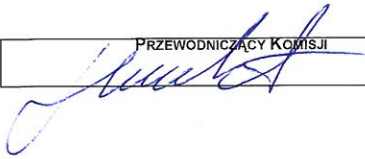
Komisja Zarządzająca Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego **postanawia zmienić nazwę i zakres** w Planie Finansowym Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego na rok 2012 zadania nr 14 z „Mięso – tradycja, jakość i smak” z zakresem rynków Federacja Rosyjska, Ukraina, Chińska Republika Ludowa i Zjednoczone Emiraty Arabskie na „Europejskie mięso – tradycja, jakość i smak” z zakresem rynków Federacja Rosyjska, Chińska Republika Ludowa i Zjednoczone Emiraty Arabskie.

§ 4

Plan Finansowy Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego na rok 2012, po zmianie, stanowi załącznik do niniejszej uchwały.

§ 5

Uchwała wchodzi w życie w dniu podjęcia.

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

Plan Finansowy Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego na rok : 2012

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,
- 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 statutowymi organów tych organizacji, zajmujących się problemami rynku mięsa wieprzowego.

2. Stan środków Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego na dzień 01.01.2012 r. wynosi:	9 435 244,70 zł
3. Prognozowany stan środków Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego na dzień 31.12.2012 r. wyniesie, z uwzględnieniem:	11 617 227,56 zł
1) zobowiązań Funduszu przewidzianych do wypłaty w 2012 r. z planu finansowego na rok 2010 i 2011:	5 886 013,34 zł
2) zobowiązań Funduszu przewidzianych do wypłaty w 2012 r. z planu finansowego na rok 2012:	2 725 408,66 zł
3) zobowiązań Funduszu związanych z kosztami Agencji Rynku Rolnego:	391 470,86 zł
4) należności Funduszu (dochody) przewidziane do wpłaty w roku 2012:	11 184 881,72 zł
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:	8 612 465,10 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:	1 291 869,77 zł
6. Wykorzystanie limitu, o którym mowa w pkt 5 wynosi:	345 558,20 zł

Szczegółowe zestawienie zadań finansowanych lub współfinansowanych ze środków Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego w roku 2012

Lp	Nazwa zadania	Cel ustawy	Opis	Budżet zadania [w PLN]	Wysokość wsparcia z FP [w PLN]	Nr uchwały	Uwagi	Długość trwania w latach
1	Encyklopedia wieprzowiny	a	Zadanie polega na bardzo intensywniej i dynamicznej, ogólnopolskiej radiowej kampanii edukacyjno-informacyjnej realizowanej na antenie stacji radiowych. Zadanei obejmuje przygotowanie, realizację i emisję serii spotów reklamowych, konkursu interaktywnego oraz wywiadów z ekspertami na antenie Radia TOK FM, Radia ŻŁOTE PRZEBOJE oraz ROXY FM.	640 500,00	640 500,00	4/2011		1
2	Piknik mięsny - różne smaki - wysoka jakość	b	Organizacja dużej imprezy plenerowej z udziałem spółdzielni GS ?SCh? oraz gości ? mieszkańców Warszawy i kibiców Euro 2012. Jej celem jest pokazanie gościom ? głównie z dzielnicy Wawer i przyjezdnym ? różnorodności produkowanych przez spółdzielnie przetworów mięsnych i promocja ich spożycia.	84 000,00	84 000,00	5/2011		1
3	Promocja wyrobów z mięsa wieprzowego poprzez udział w pokazach i targach	c	Zadanie będzie realizowane poprzez: uczestnictwo spółdzielni w lokalnych, krajowych i międzynarodowych pokazach i targach, współpracę ze spółdzielniami zainteresowanymi rozpoczęciem produkcji wyrobów mięsnych wysokiej jakości oraz działania promujące spożycie wieprzowiny.	161 805,00	161 805,00	5/2011		2
4	Świętomięś Polski	b	Wspólne zadanie finansowane łącznie z FP Mięsa Wieprzowego, FP Mięsa Wołowego i FP Mięsa Drobiowego. Zadanie będzie realizowane jako impreza cykliczna, mająca na celu promocję mięsa jako głównego składnika prawidłowej diety.	510 000,00	180 000,00	5/2011		1

Szczegółowe zestawienie zadań finansowanych lub współfinansowanych ze środków Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego w roku 2012

Lp	Nazwa zadania	Cel ustawy	Opis	Budżet zadania [w PLN]	Wysokość wsparcia z FP [w PLN]	Nr uchwały	Uwagi	Długość trwania w latach
5	Udział w Targach Polagra Food 2012.	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 2012.	440 000,00	175 000,00	5/2011		1
6	Wieprzowina od kuchni	b	Zadanie dotyczy promocji materiału hodowlanego oraz mięsa wieprzowego podczas XXVI Krajowej Wystawy Zwierząt Hodowlanych. Podobne działania podjęte w 2010 i 2011 r. zostaną wzbogacone o dystrybucję gadżetów kuchennych związanych z przygotowaniem potraw z mięsa wieprzowego, czyli np. fartuchów kuchennych, rękawic kuchennych, ściereczek, minutników czy magnesów na lodówkę. Zostanie wydrukowana ulotka pt. "Wieprzowina nie jest nudna" z nietypowymi i prostymi, łatwymi do wykonania przepisami na potrawy z wieprzowiny. W ramach ekspozycji trzodowej zostanie zorganizowane stoisko PZHPTCh "POLSUS" oraz wydrukowane ulotki informacyjne.	285 600,00	285 600,00	5/2011	Zmiana kwoty z 206850,00 - uchwała nr 6/2012	2
7	Program promocji mięsa wieprzowego	b	Organizacja 4 ogólnopolskich Festiwali Wieprzowiny, promujących spożycie mięsa wieprzowego.	720 300,00	720 300,00	5/2011		1
8	Piknik mięsny	b	Cykl imprez "Piknik Mięsny" polegających na prezentacji polskich produktów z mięsa wieprzowego podczas imprez plenerowych.	200 000,00	200 000,00	5/2011		1

Szczegółowe zestawienie zadań finansowanych lub współfinansowanych ze środków Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego w roku 2012

Lp	Nazwa zadania	Cel ustawy	Opis	Budżet zadania [w PLN]	Wysokość wsparcia z FP [w PLN]	Nr uchwały	Uwagi	Długość trwania w latach
9	Seminarium - uczyliśmy się promocji mięsa wieprzowego i jego przetworów - w teorii i praktyce	f	Cykl 3-dniowych seminariów skierowanych głównie do spółdzielni posiadających w obrocie wyroby masarskie oraz spółdzielni zainteresowanych uczestnictwem w systemach jakości żywności. Seminarium będą składały się z trzech bloków tematycznych: - teoretycznej wiedzy na temat wartości odżywczych mięsa wieprzowego i jego przetworów, - prowadzenia promocji wyrobów z mięsa wieprzowego, technik promocyjnych, budowania i prowadzenia akcji promocyjnych itp., - zajęć praktycznych i wymiany doświadczeń oraz dobrych praktyk w zakresie promocji wyrobów z mięsa wieprzowego.	345 558,20	345 558,20	4/2012		2
10	Strategia odbudowy i rozwoju produkcji trzody chlewnej w Polsce do roku 2030	e	Opracowanie dotyczące aktualnego stanu branży trzody chlewnej i perspektyw jej rozwoju na okres najbliższych kilkunastu lat. Opracowanie przygotowane przez zespół ekspertów będzie stanowiło bazę naukowo-informacyjną stanowiącą wskazówkę do podejmowania działań rozwojowych dla branży, zmierzających do odbudowy stad trzody chlewnej, ukierunkowania rozwoju produkcji, wzrostu spożycia wieprzowiny. Opracowanie będzie stanowiło aktualne kompendium wiedzy dla całej branży.	358 050,00	358 050,00	5/2012		2

Szczegółowe zestawienie zadań finansowanych lub współfinansowanych ze środków Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego w roku 2012

Lp	Nazwa zadania	Cel ustawy	Opis	Budżet zadania [w PLN]	Wysokość wsparcia z FP [w PLN]	Nr uchwały	Uwagi	Długość trwania w latach
11	Promocja materiału hodowlanego podczas targów i wystaw w 2012 r.	c	Promocja materiału hodowlanego podczas targów i wystaw branży rolniczej. Podczas imprez zorganizowana zostanie ekspozycja trzody chlewnej, rozprawdane będą materiały informacyjne w postaci ulotek, publikacji Związku "POLSUS", dystrybuowane będą gadzety kuchenne.	600 600,00	600 600,00	5/2012		1
12	Więcej wiem - mądrze jem	a	Pilotażowa, edukacyjna, interaktywna kampania społeczna skierowana do dzieci w wieku przedszkolnym i wczesnoszkolnym oraz ich rodziców, nauczycieli i pracowników administracji przedszkoli i szkół podstawowych na terenie aglomeracji warszawskiej.	213 150,00	213 150,00	5/2012		2
13	Gwarancja jakości QAFP	b	Kampania realizowana na rynkach docelowych Polski, Litwy i Czech, z uwzględnieniem działań ATL i BTL. Głównym założeniem kampanii jest zwiększenie wiedzy na temat kulinarnego mięsa wieprzowego wytwarzanego w systemie QAFP wśród grup docelowych oraz promowanie świadomego kupowania i spożywania mięsa wieprzowego wysokiej jakości.	12 600 000,00	5 418 000,00	6/2012	Uchwała 1/2013 z dnia 14-02-2013. Zmiana nazwy z "Kampania promocyjno-informacyjna kulinarnego mięsa wieprzowego oraz wędlin wysokiej jakości wytwarzanych w ramach Systemu Gwarantowanej Jakości Żywności QAFP". Przeniesienie realizacji zadania do PF FPMWp na rok 2013.	2

Szczegółowe zestawienie zadań finansowanych lub współfinansowanych ze środków Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego w roku 2012

Lp	Nazwa zadania	Cel ustawy	Opis	Budżet zadania [w PLN]	Wysokość wsparcia z FP [w PLN]	Nr uchwały	Uwagi	Długość trwania w latach
14	Europejskie mięso - tradycja, jakość i smak	b	Program promocji mięsa wieprzowego na rynkach pozaunijnych, w tym Federacji Rosyjskiej, Chińskiej Republiki Ludowej i Zjednoczonych Emiratów Arabskich.	24 000 569,24	1 600 000,00	6/2012	Uchwała 1/2013 z dnia 14-02-2013 r. zmiana nazwy i zakresu z "Mięso - tradycja, jakość i smak" z rynkami Federacji Rosyjskiej, Ukrainy, Chińskiej Republiki Ludowej i Zjednoczonych Emiratów Arabskich.	3
15	Piknik Programu Poznaj Dobrą Żywność	b	Mięsna Wyspa Rozmaitości odbywający się w trakcie pikniku organizowanego przez Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi. Zadanie polega na promocji mięsa i przetworów na otwartych stoiskach degustacyjnych.	165 165,00	115 615,50	6/2012		1
16	Mięsna Lekcja	b	Akcja promocyjna związana z upowszechnieniem wiedzy o mięsie i jego przetworach dla uczniów szkół gimnazjalnych. Ma ona również na celu przybliżenie młodzieży zawodu rzemieślnika przetwórcy mięsnego.	133 824,00	46 838,40	7/2012		2
17	Moje wielkie zdrowe grillowanie - Paweł Królikowski rekomenduje	b	Celem akcji jest promocja mięsa wieprzowego produkowanego w Systemie QAFP poprzez wykorzystanie form spożywania wieprzowiny w okresie letnim - grill, ogniska i inne. W akcji promocyjnej bierze udział wiarygodny ambasador w osobie Pana Pawła Królikowskiego. Zadanie ma rozpowieścić informacje o wyjątkowości mięsa wieprzowego produkowanego w Systemie QAFP.	219 432,00	219 432,00	7/2012		1

Szczegółowe zestawienie zadań finansowanych lub współfinansowanych ze środków Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego w roku 2012

LP	Nazwa zadania	Cel ustawy	Opis	Budżet zadania [w PLN]	Wysokość wsparcia z FP [w PLN]	Nr uchwały	Uwagi	Długość trwania w latach
18	Aktualna wartość dietetyczna wieprzowina, jej znaczenie w diecie i wpływ na zdrowie konsumentów	e	Zadanie zgłoszone przez Polski Związek Hodowców i Producentów Trzody Chlewnej "POLSUS".	1 806 000,00	1 806 000,00	9/2012		2
19	Piotr i Paweł, czyli QAFP na święta i od święta	b	Kontynuacja akcji promocyjnej "Moje wielkie, zdrowe grillowanie - Paweł Królikowski rekomenduje". Zadanie zgłoszone przez Unię Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego.	860 016,00	860 016,00	9/2012		2
20	Nasza zdrowa wieprzowina	b	Zadanie obejmuje szkolenia, targi i akcje promocyjne. Zadanie zgłoszone przez Ogólnopolską Spółdzielnię Grup Producentów Rolnych.	711 900,00	711 900,00	9/2012	Uchwała 1/2013 z dnia 14-02-2013 r. przeniesienie realizacji zadania do PF FPMWp na rok 2013.	2
				31 744 569,44	8 612 465,10			