

# UCHWAŁA Nr 2/2016

Komisji Zarządzającej Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego

z dnia 18 lutego 2016 roku

w sprawie zmiany Planu Finansowego Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego  
na rok 2015

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 2015 r., poz. 2122 t. j.), w zw. z § 5 ust. 1 Regulaminu Komisji Zarządzającej Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego stanowiącego załącznik do uchwały nr 4/2015 Komisji Zarządzającej Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego z dnia 08.07.2015 r. oraz zgodnie z Zasadami gospodarowania środkami finansowymi Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego stanowiącymi załącznik do uchwały nr 10/2015 Komisji Zarządzającej Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego z dnia 18.11.2015 r., uchwala się, co następuje:

## § 1

Komisja Zarządzająca Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego postanawia wpisać do Planu Finansowego na rok 2015 zadanie nr 28 pt. „EKOEURPOA – Jakość i Tradycja” w kwocie 150 000,00 PLN.

## § 2

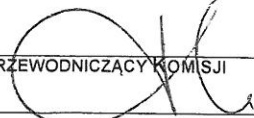
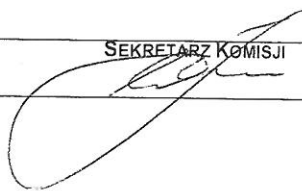
Komisja Zarządzająca Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego postanawia wykreślić z Planu Finansowego na rok 2015 zadanie nr 3 pt. „Europejski drób - w jakości siła”

## § 3

Plan finansowy Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego na rok 2015 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 : 2015

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 01.01.2015 r. wynosi:	4 555 385,71 zł
3. Prognozowany stan Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego na dzień 31.12.2015 roku wyniesie z uwzględnieniem:	7 260 297,28 zł
1) zobowiązań Funduszu przewidzianych do wypłaty w 2015 roku z Planu Finansowego na rok 2011 i 2014:	1 862 983,11 zł
2) zobowiązań Funduszu przewidzianych do wypłaty w 2015 roku z Planu Finansowego na rok 2015:	5 859 158,30 zł
3) zobowiązań Funduszu związanych z kosztami ARR:	378 093,96 zł
4) należności Funduszu przewidziane do wpłaty w roku 2015:	10 802 684,68 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:	9 735 294,00 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:	1 460 294,10 zł
6. wykorzystanie limitu, o którym mowa w pkt 5 wynosi:	569 134,00 zł



**Szczegółowe zestawienie zadań finansowanych lub współfinansowanych ze środków Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego w roku 2015**

Lp.	Nazwa zadania	Cel ustawy	Opis	Budżet zadania [w PLN]	Wysokość wsparcia z FP [w PLN]	Nr uchwały	Uwagi	Dotychczas trwania w latach
1	Święto Gęsi	b	Celem projektu jest promocja spożycia polskiej gęsiny w kraju i Europie, co za tym idzie wzrost sprzedaży	290 000,00	290 000,00	4/2014		1
2	Ochrona wizerunku polskiej branży drobiarskiej	a	Celem kampanii jest ochrona wizerunku polskiej branży drobiarskiej w sytuacjach medialnych kryzysów.	300 000,00	300 000,00	4/2014		1
3	Europejski drób - w jakości siła	a	Działania informacyjno - promocyjne na rynkach Zjednoczonych Emiratów Arabskich, Chiny z Hongkongiem oraz Wietnamu	18 867 908,30	3 773 581,66	4/2014	Zmiana zakresu zadania i kwoty budżetu i wsparcia na mocy uchwały KZ FPMD Nr 2/2015 z dnia 05.03.2015 r. Wykreślenie zadania na mocy uchwały KZ FPMD nr 2/2016 z dnia 18 lutego 2016 r.	3
4	Promocja mięsa drobiowego	b	Ogólnopolskie Festiwałe nt. mięsa drobiowego, celem których jest zwiększenie spożycia mięsa drobiowego na rynku polskim.	550 000,00	550 000,00	5/2014		1
5	Piknik Drobiowy	b	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	5/2014		1
6	Kurczak w domu i szkole nie tylko w rosole	b	Promocja mięsa drobiowego na terenie województw: opolskiego, dolnośląskiego, kujawsko pomorskiego, pomorskiego oraz pogranicza polsko-czeskiego	750 000,00	750 000,00	5/2014		1
7	Szkolenia dla producentów drobiu	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.	250 000,00	250 000,00	5/2014		1

**Szczegółowe zestawienie zadań finansowanych lub współfinansowanych ze środków Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego w roku 2015**

Lp	Nazwa zadania	Cel ustawy	Opis	Budżet Zadania [w PLN]	Wysokość wsparcia z FP [w PLN]	Nr uchwały	Uwagi	Długość trwania w latach
8	Kurczak na deptaku w Ciechocinku	b	Kampania ma na celu utrwalenie świadomości pozytywnych efektów konsumpcji mięsa drobiowego - kurzego szczególnie przez osoby dojrzale a nawet cierpiące na różne schorzenia	532 560,00	532 560,00	5/2014		1
9	Składki członkowskie do unijnych organizacji branżowych a.v.e.c. i CLITRAVI	g	opłata składek członkowskich z tytułu przynależności do unijnych organizacji branżowych: sektora drobiarskiego - a.v.e.c. oraz sektora przetwórstwa mięsa CLITRAVI	150 000,00	150 000,00	5/2014		1
10	Organizacja i udział w 2015 roku w Krajowej Wystawie Zwierząt Hodowlanych w sześciu wystawach regionalnych w Sielinku, Szepietowie, Słonie, Minkowie, Rudawce Rymanowskiej i Zakrzowie oraz w Pikniku z programem Poznaj Dobrą Żywność	c	Działania obejmują uczestnictwo w 2015 roku w Polgryze Premii, w kolejnej II edycji Ogólnopolskiej Wystawy Drobiu Hodowlanego i Użytkowego oraz w 6 wystawach regionalnych organizowanych przez największe ośrodki doradztwa rolniczego, tj. w Sielinku, Szepietowie, Słonie, Minkowie, Rudawce Rymanowskiej i Zakrzowie. Ponadto zaplanowana jest prezentacja stadek drobiu w trakcie trwania Pikniku z programem Poznaj Dobrą Żywność.	375 000,00	375 000,00	5/2014		1
11	Wsparcie promocji mięsa drobiowego i jego przetworów podczas targów ANUGA 2015 w Kolonii	c	Idea projektu jest przedstawienie całego łańcuch produkcji drobiarskiej w Polsce z uwzględnieniem roli hodowców i producentów, jak również branży ubojowej i przetwórczej.	600 000,00	600 000,00	5/2014	Zmiana tytułu zadania i kwoty budżetu i wsparcia na mocy uchwały KZ FPMD Nr 2/2015 z dnia 05.03.2015 r.	1
12	Kampania promocyjna mięsa kaczego	b	Celem kampanii jest przelamanie mitów na temat mięsa kaczego	1 000 000,00	1 000 000,00	5/2014		1
13	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 czołwieka wartościowych składników przy jednoczesnym informowaniu konsumentów o jego walorach smakowych i różnorodności a także łatwości przyrządzania potraw	135 000,00	135 000,00	5/2014		1

**Szczegółowe zestawienie zadań finansowanych lub współfinansowanych ze środków Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego w roku 2015**

LP	Nazwa zadania	Cel ustawy	Opis	Budżet zadania [w PLN]	Wysokość wsparcia z FP [w PLN]	Nr uchwały	Uwagi	Dotychczas trwania w latach
14	Kampania promocyjna mięsa drobiowego pakowanego	b	kampania prowadzona w telewizji i Internecie. Celem jest przełamanie barier i zbudowanie zaufania do mięsa drobiowego pakowanego.	2 200 000,00	2 200 000,00	5/2014	Zmiana kwoty budżetu i wsparcia na mocy uchwały KZ FPMD Nr 2/2015 z dnia 05.03.2015 r.	1
15	Polskie mięso drobiowe warte zachodu	b	Spotkanie promujące mięso drobiowe skierowane do hodowców, konsumentów, naukowców z branży drobiarskiej z transgranicznego Regionu Zachodniej Polski	200 000,00	200 000,00	5/2014		1
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	449 442,00	100 000,00	5/2014		1
17	Stawiam na drób	a	Działania mające na celu informowanie o jakości polskiego mięsa drobiowego oraz sposobach przyrządzania tego mięsa wśród uczniów szkół gastronomicznych	200 000,00	200 000,00	5/2014		1
18	Mięsna Arena	b	Festiwal kulinarny wsparty działaniami promocyjnymi i edukacyjnymi z programem artystycznym	547 417,50	100 000,00	5/2014		1
19	Wielkanoc - Mięśne Święta - Polska Tradycja 2015	b	Cele promocji: popularyzacja polskiego mięsa i wędlin jako głównego mięsa wpisanego do tradycyjnych dań wielkanocnych. Podkreślenie walorów smakowych i wysokiej jakości mięsa, popularyzacja mięsa jako takiego na przykładzie wędlin i potraw wielkanocnych	240 000,00	100 000,00	5/2014	Zmiana kwoty budżetu zadania na mocy uchwały KZ FPMD Nr 2/2015 z dnia 05.03.2015 r.	1
20	Świętomięs Polski 2015	b	Festyn promocyjny w plenerze propagujący spożycie mięsa oraz jego przetworów.	948 465,00	100 000,00	5/2014		1

**Szczegółowe zestawienie zadań finansowanych lub współfinansowanych ze środków Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego w roku 2015**

LP	Nazwa zadania	Cel ustawy	Opis	Budżet zadania [w PLN]	Wysokość wsparcia z FP [w PLN]	Nr uchwały	Uwagi	Długość trwania w latach
21	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	169 134,00	169 134,00	2/2015	Zmiana kwoty budżetu i wsparcia na mocy uchwały KZ FPMD Nr 5/2015 z dnia 08.07.2015 r.	1
22	Dożynki Prezydenckie w Spale 2015	b	Promocja wyrobów z mięsa drobiowego poprzez udział w organizacji Gościńca Prezydenckiego na Dożynkach w Spale.	100 000,00	100 000,00	2/2015		1
23	Promocja polskiego mięsa drobiowego podczas targów Sial China 2015 w Szanghaju	c	Promocja polskiego mięsa drobiowego podczas Międzynarodowych Targów Spożywczych SIAL 2015 r.	210 000,00	210 000,00	2/2015		1
24	Promocja mięsa drobiowego i jego przetworów na targach Polagra Food 2015 oraz podczas dnia polsko - afrykańskiego w Sejmie RP	c	Idea projektu promocji produktów i przetworów drobiowych jest przedstawienie całego łańcucha produkcji drobiarskiej w Polsce z uwzględnieniem roli hodowców i producentów jak również przetworców.	140 000,00	140 000,00	2/2015		1
25	Badanie potencjału rozwoju rynku oraz potrzeb konsumentów na rynku niemieckim wraz z analizą możliwości i trendów rozwoju produkcji gęsi na Węgrzech	d	Działania mające na celu rozpoznanie rynku niemieckiego i węgierskiego: analiza rynku pod kątem potencjału produkcji oraz badanie konsumpcyjne pod kątem potrzeb i preferencji	80 000,00	80 000,00	2/2015		1
26	Gęsina na imieninach	b	Celem kampanii jest promowanie gęsiny w czasie najpopularniejszej imprezy masowej w Poznaniu w dniu 11 listopada.	126 210,00	126 210,00	6/2015		1
27	Organizacja imprezy promocyjnej 'Święto Indyka'	b	Promocja mięsa indyjskiego i jego walorów. Rozpropagowanie mięsa indyjskiego na terenie wschodniej Polski.	127 390,00	127 390,00	8/2015		1
28	EKOEUROPA-jakość i tradycja	a	Działania w ramach kampanii obejmują promocję polskich produktów ekologicznych na rynkach pozaukłajnych. Zadanie zgłoszone przez Ogólnopolskie Stowarzyszenie Przetwórców i Producentów Produktów Ekologicznych "Polska Ekologia".	7 500 000,00	150 000,00	2/2016		3



**Szczegółowe zestawienie zadań finansowanych lub współfinansowanych ze środków Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego w roku 2015**

lp	Nazwa zadania	Cel ustawy	Opis	Budżet zadania [w PLN]	Wysokość wsparcia z FP [w PLN]	Nr uchwały	Uwagi	Długość trwania w latach
				18 870 618,50	9 735 294,00			

