



Agencja
Rynku
Rolnego

SPRAWOZDANIE
Z WYKONANIA PLANU FINANSOWEGO
FUNDUSZU PROMOCJI MIĘSA WOŁOWEGO
W 2010 R.

WARSZAWA, 2011-02-28

ZASTĘPCA DYREKTORA
BIURA PROMOCJI ŻYWNOSCI

Jerzy Stojanowski

M. H. *W. H.*

Spis treści

<u>1</u>	<u>PODSTAWA PRAWNA FUNKCJONOWANIA FPMWŁ</u>	<u>3</u>
<u>2</u>	<u>WPLYWY NA FPMWŁ</u>	<u>5</u>
2.1	PRZEPLYWY ŚRODKÓW FINANSOWYCH NA RACHUNKU FPMWŁ	6
2.2	KWOTY ZADEKLAROWANE DO WPLAT FPMWŁ	8
2.3	KONTROLA I WINDYKACJA WPLAT NA FUNDUSZE PROMOCJI	9
<u>3</u>	<u>PLAN FINANSOWY FPMWŁ NA ROK 2010</u>	<u>11</u>
<u>4</u>	<u>WYDATKI Z FPMWŁ W ROKU 2010</u>	<u>12</u>
4.1	WYPŁATY DOKONANE W OPARCIU O WNIOSKI ZŁOŻONE W ROKU 2010	13
4.2	KOSZTY ZWIĄZANE Z OBSŁUGĄ FUNDUSZU PROMOCJI ORAZ KOMISJI ZARZĄDZAJĄCEJ	13
<u>5</u>	<u>PODSUMOWANIE WYDATKÓW ZE ŚRODKÓW FPMWŁ ZA ROK 2010</u>	<u>14</u>

1 Podstawa prawna funkcjonowania FPMW

Fundusz Promocji został utworzony na mocy ustawy z dnia 22 maja 2009 roku o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych (Dz. U. nr 97, poz. 799 z późn. zm.), zwanej dalej „ustawą”, a swoje funkcjonowanie rozpoczął w lipcu 2009 roku.

Zgodnie z art. 2 ust. 2 pkt 6) ww. ustawy Fundusz Mięsa Wołowego (zwany dalej FPMW) wspiera następujące cele:

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

Zgodnie z art. 8 ust. 1 ww. ustawy gospodarka finansowa funduszy prowadzona jest na podstawie:

- 1) Zasad gospodarowania środkami finansowymi danego funduszu promocji,
- 2) Planu finansowego danego funduszu promocji.

W świetle art. 10 pkt 3 ww. ustawy, dla każdego z funduszy tworzy się Komisję Zarządzającą, w skład której wchodzi 9 członków, przy czym Komisja Zarządzająca Funduszu Promocji Mięsa Wołowego składa się z:

- 1) 4 członków reprezentujących podmioty prowadzące chów lub hodowlę bydła rzeźnego, wybranych spośród kandydatów zgłoszonych przez ogólnokrajowe organizacje tych producentów,
- 2) 4 członków reprezentujących zakłady prowadzące działalność w zakresie przetwórstwa mięsa oraz niebędących zakładami przetwórczymi przedsiębiorców prowadzących działalność gospodarczą w zakresie uboju bydła, wybranych spośród kandydatów zgłoszonych przez ogólnokrajowe organizacje zrzeszające zakłady przetwórcze oraz niebędących zakładami przetwórczymi przedsiębiorców prowadzących działalność gospodarczą w zakresie uboju bydła,
- 3) członka reprezentującego izby rolnicze, wybranego spośród kandydatów zgłoszonych przez Krajową Radę Izb Rolniczych.

Zgodnie z art. 12 ust. 1 ustawy do zadań komisji zarządzających należy:

- o reprezentowanie interesów branż w zakresie zarządzania funduszem promocji właściwym dla danej branży,
- o ustalanie zasad gospodarowania środkami finansowymi danego funduszu,
- o ustalanie planu finansowego danego funduszu,
- o sporządzanie sprawozdania rzeczowego danego funduszu,
- o przekazywanie sprawozdania z wykonania planu finansowego ministrowi właściwemu do spraw rynków rolnych.

2 Wpływy na FPMW

Zgodnie z art. 3 ust. 2 oraz ust. 3 pkt 8. Ustawy są dwie grupy podmiotów zobowiązanych do naliczania, pobierania i przekazywania wpłat na **Fundusz Promocji Mięsa Wołowego**:

- przedsiębiorcy prowadzący działalność gospodarczą w zakresie uboju bydła lub cieląt;
- przedsiębiorcy będący podatnikami podatku od towarów i usług w rozumieniu ustawy z dnia 11 marca 2004 r. o podatku od towarów i usług (Dz. U. Nr 54, poz. 535, z późn. zm.), którzy prowadzą działalność gospodarczą w zakresie wywozu poza terytorium Rzeczypospolitej Polskiej żywego bydła lub cieląt.

Jeżeli działalność w zakresie uboju bydła lub cieląt oraz wywozu poza terytorium Rzeczypospolitej Polskiej żywego bydła lub cieląt jest prowadzona w ramach jednej działalności, przedsiębiorca powinien rozliczyć się łącznie ze zwierząt zakupywanych na obydwa cele.

Przedsiębiorcy zobowiązani do naliczania, pobierania i przekazywania wpłat na **Fundusz Promocji Mięsa Wołowego** naliczają wpłaty od wszystkich swoich dostawców, niezależnie od ich formy prawnej czy sposobu opodatkowania. Wpłaty na fundusz naliczane są na podstawie faktur za drób zakupiony przez przedsiębiorców zobowiązanych do naliczania, pobierania i przekazywania wpłat w wysokości 0,1 % wartości netto zakupionego drobiu.

Kwota naliczona na fundusz promocji jest pobierana z należności za drób dostarczony do przedsiębiorców zobowiązanych do naliczania, pobierania i przekazywania wpłat, a pobranie jest potwierdzane przez przedsiębiorcę w formie pisemnego oświadczenia. Oświadczenie, może być sporządzone w dowolnej formie i układzie, pod warunkiem zachowania formy pisemnej oraz uwzględnienia przynajmniej następujących informacji:

- nazwy, siedziby i adresu albo imienia, nazwiska, miejsca zamieszkania i adresu przedsiębiorcy oraz podmiotu, od którego naliczono i pobrano tę wpłatę,
- określenia wartości i rodzaju towaru, stanowiącego podstawę wpłaty,
- kwoty pobranej z tytułu wpłaty na dany fundusz promocji od zbytego towaru;

Wpłaty pobrane od dostawców są gromadzone przez przedsiębiorców zobowiązanych do naliczania, pobierania i przekazywania wpłat do zakończenia kwartału. Po zakończeniu kwartału przedsiębiorca sporządza deklarację wpłaty na fundusze promocji produktów rolno – spożywczych na formularzu udostępnionym przez Agencję Rynku Rolnego oraz dokonuje wpłaty na rachunek danego funduszu promocji.

Za przekroczenie terminu płatności naliczane są odsetki za zwłokę liczone jak od zaległości podatkowych. Zgodnie z art. 53 § 3 Ordynacji podatkowej przedsiębiorca obowiązany jest sam naliczyć kwotę odsetek za zwłokę we wpłatach na fundusz promocji, a następnie, zgodnie z art. 55 § 1 Ordynacji podatkowej wpłacić ją na konto Funduszu bez wezwania Agencji.

2.1 Przepływy środków finansowych na rachunku FPMW

Zgodnie z art. 7 ust. 2 źródłami finansowania funduszu są:

- 1) wpłaty,
- 2) odsetki bankowe od środków pieniężnych gromadzonych na rachunku bieżącym funduszu oraz z tytułu oprocentowania lokat,
- 3) darowizny, zapisy, dotacje.

W roku 2010 źródłem finansowania Funduszu były wpłaty dokonywane przez podmioty wymienione w ust. 3 pkt 2. Ustawy w wysokości 0,1 % wartości netto zakupionego bydła lub cieląt oraz odsetki bankowe.

Stan środków finansowych Funduszu Promocji Mięsa Wołowego na dzień 01.01.2010 r. wynosił **690 239,31 PLN** natomiast na dzień 31.12.2010 r. wynosił – **3 050 336,36 PLN**.

W okresie od 01.01.2010 r. do 31.12.2010 r. podmioty zobowiązane do wpłat przekazały na Fundusz Promocji Mięsa Wołowego **3 142 196,13 PLN**.

Dodatkowo konto Funduszu zostało zasilone:

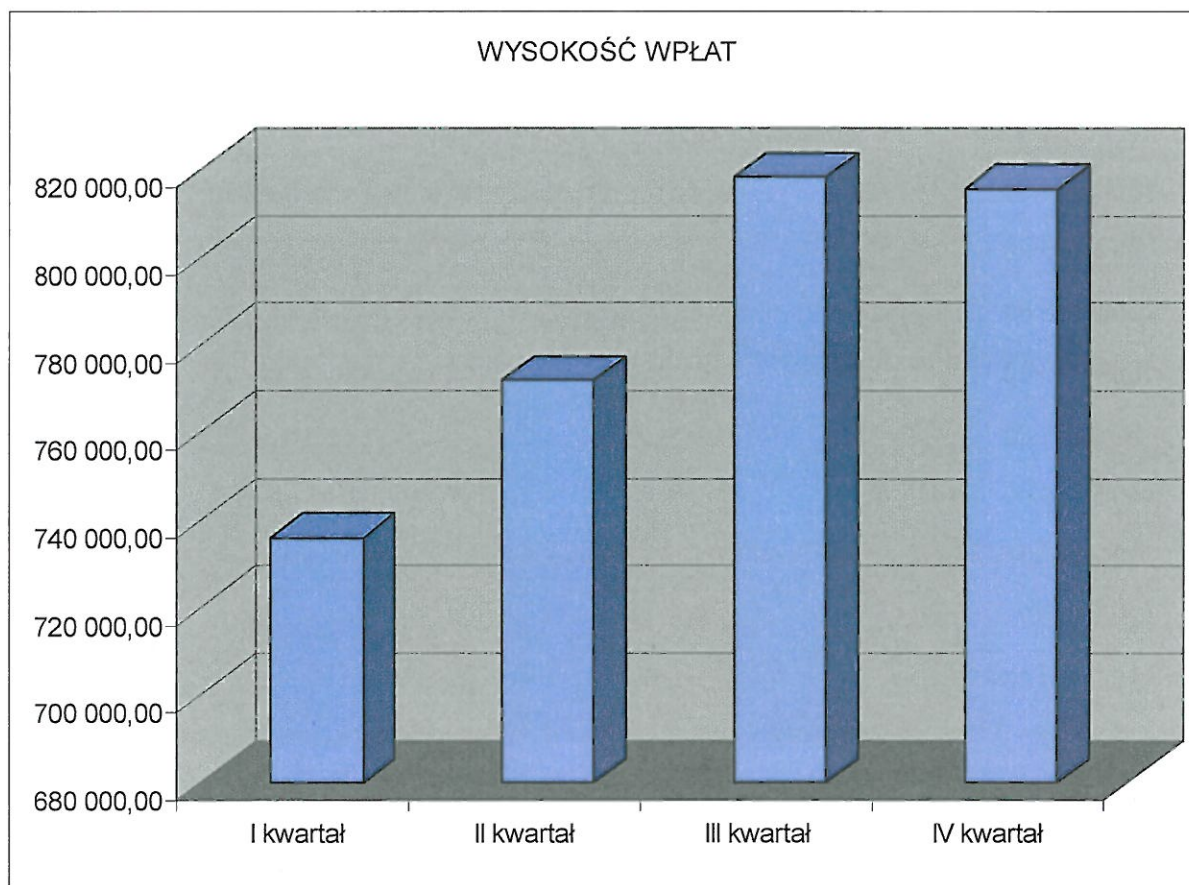
- odsetkami od lokat w kwocie **47 927,06 PLN**,
- zwrotem niewykorzystanych środków za rok 2009 w ramach pobrania przez Agencję Rynku Rolnego 3,5% rocznych wpływów na poszczególne

fundusze promocji zgodnie z art. 5 ust. 1 ustawy o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych – **7 501,53 PLN**,

Wpłaty w poszczególnych kwartałach roku 2010 przedstawiały się następująco:

- w I kwartale 2010 wyniosły **736 068,98 PLN**,
- w II kwartale 2010 wyniosły **771 898,09 PLN**,
- w III kwartale 2010 wyniosły **818 461,85 PLN**,
- w IV kwartale 2010 wyniosły **815 767,21 PLN**.

Wykres nr 1. Wysokość wpłat w poszczególnych kwartałach 2010.

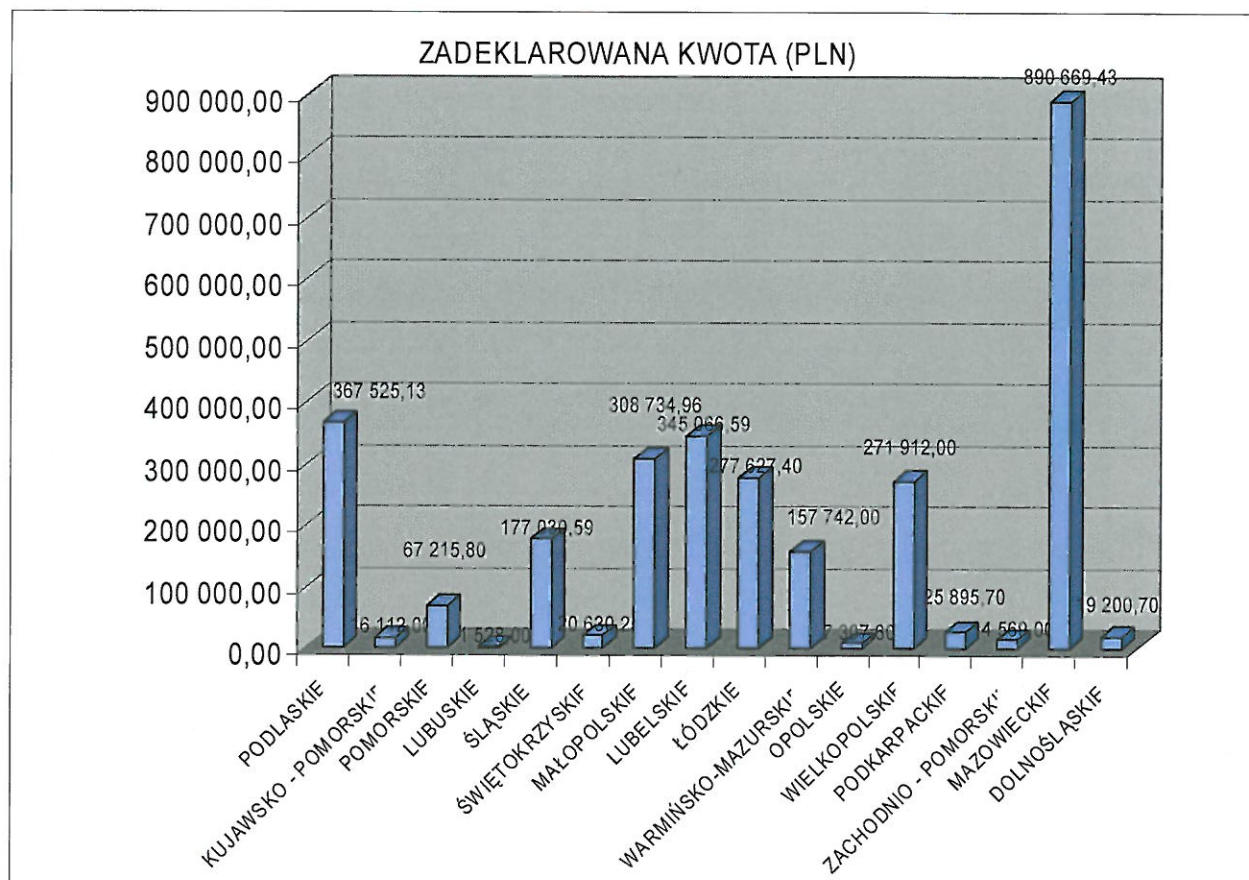


Ponadto w toku postępowań administracyjnych Prezes Agencji wydał 3 decyzje dotyczące wpłat na FPMWł.

2.2 Kwoty zadeklarowane do wpłat FPMW

Zgodnie z art. 6 ust 1 pkt 2a podmioty zobowiązane do wpłat na fundusz składają Prezesowi Agencji deklaracje, w których wykazują wysokość zobowiązania na rzecz danego funduszu promocji, z wyszczególnieniem odrębnie kwoty naliczonej i kwoty pobranej, za okresy kwartalne, w terminie do 25 dnia miesiąca następującego po każdym kolejnym kwartale. Podmioty zobowiązane do wpłat na FPMW zadeklarowały w roku 2010 wpłaty w wysokości 3 312 758,00 zł. Podmioty zobowiązane do wpłat składają wymienione deklaracje Prezesowi Agencji za pośrednictwem Oddziałów Terenowych ARR właściwych do siedziby przedsiębiorcy (Wykres nr 2).

Wykres nr 2. Wysokość kwot zadeklarowanych przez podmioty w 2010



2.3 Kontrola i windykacja wpłat na fundusze promocji

Środki finansowe gromadzone przez fundusze nie są traktowane jako środki publiczne, jednakże do ich naliczania i odprowadzania, jak i podmiotów wpłacających ustawa nakłada obowiązek odpowiedniego stosowania przepisów działu III i VI ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. - Ordynacja podatkowa. W związku z faktem, iż Prezesowi ARR powierzono dysponowanie środkami finansowymi funduszy promocji na podstawie uchwał komisji zarządzających, uprawnienia organu podatkowego nadano:

- Prezesowi ARR jako organowi pierwszej instancji;
- Ministrowi właściwemu do spraw rynków rolnych jako organowi odwoławczemu od decyzji Prezesa ARR.

Zaległe należności podmiotów zobligowanych do wpłat na rzecz danego funduszu promocji, są egzekwowane na podstawie art. 6 ust 6 ustawy z dnia 22 maja 2009r. o funduszach promocji produktów rolno spożywczych w oparciu o przepisy o postępowaniu egzekucyjnym w administracji.

W celu sprawdzenia czy podmioty zobligowane wywiązują się z ustawowych obowiązków wpłat na fundusze, organ podatkowy pierwszej instancji przeprowadzi kontrolę podatkową, na podstawie uprawnień określonych w dziale VI ww. ustawy.

Jeżeli w wyniku postępowania podatkowego zostanie stwierdzone, że podatnik mimo ciężącego na nim obowiązku, nie zapłacił w całości lub części należnego zobowiązania, nie złożył deklaracji albo, że wysokość zobowiązania podatkowego jest inna niż wykazana w deklaracji, organ podatkowy wyda decyzję, w której określi wysokość zobowiązania podatkowego uwzględniając kwotę odsetek za zwłokę należnych od tego zobowiązania. Dokonane na tej podstawie wyliczenia będą podstawą do podjęcia przez ARR działań windykacyjnych w celu pozyskania zaległych wpłat na fundusze. Stosowanie procedur wynikających z Ordynacji podatkowej wymaga udziału jednostki administracji publicznej i nie mogło zostać powierzone podmiotom o charakterze niepublicznym.

W roku 2010 względem przeprowadzono **10** kontroli podmiotów zobowiązanych do wpłat na fundusz Promocji Mięsa Wołowego w podziale na województwa:

Tabela nr 2 Kontrole podmiotów zobowiązanych do wpłat w roku 2010

LP.	Województwo	Ilość kontroli
1.	ŚLĄSKIE	1
2.	ŁÓDZKIE	1
3.	WARMIŃSKO - MAZURSKIE	2
4.	OPOLSKIE	2
5.	WIELKOPOLSKIE	1
6.	PODKARPACKIE	1
7.	MAZOWIECKIE	2

Wyniki kontroli wykazały, że kontrolowane podmioty nieprawidłowo stosują, do obliczania wpłat na fundusz, zapisy ordynacji podatkowej w zakresie zasad zaokrąglania przewidzianych, w art. 63 §1 Ustawy z dnia 29 sierpnia 1997r. – Ordynacja podatkowa (Dz. U. Nr 8 z 2005, poz. 60, z późn. zm.) co skutkuje niewłaściwym określeniem wysokości wpłaty FPMWł.

Część zobowiązań przedsiębiorcy pokryli ze własnych środków zamiast dokonać naliczenia i pobrania od podmiotów, które zbywały na ich rzecz towary z pominięciem zapisów art. 3 ust 5 pkt 1 lit a.

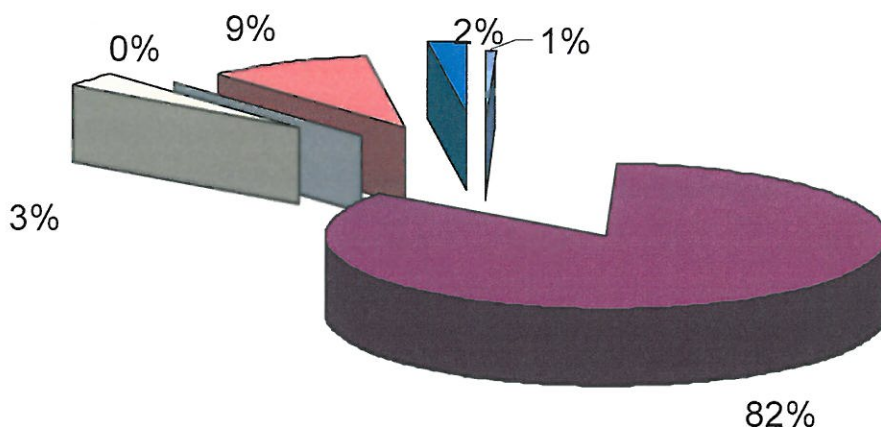
Ponadto podmioty podlegające kontroli w wielu wypadkach naliczają i pobierają od podmiotów, które zbywają na ich rzecz towary, wpłaty na fundusze promocji z należności za te towary z przekroczeniem 14 dniowego terminu od dnia ich wystawienia, co skutkuje wykazaniem wpłat w niewłaściwym kwartale.

3 Plan finansowy FPMWł na rok 2010

W roku 2010 rozdysponowanie środków Funduszu odbywało się w oparciu o rozporządzenie Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 11 marca 2010 r. w sprawie szczegółowych warunków i trybu udzielania wsparcia finansowego z funduszy promocji produktów rolno-spożywczych (Dz.U.10.54.327), „Zasady gospodarowania Funduszem Promocji Mięsa Wołowego”, które zostały uchwalone przez Komisję Zarządzającą Funduszu Promocji Mięsa Wołowego uchwałą nr 03/09 z dnia 30.11.2009 r. (zmienione uchwałą nr 03/10 z dnia 10.02.2010 r.), oraz plan finansowy Funduszu Promocji Mięsa Wołowego na rok 2010.

W ww. planie Zarządzającą Funduszu Promocji Mięsa Wołowego przeznaczyła środki finansowe na poszczególne cele zgodnie ze „Zasadami gospodarowania Funduszem Promocji Mięsa Wołowego” (Załącznik 1).

Wykres nr 3. Struktura planu finansowego FPMWł na rok 2010.



- Działania mające na celu informowanie o jakości i cechach, w tym zaletach, mięsa w ołowego
- Działania mające na celu promocję spożycia mięsa w ołowego oraz jego przetwórców
- Udział w wystawach i targach związanych z chowem lub hodowlą bydła mięsnego oraz produkcją lub przetwórcem mięsa w ołowego oraz przetwórców zbożowych
- Badania rynkowe dotyczące spożycia mięsa w ołowego oraz jego przetwórców
- Badania naukowe i prace rozwojowe mające na celu poprawę jakości mięsa w ołowego oraz jego przetwórców, a także prowadzące do wzrostu jego spożycia
- Szkolenia producentów i przetwórców mięsa w ołowego
- Działalność krajowych organizacji branżowych, w tym ich przedstawicieli, biorących udział w pracach specjalistycznych stałych roboczych komitetów organizacji międzynarodowych lub będących członkami statutowych organów tych organizacji, zajmujących się pro

Ponadto, w planie finansowym FPMWł na rok 2010 na:

- 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 przeznaczono kwotę 82 866,95 PLN

Komisja Zarządzająca Funduszu Promocji Mięsa Wołowego uchwaliła Plan finansowy Funduszu Promocji Mięsa Wołowego uchwałą nr 04/2009 z dnia 30.11.2009 r., a następnie zmieniała Plan Finansowy FPMWł na rok 2010 następującymi uchwałami:

- 1) uchwałą nr 02/2010 z dnia 13.01.2010 r.,
- 2) uchwałą nr 04/2010 z dnia 10.02.2010 r.,
- 3) uchwałą nr 05/2010 z dnia 28.04.2010 r.,
- 4) uchwałą nr 07/2010 z dnia 07.06.2010 r.,
- 5) uchwałą nr 08/2010 z dnia 30.07.2010 r.,
- 6) uchwałą nr 09/2010 z dnia 21.09.2010 r.

4 Wydatki z FPMWł w roku 2010

W 2010 roku Agencja Rynku Rolnego wypłaciła środki finansowe z Funduszu Promocji Mięsa Wołowego w wysokości **837 527,67 PLN**, z tego:

1. 731 220,02 PLN - za przedsięwzięcia zrealizowane i wypłacane w roku 2010,
2. 106 300,45 PLN – obsługa funduszu promocji (3,5% rocznych wpływów na poszczególne fundusze promocji zgodnie z art. 5 ust. 1 ustawy o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych.
3. 7,20 PLN – pozostałe wypłaty (prowizje, opłaty).

4.1 Wypłaty dokonane w oparciu o wnioski złożone w roku 2010

W 2010 roku do Agencji Rynku Rolnego wpłynęło **8** wniosków o udzielenie wsparcia ze środków Funduszu Promocji Mięsa Wołowego. Udzielone wsparcie ze środków FPMWł wynosi **1 757 681,00 PLN**. Do dnia 31.12.2010 r. wypłacono kwotę **731 220,02 PLN**.

Do dnia 31.12.2010 r. wpłynęło **8** wniosków o płatność wsparcia ze środków Funduszu Promocji Mięsa Wołowego.

Lista zadań realizowanych w roku 2010 na podstawie planu finansowego FPMWł stanowi załącznik 2 do sprawozdania.

4.2 Koszty związane z obsługą funduszy promocji oraz komisji zarządzających

Zgodnie z art. 5 ust. 1 koszty związane z realizacją przez Agencję Rynku Rolnego zadań, w art. 4 ust. 1 pkt 2, są pokrywane ze środków funduszy promocji. Wysokość tych kosztów nie może przekroczyć 3,5% rocznych wpływów na poszczególne fundusze promocji. Zgodnie z art. 4 ust. 1 pkt 2 Prezes Agencji Rynku Rolnego zapewnia obsługę prawną oraz techniczno-biurową funduszy promocji oraz komisji zarządzających.

Agencja Rynku Rolnego na obsługę funduszy promocji oraz komisji zarządzających w roku 2010 z Funduszu Promocji Mięsa Wołowego wydała 106 300,45 PLN, z czego:

- 3 594,45 PLN - zużycie materiałów,
- 31 648,76 PLN – usługi obce,
- 1 098,44 PLN – podatki i opłaty,
- 55 622,04 PLN - wynagrodzenia,
- 9 623,94 PLN - ubezpieczenia społeczne,
- 290,81 PLN – remonty,
- 3 322,74 PLN – pozostałe koszty.
- 1 099,27 PLN – środki trwałe niskocenne,

5 Podsumowanie wydatków ze środków FPMWł za rok 2010

Agencja Rynku Rolnego wypłaciła w roku 2010 kwotę **731 220,02** PLN w oparciu o Plan Finansowy FPMWł na rok 2010 (Załącznik 1).

Z up. PREZESA ARR

Lucjan Zwolak
ZASTĘPCA PREZESA

**Załącznik 1** Plan finansowy FPMWł na rok 2010 i jego realizacja

Lp.	Cel	Kwota przewidziana w planie finansowym [zł]	Kwota przyznana [zł]	Kwota wypłacona w 2010 r. [zł]	Kwota pozostała do wypłaty w kolejnych latach. [zł]
1.	Działania mające na celu informowanie o jakości i cechach, w tym zaletach, mięsa wołowego	83 500,00	3 500,00	1 400,00	2 100,00
2.	Działania mające na celu promocję spożycia mięsa wołowego oraz jego przetworów	1 807 500,00	1 507 500,00	603 000,00	904 500,00
3.	Udział w wystawach i targach związanych z chowem lub hodowlą bydła mięsnego oraz produkcją lub przetwórstwem mięsa wołowego oraz przetworów zbożowych	70 000,00	0	0	0
4.	Badania rynkowe dotyczące spożycia mięsa wołowego oraz jego przetworów	0	0	0	0
5.	Badania naukowe i prace rozwojowe mające na celu poprawę jakości mięsa wołowego oraz jego przetworów, a także prowadzące do wzrostu jego spożycia	0	0	0	0
6.	Szkolenia producentów i przetwórców mięsa wołowego	200 000,00	197 925,00	79 170,00	118 755,00
7.	Działalność krajowych organizacji branżowych, w tym ich przedstawicieli, biorących udział w pracach specjalistycznych stałych roboczych komitetów organizacji międzynarodowych lub będących członkami statutowych organów tych organizacji, zajmujących się problemami rynku mięsa wołowego	48 756,00	48 756,00	47 650,02	1 105,98
Razem		2 209 756,00	1 757 681,00	731 220,02	1 026 460,98

Załącznik 2 Lista zadań realizowanych ze środków Funduszu Promocji Mięsa Wołowego

LP	TYTUŁ ZADANIA	NR WNIOSKU	KWOTA W PLANIE	KWOTA UDZIELONEGO WSPARCIA	WYPŁACONE WSPARCIE	UWAGI
1	Opracowanie strategii działań promocyjnych finansowanych ze środków Funduszu Promocji Mięsa Wołowego	FP-MWf-a-008/2010	30 000,00	-	-	
2	"Europejski stół - tradycja, nowoczesność, jakość"	FP-MWf-b-001/2010	600 000,00	300 000,00	120 000,00	Wyłacona zaliczka
3	Promocja walorów kulinarnych, odżywczych i zdrowotnych oraz konsumpcji mięsa wołowego w Polsce, podczas organizacji Ogólnopolskiej Wystawy Bydła Mlecznego w czerwcu w Szepietowie, woj. Podlaskie i Krajowej Wystawy Zwierząt Hodowlanych w Piznaniu (Polagra - październik 2010)	FP-MWf-b-002/2010	200 000,00	200 000,00	80 000,00	Wyłacona zaliczka
4	Szkolenia dla rolników producentów i dostawców żywności pt. "Kształtowanie czynników warunkujących produkcję wołowiny wysokiej jakości w gospodarstwach rolnych sposobem na zwiększenie wartości rynkowej i spożycia wołowiny	FP-MWf-f-005/2010	200 000,00	197 925,00	79 170,00	Wyłacona zaliczka
5	Opłata dotycząca składki członkowskiej z tytułu przynależności do unijnej organizacji branżowej uboju oraz handlu żywcem i mięsem UECEBV (European Livestock and Meat Trading Union)	FP-MWf-g-006/2010	48 756,00	48 756,00	47 650,02	
6	Polska wołowina na polskim stole	FP-MWf-b-003/2010	1 007 500,00	1 007 500,00	403 000,00	Wyłacona zaliczka

LP	TYTUŁ ZADANIA	NR WNIOSKU	KWOTA W PLANIE	KWOTA UDZIELONEGO WSPARCIA	WYPŁACONE WSPARCIE	UWAGI
7	Konferencja szkolenie "Promocja "Promocja polskich produktów a fundusze promocji"	FP-R/MW/f/a-003/004/ 2010	3 500,00	3 500,00	1 400,00	
8	Trzydniowa akcja promocyjna wszystkich rodzajów mięs związana z konsolidacją wszystkich branż mięsnych podczas targów Polagra Food 2010 w dniach 13.-16.09.2010	FP-MW/M/D-c-007/005/ 2010	70 000,00	-		Wniosek pozostawiony bez rozpoznania
9	Dzień Polski	brak wniosku	50 000,00	-		
	SUMA		2 209 756,00	1 757 681,00	731 220,02	