

UCHWAŁA Nr 4/2016
Komisji Zarządzającej Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego
z dnia 28 września 2016 r.
w sprawie zmiany Planu Finansowego Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego
na rok 2016

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 (t. j. Dz. U. z 2015 r., poz. 2122), 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 8/2015 Komisji Zarządzającej Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego z dnia 20 listopada 2015 r., uchwala się, co następuje:

§ 1

Komisja Zarządzająca Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego **postanawia zmienić Plan Finansowy Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego na rok 2016 w ten sposób, że zmienić wysokość budżetu zadania nr 5 pt. „Mięsna Arena” z kwoty 256 853,10 PLN na kwotę 149 239,60 PLN.**

§ 2

Komisja Zarządzająca Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego **postanawia zmienić Plan Finansowy Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego na rok 2016 w ten sposób, że zmienić wysokość budżetu zadania nr 19 pt. „Mięso z Polski – promocja na Targach POLAGRA FOOD” z kwoty 300 000,00 PLN na kwotę 350 000,00 PLN.**

§ 3

Komisja Zarządzająca Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego **postanawia zmienić Plan Finansowy Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego na rok 2016 i wprowadzić do niego następujące zadania:**

1. zadanie pt. „Wieprza pieprzem” w kwocie 250 000,00 PLN;
2. zadanie pt. „Działania informacyjne dotyczące ASF” w kwocie 120 000,00 PLN.

§ 4

Komisja Zarządzająca Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego postanawia odmówić wprowadzenia do Planu Finansowego Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego na rok 2016 następujących zadań:

1. zadanie pt. „Szlakiem polskiego mięsa wieprzowego” w kwocie 150 129,00 PLN;
2. zadanie pt. „Smaki Polskie – wieprzowina polska tradycja” w kwocie 715 000,00 PLN;
3. zadanie pt. „Promocja mięsa czerwonego na Pikniku PDŻ” w kwocie 153 042,75 PLN;
4. zadanie pt. „Mięso z Polski” w kwocie 300 037,50 PLN;
5. zadanie pt. „Dzień Dziecka w Ogrodach Prezesa Rady Ministrów” w kwocie 155 400,00 PLN;
6. zadanie pt. „Udział w Dożynkach” w kwocie 161 700,00 PLN;
7. zadanie pt. „Tradycja, jakość – Polski Smak Mięsa” w kwocie 156 996,00 PLN;
8. zadanie pt. „Dobre smaki wieprzowiny” w kwocie 113 691,11 PLN;
9. zadanie pt. „Polska wieprzowina gwarancją jakości i smaku” w kwocie 655 200,00 PLN;
10. zadanie pt. „Z Gruntu Polska – I-szy Festiwal Polskiej Żywności” w kwocie 142 328,00 PLN;
11. zadanie pt. „Perspektywy i wyzwania rozwoju produkcji trzody chlewnej w Polsce. Unijne i krajowe bariery o charakterze formalno – prawnym” w kwocie 64 990,00 PLN.

§ 5

Plan Finansowy Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego na rok 2016, po dokonanych zmianach, stanowi załącznik do niniejszej uchwały.

§ 6

Uchwała wchodzi w życie w dniu podjęcia.

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

2 ep. Majch

Rozinski

Plan Finansowy Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego na rok : 2016

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 01.01.2016 r. wynosi:	5 232 700,56 zł
3. Prognozowany stan środków Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego na dzień 31.12.2016 r. wyniesie, z uwzględnieniem:	53 259,83 zł
1) zobowiązań Funduszu przewidzianych do wypłaty w 2016 r. z planu finansowego na rok 2012, 2013, 2014 i 2015:	7 092 176,90 zł
2) zobowiązań Funduszu przewidzianych do wypłaty w 2016 r. z planu finansowego na rok 2016:	7 833 763,83 zł
3) zobowiązań Funduszu związanych z kosztami Agencji Rynku Rolnego:	353 500,00 zł
4) należności Funduszu (dochody) przewidziane do wpłaty w roku 2016:	10 100 000,00 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:	8 148 900,21 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:	1 222 335,03 zł
6. Wykorzystanie limitu, o którym mowa w pkt 5 wynosi:	257 580,00 zł

Szczegółowe zestawienie zadań finansowanych lub współfinansowanych ze środków Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego w roku 2016

p	Nazwa zadania	Cel ustawy	Opis	Budżet zadania (w PLN)	Wysokość wydatków z FP (w PLN)	Nrućwały	Uwagi	Długość trwania w latach
1	Promocja materiału hodowlanego podczas targów i wystaw w 2016 roku	c	Dofinansowanie udziału w wystawach regionalnych oraz targach. Grupą docelową zadania będą producenci trzody chlewnej - potencjalni nabywcy materiału hodowlanego oraz szerokie gono konsumentów odwiedzających imprezy o charakterze targowo - wystawowym. Zadanie zgłoszone przez Polski Związek Hodowców i Producentów Trzody Chlewnej "POLSUS"	1 000 000,00	1 000 000,00	9/2015		1
2	Wielkanoc-Mięsne Święta-Polska Tradycja	b	Festyn kulinarny wsparty działaniami promocyjnymi i edukacyjnymi z programem artystycznym, nawiązujący do polskiej tradycji Wielkanocnej. Zadanie zgłoszone przez Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy RP.	140 773,00	115 773,00	9/2015	Zmiana budżetu zadania Uchwałą nr 1/2016. Zmiana budżetu zadania Uchwałą nr 2/2016.	1
3	Polska wieprzowina i wołowina	c	Działania informacyjno - promocyjne na rzecz polskiego mięsa wieprzowego i wołowego na targach SIAL w Paryżu. Zadanie zgłoszone przez Konsorcjum organizacji branżowych.	1 034 738,14	647 027,04	9/2015	Zmiana budżetu zadania Uchwałą nr 1/2016.	1
4	Piknik Wieprzowy	b	Cykl imprez polegających na prezentacji polskich produktów z mięsa wieprzowego podczas imprez plenerowych. Zadanie zgłoszone przez Krajową Radę Izby Rolniczych	930 000,00	930 000,00	1/2016		1
5	Mięsna Arena	b	Festiwal kulinarny, wsparty działaniami promocyjnymi i edukacyjnymi, nawiązujący do tradycji sportowej związanej z aktywnością człowieka, wspólną zabawą, wymagającą regeneracji sił w oparciu o dietę mięsną w myśl hasła "W mięsie siła". Zadanie zgłoszone przez Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy RP	149 239,60	107 614,50	1/2016	Zmiana budżetu zadania Uchwałą nr 4/2016.	1

**Szczegółowe zestawienie zadań finansowanych lub współfinansowanych ze środków
Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego w roku 2016**

Lp	Nazwa zadania	Cel ustawy	Opis	Budżet zadania (w PLN)	Wysokość wsparcia z FP (w PLN)	Nr uchwały	Uwagi	Długość trwania w latach
6	Świętomięs Polski	b	Impreza propagująca mięso oraz jego przetwory jako podstawowy składnik zdrowego żywienia, połączona z pokazami kulinarnymi, degustacją i poczęstunkiem, prezentacjami edukacyjnymi i spotkaniami z przedstawicielami nauki, działaniami sportowymi i artystycznymi. Zadanie zgłoszone przez Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy RP	420 660,10	175 330,05	1/2016		1
7	Akcje promocyjno-informacyjne dla uczniów szkół gastronomicznych - stawiam na wieprzowinę	a	Szkolenia w wybranych szkołach gastronomicznych w Polsce, mające na celu ugruntowanie w młodym pokoleniu wiedzy z zakresu jakości mięsa wieprzowego. Zadanie zgłoszone przez Związek "Polskie Mięso".	200 000,00	200 000,00	1/2016		1
8	Zdrowo jesz, zdrowo żyjesz - w sporcie sukces gwarantujesz Polskie Produkty Rolne - Mięso wieprzowe 2016	b	Organizacja festynów połączonych z imprezą sportową dla dzieci i młodzieży na terenie Polski. Zadanie zgłoszone przez Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy RP.	900 000,00	900 000,00	1/2016		1
9	Program promocji mięsa wieprzowego	b	Organizacja imprez masowych promujących mięso wieprzowe. Będą to pikniki dla szerokiej publiczności, obejmujące ciekawy program artystyczny z udziałem gwiazd polskiej estrady oraz znanych autorytetów kulinarnych, pokazy kulinarne, szybkie kursy gotowania, konkursy na najlepsze potrawy i wyroby z mięsa wieprzowego, konkursy w grillowaniu oraz na najlepszą potrawę z wieprzowiny. Zadanie zgłoszone przez Krajowy Związek Grup Producentów Rolnych IG.	800 000,00	800 000,00	1/2016		1
10	Mięso i wędliny QAFP. Dobry smak z natury	a	Kampania edukacyjna oparta na działaniach informacyjno - promocyjnych, podkreślająca walory polskiej wieprzowiny i wędlin wytwarzanych w systemie QAFP. Zadanie realizowane przez Unię Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego.	399 593,72	399 593,72	2/2016		1

**Szczegółowe zestawienie zadań finansowanych lub współfinansowanych ze środków
Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego w roku 2016**

Lp	Nazwa zadania	Cał ustawy	Opis	Budżet zadania (w PLN)	Wysokość wsparcia z FP (w PLN)	Nr uchwały	Uwagi	Długość trwania w latach
11	Składka członkowska UECEBV	g	Opłata składki członkowskiej w UECEBV - największym stowarzyszeniu sektora uboju oraz handlu żywcem i mięsem w UE. Zadanie zgłoszone przez Związek "Polskie Mięso".	55 760,00	27 880,00	2/2016		1
12	Działalność na forum europejskim II	g	Opłacenie składki członkowskiej w COPA - największej organizacji zrzeszającej rolnicze organizacje europejskie. Koordynowanie prac związanych z udziałem ekspertów w posiedzeniach. Zadanie zgłoszone przez Federację Branżowych Związków Producentów Rolnych	62 700,00	62 700,00	2/2016		2
13	Działalność na forum COPA na rzecz rynku wieprzowiny	g	Dofinansowanie części składki członkowskiej w COPA, kosztów obsługi językowej i tłumaczeń oraz części kosztów pracownika działającego na rzecz promocji mięsa wieprzowego i ochrony rynku mięsa wieprzowego. Zadanie zgłoszone przez Krajową Radę Izby Rolniczych.	173 400,00	30 000,00	2/2016	Zmiana budżetu zadania Uchwałą nr 3/2016.	1
14	Wieprzowina - mięsem bezpiecznym dla konsumentów	e	Projekt zakłada przeprowadzenie badań mających na celu wykazanie bezpieczeństwa mięsa wieprzowego pod względem jego alergenicności oraz braku zanieczyszczeń chemicznych. Uzyskane wyniki opracowane w formie książki/opracowania będą stanowić bazę merytoryczną planowanych akcji informacyjnych i promocyjnych. Zadanie zgłoszone przez Polski Związek Hodowców i Producentów Trzody Chlewnej "POLSUS".	606 036,90	606 036,90	2/2016		2
5	Światowe Dni Młodości. Promocja mięsa wieprzowego	b	Akcja promocyjna wśród uczestników Światowych Dni Młodości. Zadanie zgłoszone przez Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy RP.	100 000,00	100 000,00	2/2016		1

**Szczegółowe zestawienie zadań finansowanych lub współfinansowanych ze środków
Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego w roku 2016**

Lp	Nazwa zadania	Cel ustawy	Opis	Budżet zadania [w PLN]	Wysokość wsparcia z FP [w PLN]	Nr uchwały	Uwag.	Długość trwania w latach
16	Uczta u Neptuna. Mięso z Pomorza	b	Promocja mięsa jako podstawowego składnika zdrowego żywienia podczas Jarmarku Św. Dominika w Gdańsku. Zadanie zgłoszone przez Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy RP.	70 000,00	20 000,00	2/2016		1
17	Realizacja strategii rozwoju systemu PQS	b	Działania skierowane na promocję wysokiej jakości mięsa wieprzowego ze znakiem jakości PQS. Zadanie realizowane przez Polski Związek Hodowców i Producentów Trzody Chlewnej "POLSUS".	399 945,00	399 945,00	3/2016		2
18	Smaki polskiej wieprzowiny	b	Kontynuacja działań medialnych mających na celu ochronę wizerunku polskiego mięsa wieprzowego. W ramach zadania zostanie zrealizowany cykliczny program telewizyjny przedstawiający wysoką jakość polskiej wieprzowiny. Zadanie realizowane przez Krajowy Związek Grup Producentów Rolnych IG.	500 000,00	500 000,00	3/2016		1
19	Mięso z Polski - promocja na targach POLAGRA FOOD	c	Budowa wspólnego (zrzeszającego całą branżę mięsa czerwonego) stoiska wystawienniczego na Targach Polagra Food w Poznaniu, gdzie zaprezentowane będą wyroby polskich producentów przemysłu mięsnego. Zadanie realizowane przez Związek "Polskie Mięso".	350 000,00	300 000,00	3/2016	Zmiana budżetu zadania Uchwałą nr 4/2016.	1
20	Mięso wieprzowe na polskim stole	b	Działania promocyjno - edukacyjne mające ukształtować właściwe postawy i nawyki żywieniowe wśród przedstawicieli młodego pokolenia oraz uczestników imprez plenerowych. Zadanie realizowane przez Związek Zawodowy Centrum Narodowe Młodych Rolników.	200 000,00	200 000,00	3/2016		1

**Szczegółowe zestawienie zadań finansowanych lub współfinansowanych ze środków
Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego w roku 2016**

Lp	Nazwa zadania	Cel ustawy	Opis	Budżet zadania (w PLN)	Wysokość wsparcia z FP (w PLN)	Nr uchwały	Uwagi	Okres trwania w latach
21	Jakość i wiedza w promocji żywności	f	Przeprowadzenie cyklu seminariów, spotkań i warsztatów dostarczających wiedzę i trening umiejętności w zakresie wiedzy na temat wartości odżywczych i znaczenia mięsa w prawidłowym odżywianiu, trening prowadzenia sprzedaży i promocji mięsa i jego przetworów w placówkach handlowych oraz pokazanie różnorodnych zastosowań mięsa w kuchni i gastronomii. Zadanie realizowane przez Krajowy Związek Rewizyjny Spółdzielni "Samopomoc Chłopska".	330 506,18	137 000,00	3/2016		2
22	Polacy gustują w wieprzowinie - kontynuacja	c	Uczestnictwo spółdzielni w lokalnych, regionalnych i krajowych oraz międzynarodowych targach i pokazach. Zadanie zgłoszone przez Krajowy Związek Rewizyjny Spółdzielni "Samopomoc Chłopska".	120 000,00	120 000,00	3/2016		2
23	Wieprza pieprzem	b	Produkcja cyklu audycji telewizyjnych stanowiących kulinarne show połączone z programem edukacyjnym. Zadanie zgłoszone przez Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy RP.	250 000,00	250 000,00	4/2016		2
24	Działania informacyjne dotyczące ASF	a	Wdrożenie działań informacyjno-prewencyjnych mających na celu zapobiegnięcie rozprzestrzenianiu się wirusa ASF na terenie Polski. Zadanie zgłoszone przez Związek "Polskie Mięso".	120 000,00	120 000,00	4/2016		1
				9 313 352,64	8 148 900,21			