



**Agencja
Rynku
Rolnego**

SPRAWOZDANIE
Z WYKONANIA PLANU FINANSOWEGO
FUNDUSZU PROMOCJI MIĘSA DROBIOWEGO
W 2011 R.

WARSZAWA, 2012-02-29

Spis treści

<u>1</u>	<u>PODSTAWA PRAWNA FUNKCJONOWANIA FPMD</u>	<u>3</u>
<u>2</u>	<u>WPŁYWY NA FUNDUSZ PROMOCJI MIĘSA DROBIEGO</u>	<u>5</u>
2.1	PRZEPLYWY ŚRODKÓW FINANSOWYCH NA RACHUNKU FPMD	6
2.2	KWOTY ZADEKLAROWANE DO WPLĄT NA FPMD	8
2.3	KONTROLA I WINDYKACJA WPLĄT NA FUNDUSZE PROMOCJI	9
<u>3</u>	<u>PLAN FINANSOWY FUNDUSZU PROMOCJI MIĘSA DROBIEGO NA ROK 2011</u>	<u>11</u>
<u>4</u>	<u>WYDATKI Z FPMD W ROKU 2011</u>	<u>12</u>
4.1	WYPŁATY ZE ŚRODKÓW FPMD ZA ROK 2011(PLAN FINANSOWY FPMD NA ROK 2011)	13
4.2	WYPŁATY DOKONANE W OPARCIU O WNIOSKI ZŁOŻONE W ROKU 2011 Z PLANU FINANSOWEGO FPMD NA ROK 2010	13
4.3	KOSZTY ZWIĄZANE Z OBSŁUGĄ FUNDUSZY PROMOCJI ORAZ KOMISJI ZARZĄDZAJĄCYCH	13
<u>5</u>	<u>PODSUMOWANIE WYDATKÓW ZE ŚRODKÓW FPMD ZA ROK 2011</u>	<u>15</u>

1 Podstawa prawna funkcjonowania FPMD

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 9) ww. ustawy Fundusz Promocji Mięsa Drobiowego (zwany dalej FPMD) wspiera następujące cele:

- a) Działania mające na celu informowanie o jakości i cechach, w tym zaletach mięsa drobiowego i 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 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 i 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 będących członkami statutowych organów tych organizacji, zajmujących się problemami rynku mięsa drobiowego.

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 9 ww. ustawy dla każdego z funduszy tworzy się Komisję Zarządzającą, w skład której wchodzi 9 członków, przy czym Komisja Zarządzająca Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego składa się z:

- 1) 4 członków reprezentujących podmioty prowadzące chów lub hodowlę drobiu rzeźnego, wybranych spośród kandydatów zgłoszonych przez ogólnokrajowe organizacje tych podmiotów,
- 2) 4 członków reprezentujących zakłady prowadzące działalność w zakresie przetwórstwa mięsa drobiowego oraz przedsiębiorców prowadzących działalność gospodarczą w zakresie uboju drobiu, nieprowadzących działalności w zakresie przetwórstwa mięsa drobiowego, wybranych spośród kandydatów zgłoszonych przez ogólnokrajowe organizacje zrzeszające zakłady prowadzące działalność w zakresie przetwórstwa mięsa drobiowego oraz przedsiębiorców prowadzących działalność w zakresie uboju drobiu, nieprowadzących działalności w zakresie przetwórstwa mięsa drobiowego,
- 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 Fundusz Promocji Mięsa Drobiowego

Zgodnie z art. 3 ust. 2 oraz ust. 3 pkt 7. ustawy o funduszach promocji produktów rolno - spożywczych (Dz. U. z 2009 roku nr 97, poz. 799 z późn. zm.) są dwie grupy podmiotów zobowiązanych do naliczania, pobierania i przekazywania wpłat na **Fundusz Promocji Mięsa Drobiowego**:

- przedsiębiorcy prowadzący działalność gospodarczą w zakresie uboju drobiu;
- 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 drobiu.

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

Przedsiębiorcy zobowiązani do naliczania, pobierania i przekazywania wpłat na Fundusz Promocji Mięsa Drobiowego 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 potwierdzone 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 FPMD

Zgodnie z art. 7 ust. 2 ustawy o funduszach promocji produktów rolno - spożywczych (Dz. U. z 2009 roku nr 97, poz. 799 z późn. zm.) 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 2011 źródłem finansowania Funduszu były wpłaty dokonywane przez podmioty wymienione w art. 3 ust. 3 pkt 7. ustawy o funduszach promocji produktów rolno - spożywczych (Dz. U. z 2009 roku nr 97, poz. 799 z późn. zm.) w wysokości 0,1 % wartości netto zakupionego drobiu żywego oraz odsetki bankowe.

Stan środków finansowych Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego na dzień 01.01.2011 r. wynosił **6 172 149,83** natomiast na dzień 31.12.2011 r. wynosił – **4 394 436,91 PLN**. W okresie od 01.01.2011 r. do 31.12.2011 r. podmioty zobowiązane do wpłat przekazały na Fundusz Promocji Mięsa Drobiowego **7 682 139,50 PLN**.

Dodatkowo konto Funduszu zostało zasilone:

- odsetkami od lokat w kwocie **198 144,36 PLN**,

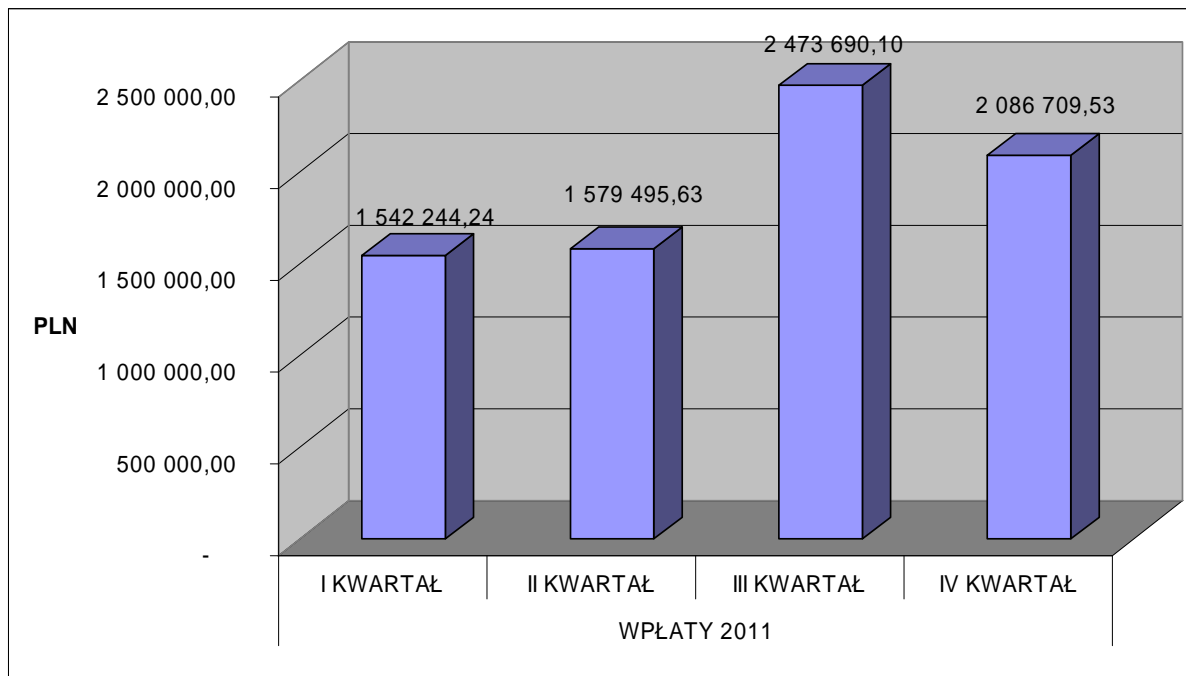
- odsetki od należności w kwocie **42 569,00 PLN**,

Z uwagi na dokonywanie przez podmioty zobowiązane do wpłat na inne fundusze mylnych przelewów, które spowodowane jest nieuważnym wyborem rachunku, na który należy dokonać wpłaty ARR w ramach administrowania rachunkami bankowymi dokonała transferu środków z konta FPMD na właściwe konta funduszy promocji w wysokości **48 456,90 PLN**. W związku z powyższym rzeczywista kwota wpłat (skorygowana o przekazania mylnie wpłaconych środków na pozostałe fundusze), która w 2011 roku zasilila rachunek bankowy Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego z tytułu wpłat wyniosła **7 633 682,60 PLN**.

Wpłaty w poszczególnych kwartałach roku 2011 przedstawiały się następująco:

- w I kwartale 2011 wyniosły **1 542 244,24 PLN**,
- w II kwartale 2011 wyniosły **1 579 495,63 PLN**,
- w III kwartale 2011 wyniosły **2 473 690,10 PLN**,
- w IV kwartale 2011 wyniosły **2 086 709,53 PLN**.

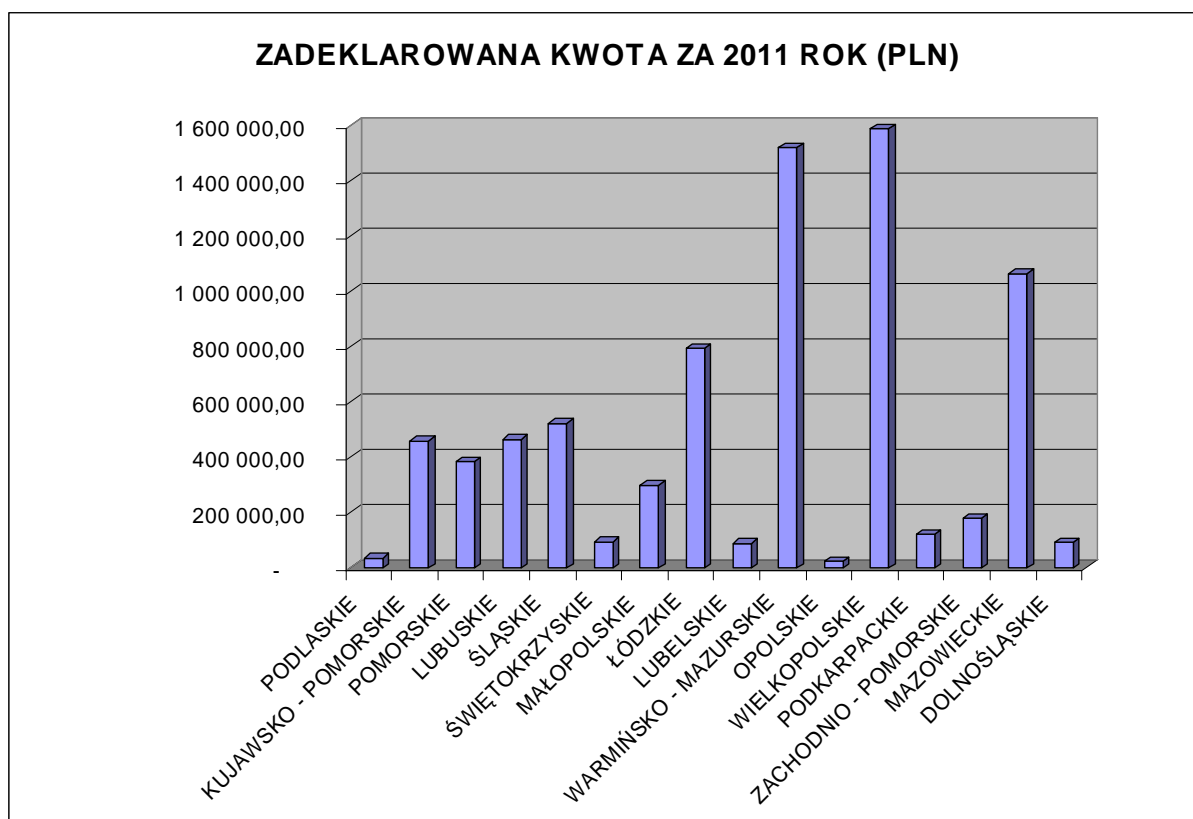
Wykres nr 1. Wysokość wpłat w poszczególnych kwartałach 2011.



2.2 Kwoty zadeklarowane do wpłat na FPMD

Zgodnie z art. 6 ust 1 pkt 2a ustawy o funduszach promocji produktów rolno - spożywczych (Dz. U. z 2009 roku nr 97, poz. 799 z późn. zm.) 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 FPMD zadeklarowały za rok 2011 wpłaty w wysokości **7 719 101,96 PLN**. 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 za 2011



Prezes Agencji w 2011 roku w sprawie FPMD wydał 1 decyzję administracyjną i 1 postanowienie:

- 1 decyzję w sprawie stwierdzenia nadpłaty,
- 1 postanowienie o zaliczeniu nadpłaty,

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 (Dz. U. z 2009 roku nr 97, poz. 799 z późn. zm.) 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 2011 przeprowadzono **9** kontroli podmiotów zobowiązanych do wpłat na fundusz Promocji Mięsa Drobiowego:

Tabela nr 2 Kontrole podmiotów zobowiązanych do wpłat w roku 2011 w podziale na województwa

LP.	WOJEWÓDZTWO	ILOŚĆ KONTROLI
1	PODLASKIE	1
2	POMORSKIE	1
3	ŚLĄSKIE	1
4	MAŁOPOLSKIE	2
5	LUBELSKIE	1
6	OPOLSKIE	1
7	DOLNOŚLĄSKIE	2
RAZEM		9

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 FPMD.

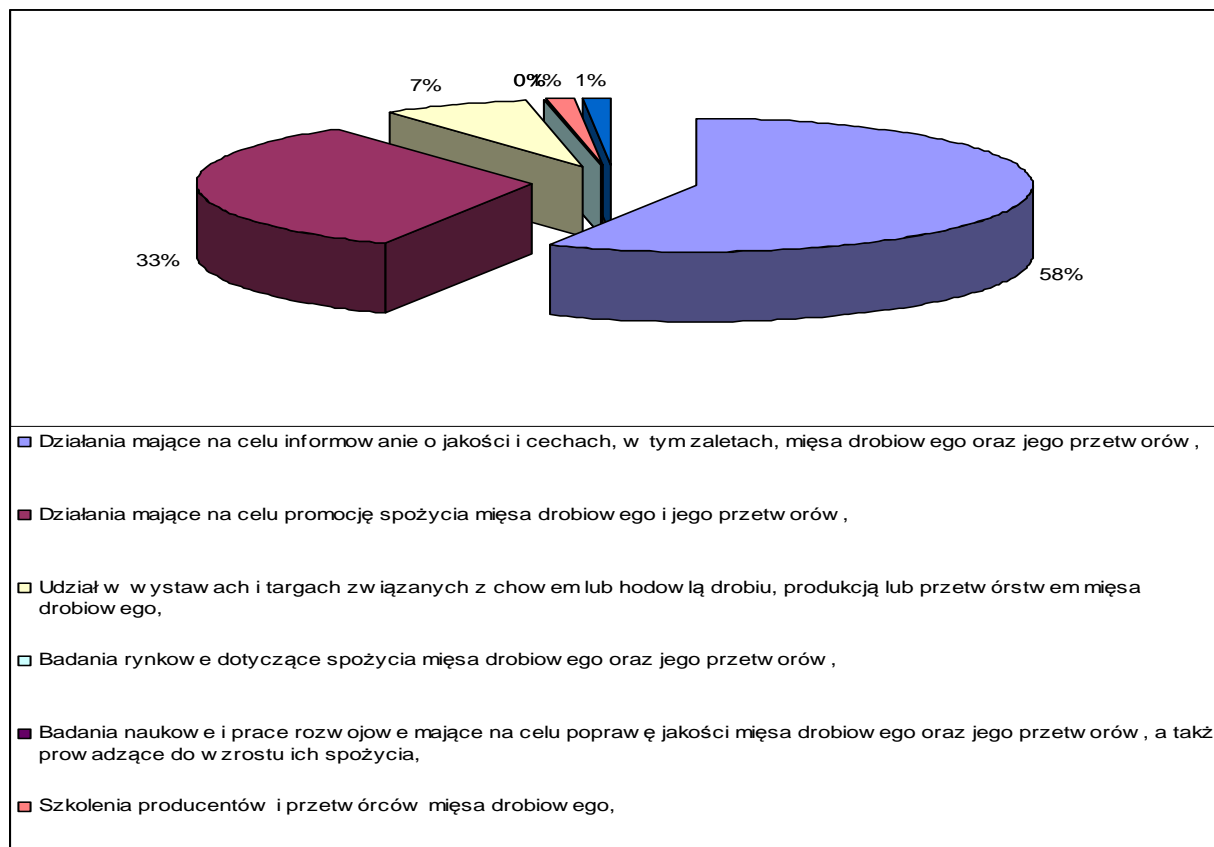
W przypadku zakupu towarów od przedsiębiorców będących płatnikami podatku VAT w jednym z podmiotów nie dokumentowano pobrania wpłaty na fundusz oświadczeniem, o którym mowa w art. 3 ust 5 pkt 1 lit b.

3 Plan finansowy Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego na rok 2011

W roku 2011 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 Drobiowego”, które zostały uchwalone przez Komisję Zarządzającą Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego uchwałą nr 03/09 z dnia 30.11.2009 r. (zmienione uchwałą nr 04/10 z dnia 29.06.2010 r.), oraz plan finansowy Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego na rok 2011.

W ww. planie Zarządzająca Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego przeznaczyła środki finansowe na poszczególne cele zgodnie ze „Zasadami gospodarowania Funduszem Promocji Mięsa Drobiowego”.

Wykres nr 3. Struktura planu finansowego FPMD na rok 2011.



Ponadto, w planie finansowym FPMD na rok 2011 na:

- na zadania zgodne z celami funduszu promocji mięsa drobiowego przeznaczono kwotę **16 246 560,50 PLN** (do realizacji w latach 2011-2014),

Komisja Zarządzająca Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego uchwaliła Plan finansowy Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego uchwałą nr 05/2010 z dnia 05.10.2010 r., a następnie sześciokrotnie zmieniała Plan Finansowym FPMD na rok 2011 następującymi uchwałami:

- 1) uchwałą nr 06/2010 z dnia 16.11.2010 r.,
- 2) uchwałą nr 02/2011 z dnia 25.01.2011 r.,
- 3) uchwałą nr 03/2011 z dnia 15.03.2011 r.,
- 4) uchwałą nr 04/2011 z dnia 08.06.2011 r.,
- 5) uchwałą nr 05/2011 z dnia 21.09.2011 r.,
- 6) uchwałą nr 06/2011 z dnia 27.10.2011 r.,

4 Wydatki z FPMD w roku 2011

W 2011 roku Agencja Rynku Rolnego wypłaciła środki finansowe z Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego w wysokości **9 652 108,88 PLN**, z tego:

1. 7 656 023,00 PLN - za przedsięwzięcia zrealizowane i wypłacane w roku 2011,
2. 1 714 089,55 PLN - za przedsięwzięcia zrealizowane w roku 2010 i wypłacane w roku 2011,
3. 281 926,73 PLN – obsługa funduszu promocji oraz komisji zarządzających (3,5% rocznych wpływów na poszczególne fundusze promocji zgodnie z art. 5 ust. 1 ustawy o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych).
4. 69,60 PLN – pozostałe wypłaty (prowizje, opłaty),

4.1 Wypłaty ze środków FPMD za rok 2011(Plan Finansowy FPMD na rok 2011)

W 2011 roku do Agencji Rynku Rolnego wpłynęło **19** wniosków o udzielenie wsparcia ze środków Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego. Udzielone wsparcie ze środków FPMD wynosi **15 370 497,26 PLN**.

Do dnia 31.12.2011 r. wpłynęło **15** wniosków o płatność wsparcia ze środków Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego.

Do dnia 31.12.2011 r. wypłacono kwotę **7 656 023,00 PLN**, z czego wypłacona zaliczka wynosi 5 222 419,38 PLN.

Lista zadań realizowanych w roku 2011 na podstawie planu finansowego FPMD stanowi załącznik 2 do sprawozdania.

4.2 Wypłaty dokonane w oparciu o wnioski złożone w roku 2011 z Planu Finansowego FPMD na rok 2010

W roku 2011 r. rozliczone zostały 2 wnioski o płatność wsparcia ze środków Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego za rok 2010.

Do dnia 31.12.2011 r. wypłacono w kwotę **1 714 089,55 PLN**.

Lista zadań wypłaconych w roku 2011 na podstawie planu finansowego FPMD na rok 2010 stanowi załącznik nr 3 do sprawozdania.

4.3 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 2011 z Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego rozliczyła w poszczególnych pozycjach kosztów 275 104,23 PLN tj.:

§1		
1	Wynagrodzenie osobowe pracowników	112 338,43
2	Dodatkowe wynagrodzenie roczne	8 504,59
3	Wynagrodzenia bezosobowe	863,62
4	Składki na ubezpieczenie społeczne	18 539,29
6	Składki na ubezpieczenie zdrowotne	
5	Składki na Fundusz Pracy	2 627,08
7	Koszty podróży służbowych	8 580,22
8	Koszty zakupów materiałów i wyposażenia	8 324,83
9	Koszty zakupu pomocy naukowych, dydaktycznych i książek	724,59
10	Koszty zakupu materiałów papierniczych do sprzętu drukarskiego i urządzeń kserograficznych	
11	Koszty zakupu akcesoriów komputerowych, w tym programów i licencji	3 331,74
12	Koszty zakupu energii	4 975,63
13	Koszty zakupu usług remontowych	783,94
14	Koszty zakupu usług zdrowotnych	4 922,43
15	Koszty zakupu usług dostępu do sieci Internet	2 022,69
16	Koszty zakupu usług obejmujących tłumaczenia	167,59
17	Koszty zakupu usług innych niż te określone w pkt 13-16, w szczególności usług pocztowych, reklamowych dotyczących ogłoszeń, obwieszczeń i rozprowadzania pism	46 277,68
18	Opłaty z tytułu zakupu usług telekomunikacyjnych telefonii komórkowej	2 329,34
19	Opłaty z tytułu zakupu usług telekomunikacyjnych telefonii stacjonarnej	
20	Opłaty administracyjne i czynsze za budynki, lokale i pomieszczenia garażowe	46 462,40
§2	Koszty postępowania sądowego, egzekucyjnego, opłata skarbową	3 328,14

Dodatkowo 6 822,50 PLN jest to kwota stanowiąca koszty związane z realizacją przez Agencję Rynku Rolnego zadań związanych z obsługą funduszy promocji produktów rolno - spożywczych, która zgodnie ze stanowiskiem Ministerstwa Finansów nie została rozliczona bezpośrednio w kosztach.

Oznacza to, że na obsługę funduszu promocji wykorzystano w 2011 r. łącznie kwotę 281 926,73 PLN.

5 Podsumowanie wydatków ze środków FPMD za rok 2011

Agencja Rynku Rolnego wypłaciła w roku 2011 kwotę **7 656 023,00 PLN**, w oparciu o Plan Finansowy FPMD na rok 2011 (Załącznik 1).

Załącznik 1 Plan finansowy FPMD na rok 2011 i jego realizacja

Lp.	Cel	Kwota przewidziana w planie finansowym [zł]	Kwota przyznana [zł]	Kwota wypłacona w 2011r. [zł]	Kwota pozostała do wypłaty w kolejnych latach. [zł]
1.	Działania mające na celu informowanie o jakości i cechach, w tym zaletach, mięsa drobiowego oraz jego przetworów,	9 283 421,05	8 805 326,95	3 665 499,20	5 139 827,75
2.	Działania mające na celu promocję spożycia mięsa drobiowego i jego przetworów,	5 390 273,00	5 199 018,10	3 215 788,17	1 720 000,00
3.	Udział w wystawach i targach związanych z chowem lub hodowlą drobiu, produkcją lub przetwórstwem mięsa drobiowego,	1 140 000,00	938 759,61	568 611,01	353 557,28
4.	Badania rynkowe dotyczące spożycia mięsa drobiowego oraz jego przetworów,	0,00	0,00	0,00	0,00
5.	Badania naukowe i prace rozwojowe mające na celu poprawę jakości mięsa drobiowego oraz jego przetworów, a także prowadzące do wzrostu ich spożycia,	0,00	0,00	0,00	0,00
6.	Szkolenia producentów i przetwórców mięsa drobiowego,	214 776,45	209 302,60	0,00	209 302,60
7.	Działalność krajowych organizacji branżowych, w tym ich przedstawicieli, biorących udział w pracach specjalistycznych stałych i roboczych komitetów organizacji międzynarodowych lub będących członkami statutowych organów tych organizacji, zajmujących się problemami rynku mięsa drobiowego,	218 090,00	218 090,00	206 124,62	0,00
	Razem	16 246 560,50	15 370 497,26	7 656 023,00	7 422 687,63

Załącznik 2 Lista zadań realizowanych ze środków Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego w oparciu o Plan Finansowy na rok 2011

LP.	TYTUŁ	NR WNIOSKU	KWOTA W PLANIE	KWOTA UDZIELONEGO WSPARCIA	KWOTA WYPŁACONA	UWAGI
1	Udział w Targach Grune Woche	FP- MD-c-001/2011	230 000,00	230 000,00	225 107,17	Wniosek rozliczony w całości
2	Targi Polagra Food 2011	FP-MD-c-012/2011	120 000,00	119 980,77	47 992,30	Wypłacona zaliczka, pozostała część do rozliczenia
3	XXV Krajowa Wystawa Zwierząt Hodowlanych i 5 wystaw regionalnych zwierząt w Sitnie, Minikowie, Sielinku, Szepietowie, Opolu	FP-MD-c-009/2011	190 000,00	189 525,00	75 810,00	Wypłacona zaliczka, pozostała część do rozliczenia
4	Promocja mięsa gęsięgo w Polsce	Fp-MD-b-005/2011	220 000,00	219 975,00	216 891,27	Wniosek rozliczony w całości
5	Świętomięś Polski	FP-MD-b-017/2011	150 000,00	149 996,20	0,00	Wniosek do rozliczenia
6	Nowa jakość w drobiarstwie	Fp-MD-a-016/2011	8 400 000,00	8 071 960,90	3 228 784,36	Wniosek zarejestrowany pierwotnie pod nr FP-MD-b-004/2011 (umorzenie postępowania); Wypłacona zaliczka, pozostała część do rozliczenia
7	Promocja mięsa drobiowego w Polsce	Fp-MD-a-006/2011	400 000,00	399 945,00	159 978,00	Wypłacona zaliczka, pozostała część do rozliczenia
8	Drób w dobrym stylu	Fp-MD-a-002/2011	208 421,05	208 421,05	166 736,84	Wypłacona zaliczka, pozostała część do rozliczenia
9	Udział w organizacji - Association of Poultry Processors and Poultry Trade in the EU Countries	FP-MD-g-010/2011	125 000,00	125 000,00	125 000,00	Wniosek rozliczony w całości

10	Targi Gulffood w Dubaju	Fp-MD-c-003/2011	100 000,00	100 000,00	100 000,00	Wniosek rozliczony w całości
11	Mięso drobiowe płaszczyzną współpracy polsko-niemieckiego pogranicza	Fp-MD-a-007/2011	125 000,00	125 000,00	110 000,00	Wniosek rozliczony w całości
12	Spółeczna kampania promocji kuchni polskiej	FP-MD-b-008/2011	300 000,00	0,00	0,00	Umorzenie postępowania
13	Ciesz się smakiem i zdrowiem - wybieraj drób	FP-MD-b-011/2011	3 000 000,00	2 998 896,90	2 998 896,90	Wniosek rozliczony w całości
14	Promocja mięsa drobiowego i jego przetworów podczas targów Anuga 2011	FP-MD-c-015/2011	500 000,00	299 253,84	119 701,54	Wyplacona zaliczka, pozostała część do rozliczenia
15	Organizacja wyjazdu i uczestnictwo przedstawicieli polskiej branży drobiarskiej w Zgromadzeniu Ogólnym unijnej organizacji branżowej a.v.e.c. w Kopenhadze w dniach 22-25 września 2011 roku	FP-MD-g-013/2011	93 090,00	93 090,00	81 124,62	Wniosek rozliczony w całości
16	Promocja mięsa drobiowego	FP-MD-b-014/2011	38 800,00	0,00	0,00	Udzielone wsparcie, a następnie wygaszenie decyzji
17	Szkolenia producentów drobiu i przetwórców mięsa drobiowego.	FP-MD-f-018/2011	214 776,45	209 302,60	0,00	Wniosek do rozliczenia

18	Ogólnopolska kampania promocji mięsa drobiowego „Z kurczakiem przez wieki”	FP-MD-b-019/2011	1 831 473,00	1 830 150,00	0,00	Wniosek do rozliczenia
RAZEM			16 246 560,50	15 370 497,26	7 656 023,00	

Załącznik 3 Lista zadań wypłaconych w roku 2011, realizowanych na podstawie Planu Finansowego FPMD na rok 2010

LP	TYTUŁ ZADANIA	NR WNIOSKU	KWOTA W PLANIE	KWOTA UDZIELONEGO WSPARCIA	WYPŁACONE WSPARCIE w roku 2010	WYPŁACONE WSPARCIE w roku 2011	UWAGI
1	Promocja mięsa gęsiego	FP-MD-b-002/2010	220 000,00	220 000,00	-	214 089,55	Wniosek rozliczony w całości
2	Kampania promocyjna mięsa gęsiego w Polsce	FP-MD-b-004/2010	2 500 000,00	2 500 000,00	1 000 000,00	1 500 000,00	Wniosek rozliczony w całości
SUMA			3 053 106,00	2 902 956,00	1 178 140,40	1 714 089,55	