

**UCHWAŁA Nr 3/2014**  
**Komisji Zarządzającej Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego**  
**z dnia 04 marca 2014 r.**  
**w sprawie zmiany Planu Finansowego Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego**  
**na rok 2013**

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, ze 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 Plan Finansowy Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego** i wykreślić z niego:

1. zadanie pt. „Gwarancja Jakości QAFP” w kwocie 5 418 000,00 PLN.

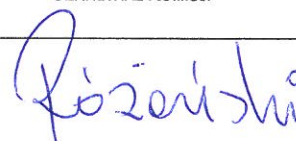
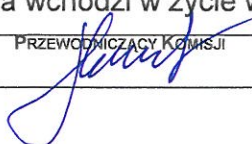
§ 2

Plan Finansowy Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego na rok 2013, po dokonaniu zmian, stanowi załącznik do niniejszej uchwały.

§ 3

Uchwała wchodzi w życie w dniu podjęcia.

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



## Plan Finansowy Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego na rok : 2013

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 01.01.2013 r. wynosi:	11 617 227,56 zł
3. Stan środków Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego na dzień 31.12.2013 r. wynosi, z uwzględnieniem:	11 555 121,65 zł
1) zobowiązań Funduszu wypłaconych w 2013 r. z planu finansowego na rok 2010, 2011 i 2012:	5 949 834,97 zł
2) zobowiązań Funduszu wypłaconych w 2013 r. z planu finansowego na rok 2013:	5 739 638,46 zł
3) zobowiązań Funduszu związanych z kosztami Agencji Rynku Rolnego:	421 677,82 zł
4) należności Funduszu (dochody) wpłaconych w roku 2013:	12 047 937,72 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:	13 168 044,94 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:	1 975 206,74 zł
6. Wykorzystanie limitu, o którym mowa w pkt 5 wynosi:	1 090 056,00 zł

**Szczegółowe zestawienie zadań finansowanych lub współfinansowanych ze środków  
Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego w roku 2013**

Lp.	Nazwa zadania	Cel ustawy	Opis	Budżet zadania [w PLN]	Wysokość wsparcia z FP [w PLN]	Nr uchwały	Uwagi	Długość trwania w latach
1	Tradycja i jakość europejskiego	b	Kampania promocyjno-informacyjna na rynkach krajów trzecich Korea Południowa, Wietnam i USA. Zadanie zgłoszone przez Unię Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego.	21 000 000,00	3 200 000,00	8/2012		3
2	Mięso z Polski	c	Promocja polskiego mięsa i jego przetworów planujemy przeprowadzić podczas Międzynarodowych Targów Wyrobów Spożywczych Polagra Tech 2013. Zadanie zgłoszone przez Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy Rzeczypospolitej Polskiej.	520 000,00	206 830,00	8/2012		1
3	Świętomięs Polski 2013	b	Organizacja imprezy promocyjnej "Świętomięs Polski". Zadanie zgłoszone przez Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy Rzeczypospolitej Polskiej.	767 964,75	271 040,36	8/2012		1
4	Promocja materiału hodowlanego podczas targów i wystaw 2013 roku.	c	Kontynuacja akcji promocyjnej z lat poprzednich. Zadanie zgłoszone przez Polski Związek Hodowców i Producentów Trzody Chlewnej "POLSUS".	626 850,00	626 850,00	10/2012		1
5	Mięso i jego przetwory w świątecznej tradycji	b	Szkolenia połączone z festynami. Zadanie zgłoszone przez Krajowy Związek Rewizyjny Spółdzielni "Samopomoc Chłopska"	120 015,00	120 015,00	10/2012		1
6	Promocja wyrobów z mięsa wieprzowego poprzez udział w pokazach i targach - kontynuacja	c	Udział w lokalnych, krajowych i międzynarodowych targach i wystawach. Zadanie zgłoszone przez Krajowy Związek Rewizyjny Spółdzielni "Samopomoc Chłopska"	178 080,00	178 080,00	10/2012		1
7	Cykl seminariów - uczyliśmy się promocji mięsa wieprzowego i jego przetworów - w teorii i praktyce - kontynuacja	f	Kontynuacja seminariów. Zadanie zgłoszone przez Krajowy Związek Rewizyjny Spółdzielni "Samopomoc Chłopska"	351 146,00	351 146,00	10/2012		2

**Szczegółowe zestawienie zadań finansowanych lub współfinansowanych ze środków Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego w roku 2013**

Lp	Nazwa zadania	Cel ustawy	Opis	Budżet zadania [w PLN]	Wysokość wsparcia z FP [w PLN]	Nr uchwały	Uwagi	Długość trwania w latach
8	Program promocji mięsa wieprzowego	b	Kampania ma na celu zwiększenie spożycia mięsa wieprzowego poprzez organizację Ogólnopolskich Festiwalu Wieprzowiny. Zadanie zgłoszone przez Krajowy Związek Grup Producentów Rolnych Izba Gospodarcza.	820 000,00	820 000,00	10/2012		1
9	Piknik Wieprzowy	b	Organizacja 17 imprez plenerowych promujących spożycie wieprzowiny. Zadanie zgłoszone przez Krajową Radę Izby Rolniczych	984 795,00	984 795,00	10/2012		1
10	Promocja ras zachowawczych	b	Kampania promocyjna skupi się głównie na zarekomendowaniu wieprzowiny z ras zachowawczych w środowisku restauratorów, pośrednio także konsumentom. Realizowana będzie w województwach mazowieckim, lubelskim i wielkopolskim. Zadanie zgłoszone przez Polski Związek Hodowców i Producentów Trzody Chlewnej "POLSUS".	1 050 000,00	1 050 000,00	10/2012		1
11	Szkolenia z zakresu intensyfikacji wykorzystania potencjału rozrodczego i technik rozrodu	f	Celem zadania jest przeprowadzenie cyklu szkoleń skierowanych do hodowców, producentów prosiąt i żywca wieprzowego z zakresu teoretycznej wiedzy i praktycznych umiejętności w zakresie nowoczesnych technik rozrodu trzody chlewnej. Zadanie realizowane przez Krajowy Związek Grup Producentów Rolnych Izba Gospodarcza.	400 050,00	400 050,00	10/2012	Zwiększenie kwoty dofinansowania z kwoty 379 050,00 PLN - Uchwała 2/2013 z dnia 14 lutego 2013 r. Zmiana opisu zadania - Uchwała 4/2013 z dnia 19 kwietnia 2013 r.	1
12	Mięsna Arena	c	Akcja promocyjna w ramach Krajowej Wystawy Zwierząt Hodowlanych na terenie Międzynarodowych Targów Poznańskich w dniach 10-12 maja 2013. Zadanie zgłoszone przez Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy Rzeczypospolitej Polskiej.	382 200,00	114 891,12	2/2013		1

**Szczegółowe zestawienie zadań finansowanych lub współfinansowanych ze środków  
Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego w roku 2013**

Lp	Nazwa zadania	Cel ustawy	Opis	Budżet zadania [w PLN]	Wysokość wsparcia z FP [w PLN]	Nr uchwały	Uwagi	Długość trwania w latach
13	Wielkanoc - Mięsne święto - Polska tradycja 2013	b	Akcja promocyjna w ramach "Gardenii: Targów Ogrodnictwa i Architektury Krajobrazu na terenie Międzynarodowych Targów Poznańskich w dniu 23 lutego 2013 r.	127 890,00	127 890,00	2/2013		1
14	Organizacja czterech konferencji dotyczących produkcji mięsa wieprzowego wysokiej jakości oraz walorów mięsa wieprzowego	f	Organizacja czterech konferencji dotyczących produkcji i przetwórstwa mięsa wieprzowego wysokiej jakości oraz jego walorów. Będą one przeprowadzone przez ekspertów dla grup producentów w czterech województwach: mazowieckim, kujawsko-pomorskim, zachodniopomorskim i lubelskim.	131 670,00	131 670,00	2/2013		1
15	Jakość jest sztuką - Spotkania z QAFP	b	Kontynuacja akcji informacyjnej "Moje wielkie zdrowe grilowanie - Paweł Królikowski rekomenduje" oraz "Piotr i Paweł czyli QAFP na święta i od święta".	1 400 000,00	1 400 000,00	2/2013		1
16	Nasza zdrowa wieprzowina	b	Zadanie obejmuje szkolenia, targi i akcje promocyjne. Zadanie zgłoszone przez Ogólnopolska Spółdzielnia Grup Producentów Rolnych.	711 900,00	711 900,00	2/2013	Zadanie przeniesione z PF FPMWp na rok 2012, pozycja nr 20.	1
17	Gwarancja jakości QAFP	b	Kampania realizowana na rynku Polski 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	2/2013	Zadanie przeniesione z PF FPMWp na rok 2012, pozycja nr 13	3
18	Smaki polskie - Wieprzowina - polska tradycja	a	Kontynuacja prowadzenie portalu internetowego www.wieprzopedia.pl. Zadanie zgłoszone przez Krajową Radę Izby Rolniczych.	715 207,50	715 207,50	4/2013		2

**Szczegółowe zestawienie zadań finansowanych lub współfinansowanych ze środków  
Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego w roku 2013**

Lp	Nazwa zadania	Cel ustawy	Opis	Budżet zadania [w PLN]	Wysokość wsparcia z FP [w PLN]	Nr uchwały	Uwagi	Długość trwania w latach
19	EKOEUROPA - Jakość i Tradycja	a	Propozycja złożona przez Ogólnopolskie Stowarzyszenie Przetwórców i Producentów Produktów Ekologicznych "Polska Ekologia". Działania w ramach kampanii obejmują promocję polskich produktów ekologicznych na rynkach pozaunijnych w tym Japonii, Singapuru oraz Stanów Zjednoczonych Ameryki Północnej.	13 358 230,71	300 000,00	4/2013	Zadanie wykreślone Uchwałą nr 1/2014 z dnia 07.01.2014 r.	3
20	Kompleksowa platforma szkoleniowa kluczem do odbudowy stada podstawowego przez małe i średnie fermy trzody chlewnej - przygotowanie producentów do aplikowania o środki pomocowe 2014-2020	f	Szkolenia skierowane do małych i średnich producentów trzody chlewnej zainteresowanych programami wsparcia sektora trzody chlewnej.	607 240,00	607 240,00	5/2013		2
21	Budujemy markę polskiej wieprzowiny	b	Cykl seminariów dla przedstawicieli branży mięsa wieprzowego oraz bezpośrednie działania promujące wieprzowinę.	428 443,16	428 443,16	5/2013		2
22	QAFP na obcasach	a	Działanie mające promocyjno - edukacyjnym na rzecz kulinarnego mięsa wieprzowego i wędlin wytworzonych w ramach Systemu Gwarantowanej Jakości Żywności.	236 473,65	236 473,65	5/2013		2
23	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.	145 362,00	50 876,70	8/2013		2

**Szczegółowe zestawienie zadań finansowanych lub współfinansowanych ze środków  
Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego w roku 2013**

Lp	Nazwa zadania	Cel ustawy	Opis	Budżet zadania [w PLN]	Wysokość wsparcia z FP [w PLN]	Nr uchwały	Uwagi	Długość trwania w latach
24	Smak Jakości QAFP	a	Działanie o charakterze promocyjno-edukacyjnym na rzecz kulinarnego mięsa wieprzowego i wędlin wytworzonych w ramach Systemu Gwarantowanej Jakości Żywności poprzez identyfikację wizualną w punktach dystrybucji, rozpowszechnianie materiałów informacyjno - edukacyjnych, szkolenia dla kierowników sklepów oraz kampanię telewizyjną.	834 696,45	834 696,45	8/2013		2
				32 139 933,51	13 168 044,94			