

UCHWAŁA nr 13/2025
Komisji Zarządzającej Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego
z dnia 25 listopada 2025 r.
w sprawie uchwalenia Planu Finansowego
Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego na rok 2026

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 2025 r. poz. 683), uchwala się, co następuje:

§ 1

W Planie Finansowym Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego na rok 2026 stanowiącym załącznik do uchwały nr 10/2025 Komisji Zarządzającej Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego z dnia 30 września 2025 rok, wprowadza się do Szczegółowego zestawienia zadań finansowych lub współfinansowanych ze środków Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego w roku 2026 następujące zmiany i **dodaje się zadania pt.:**

1. „Polskie BIO smakuje dobrze” w kwocie: 134 667,00 PLN (wielofunduszowa);
2. „Świętomięś polski” w kwocie: 103 987,80 PLN (wielofunduszowa);
3. „Ogólnopolskie Forum - Polski Drób” w kwocie: 307 860,00 PLN;
4. „Zdrowe drobiowe” w kwocie: 144 880,00 PLN;
5. „Kaczka i gęś, duet idealny” w kwocie: 144 800,00 PLN;
6. „Promocja polskiego drobiu” w kwocie: 132 400,00 PLN;
7. „Branżowa Misja ZEA” w kwocie: 105 573,04 PLN (wielofunduszowa);
8. „Polski Drób - Talk&Taste” w kwocie: 318 100,00 PLN;
9. „Poznaj drób” w kwocie: 422 100,00 PLN;
10. „Kura Nioska - tradycja, którą warto odkryć na nowo” w kwocie: 2 504 407,60 PLN;
11. „Międzynarodowa konferencja dotycząca branży drobiarskiej” w kwocie: 299 513,34 PLN;
12. „Branża mięsna – szanse i wyzwania – konferencja” w kwocie: 47 231,10 PLN
(wielofunduszowa);
13. „Meat Masters w Republice Korei Południowej 2026” w kwocie: 253 981,14 PLN
(wielofunduszowa);
14. „Narzędzie wsparcia decyzji promocyjnych i marketingowych - Poultry Insider” w kwocie:
381 763,00 PLN;
15. „Szkolenie hodowców i producentów drobiu” w kwocie: 543 102,00 PLN.

§ 2

1. Komisja Zarządzająca Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego stwierdza, iż przyjęte do Planu Finansowego Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego na rok 2026 zadania wskazane w § 1 ust. 1-17 są zgodne ze Strategią promocji dla branży mięsa drobiowego na 2026 rok.
2. Zadania wskazane w § 1 ust. 1, 2, 7, 12 i 13 wejdą w życie po uzyskaniu od pozostałych Komisji Zarządzających Funduszy Promocji, do których skierowana jest propozycja, promesy lub decyzji o wpisaniu tego zadania do planu finansowego.

§ 3

Uchwała wchodzi w życie w dniu podjęcia.

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