



Agencja
Rynku
Rolnego

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

WARSZAWA, 2011-02-28

ZASTĘPCA DYREKTORA
BIURA PROMOCJI ŻYWIWNOŚCI

Jerzy Szczygiła

M. H.

[Signature]

Spis treści

| | | |
|-----------------|--|------------------|
| <u>1</u> | <u>PODSTAWA PRAWNA FUNKCJONOWANIA FUNDUSZU PROMOCJI MIĘSA WIEPRZOWEGO</u> | <u>3</u> |
| <u>2</u> | <u>WPLYWY NA FPMWP</u> | <u>5</u> |
| 2.1 | PRZEPLYWY ŚRODKÓW FINANSOWYCH NA RACHUNKU FPMWP | 6 |
| 2.2 | KWOTY ZADEKLAROWANE DO WPLAT NA FPMWP | 7 |
| 2.3 | KONTROLA I WINDYKACJA WPLAT NA FUNDUSZE PROMOCJI | 8 |
| <u>3</u> | <u>PLAN FINANSOWY FPMWP NA ROK 2010</u> | <u>11</u> |
| <u>4</u> | <u>WYDATKI Z FPMWP W ROKU 2010</u> | <u>13</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 FPMWP ZA ROK 2010</u> | <u>14</u> |

1 Podstawa prawna funkcjonowania Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego

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 2) ww. ustawy Fundusz Promocji Mięsa Wieprzowego (zwany dalej FPMWp) wspiera następujące cele:

- a) Działania mające na celu informowanie o jakości i cechach, w tym zaletach, mięsa wieprzowego,
- b) Działania mające na celu promocję spożycia mięsa wieprzowego oraz 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 roboczych komitetów organizacji międzynarodowych lub będących członkami statutowych organów tych organizacji, zajmujących się problemami rynku mięsa wieprzowego.

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

- 1) 4 członków reprezentujących podmioty prowadzące chów lub hodowlę świń, wybranych spośród kandydatów zgłoszonych przez ogólnokrajowe organizacje tych podmiotów,
- 2) 4 członków reprezentujących zakłady prowadzące działalność w zakresie przetwórstwa mięsa oraz niebędących zakładami przetwórczymi przedsiębiorców prowadzących działalność gospodarczą w zakresie uboju świń, wybranych spośród kandydatów zgłoszonych przez ogólnokrajowe organizacje zrzeszające zakłady przetwórcze oraz niebędących zakładami przetwórczymi przedsiębiorców prowadzących działalność gospodarczą w zakresie uboju świń,
- 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 FPMWp

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 Wieprzowego**:

- przedsiębiorcy prowadzący działalność gospodarczą w zakresie uboju świń;
- 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 żywych świń.

Przedsiębiorcy zobowiązani do naliczania, pobierania i przekazywania wpłat na **Fundusz Promocji Mięsa Wieprzowego** naliczają wpłaty od wszystkich swoich dostawców, niezależnie od ich formy prawnej czy sposobu opodatkowania. Wpłaty na fundusz naliczane są na podstawie faktur za świnię żywą zakupioną przez przedsiębiorców zobowiązanych do naliczania, pobierania i przekazywania wpłat w wysokości 0,1 % wartości netto zakupionych świń żywych.

Kwota naliczona na fundusz promocji jest pobierana z należności za świnię żywą dostarczoną 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 FPMWp

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 1. Ustawy w wysokości 0,1 % wartości netto zakupionych świń żywych oraz odsetki bankowe.

Stan środków finansowych Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego na dzień 01.01.2010 r. wynosił **1 824 525,81 PLN** natomiast na dzień 31.12.2010 r. wynosił – **5 671 588,27 PLN**.

W okresie od 01.01.2010 r. do 31.12.2010 r. podmioty zobowiązane do wpłat przekazały na Fundusz Promocji Mięsa Wieprzowego **7 589 969,86 PLN**.

Dodatkowo konto Funduszu zostało zasilone:

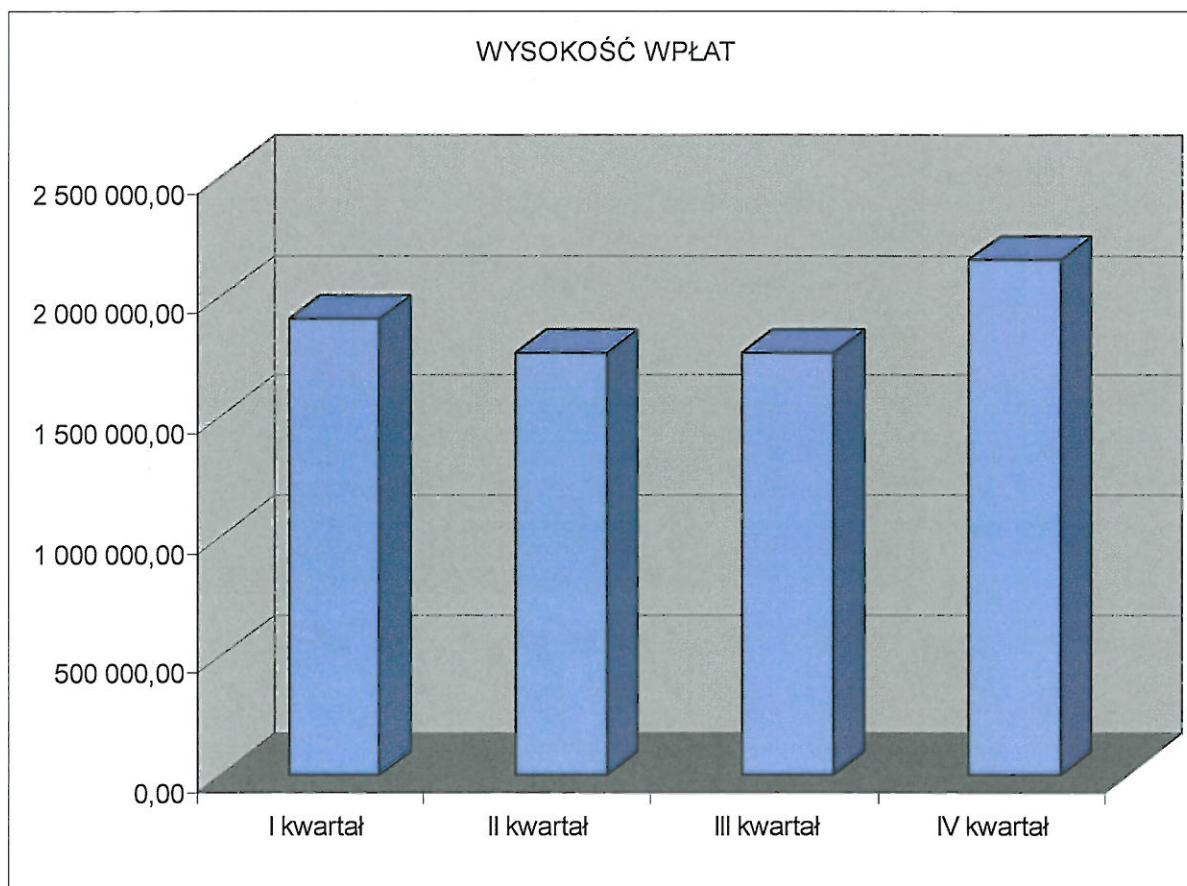
- odsetkami od lokat w kwocie **112 765,61 PLN**,
- zwrotem niewykorzystanych środków za rok 2009 w ramach pobrania przez Agencję Rynku Rolnego 3,5% rocznych wpływów na poszczególne fundusze promocji zgodnie z art. 5 ust. 1 ustawy o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych – **19 751,70 PLN**,

Wpłaty w poszczególnych kwartałach roku 2010 przedstawiały się następująco:

- w I kwartale 2010 wyniosły **1 908 820,82 PLN**,

- w II kwartale 2010 wyniosły **1 761 462,45 PLN**,
- w III kwartale 2010 wyniosły **1 762 879,64 PLN**,
- w IV kwartale 2010 wyniosły **2 156 806,95 PLN**.

Wykres nr 1. Wysokość wpłat w poszczególnych kwartałach 2010.



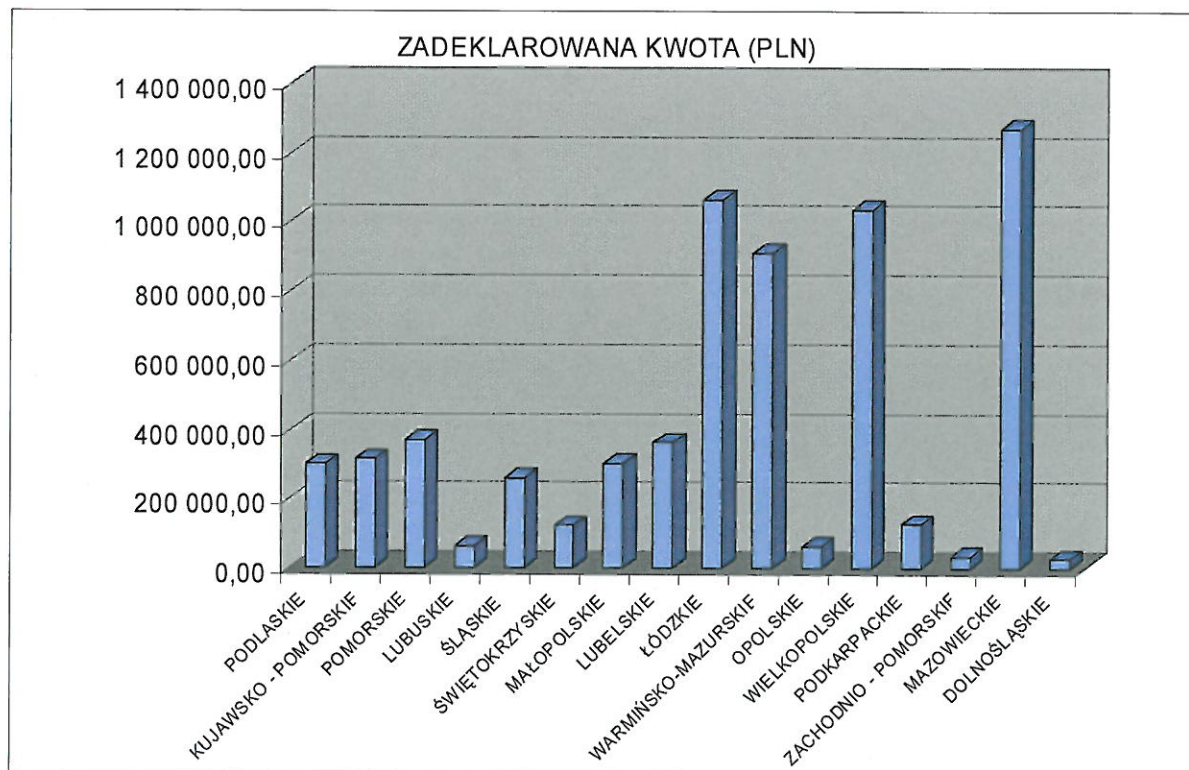
Ponadto w toku postępowań administracyjnych Prezes Agencji wydał 3 decyzje oraz 2 postanowienia dotyczące wpłat na FPMWp.

2.2 Kwoty zadeklarowane do wpłat na FPMWp

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 FPMWp

zadeklarowały w roku 2010 wpłaty w wysokości 7 523 183,00 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 ciążącego 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 **13** kontroli podmiotów zobowiązanych do wpłat na fundusz Promocji Mięsa Wieprzowego w podziale na województwa:

Tabela nr 2 Kontrole podmiotów zobowiązanych do wpłat w roku 2010

| LP. | Województwo | Ilość kontroli |
|-----|-----------------------|----------------|
| 1. | LUBUSKIE | 1 |
| 2. | ŚLĄSKIE | 1 |
| 3. | LUBELSKIE | 1 |
| 4. | ŁÓDZKIE | 3 |
| 5. | WARMIŃSKO - MAZURSKIE | 1 |
| 6. | OPOLSKIE | 2 |
| 7. | WIELKOPOLSKIE | 1 |
| 8. | PODKARPACKIE | 1 |

| | | |
|----|-------------|---|
| 9. | 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 FPMWp.

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.

W nielicznych przypadkach wykryto nie uwzględnienie pojedynczych faktur przy wyliczeniu zobowiązania na poszczególne fundusze, co wynikało z nie zakwalifikowania towaru do grupy produktów wymienionych w Rozporządzeniu Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dn.25 czerwca 2009 r. w sprawie szczegółowego wykazu towarów, od których są naliczane wpłaty na fundusze promocji produktów rolno-spożywczych (Dz. U. z 2009r. Nr 102, poz. 844).

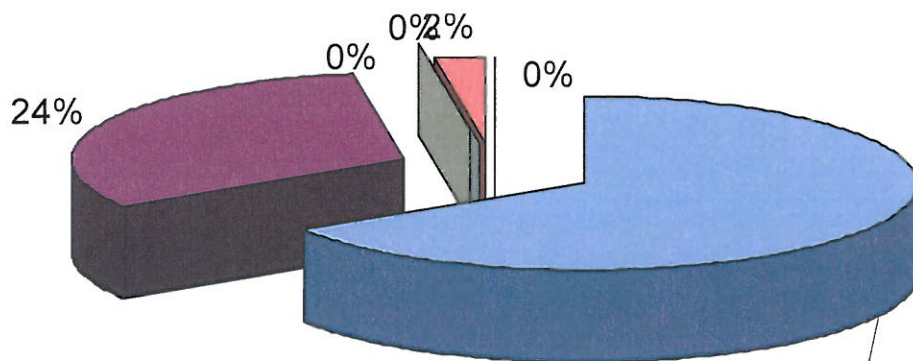
Ponadto podmioty podlegające kontroli w wielu wypadkach naliczają i pobierają od podmiotów, które zbywają na ich rzecz towary, wpłaty na fundusze promocji z należności za te towary z przekroczeniem 14 dniowego terminu od dnia ich wystawienia, co skutkuje wykazaniem wpłat w niewłaściwym kwartale.

3 Plan finansowy FPMWp 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 Wieprzowego”, które zostały uchwalone przez Komisję Zarządzającą Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego uchwałą nr 03/09 z dnia 30.11.2009 r. (zmienione uchwałą nr 01/2010 z dnia 21.01.2010 r.), oraz plan finansowy Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego na rok 2010.

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

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



- Działania mające na celu informowanie o jakości i cechach, w tym zaletach, mięsa wieprzowego
- Działania mające na celu promocję spożycia mięsa wieprzowego oraz jego przetworów
- Udział w wystawach i targach związanych z chowem lub hodowlą świń oraz produkcją lub przetworstwem mięsa wieprzowego
- Badania rynkowe dotyczące spożycia mięsa wieprzowego oraz jego przetworów
- Badania naukowe i prace rozwojowe mające na celu poprawę jakości mięsa wieprzowego oraz jego przetworów, a także prowadzące do wzrostu ich spożycia
- Szkolenia producentów i przetwórców mięsa wieprzowego
- 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 p

Ponadto, w planie finansowym FPMWp 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 195 111,75 PLN

Komisja Zarządzająca Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego uchwaliła Plan finansowym Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego uchwałą nr 04/2009 z dnia 30.11.2009 r., a następnie zmieniała Plan Finansowym FPMWp na rok 2010 następującymi uchwałami:

- 1) uchwałą nr 06/2009 z dnia 21.12.2009 r.,
- 2) uchwałą nr 02/2010 z dnia 29.01.2010 r.,
- 3) uchwałą nr 03/2010 z dnia 29.04.2010 r.,
- 4) uchwałą nr 04/2010 z dnia 15.11.2010 r.

4 Wydatki z FPMWp w roku 2010

W 2010 roku Agencja Rynku Rolnego wypłaciła środki finansowe z Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego w wysokości **3 875 424,71 PLN**, z tego:

1. 3 615 799,42 PLN - za przedsięwzięcia zrealizowane i wypłacane w roku 2010,
2. 259 604,29 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. 21,00 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 **7** wniosków o udzielenie wsparcia ze środków Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego. Udzielone wsparcie ze środków FPMWp wynosi **8 855 185,00 PLN**. Do dnia 31.12.2010 r. wypłacono kwotę **3 615 799,42 PLN**.

Do dnia 31.12.2010 r. wpłynęło **9** wniosków o płatność wsparcia ze środków Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego.

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

4.2 Koszty związane z obsługą funduszu promocji oraz komisji zarządzającej

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 Wieprzowego wydała 259 604,29 PLN, z czego:

- 8 778,27 PLN - zużycie materiałów,
- 77 291,81 PLN – usługi obce,
- 2 682,59 PLN – podatki i opłaty,
- 135 846,04 PLN - wynagrodzenia,
- 23 496,02 PLN - ubezpieczenia społeczne,
- 710,22 PLN – remonty,
- 8 114,72 PLN – pozostałe koszty.
- 2 684,62 PLN – środki trwałe niskocenne,

5 Podsumowanie wydatków ze środków FPMWp za rok 2010

Agencja Rynku Rolnego wypłaciła w roku 2010 kwotę **3 615 799,42 PLN** w oparciu o Plan Finansowy FPMWp na rok 2010 (Załącznik 1).

Z up. PREZESA ARR
Lucjan Zwoltek
ZASTĘPCA PREZESA

Załącznik 1 Plan finansowy FPMWp 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 wieprzowego | 7 107 000,00 | 7 077 000,00 | 2 904 525,42 | 4 172 474,58 |
| 2. | Działania mające na celu promocję spożycia mięsa wieprzowego oraz jego przetworów | 2 300 000,00 | 1 600 000,00 | 640 000,00 | 960 000,00 |
| 3. | Udział w wystawach i targach związanych z chowem lub hodowlą świń oraz produkcją lub przetwórstwem mięsa wieprzowego | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 4. | Badania rynkowe dotyczące spożycia mięsa wieprzowego oraz jego przetworów | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 5. | Badania naukowe i prace rozwojowe mające na celu poprawę jakości mięsa wieprzowego oraz jego przetworów, a także prowadzące do wzrostu ich spożycia | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 6. | Szkolenia producentów i przetwórców mięsa wieprzowego | 180 000,00 | 178 185,00 | 71 274,00 | 106 911,00 |
| 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 wieprzowego | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Razem | | 9 587 000,00 | 8 855 185,00 | 3 615 799,42 | 5 239 385,58 |

Załącznik 2 Lista zadań realizowanych ze środków Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego

| LP | TYTUŁ ZADANIA | NR WNIOSKU | KWOTA W PLANIE | KWOTA UDZIELONEGO WSPARCIA | WYPŁACONE WSPARCIE | UWAGI |
|----|---|-------------------|---|----------------------------|---------------------|--|
| 1 | Europejski Stół - Tradycja, Nowoczesność, Jakość | FP-MWp-b-001/2010 | 2 100 000,00 2010- 1 400 000,00 2011-700 000,00 | 1 400 000,00 | 560 000,00 | wypłacona zaliczka wniosek w trakcie rozliczenia |
| 2 | Festiwal Polskiego Smaku | FP-MWp-b-002/2010 | 200 000,00 | 200 000,00 | 80 000,00 | wypłacona zaliczka wniosek w trakcie rozliczenia |
| 3 | "Wieprzowina - wiem co jem" | FP-MWp-a-003-2010 | 225 000,00 | 225 000,00 | 163 725,42 | wypłacona zaliczka i rozliczenie za I etap wniosek w trakcie rozliczenia |
| 4 | Promocja materiału hodowlanego podczas XXIV Krajowej Wystawy Zwierząt Hodowlanych | FP-MWp-a-004/2010 | 152 000,00 | 152 000,00 | 60 800,00 | wypłacona zaliczka wniosek w trakcie rozliczenia |
| 5 | Kształtowanie w gospodarstwie rolnym czynników warunkujących produkcję żywności wieprzowego wysokiej jakości jako sposób poprawy opłacalności produkcji i zwiększenie wartości rynkowej | FP-MWp-f-005/2010 | 180 000,00 | 178 185,00 | 71 274,00 | wypłacona zaliczka wniosek w trakcie rozliczenia |
| 6 | Kampania informacyjna na temat mięsa wieprzowego produkowanego zgodnie z krajowym systemem jakości PQS | FP-MWp-a-006/2010 | 6 700 000,00 2010- 2 441 747,00 2011- 2 123 759,00 2012 - 2 134 494,00 | 6 700 000,00 | 2 680 000,00 | wypłacona zaliczka wniosek w trakcie rozliczenia |
| 7 | Opracowanie strategii promocji wieprzowiny | FP-MWp-a-007/2010 | 30 000,00 | - | - | po terminie |
| | SUMA | | 9 587 000,00 | 8 855 185,00 | 3 615 799,42 | |

