

**Sprawozdanie
rzeczowe
Funduszu
Promocji
Mleka
za rok 2022
- korekta**

**Przygotowane przez
Agnieszkę Maliszewską
przewodniczącą Komisji Zarządzającej
Funduszem Promocji Mleka**

**Kopiowanie i publikacja zdjęć z wizerunkami osób jest zabroniona
ze względu na przepisy RODO*

Spis treści

Raport Polskiej Izby Mleka	6
1. Konferencje szkoleniowe i szkolenia	7
2. Akademia Dobrostan +	8
3. Mamy kota na punkcie mleka	9
4. Analiza miesięczna: rynek mleka i produktów mleczarskich	22
5. Tłumaczenia na potrzeby branży mleczarskiej.....	23
6. Opłata składki członkowskiej w EDA i uczestnictwo w grupach roboczych.....	25
7. Tygodniowy Insider	25
8. Trade Milk.....	27
9. Fakty i mity o mleku	29
10. Dzieciaki Mleczaki.....	30
11. Opłata składki członkowskiej w FIL/IDF i uczestnictwo w spotkaniach	33
12. Serwis IPIM.....	34
13. XV Ranking Spółdzielni Mleczarskich.....	35
14. Analiza Skupowa: Skup i ceny mleka	36
15. Udział w międzynarodowych spotkaniach.....	36
16. Promocja produktów mleczarskich wśród społeczności ukraińskiej.....	38
17. Ja Cię SERniczę.....	40
18. Udział w misjach wysokiego szczebla	56
19. Mleczne spotkania.....	59
20. Targi i wystawy	60
21. Pokaz kulinarny	62
22. Wolne od GMO.....	64
Raport Krajowej Rady Izb Rolniczych	66
1. Mleko-promocja przetworów mlecznych (zadanie z 2021 roku).....	67
2. Działalność na forum COPA na rzecz rynku mleka i produktów mlecznych	69
3. Piknik Mleczny	71
4. Mleko i produkty mleczne ważne w naszej diecie	73
5. Akcja Promocyjna Mleka – Produkty mleczne na co dzień.....	75
6. Mleko dla każdego – spotkania informacyjno- promocyjne.....	78
7. Mleko pijesz świat podbijesz	80
8. Festiwal Mleka	82
9. Festiwal Mleka	84
10. Mleko i produkty mleczne składnikiem zdrowej diety	87
11. Przepis dnia - mleko i produkty mleczne w codziennej diecie.....	89

Raport Związku Polskich Przetwórców Mleka	92
1. Składka EDA 2022	93
2. Monitoring mediów pod kątem wizerunku przetworów mlecznych	94
3. Wyjazd na targi Estonia 2022.....	94
4. Mleczna kuchnia 2022	95
5. Udział w posiedzeniach komitetu handlu i gospodarki EDA.....	96
Raport Krajowego Stowarzyszenia Mleczarzy	98
1. Opłacenie składki członkowskiej AEDIL	99
2. Opłacenie składki członkowskiej w organizacjach międzynarodowych EDA i FIL/IDF	100
3. Krajowa ocena przetworów mlecznych.....	102
4. Konkurs "Innowacje Techniczne i Technologiczne w Mleczarstwie"	103
5. XV Euroforum Polskiego Mleczarstwa.....	104
6. Akcja informacyjno – promocyjna mleka i jego przetworów	105
7. Tłumaczenie i opracowanie materiałów z międzynarodowych organizacji branży mleczarskiej	107
Raport Polskiej Federacji Hodowców Bydła i Producentów Mleka	109
1. A2A2 nowa droga produktów mlecznych – zastosowanie selekcji genomowej w produkcji żywności o obniżonej alergenicności.....	110
2. Targi ferma bydła	114
3. Od pola do stołu paszowego – prawidłowy łańcuch żywieniowy bydła a jakość produkowanego mleka	118
4. Wysoka wydajność i dobra płodność – czy to jest możliwe? Zarządzanie rozrodem bydła w stadach wysokowydajnych	122
5. IV FORUM GENETYCZNE – „Indeks selekcyjny wsparciem hodowcy w ekonomicznym zarządzaniu stadem”	130
6. Śląska Wystawa Bydła Hodowlanego.....	135
7. XXVI Regionalna Wystawa Zwierząt Hodowlanych Wrocław 2022.....	137
8. XXII Wojewódzka Wystawa Zwierząt Hodowlanych w Bratoszewicach.....	138
9. XXVIII Regionalna Wystawa Zwierząt Hodowlanych w Szepietowie.....	140
10. XV Świętokrzyska Wystawa Zwierząt Hodowlanych w Modliszewicach	142
11. XX Regionalna Wystawa Zwierząt Hodowlanych w Boguchwale	144
12. XI Ogólnopolska Wystawa Bydła Hodowlanego.....	146
13. XXXIV Wystawa Zwierząt Hodowlanych Maszyn i Urządzeń Rolniczych w Sitnie k/Zamościa	147
14. XIV Regionalna Wystawa Zwierząt Hodowlanych Podlaski 2022	149
15. Warmińsko – Mazurska Wystawa Zwierząt Hodowlanych	150
16. XXXIV Barzkowickie Targi Rolne Agro Pomerania 2022 IXIX Wystawa Bydła Mlecznego....	152

17.	XIV Regionalna Wystawa Zwierząt Hodowlanych w Siedlcach	154
18.	IX Podhalańska Wystawa Zwierząt Hodowlanych w Ludźmierzu.....	156
19.	XIV Krajowa Wystawa Czerwonego Bydła Polskiego	157
20.	IX Pomorska Wystawa Bydła Mlecznego	159
21.	Zielone Agro Show	160
22.	Ogólnopolska Szkoła Młodych Hodowców	162
23.	Mazowiecka Wystawa Zwierząt Hodowlanych w Poświętnem	163
24.	Kalendarz Dla Dzieci Promujący Spożycie Mleka	164
25.	Mlekoś Odkrywa Smaki.....	166
26.	#DziękujemyŻePijecieMleko	168
27.	Promocja Produktów Mleczarskich Dedykowana Społeczności Ukraińskiej	170
28.	Składki do Organizacji Międzynarodowych.....	172
Raport Stowarzyszenia Innowatorów Wsi		174
1.	„Łódzkie Święto Mleka”	175
2.	„Promocja mleka i jego przetworów podczas Dożynek Województwa Łódzkiego – 2022” w Radomsku.....	179
Raport Krajowego Związku Spółdzielni Mleczarskich Związek Rewizyjny.....		182
1.	„Szkolenia”	183
2.	„Żuławskie Święto Mleka”	183
3.	„Święto Mleka w Siedlcach”	183
4.	„Ser pleśniowy od kuchni”	184
5.	„Kampania medialna mleka i jego przetworów”	184
6.	Film „Wybieram produkty mleczarskie”	184
7.	„Święto mleka w Garwolinie”	185
8.	Targi Mleczarskie „Mleko-Expo 2022”	185
9.	Konkursy "Wysoka jakość wyrobów mleczarskich" i "Super Produkt".....	186
10.	„Projekty Polskich Norm i Standardy FAO/WHO”	186
11.	„Opłata składek członkowskich w organizacjach międzynarodowych”	186
12.	„Uczestnictwo w grupach roboczych, komitetach i w kongresach mleczarskich”	187
Raport Polskiego Związku Hodowców Bydła Simentalskiego.....		188
1.	Simental dla terenów górskich i podgórszych.....	189
Raport Związku Zawodowego Rolników Ojczyzna.....		191
1.	Kulinarne, e-learningowe warsztaty oraz konkurs dla uczniów szkół gastronomicznych z całej Polski	192
2.	Pij mleko sięgaj daleko - promocja przetworów mlecznych podczas eventu w Krasnymstawie	198
Raport Stowarzyszenia Przetwórców i Producentów Produktów Ekologicznych "Polska Ekologia" ..		203

1. BIOFACH 2022 - Promocja polskich produktów rolnictwa ekologicznego w Europie	205
2. Produkty mleczne na szlakach kulinarnych	209
3. Stawiamy na produkty mleczne	212
4. Organizacja czterech konferencji dotyczących wpływu wypasu krów na jakość mleka i jego przetworów	217
5. High Quality Bioeurope	218
6. EU Organic School	228

Raport Polskiej Izby Mleka z zadań finansowanych ze środków Funduszu Promocji Mleka w roku 2022



1. Konferencje szkoleniowe i szkolenia

NUMER DECYZJI

CEN.DRR.WFP.705.317.2021.ASB.3

MIEJSCE REALIZACJI ZADANIA

Białystok, cały kraj

GRUPA ODBIORCÓW

Uczestnicy rynku sektora mleczarskiego

KWOTA DOFINANSOWANIA

141 120,00 PLN

TERMIN REALIZACJI ZADANIA

01.01.2022 -31.12.2022

Opis projektu:

Jednym ze stałych, bardzo ważnych celów działalności Polskiej Izby Mleka jest podnoszenie konkurencyjności, nieustanny rozwój i poszerzanie wiedzy wśród podmiotów branży mleczarskiej. Odbywało się to dzięki realizowanemu projektowi pt. „Konferencje szkoleniowe i szkolenia”, który był finansowany ze środków Funduszu Promocji Mleka.

Szkolenia są zgodne ze zdiagnozowanymi potrzebami podmiotów branży mleczarskiej oraz z obecną sytuacją na

rynku mleka, dlatego co roku cieszą się tak nieustannym zainteresowaniem. Odbiorcami projektu byli: pracownicy z sektora branży mleczarskiej, media, opinia społeczna, uczestnicy rynku mleczarskiego. Uczestnicy dotychczasowych szkoleń zaktualizowali swoje wiadomości nt. obowiązujących przepisów, nowych regulacji, jak również nabyli kompetencje niezbędne w codziennej pracy.



Ocena efektywności:

Szkolenia realizowano zgodnie ze zdiagnozowanymi potrzebami podmiotów branży mleczarskiej oraz z obecną sytuacją na rynku mleka, dlatego co roku cieszą się tak nieustannym zainteresowaniem. W roku 2022 również prowadzono szkolenia przez wykwalifikowanych trenerów, z zakresu m.in. prawa, handlu, reklamy, zarządzania oraz systemów jakości i znakowania. Uczestnicy szkolenia otrzymali materiały szkoleniowe, między innymi: certyfikaty potwierdzające udział w szkoleniu, notesy i długopisy.

Polska Izba Mleka w 2022 roku zrealizowała łącznie 12 szkoleń na takie tematy jak:

- Umowa na dostawy mleka w świetle nowej ustawy o przewadze kontraktowej,
- Skuteczne zarządzanie i wyznaczanie zadań,
- Radzenie sobie ze stresem, asertywność oraz budowanie pewności siebie,
- Wytyczne prawa oraz wytyczne GSI w zakresie kultury bezpieczeństwa żywności,
- Prawo autorskie w działalności marketingowej,
- Nowoczesny Handlowiec – Partner Twojego Biznesu,

- Szkolenie teoretyczne i warsztaty z zakresu analizy sensorycznej,
- Podatki w branży mleczarskiej. Co można zyskać dzięki ulgom podatkowym? Co się zmienia od 2023?,
- Aktualna sytuacja w branży mleczarskiej,
- IFS FooF v7.

W szkoleniach w 2022 roku wzięło udział 426 osób.

2. Akademia Dobrostan +

NUMER DECYZJI

CEN.DRR.WFP.705.270.2021.MR.2

MIEJSCE REALIZACJI ZADANIA

Białystok, cały kraj

GRUPA ODBIORCÓW

Uczestnicy rynku sektora mleczarskiego, czyli podmioty branży mleczarskiej

KWOTA DOFINANSOWANIA

140 175,00 PLN

TERMIN REALIZACJI ZADANIA

01.10.2021-30.09.2022

Opis projektu:

Zadanie pt. „Akademia Dobrostan+” polegało na przeprowadzeniu 25 szkoleń praktycznych (m.in. w gospodarstwach) oraz szkoleń teoretycznych dla producentów oraz przetwórców, w formie stacjonarnej lub/online. Dzięki szkoleniom uczestnicy poszerzają swoją wiedzę w zakresie dobrostanu plus. Branża mleczarska powinna wiedzieć na jakie pytania należy odpowiedzieć podczas oceny dobrostanu, jak ocenić zachowania zwierząt oraz wiedzę hodowców. Szkolenia mają na celu pomóc rolnikom w przygotowaniu się do spełniania wymagań dobrostanu zwierząt i prawidłowego wdrożenia wszystkich jego elementów, a przetwórcy oceniając producentów, powinni opierać się na przyjętych założeniach, katalogu wymagań dobrych praktyk, które to elementy będą spójne dla wszystkich kontrolujących – będzie to możliwe dzięki projektowi „Akademia Dobrostan+”.

Ocena efektywności:

W 2021 roku zrealizowano 2 szkolenia.

W 2022 odbyły się 3 szkolenie teoretyczne oraz 20 praktycznych, w który udział wzięło 263 osoby. Wszystkie spotkania cieszyły się zainteresowaniem, osoby biorące w nich udział dowiedziały się czym tak na prawdę jest dobrostan zwierząt, jak go ocenić i o niego dbać, co jest podstawą prawną programu oraz jakie korzyści z niego płyną.



3. Mamy kota na punkcie mleka

NUMER DECYZJI

CEN.DRR.WFP.705.318.2021.ASB.3

MIEJSCE REALIZACJI ZADANIA

Białystok, cały kraj

GRUPA ODBIORCÓW

Nauczyciele, dzieci, społeczeństwo, media

KWOTA DOFINANSOWANIA

873 600,00 PLN

TERMIN REALIZACJI ZADANIA

01.01.2022-31.12.2022

**Opis projektu:**

Celem programu jest kształtowanie zdrowych nawyków żywieniowych już od najmłodszych lat. W ramach kampanii organizowanych jest szereg konkursów, w których do wygrania są atrakcyjne nagrody, zarówno dla dzieci, jak i nauczycieli. Ponadto udział w programie zapewnia szeroki wybór materiałów edukacyjnych i gadżetów. Szczególnym wydarzeniem są spotkania z mlecznym bohaterem – Kotem Mleczysławem – jak również wiele innych atrakcji.

W ramach kampanii przeprowadzono następujące działania:**Działania reklamowe**

W tym roku kampania była obecna w mediach i radiu, wykupiono powierzchnię reklamową w czasopiśmie drukowanych oraz najpopularniejszych serwisach internetowych, m.in.: wczesnoszkolni.pl, familie.pl, malecharaktery.pl, kumpel.pl. Zamieszczono bannery reklamowe w takich mediach jak: portal.librus.pl, placówki-niepubliczne.pl, swiatp.pl, monitor szkoły.pl, zdrowie.gazeta.pl, edziecko.pl, parenting.pl.

Reklama pojawiła się także w prasie drukowanej m.in. w takich czasopiśmie jak: kumpel, monitor dyrektor szkoły, świat pierwszoklasisty, forum placówek niepublicznych, magazyn zdrowe dziecko.

Ponadto zamieszczono spot radiowy w radiu złote przeboje.





Jak uczyć o zdrowym żywnieniu

Polska Izba Mleka

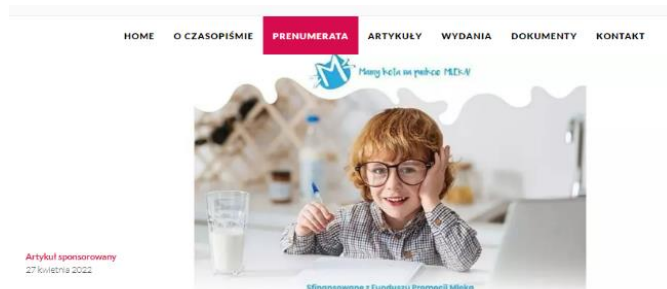
Strona główna » Artykuły » Jak uczyć o zdrowym żywnieniu

Przekazywanie wiedzy uczniom to szczególnie odpowiedzialne zadanie. W szkole budują się pierwsze wyobrażenia o świecie i rządzących nim zasadach. To także etap, na którym powstają podwaliny pod poglądy, przeświadczenia oraz codzienne nawyki. Idealny moment, by zasygnalizować młodym ludziom wagę prawidłowego odżywiania oraz wyjaśnić jego wpływ na zdrowie i samopoczucie.

Żywnienie jest jedną z tych ważnych dziedzin, która potrzebuje wsparcia młodych nauczycieli. Nie poświęcono mu oddzielnego przedmiotu, a te już obecne w planie lekcji koncentrują się na innych zagadnieniach. Tymczasem sposób w jaki się odżywiamy oddziałuje nie tylko na zdrowie i samopoczucie, ale także na chęć do nauki czy poziom koncentracji. W najlepszym interesie nauczycieli jest więc to, by ich uczniowie wiedzieli, jak właściwie odżywiać siebie i swoje szare komórki.

TALERZ ZDROWEGO ŻYWIENIA

Wiedza o prawidłowym odżywianiu zmienia się wraz z wiedzą o człowieku. Wciąż nie wiemy wszystkiego o tym, jak funkcjonujemy i jak wpływają na nas poszczególne produkty spożywcze. Jednak jesteśmy już w momencie, w którym możemy opisać rekomendowany, optymalny styl



Dieta dobra dla uczniów (i ich nauczycieli)

Polska Izba Mleka

Strona główna » Artykuły z czasopiśmie » Dieta dobra dla uczniów (i ich nauczycieli)

Przekazywanie wiedzy jest procesem, który można optymalizować np. poprzez dobór odpowiednich materiałów edukacyjnych. Znaczenie ma także program nauczania, styl prowadzenia zajęć czy stosowanie pomocy naukowych. Rządziej w tym kontekście mówi się o drugiej stronie transferu wiedzy, czyli przyswajaniu informacji przez umysł ucznia. A ten powinien być przede wszystkim wypoczęty i zdrowo odżywny.

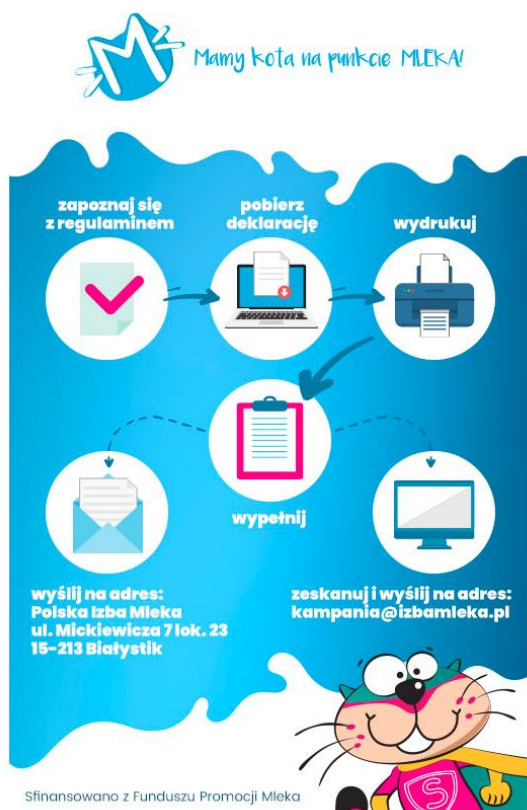
Prowadzenie Facebooka

Prowadzenie strony www, Facebooka, aplikacja

W ramach projektu miała miejsce aktualizacja strony internetowej www.kochammleko.pl, na której na bieżąco zamieszczano informacje o walorach mleka i produktach mleczarskich, a także aktualności o kampanii oraz utrzymywano aplikację umożliwiającą zamieszczenie sprawozdań przez nauczycieli w projekcie.



Mleczna kampania Kota Mleczystawa



„Mamy kota na punkcie mleka” to projekt finansowany z Funduszu Promocji Mleka realizowany przez Polską Izbę Mleka we współpracy z Polską Federacją Hodowców Bydła i Producentów Mleka. Głównym celem projektu jest wzmocnienie pozytywnego wizerunku mleka i produktów mlecznych pochodzących z Polski.

W ramach kampanii zapewniamy:

- szeroki wybór materiałów edukacyjnych oraz gadżetów,
- konkursy,
- spotkania z mlecznymi bohaterami,
- oraz wiele innych atrakcji.

Pokażemy, jak poprzez zabawę edukować dzieci w wieku wczesnoszkolnym w zakresie zdrowego żywienia oraz jak kształtować u najmłodszych prawidłowe nawyki żywieniowe. To dzięki Tobie Twój uczeń przekonają się dlaczego warto pić mleko i jeść przetwory mleczne. Dodatkowo zdobędą wiedzę na temat unikalnej wartości odżywczej mleka oraz roli jaką odgrywa w zachowaniu zdrowia. Działaj profilaktycznie i promuj z nami zdrowy styl życia od najmłodszych lat.

Jak dołączyć do programu?

Wystarczy pobrać, wypełnić i odesłać deklarację na:
kampania@izbamleka.pl

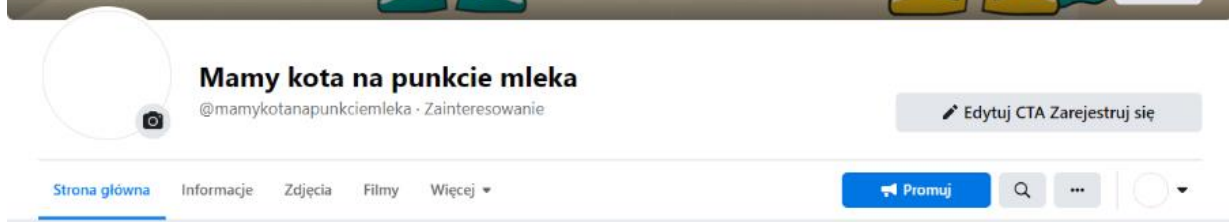
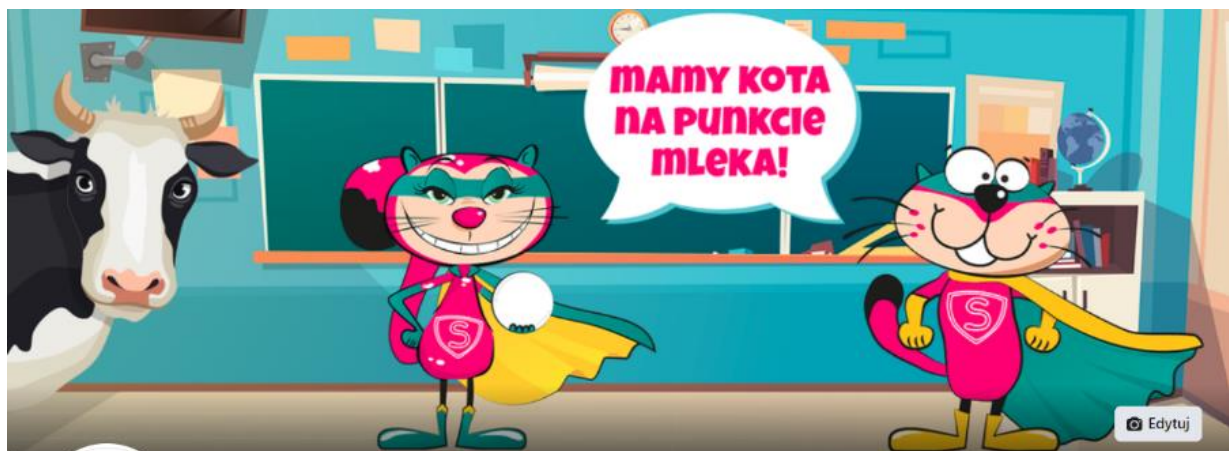
lub wysłać pocztą na adres: Polska Izba Mleka ul. Mickiewicza 7 lok. 23
 15-213 Białystok

[Pobierz deklarację Regulamin projektu](#)

Liczba materiałów edukacyjnych jest ograniczona. Udział w projekcie jest bezpłatny. Program trwa cały rok 2022. Kampania sfinansowana z Funduszu Promocji Mleka

Aktywnie prowadzono Facebooka programu, na którym zamieszczano informacje o wartości odżywczej mleka, mleczne zagadki i quizy. Zarówno strona jak i Fanpage stanowiły swoistą ostoję dla buszujących po sieci rodziców, nauczycieli, którzy z uczuciem autentycznej troski poszukują nie tylko sprawdzonych informacji jak zachować zdrowie i kondycje swoich pociech, ale i dobrych inspiracji w

przygotowaniu posiłków dla dzieci. Ponadto stworzyliśmy na stronie specjalną aplikację, czyli swego rodzaju platformę komunikacyjną pomiędzy organizatorem, a nauczycielem.



Materiały promocyjno – informacyjne

Opracowano i rozdystrybuowano materiały promocyjno-informacyjnych w tym: karty pracy oraz książeczki. Dzięki infografikom i różnego rodzaju ilustracjom zawartym w tych materiałach, dotarcie do najmłodszych było znacznie łatwiejsze, gdyż taka forma była dla nich bardziej zrozumiała i przejrzysta. Obecność bohaterów programu w tego rodzaju materiałach przyciągała uwagę i

zachęcała do poznawania razem z nimi mlecznego świata w myśl zasady „edukacja poprzez zabawę”. Materiały prezentowały w sposób graficzny najważniejsze składniki nabiału, jak np. białko, wapń, witaminy A, E, D, K, witaminy z grupy B, a także zawierały ciekawe rebusy i krzyżówki.



Sfinansowane z Funduszu Promocji Mleka

MLEKO TO SUPERMOCE!

Jakie supermoce zawiera i daje mleko oraz jego przetwory?

Połącz ze sobą właściwe odpowiedzi

WITAMINA A •	• Skateczenia szybciej się goją
WITAMINA B •	• Zapewnia dobry wzrok
WITAMINA E •	• Mocne kości
WITAMINA K •	• Ważne dla układu nerwowego
WAPŃ •	• Buduje silny organizm
BIAŁKO •	• Daje piękny wygląd

KOCHANE DZIECI!

Zapraszamy Was na wspólną podróż do **Krainy Mleka**, gdzie będziemy się razem bawić, poznawać ciekawostki o mleku i produktach mlecznych.

Opowiemy Wam jakie **supermoce** posiada mleko i jak ważną odgrywa rolę w codziennej diecie.

Zapraszamy do wspólnej zabawy i nauki!

Mleczne PRZYGODY

Z KOTEM MLECZYSŁAWEM I MLECZĄ KITĄ

KITA, WIDZIAŁAŚ MOJĄ SUPER PELERYNĘ?

HAA HAA!

Imię i nazwisko ucznia

Szkoła Klasa

Rok szkolny

mleczne ciekawostki



Kot Mleczysław i Mleczna Kita codziennie dbają o to aby budować i wzmacniać swoje **SUPERMOCE!**

A wiecie jak to robią?

Piją mleko, kefir, jedzą jogurty i sery. Wszystkie te produkty kryją w sobie super składniki, które są bardzo ważne w naszej diecie.



WAPŃ

buduje i wzmacnia kości oraz zęby



BIAŁKO

pozwala rosnąć i prawidłowo się rozwijać



WITAMINA A zapewnia dobry wzrok



WITAMINA E dba o nasze włosy skórę i paznokcie



WITAMINY B2 i B12 ważne dla układu nerwowego



WITAMINA K dba o naszą krew



WITAMINA D

wzmacnia odporność

ZADANIE 1

Znajdź i zakreśl ukryte wyrazy, możesz poruszać się poziomo i pionowo.

J T Z A T L M N M I S J P
C E B W M N L E P K E R Y
S A M T Z I J L R N C J O
Z F A G H J Y O L U O O D
N Y S E R R E D Ó Ł A G U
M O Ł A Ś R T Y O T I U M
P P O P M L E K O L O R Y
K K K K K K K K K K K T K
T W A R Ó G E Z W M Z B Q
R Ę R I K Ć L H R C Z R Z

Wyrazy, które musisz znaleźć:



2

3



Mamy kota na punkcie MLEKA!

Działania PR

Biuro prasowe utrzymuje ciągły kontakt z dziennikarzami, przygotowuje teksty merytoryczne wraz z grafikami oraz prowadzi follow up i monitoring.


POPULARNE Branża piwowarska pomimo pandemii zachowała stabilne zatrudni...

Serwisspozywczy.pl Zapisz się do NEWSLETTERA Bądź na bieżąco z tym, co...

AKTUALNOŚCI TECHNOLOGIE EKOLOGIA OPAKOWANIA BRANŻA SPOŻYWCZA

Z PRZEPIŚNIKA CZYTELNIKA PODSUMOWANIE 2020. PLANY NA 2021

JESTEŚ W: Home » Mleko » „Mamy kota na punkcie mleka” – wystartowała akcja edukacyjna Polskiej Izby Mleka



„Mamy kota na punkcie mleka” – wystartowała akcja edukacyjna Polskiej Izby Mleka

DNIA 31 STYCZANIA 2022 AKTUALNOŚCI: MLEKO

Na początku stycznia wystartował ogólnopolski program informacyjno-edukacyjny „Mamy kota na punkcie mleka” skierowany nie tylko do rodziców najmłodszych, ale przede wszystkim do szkół i nauczycieli. Jego celem jest kształtowanie zdrowych nawyków żywieniowych już od najmłodszych lat przez propagowanie wiedzy na temat zdrowotnych właściwości mleka. W

DNIA 31 STYCZANIA 2022 AKTUALNOŚCI: MLEKO

Na początku stycznia wystartował ogólnopolski program informacyjno-edukacyjny „Mamy kota na punkcie mleka” skierowany nie tylko do rodziców najmłodszych, ale przede wszystkim do szkół i nauczycieli. Jego celem jest kształtowanie zdrowych nawyków żywieniowych już od najmłodszych lat przez propagowanie wiedzy na temat zdrowotnych właściwości mleka. W ramach programu zostaną zrealizowane m.in. spoty reklamowe, radiowe, konkursy, czy działania edukacyjne we współpracy z placówkami edukacyjnymi. Głównym bohaterem kampanii, po raz kolejny, będzie Kot Mleczysław i Mleczna Kita.

O nas Oferta Kontakt NEWSERIA LIFESTYLE BIZNES

LOGOWANIE REJESTRACJA Wyszukiwarka NEWSLETTER

lifestyle NEWSERIA

Wszystkie newsy Depesze Baza przebitek Kalendarium Biuro prasowe Transmisje online

Komunikaty PR

Kot Mleczysław będzie edukować najmłodszych na temat żywienia

2022-01-31 | 16:00



Kontakt

Katarzyna Baginska
Publicon Sp. z o.o.

Świdnica
50-066 Wrocław
k.baginska@publicon.pl
692202035
www.publicon.pl

Na początku stycznia wystartował ogólnopolski program informacyjno-edukacyjny „Mamy kota na punkcie mleka” sfinansowany z Funduszu Promocji Mleka. Akcja skierowana jest do uczniów, nauczycieli oraz rodziców. Placówki edukacyjne mają szansę otrzymać materiały edukacyjne dla swoich podopiecznych oraz wygrać atrakcyjne nagrody.

Zmieniajmy nawyki poprzez zabawę

Tegoroczna edycja to kolejna odsłona znaniej w całej Polsce akcji w szkołach. Młodzi rodzice coraz częściej świadomie podchodzą do tematu żywienia swoich dzieci. Idąc tym tropem, chcemy pomóc jeszcze lepiej zrozumieć, jak ważne jest to, co jemy. Na co dzień czyha wiele pokus, dlatego warto pokazać im alternatywę i to w wesołej wersji – we wsparciu z Kotem Mleczysławem i Mleczną Kitą.

Bohaterzy biorą siłę z mleka!

Kot Mleczysław to jeden z ambasadorów akcji. Jego postać ma za zadanie w przyjemny dla dzieci sposób przekazać kluczowe informacje na temat wartości, jaką niesie ze sobą picie mleka i jak zdrowe jest ono dla naszego organizmu.

LOGOWANIE REJESTRACJA Wyszukiwarka NEWSLETTER

NEWSERIA **BIZNES**

Wszystkie newsy Depesze Baza przebitek Kalendarium Biuro prasowe Transmisje Debaty Relacje i F

Komunikaty PR

Podróże kota Mleczysława

2022-06-22 | 08:00



Kontakt

Polska Izba Mleka

Promocja
Polska Izba Mleka

ul. Mickiewicza 7/23
15-213 Białystok
promocja@izbamleka.pl
693290235
www.izbamleka.pl

dla **Lejdis.pl**

Miłość Zdrowie Uroda Moda Kobieta Ze smakiem Dom Zakupy




BIOTYNA +
SIARKA ORGANICZNA +
KWAS HIALURONOWY +
WITAMINA C +
KOLAGEN +

Beautyllagen

DOBRE JES ZAC

Mleko z miodem i czosnkiem

Kategoria Zdrowie – W zdrowiu i chorobie 2022-09-28



Wraz z nadejściem jesiennych miesięcy rozpocznie się sezon na przeziębienia. Opady deszczu, spadek temperatury i coraz mniej słonecznych dni – to wszystko składa się na obniżenie naturalnej odporności organizmu. Jak temu zaradzić? Rozwiązanie jest proste, a sięgały po nie już nasze babcie. Mleko z miodem i czosnkiem.

REKLAMA



nr 1 w technologii uzd

SMAKKI
GASTROFABRIKI
23-25
03 / 2023
EDYCJA SOCJ. WARSZAWA



#gastronomiawspolnasprawa

03. – 07. 02. 2023

LOBECA welcome



Najciekawsze fakty i mity na temat mleka

2022-10-30

Hipokrates nazwał mleko najdoskonalszym pokarmem, jaki stworzyła natura. Czy miał rację? Ten pokarm towarzyszy nam od najmłodszych lat, ale ile tak naprawdę o nim wiemy? Kampania „Mamy kota na punkcie mleka”, sfinansowana z Funduszu Promocji Mleka przygotowała kilka najciekawszych faktów i mitów o mleku, oto one:



Wspierane przez

SFINANSOWANE Z FUNDUSZU PROMOCJI MLEKA



URwij się na konfer

XV Konferencja Naukowo-Techniczna
UTRZYMANIE RUCHU W PRZEMYSŁE SPOŻY
20-21 kwietnia 2023 | Połonica Zdrój

09 LISTOPADA 2022

Jedna szklanka mleka dostarcza naszemu organizmowi niezbędnych 18 składników, których potrzebujemy każdego dnia. W ramach kampanii „Mamy kota na punkcie mleka”, sfinansowanej z Funduszu Promocji Mleka

Kategoria: Aktualności

Jedna szklanka mleka dostarcza naszemu organizmowi niezbędnych 18 składników, których potrzebujemy każdego dnia. W ramach kampanii „Mamy kota na punkcie mleka”, sfinansowanej z Funduszu Promocji Mleka, radzimy, kiedy najlepiej spożywać ten napój. Przeczytajcie!



Suchaj...

Jak uzupełniać wapń w diecie dziecka?



Wspierane przez

1000 mg – tyle wapnia dziennie potrzebuje przedszkolak, aby jego organizm prawidłowo się rozwijał. Nie zawsze jednak dieta jest na tyle zbilansowana, by było to w pełni możliwe. Jak zatem zatroszczyć się o prawidłową podaż tego pierwiastka? W ramach kampanii „Mamy kota na punkcie mleka” przyglądamy się najpopularniejszym sposobom na uzupełnianie wapnia w diecie.

Naukowcy alarmują

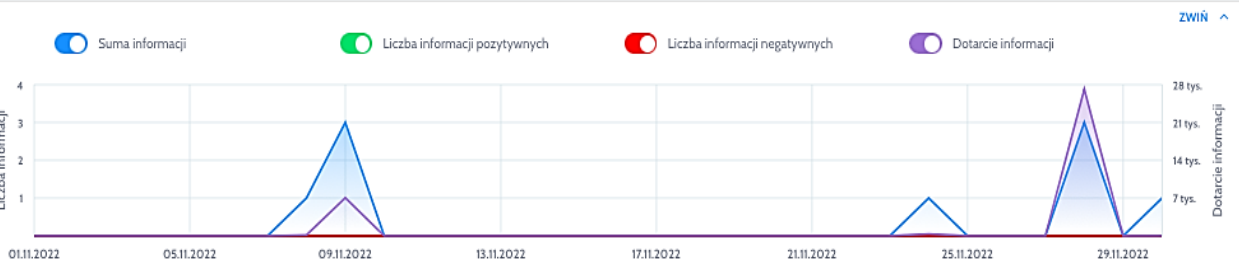
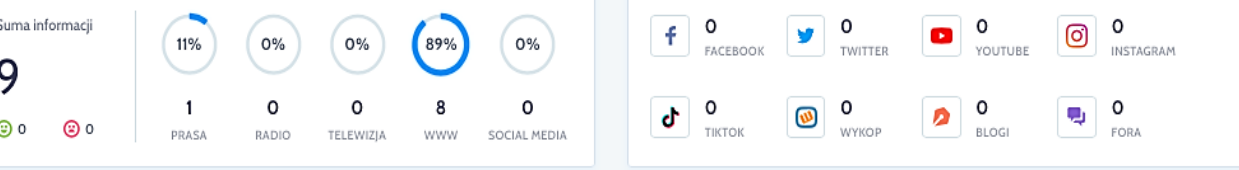
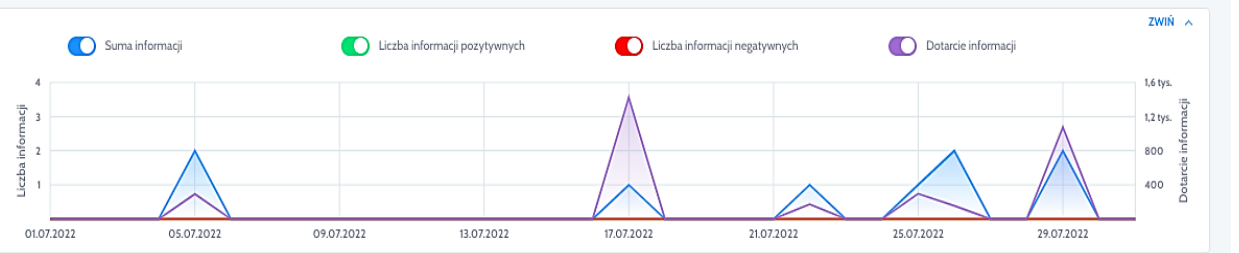
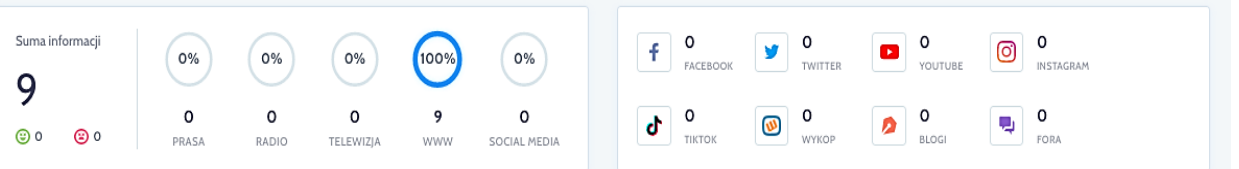
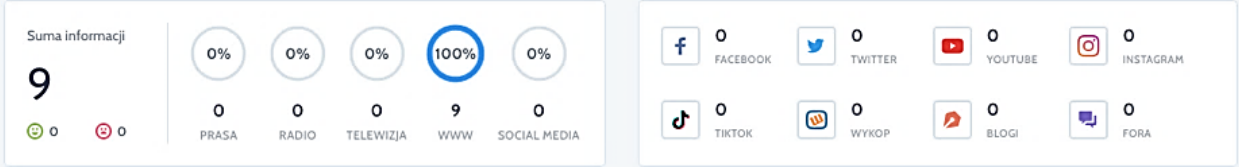
Niedobór wapnia w diecie to dość powszechny problem – zarówno wśród dzieci, jak i dorosłych. Dane National Health and Nutritional Examination Survey (NHNES) wskazują, że spożycie tego pierwiastka pochodzącego z produktów mlecznych u dzieci poniżej 5 roku życia zmalało z 62% w latach 1976-80 do 52% na przestrzeni 2001-06. Tendencję tę

potwierdzają również wyniki badań przeprowadzonych przez polski organ – Instytut Żywności i Żywności. Wskazują one na niedobory wapnia w diecie u dzieci w wieku 1-9 lat na poziomie niemal 70%. To alarmujące dane – wpróż odgrywa bowiem bardzo istotną rolę w wielu procesach w organizmie.

Monitoring mediów

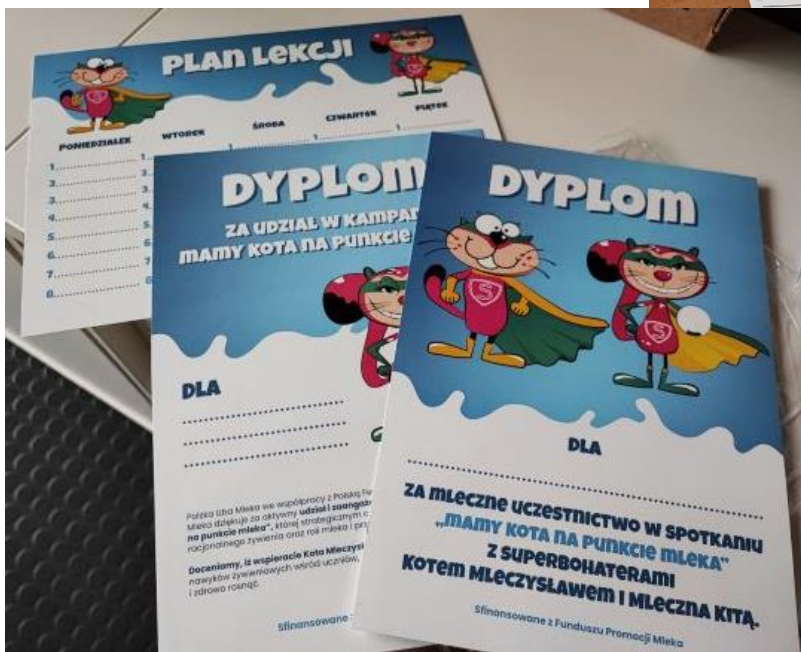
Mamy kota na punkcie mleka

Wyniki Analiza Edycja



Działania w szkołach

Przeprowadzono działania adresowane do szkół w tym: pozyskiwanie szkół do projektu, poprzez wysyłkę zaproszeń oraz kontakt bezpośredni z placówkami. W ramach działań dla szkół opracowano: materiały promocyjno-edukacyjne: naklejki z superbohaterami, plany lekcji, zakładki do książek, dyplomy dla szkół, dyplomy dla uczniów, koło fortuny.



Konkursy w ramach działań w szkołach

„Supermoc – mocne kości”



Uczniowie oraz nauczyciele wzięli udział w przygotowaniu nagrania – historyjki o Kocie Mleczysławie i Mlecznej Kicie opowiadającej o tym, że wapń zawarty w mleku wzmacnia kości. Praca konkursowa składała się z napisanego opowiadania oraz jego nagrania dźwiękowego, w jej tworzenie zaangażowana była cała klasa. Pracę konkursową należało wysłać drogą e-mailową na adres: kampania@izbamleka.pl Każda klasa przesyła tylko jedno zgłoszenie konkursowe.

Nagrodami były upominki w postaci: za zajęcie I miejsca worki materiałowe ze sznurkiem, za zajęcie II miejsca torby materiałowe z postacią do pokolorowania, za zajęcie III miejsca piórniki.

„Supermoc – gojenie skaleczeń”

Zadaniem konkursowym było stworzenie przepisu i przygotowanie dania na bazie mleka lub produktów mlecznych, nadania mu nazwy, zrobienia zdjęcia potrawie i nadesłanie na wskazany adres mailowy.



Ważnym było, aby w stworzenie przepisu zaangażowana była cała klasa oraz danie składało się z mleka lub produktów mlecznych, które zawierają witaminę K – wspomagającą gojenie skaleczeń. Danie mogło zostać przygotowane przez klasę w szkole lub przez uczniów w domach. W tym drugim przypadku uczniowie z klasy wybierali najlepsze zdjęcie potrawy, które było dołączone do zgłoszenia konkursowego.

Ekipa kota Mleczysława i Mlecznej Kity wzięła udział w piknikach organizowanych na terenie całego kraju takich jak: Dzień Mleka W Grajewie, Święto Mleka I Miodu W Zakrzówku, Złot Krasnali W Gorzeszowie, Oleckie Święto Mleka I Miodu, Festiwal Mleka W Starej Białce. Opracowano również wakacyjne karty pracy.



Zgadnij jaki jest **ulubiony letni deser** Mlecznej Kity?



LEŚ



WODA

+ Y



ŚMIETANA



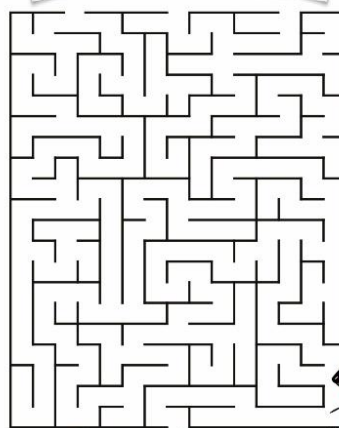
ŁO

+ we



Sfinansowane z Funduszu Promocji Mleka

Dowiedz się **jakie miejsce odwiedził** w wakacje Kot Mleczystaw.



Sfinansowane z Funduszu Promocji Mleka

W ramach kampanii zorganizowano 20 spotkań w szkołach na terenie całej Polski, w których przeprowadzono mleczne lekcje. Specjalnie przygotowani animatorzy edukowali dzieci wykorzystując technikę nauki poprzez zabawę i zachęcali uczniów do spożycia mleka i produktów mlecznych.



Ocena efektywności:

Wszystkie działania podejmowane w ramach kampanii stanowiły realizację głównego celu Strategii Funduszu Promocji Mleka czyli działania edukacyjne skierowane do najmłodszych celem budowania zdrowych nawyków żywieniowych, które objęły grupę docelową: nauczycieli, dzieci, społeczeństwo i media. Placówki, które otrzymały bezpłatne materiały edukacyjne w postaci mlecznego zeszytu lub mlecznych kart pracy, pozytywnie oceniały ich zawartość merytoryczną. Ponadto ogromnym zainteresowaniem szkół cieszyły się spotkania z mlecznymi bohaterami, którzy przeprowadzali mleczne zajęcia i zachęcali do picia mleka i spożywania jego przetworów.



Podjęto działania adresowane do ogółu społeczeństwa, poprzez aktywność na Facebooku, stronie internetowej projektu oraz organizację pikników. Kampania budziła również zainteresowanie mediów, które publikowały materiały prasowe dotyczące projektu jak i mleka i jego przetworów. Dzięki czemu udało się zaprezentować w środkach masowego przekazu unikalną wartość odżywczą tych produktów i ich pozytywny wpływ na zdrowie.

4. Analiza miesięczna: rynek mleka i produktów mleczarskich

NUMER DECYZJI

CEN.DRR.WFP.705.320.2021.MŁ.2

MIEJSCE REALIZACJI ZADANIA

Białystok, cały kraj

GRUPA ODBIORCÓW

Podmioty branży mleczarskiej (m.in. producenci i przetwórcy mleka), społeczeństwo

KWOTA DOFINANSOWANIA

144 900,00 PLN

TERMIN REALIZACJI ZADANIA

01.01.2022-31.12.2022

Opis projektu:

Analiza miesięczna: Rynek mleka i produktów mleczarskich to publikacja Polskiej Izby Mleka skupiająca informacje ekonomiczne, dane rynkowe dotyczące branży mleczarskiej oraz wpływ wojny w Ukrainie na bieżącą sytuację branży mleczarskiej. Analizy zawierają m.in. zestawienia porównawcze cen oraz wielkości rynku produktów mleczarskich w rozbiciu na poszczególne kategorie produktowe mleka jako surowca. Zawierają również zestawienia prognoz.

Ocena efektywności:

Odbiorcy mają więc całościowy obraz sytuacji sektora mleczarskiego dzięki rzetelnym informacjom rynkowym m.in. w zakresie cen i prognoz rynkowych oraz wielkości produkcji i nasycenia rynku poszczególnymi produktami mleczarskimi jak i dane na temat wielkości handlu zagranicznego. Zawarte w analizach informacje pochodzą ze sprawdzonych, rzetelnych źródeł takich jak: Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa oraz Główny Urząd Statystyczny. W każdym miesiącu analiza jest przekazywana drogą elektroniczną do zainteresowanych odbiorców, w tym producentów i przetwórców mleka. W okresie od 01 stycznia 2022 r. do 31 grudnia 2022 r. wydano łącznie 12 analiz miesięcznych, każda z nich miała średnio 70 stron.



PRODUKCJA MLEKA

W 2022 r., według prognoz, produkcja mleka w kraju wyniesie ok. 14.650 mln litrów i będzie o ok. 1,3% większa niż w 2021 r., kiedy to wyniosła 14.458 mln litrów. Wzrost mleczności krów częściowo zrekompensuje spadek pogłowia. Do wzrostu produkcji mleka przyczyni się relatywnie wysoka cena mleka determinowana dobrą koniunkturą na rynkach międzynarodowych, które wyrażają wzrost cen trwałych produktów mlecznych. Z drugiej strony czynnikami hamującymi wzrost produkcji mleka może być pogarszająca się relacja cenowa pomiędzy ceną skupu mleka, a ceną skupu zbóż. Pogorszenie tej relacji może być jednym z powodów redukcji pogłowia krów, gdyż koszty produkcji mleka surowego wzrastają szybciej niż ceny surowca mlecznego.

Szacuje się, że w 2022 roku ze względu na duże zapotrzebowanie na surowiec mleczny oraz korzystne ceny przetworów mlecznych w handlu zagranicznym, dostawy surowca mlecznego do zakładów wyniosą ok. 12.400 mln litrów i będą większe niż przed rokiem ok. 2,0%.

Rok	Produkcja mleka		Skup mleka objęty sprawozdawczością	w tym przez przemysł mleczarski	Udział skupu w produkcji mleka
	ogółem mln litrów	na 1 krowę mleczną litry			
2016	12 867	6 037	10 820	10 830	84,09
2017	13 330	6 202	11 343	11 313	85,09
2018	13 768	6 258	11 644	11 614	84,57
2019	14 090	6 348	11 858	11 828	84,16
2020	14 400	6 459	12 158	12 109	84,43
2021	14 458	6 570	12 190	12 163	84,31
2022	14 650	6 680	12 430	12 400	84,85
2017/2016	3,60%	2,73%	4,83%	4,65%	1,19%
2018/2017	3,29%	0,90%	2,65%	2,66%	-0,61%
2019/2018	2,34%	1,44%	1,84%	1,84%	-0,49%
2020/2019	2,20%	1,75%	2,53%	2,37%	0,32%
2021/2020	0,40%	1,72%	0,26%	0,45%	-0,14%
2022/2021	1,33%	1,67%	1,97%	1,95%	0,63%

Źródło: Opracowanie i prognoza na podstawie niepublikowanych danych GUS oraz danych IERIGZ. Kolor niebieski – prognoza.

POGLOWIE KRÓW MLECZNYCH

Zmiany strukturalne i postępująca koncentracja bazy surowcowej powoduje, że z bydła mlecznego rezygnują gospodarstwa o małej skali produkcji, która nie zapewnia odpowiedniej dochodowości.

Szacuje się, że w czerwcu 2022 r. stado tych zwierząt może liczyć 2.030 tys. szt. i będzie o 3,9% mniejsze niż rok wcześniej. Natomiast na koniec bieżącego roku liczba krów mlecznych może spaść do 2.020 tys. szt.

TABELA: Pogłowia krów mlecznych w tys. sztuk

Okres	Ogółem	Mleczne	W gospodarstwach indywidualnych	W gospodarstwach osób prawnych
2018				
czerwiec	2 429	2 233	2 129	103,6
grudzień	2 417	2 214	2 110	103,9
2019				
czerwiec	2 461	2 221	2 121	100,7
grudzień	2 406	2 167	2 066	101,0
2020				
czerwiec	2 468	2 218	2 120	97,8
grudzień	2 391	2 126	2 028	97,2
2021				
czerwiec	2 388	2 113	2 019	94,0
grudzień	2 289	2 035	1 940	95,2
2022				
czerwiec	2 275	2 030	1 940	90,0
grudzień	2 260	2 020	1 930	90,0

Źródło: Opracowanie i prognoza na podstawie danych GUS i IERIGZ. Kolor niebieski – prognoza.

5. Tłumaczenia na potrzeby branży mleczarskiej

NUMER DECYZJI

CEN.DRR.WFP.705.292.2021.JKO.4

MIEJSCE REALIZACJI ZADANIA

Białystok, cały kraj

GRUPA ODBIORCÓW

Podmioty branży mleczarskiej (m.in. producenci i przetwórcy mleka)

KWOTA DOFINANSOWANIA

37 800,00 PLN

TERMIN REALIZACJI ZADANIA

01.01.2022-31.12.2022

Opis projektu:

W ramach projektu „Tłumaczenia na potrzeby branży mleczarskiej” realizowanego przez PIM w terminie od 1 stycznia 2022r. do 31 grudnia 2022r., finansowanego ze środków Funduszu Promocji Mleka - polska branża mleczarska uzyskała dostęp do specjalistycznych i fachowych materiałów. Wykonano tłumaczenia materiałów obcojęzycznych na język polski, będących istotnymi informacjami dla polskiej branży mleczarskiej. Tłumaczono materiały dotyczące europejskiego i światowego mleczarstwa, pochodzące z różnych instytucji, komunikatów komisji europejskiej itp. Tłumaczone materiały przekazywane były drogą mailową podmiotom z branży.

W okresie od 1 stycznia 2022r. do 31 grudnia 2022r. wykonano między innymi takie tłumaczenia jak:

- Aktualna sytuacja ukraińskiego sektora mleczarskiego – dane dotyczące eksportu/importu Ukrainy;
- Aktualna sytuacja ukraińskiego sektora mleczarskiego;
- Presja kosztowa zagraża europejskiej produkcji mleka: EMB;
- Energetyczny plan Unii Europejskiej;
- Najnowsza krótkoterminowa prognoza Komisji Europejskiej dla sektora mleczarskiego;
- Stanowisko EDA w sprawie umowy o wolnym handlu Unii Europejskiej z Nową Zelandią;
- Umowa o wolnym handlu Unii Europejskiej z Nową Zelandią: europejskie mleczarstwo zapłaci wysoką cenę;
- Formularze wniosków o zatwierdzenie zakładu przetwórstwa mleka państwa chcącego eksportować produkty mleczne do Indonezji;
- Spółdzielnia mleczarska Arla będzie płacić więcej rolnikom za mleko;
- Przedstawiciele Komisji Rolnictwa Parlamentu Europejskiego: Hodowlę bydła należy usunąć z listy emisji określonej w dyrektywie;
- Perspektywy inwentarza żywego, nabiału i drobiu;
- Raport EDA;
- Mleko staje się droższe! Amul, Mother Dairy, Ananda podnoszą ceny od dzisiaj;
- Wspólna Polityka Rolna 2023-2027: Komisja zatwierdza pierwsze plany strategiczne WPR;
- Raport USDA na temat sytuacji na amerykańskim i światowym rynku mleka.

Ocena efektywności:

Polska branża mleczarska uzyskała dostęp do istotnych informacji i opracowań związanych z europejską i światową branżą mleczarską poprzez tłumaczenie materiałów obcojęzycznych na język polski. Polska branża mleczarska uzyskała dostęp do specjalistycznych i fachowych materiałów. Spowodowało to wzrost wiedzy wśród pracowników branży mleczarskiej. Przetłumaczenie materiałów dot. Polskiej branży mleczarskiej na język obcy pozwoliło na wzrost postrzegalności polskiej branży mleczarskiej oraz wzrost artykulacji polskich interesów na arenie międzynarodowej.

6. Opłata składki członkowskiej w EDA i uczestnictwo w grupach roboczych

NUMER DECYZJI

CEN.DRR.WFP.705.286.2021.MR.4

MIEJSCE REALIZACJI ZADANIA

Białystok, cały kraj, kraje UE

GRUPA ODBIORCÓW

Podmioty branży mleczarskiej (m.in. producenci i przetwórcy mleka)

KWOTA DOFINANSOWANIA

143 850,00 PLN

TERMIN REALIZACJI ZADANIA

01.01.2022-31.12.2022

Opis projektu:

Polska Izba Mleka kontynuowała członkostwo w European Dairy Association, największej europejskiej organizacji, działającej na rzecz mleczarstwa. Członkostwo zapewniło dostęp do wiedzy i bieżących informacji z rynku mleka, udział w europejskich konsultacjach dot. zmian na rynku mleczarskim oraz reprezentowanie interesów polskich producentów i przetwórców mleka na wspólnym rynku Unii Europejskiej. Oprócz ścisłej współpracy przy wymianie informacji i danych oraz opiniowaniu nowych zmian legislacyjnych, zadanie polegało na opłaceniu składki członkowskiej w EDA.

Ocena efektywności:

Przynależność do European Dairy Association, zapewniło polskiej branży mleczarskiej dostęp do wiedzy i bieżących informacji z rynku mleka, ale także udział w europejskich konsultacjach dot. zmian na rynku mleczarskim oraz reprezentowanie interesów polskich producentów i przetwórców mleka na wspólnym rynku Unii Europejskiej. Przekazywane informacje dotyczyły między innymi możliwości eksportu produktów mlecznych i związanych z tym uregulowań, umów o wolnym handlu negocjowanych między UE a krajami trzecimi.

Posiadanie wiedzy w powyższych tematach było niezbędne do prowadzenia działalności eksportowej przez spółdzielnie mleczarskie lub inne podmioty mleczarskie oraz ekspansji na zagranicznych rynkach.

7. Tygodniowy Insider

NUMER DECYZJI

CEN.DRR.WFP.705.319.2021.MŁ.3

MIEJSCE REALIZACJI ZADANIA

Białystok, cały kraj

GRUPA ODBIORCÓW

Podmioty branży mleczarskiej w tym producenci i przetwórcy mleka

KWOTA DOFINANSOWANIA

144 900,00 PLN

TERMIN REALIZACJI ZADANIA

01.01.2022-31.12.2022

Opis projektu:

Od 2009 r. Polska Izba Mleka publikuje co tydzień Tygodniowy Insider, w odpowiedzi na zapotrzebowanie branży mleczarskiej w zakresie otrzymywania rzetelnych, aktualnych informacji i danych rynkowych skupionych w jednym wydaniu. Dzięki niemu, producenci i przetwórcy mleka mają stały dostęp do aktualnych, unikalnych informacji oraz danych rynkowych dotyczących mleka i jego produktów.

Ocena efektywności:

Dynamicznie zmieniająca się sytuacja na rynku mleka, spowodowana rosnącą konkurencją, wahaniami cen produktów na rynkach mleka, zmianami prawnymi, zmianami zachowania wśród nabywców, rozwojem nowych technologii czy obecnym kryzysem związanym z wojną w Ukrainie - stawia nowe wyzwania przed branżą mleczarską. Znaczącą rolę odgrywa realizowany projekt pn. Tygodniowy Insider, który niewątpliwie przyczynia się do rozwiązania wielu problemów wynikających z niewystarczających danych dotyczących sytuacji rynku mleka. Dzięki wydawnictwu, producenci i przetwórcy mleka mogą w szybki sposób reagować na wszelkie informacje o zmianach w otoczeniu ich przedsiębiorstw. Należy podkreślić, że decyzje biznesowe często podejmowane są przez branżę mleczarską w oparciu o dane i informacje zawarte w Tygodniowym Insiderze.

Tygodniowy Insider opracowywany jest z najwyższą starannością, w oparciu o rzetelne informacje. Z roku na rok jest udoskonalany, aby sprostać oczekiwaniom odbiorców związanych z branżą mleczarską.

W okresie od 01 stycznia 2022 r. do 31 grudnia 2022 r. opublikowano łącznie 51 wydań.



PRZEGLĄD TYGODNIA	
6	Zaproszenie na pierwszą konferencję z cyklu Fakty i Mity o Mleku
9	Odpowiedź z Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi na wspólne pismo 26 organizacji dotyczące wprowadzenia systemu Nutri-Score
20	Kolejny ponad czteroprocentowy wzrost cen na GDT
28	37,4 mld euro - rekordowy polski eksport żywności w 2021 r.
31	Jak będzie wyglądać produkcja mleka w 2035 roku?
39	Zmiany do ustawy o paszach ujednoczą rynek
43	W Rosji dodatkowa pomoc dla gospodarstw mlecznych i przemysłu piekarniczego
77	Raport KE „Milk Market Situation” z 17 lutego 2022 r.

SPIS TREŚCI	
4	AKTUALNOŚCI POLSKIEJ IZBY MLEKA
12	INFORMACJE MAKROEKONOMICZNE
16	NOTOWANIA CENOWE - RYNEK KRAJOWY
21	NOTOWANIA CENOWE - RYNEK ZAGRANICZNY
26	INFORMACJE Z RYNKU ZBÓŻ, PASZ, NAWOZÓW I BYDŁA
30	INFORMACJE Z POLSKI, UE I ZE ŚWIATA
45	RYNEK KONSUMENCKI, NOWE PRODUKTY, MARKETING
52	PRAWO
56	TYDZIEŃ W MEDIACH
60	OPRACOWANIA ZEWNĘTRZNE

8. Trade Milk

NUMER DECYZJI

CEN.DRR.WFP.705.288.2021.AG.3

MIEJSCE REALIZACJI ZADANIA

Białystok, Chiny

GRUPA ODBIORCÓW

Chińscy konsumenci, chińskie firmy mające w swojej ofercie sprzedaży produkty mleczarskie, chińscy przetwórcy mleka

KWOTA DOFINANSOWANIA

466 200,00 PLN

TERMIN REALIZACJI ZADANIA

01.01.2022-31.12.2022

Opis projektu:

Głównym założeniem projektu „TRADE MILK” jest wzrost rozpoznawalności wysokiej jakości polskich produktów mleczarskich, jak i wzmocnienie pozytywnego wizerunku mleka i jego produktów na rynku Chińskim. Najskuteczniejszym sposobem na poszerzenie tej wiedzy są działania PR, w tym celu prowadzona była strona internetowa w języku polskim oraz chińskim, Twitter oraz biuro prasowe. Projekt zakłada również zorganizowanie misji dla 8 przedstawicieli branży mleczarskiej w celu nawiązania nowych kontaktów biznesowych oraz promocji mleka na terenie Chin. Uczestnikom podczas misji zostanie zapewniona stała opieka tłumacza oraz opiekuna.

W ramach działań zaplanowanych w ramach zadania, jakie kierowane były do powyższej grupy odbiorców, przeprowadzono, tj.:

- utrzymywanie, modernizowanie i aktualizowanie strony internetowej www.trademilk.eu w języku polskim i chińskim, na której odbiorcy mogli znaleźć nie tylko cenne informacje na temat projektu, ale również wiele innych informacji na temat: eksportu produktów mleczarskich do Chin, szerokiej gamy produktów mleczarskich produkowanych w Polsce, aktualnych informacji dotyczącej branży mleczarskiej, a także informacji odnośnie zalet polskich produktów mleczarskich. W celu uatrakcyjnienie przekazu treści na stronie www.trademilk.eu zamieszczano zdjęcia,



新闻



- wykonano szereg tłumaczeń materiałów na język chiński niezbędnych do realizacji projektu, które były zamieszczane na stronie www projektu oraz na Twitterze,
- w trakcie realizacji projektu miały miejsce regularne konsultacje z ekspertem chińskiego rynku spożywczego, a w szczególności branży mleczarskiej z Panem Jackiem Strzeleckim, który posiada doświadczenie w tej tematyce i jest wsparciem programu. Wszystkie teksty zamieszczane na stronie internetowej www.trademilk.eu były przygotowywane we współpracy z ekspertem,
- prowadzono działania PR i inne formy promocji, których celem było dotarcie do mediów chińskich, m.in. prowadzenie biura prasowego, przygotowywanie informacji do mediów, prowadzenie Twittera, prowadzono Wechat oraz Weibo.



波兰牛奶商会

8-31 02:45 来自 微博 weibo.com

牛奶是锻炼或其他体育活动后的最佳恢复饮料。碳水化合物、脂肪、蛋白质和其他微量营养素的组合使牛奶成为首要的恢复性饮料，在促进力量和耐力运动的恢复方面可能比市面上的运动饮料更有效。



转发

评论

赞



「乳制臻品」项目由波兰牛奶商会运营，牛奶推广基金会资助。

Ocena efektywności:

Działania wykonane w ramach zadania zostały zrealizowane zgodnie z założonymi we wniosku celami, co przyczyni się do promocji eksportu oraz pogłębienia wiedzy chińskich konsumentów na temat polskiej branży mleczarskiej, a także pozyskania nowych kontrahentów.

Prowadzone fanpage w ramach programu oraz strona internetowa www.trademilk.eu cieszyły się dużą popularnością.

W okresie styczeń – grudzień 2022 strona www była wyświetlona ponad 78 tysięcy razy.

W okresie styczeń – grudzień 2022 fanpage na Twitterze był wyświetlony ponad 54 tysiące razy, średnio 150 wyświetleń dziennie.

W okresie styczeń – grudzień 2022 fanpage na Weibo był wyświetlony ponad 243 tysięcy razy.

W okresie styczeń – grudzień 2022 fanpage na Wechat był

31 Aug



牛奶是锻炼或其他体育活动后的最佳恢复饮料。碳水化合物、脂肪、蛋白质和其他微...



牛奶的历史可以追溯到公元前10000年，当时游牧部落决定定居下来，开始耕种并驯养...



早在公元前3500年，由于农业革命，人类首次了解到牛奶的神奇之处。正是在这个时候...



奶农对可持续性的承诺由来已久。他们使用各种回收做法和农场的效率来减少对环境的...

wyświetlony ponad 365 tysięcy razy.

9. Fakty i mity o mleku

NUMER DECYZJI

CEN.DRR.WFP.705.296.2021.JKO.3

MIEJSCE REALIZACJI ZADANIA

Białystok, cały kraj

GRUPA ODBIORCÓW

Dorośli, dzieci, społeczeństwo

KWOTA DOFINANSOWANIA

128 100,00 PLN

TERMIN REALIZACJI ZADANIA

01.12.2021-31.12.2022



Opis projektu:

Projekt „Fakty i mity o mleku” był adresowany do młodzieży, nauczycieli, osób dorosłych, seniorów oraz mediów. Miał na celu przekazać rzetelną i sprawdzoną wiedzę na temat mleka i przetworów mlecznych, a tym samym dementować nieprawdziwe opinie i mity na temat tych składników w prawidłowej diecie. Zadanie polegało na przeprowadzeniu 4 konferencji poświęconych wartościom mleka i produktów mlecznych w codziennej diecie człowieka - mając na celu

zwiększenie świadomości, jak ważnym składnikiem diety jest mleko i jego przetwory. Spotkania miały również za zadanie zwrócić uwagę na niewłaściwe mody oraz nawyki w kwestii odżywiania.

Dr Irena Białokoz-Kalinowska zaprezentowała najnowsze fakty ze świata nauki nt. wpływu nabiału i mleka na zdrowie człowieka. Obaliła też internetowe mity – fake newsy – na ten temat. Prezentację z zainteresowaniem obejrzeliby wszyscy obecni i była ona początkiem ciekawej dyskusji.

Ocena efektywności:

Pierwsza z konferencji miała miejsce w Poznaniu w dn. 4 marca br., druga w Białymstoku w dn. 20 maja, kolejna 30 września we Wrocławiu, a ostatnia 7 października w Gdańsku. Udział w konferencjach wzięli nauczyciele i uczniowie szkół gastronomicznych, a także wykładowcy akademicki oraz osoby, którym zależało na poszerzeniu swojej wiedzy na temat roli mleka w prawidłowej diecie. Konferencje cieszyły się dużym zainteresowaniem czego dowodem była ponad 300-osobowa frekwencja.

Dużym zainteresowaniem po części teoretycznej, uzupełniającej wiedzę na temat nabiału cieszyła się część praktyczna, którą stanowił pokaz kulinarny prowadzony przez dietetyka i szefa kuchni Artura Wesołego. Była to świetna okazja do przyjrzenia się sposobom wykonania kreatywnych przepisów z wykorzystaniem nabiału jako podstawy do dania śniadaniowego, lunchowego i deseru. Uczestnicy chętnie zaangażowali się w przygotowania potraw. Szef kuchni podzielił się także w trakcie pokazu

kilkoma tajemnicami kulinarnymi. Zebrani mogli też spróbować nowatorskich mlecznych dań. Uczestnicy wyszli z nową porcją wiedzy i smakowitych, nabiałowych inspiracji, co było szczególnie ważne dla uczniów szkół gastronomicznych.

10. Dzieciaki Mleczaki

NUMER DECYZJI

CEN.DRR.WFP.705.293.2021.JKO.3

MIEJSCE REALIZACJI ZADANIA

Białystok, cały kraj

GRUPA ODBIORCÓW

Dzieci w wieku przedszkolnym i ich rodzice, opiekunowie oraz nauczyciele

KWOTA DOFINANSOWANIA

147 000,00 PLN

TERMIN REALIZACJI ZADANIA

01.01.2022-31.12.2022

Sfinansowano z Funduszu Promocji Mleka



O projekcie Dołącz **QUIZ** Materiały do pobrania Przepisy Ciekawostki Aktualności Kontakt

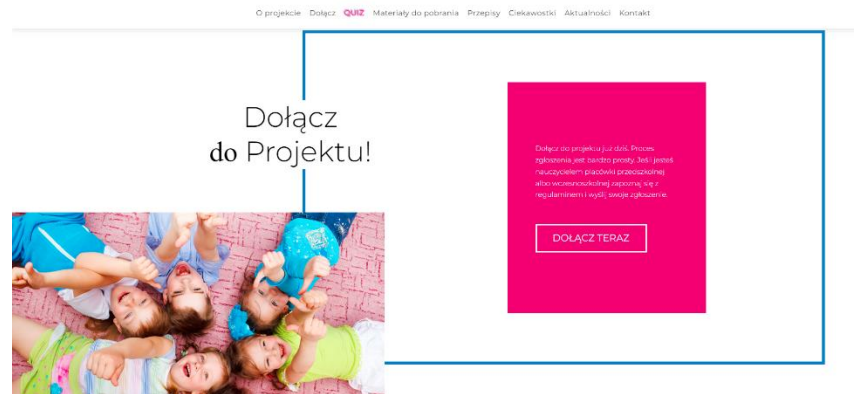


Opis projektu:

Polska Izba Mleka od 1 stycznia 2022 r. realizuje projekt edukacyjno-informacyjny pt. „Dzieciaki Mleczaki”. Skierowany jest on do dzieci w wieku przedszkolnym i wczesnoszkolnym oraz ich opiekunów. Program ma na celu promocję spożycia mleka i jego przetworów wśród najmłodszych, edukację w zakresie wartości odżywczych mleka i jego przetworów jak również popularyzację zasad zdrowego odżywiania. Te wszystkie informacje przekazywano dzięki prowadzonej stronie internetowej www.dzieciakimleczaki.pl oraz fanpage projektu i dystrybucji materiałów informacyjno-promocyjnych w tym m.in. kart pracy, mlecznych zeszytów.

Utrzymanie i aktualizacja, modyfikacja strony internetowej

W ramach tego działania prowadzona była strona internetowa www.dzieciakimleczaki.pl, na której umieszczane były informacje na temat prawidłowego żywienia, które jest bardzo ważne dla dzieci w wieku przedszkolnym. Publikowane były również mleczne przepisy oraz informacje o projekcie wraz z grafikami, a także mleczne karty pracy dla dzieci w celu uatrakcyjnienia projektu.



Czy pleśń na serze zawsze jest bezpieczna? 01.04.2022 Pleśń na serze nie dziwi nas specjalnie, zwłaszcza jeśli mamy do czynienia z serami pleśniowymi. Tymczasem nie zawsze jest ona pożądana, czasem może być wręcz dużym niebezpieczeństwem dla naszego zdrowia. Pamiętać należy, że jeśli pleśń pojawi się na serze miękkim, czyli takim bez skórki, jak np. twaróg oznacza to, że nie nadaje się on do spożycia. Ta sama zasada dotyczy serów w plastrach czy tarkowanych. W tych serach pleśń przenika głęboko do wnętrza. A co gorsza towarzyszą jej często bardzo niebezpieczne bakterie jak *listeria*, *brucella*, *salmonella* i *E. coli*. Taki ser nie nadaje się do spożycia i zawsze trzeba go wyrzucić. Sfinansowane z Funduszu Promocji Mleka.

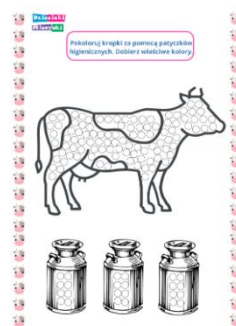


Mleko na oparzenia słoneczne 21.03.2022 Mleko ma wiele zastosowań. Okazuje się, że jest na przykład niezastąpione w walce z oparzeniami słonecznymi. Kiedy przesadzimy ze słońcem i piecze nas skóra, wystarczy przyłożyć do niej na kilkanaście minut wacik nasączony mlekiem, albo posmarować kwaśną śmietaną, maślanką lub kefirem naturalnym. Mleko, dzięki swoim właściwościom ochładza skórę, zmiękcza ją i przywraca prawidłowe pH, zaś tłuszcz zawarty w mleku przyspiesza gojenie oparzeń słonecznych. Jeśli oparzymy język gorącym napojem, przepłukanie wówczas ust zimnym mlekiem przynosi wyraźna ulgę. Sfinansowane z



O projekcie Dołącz QUIZ Materiały do pobrania Przepisy Ciekawostki

Materiały do pobrania



22.09.2022



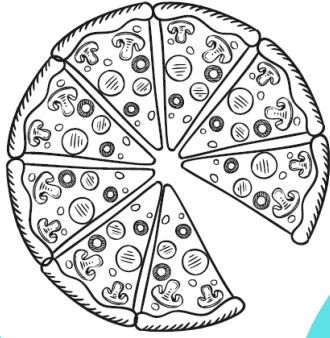
21.09.2022

Pokoloruj obrazek

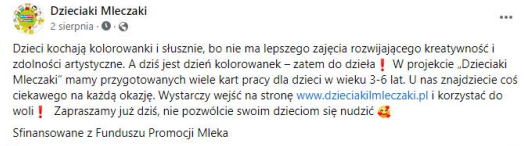
Pokoloruj obrazek zgodnie z kodem kolorów.



Czy wiesz, że ser to podstawowy składnik każdej pizzy? Najpopularniejszy ser do pizzy to mozzarella. Można do niej dodać również twarde ser, np. cheddar lub serę płatkową.



Na bieżąco prowadzono Facebooka programu, na którym opublikowane zostały wpisy o rekrutacji do projektu, informacyjne, mleczne przepisy oraz mikroświat mleka.



Materiały promocyjno – edukacyjne

W ramach projektu opracowano, wydrukowano i dystrybuowano do przedszkoli mleczne karty pracy, które skierowane były do dzieci w wieku przedszkolnym i ich opiekunów. Wszystkie materiały zawierały informacje o mleku oraz jego przetworach i dzięki atrakcyjnej graficznie oprawie zachęcały dzieci wzięcia udziału w mlecznych zajęciach.

Policz produkty mleczne

Pokoloruj obrazki



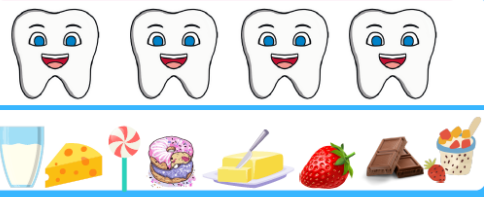
Policz produkty i wpisz liczby w poniższą tabelę.

Mleko	
Twaróg	
Lody	
Masło	
Ser żółty	

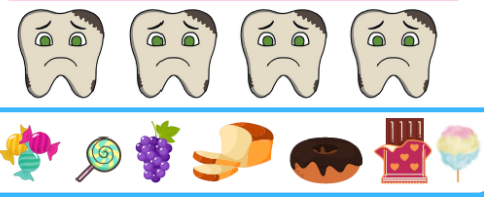
Sfinansowane z Funduszu Promocji Mleka

Zdrowy ząbek

Zaznacz produkty, dzięki którym będziesz mieć mocne zęby.



Zaznacz produkty, które szkodzą Twoim zębom.



Czy wiesz, że mleko, sery i inne mleczne produkty zawierają wapń? Wapń to ważny budulec dla zdrowych i mocnych kości. Jeśli chcesz mieć zdrowe zęby - pij dużo mleka i spożywaj wyroby mleczne.

Sfinansowane z Funduszu Promocji Mleka

W ramach programu miały miejsce również spotkania w przedszkolach. Podczas 12 mlecznych zajęć przedszkolaki mogły przekonać się dlaczego warto sięgać po mleko i produkty mleczne. Zajęcia odpowiednio dostosowane do grup przedszkolnych prowadzone były przez animatorów, którzy wykorzystywali edukowali dzieci poprzez zabawę.



Ocena efektywności:

Przeprowadzono działania edukacyjne skierowane do najmłodszych celem budowania zdrowych nawyków żywieniowych i promowania mleka i jego przetwory. Przedszkola chętnie uczestniczyły w projekcie i wykazywały zainteresowanie jego kolejnymi edycjami. Wśród nauczycieli wychowania przedszkolnego szczególną popularnością cieszyły się materiały edukacyjne dzięki którym mogli przeprowadzić samodzielnie mleczne zajęcia. Z powodzeniem zrealizowano także bezpośrednie spotkania mlecznych bohaterów z dziećmi podczas których najmłodszy mogli przekonać się skąd bierze się mleko oraz jego przetwory i dlaczego warto po nie sięgać.

11. Opłata składki członkowskiej w FIL/IDF i uczestnictwo w spotkaniach

NUMER DECYZJI

CEN.DRR.WFP.705.285.2021.MR3

MIEJSCE REALIZACJI ZADANIA

Białystok, cały kraj, kraje UE

GRUPA ODBIORCÓW

Podmioty branży mleczarskiej (m.in. producenci i przetwórcy mleka)

KWOTA DOFINANSOWANIA

116 501,28 PLN

TERMIN REALIZACJI ZADANIA

01.01.2022-31.12.2022

Opis projektu:

Polska Izba Mleka od kilku lat jest członkiem International Dairy Federation (FIL/IDF), największej na świecie organizacji reprezentującej branżę mleczarską. Przynależność do FIL/IDF, daje dostęp do

bieżących informacji z europejskiego rynku mleka, a także umożliwiła reprezentowanie interesów polskich producentów i przetwórców mleka na arenie międzynarodowej oraz nawiązywanie nowych kontaktów biznesowych.

Ocena efektywności:

Członkostwo w tak prestiżowej i największej organizacji tego typu na świecie wpływa na wzrost znaczenia polskiej branży mleczarskiej na arenie międzynarodowej i wzmocnienie artykulacji polskich interesów. W wyniku współpracy z International Dairy Federation, a co za tym idzie dostępu do najświeższych branżowych informacji oraz wymianie analiz i danych rynkowych, polska branża mleczarska zyskała lepszą rozpoznawalność na arenie międzynarodowej.

12. Serwis IPIM

NUMER DECYZJI

CEN.DRR.WFP.705.99.2021.AaP.2

MIEJSCE REALIZACJI ZADANIA

Białystok, cały kraj

GRUPA ODBIORCÓW

Podmioty branży mleczarskiej (producenci i przetwórcy mleka), konsumenci i opinia społeczna

KWOTA DOFINANSOWANIA

57 120,00 PLN

TERMIN REALIZACJI ZADANIA

01.07.2021-30.06.2022



Opis projektu:

„Serwis IPIM”, finansowany ze środków Funduszu Promocji Mleka, jest serwisem internetowym, który na bieżąco monitorował sytuację na rynku mleka. Zawierał on dane na temat cen i wielkości skupu mleka, kursów walut, cen krajowych i zagranicznych produktów mleczarskich czy importu i eksportu, w postaci wykresów (słupkowych, grupowych, liniowych), tabel oraz map Polski.

Ocena efektywności:

Serwis IPIM dostarcza użytkownikom w sposób uporządkowany i systematyczny aktualne dane rynkowe niezbędne dla branży mleczarskiej - tak aby odnajdywanie ich przez użytkownika było niemal intuicyjne. W wyniku przekazywanych informacji nastąpiło zwiększenie wiedzy i orientacji rynkowej wśród podmiotów z branży mleczarskiej.

13. XV Ranking Spółdzielni Mleczarskich

NUMER DECYZJI

CEN.DRR.WFP.705.90.2022.EKO.1

MIEJSCE REALIZACJI ZADANIA

Białystok, cały kraj

GRUPA ODBIORCÓW

Spółdzielnie, firmy mleczarskie i podmioty skupujące mleko – kadra kierownicza w zakładach przetwórczych, społeczeństwo, instytucje rządowe i inne

KWOTA DOFINANSOWANIA

147 000,00 PLN

TERMIN REALIZACJI ZADANIA

01.01.2022-31.12.2022

Opis projektu:

Zadanie skierowane było do spółdzielni i firm mleczarskich, przetwórców mleka i podmiotów skupujących mleko, podmiotów zaangażowanych i biorących udział w produkcji mleka. Projekt zakładał organizację Rankingu spółdzielni i firm mleczarskich ze szczególnym uwzględnieniem perspektyw rozwoju spółdzielni i firm mleczarskich oraz przekazaniem informacji nt. kierunków rozwoju danego zakładu lub firmy. Celem rankingu jest ocena biorących w niej udział podmiotów m. in. pod kątem produkcji, skupu surowca, rozwoju kadr, technologii, efektywności, innowacyjności itp.

Ocena efektywności:

Polska Izba Mleka stara się motywować i wspierać Spółdzielnie mleczarskie. Dlatego już po raz 15 został przeprowadzony Ranking Spółdzielni Mleczarskich. W każdym roku celem Rankingu jest wyłonienie najbardziej dynamicznie rozwijających się podmiotów sektora mleczarskiego. W tegorocznej edycji po raz pierwszy w ramach zadania przyznano nagrodę Działalność badawczo - rozwojowa. Nadzór nad przebiegiem wyboru laureatów sprawowała specjalnie powołana Kapituła Rankingu pod przewodnictwem wiceminister rolnictwa Pani Anny Gembickiej.

Ogłoszenie wyników i rozdanie nagród miało miejsce podczas uroczystej Gali w Operze i Filharmonii Podlaskiej.

Informacja o Rankingu dotarła do szerokiego grona odbiorców – potencjalnych konsumentów przetworów mlecznych, dzięki czemu przedsięwzięcie miało efektywny wpływ na rozwój i promocję branży mleczarskiej w Polsce.



14. Analiza Skupowa: Skup i ceny mleka

NUMER DECYZJI

CEN.DRR.WFP.705.91.2021.MŁ.3

MIEJSCE REALIZACJI ZADANIA

Polska

GRUPA ODBIORCÓW

Podmioty branży mleczarskiej (producenci i przetwórcy mleka), konsumenci

KWOTA DOFINANSOWANIA

51 000,00 PLN

TERMIN REALIZACJI ZADANIA

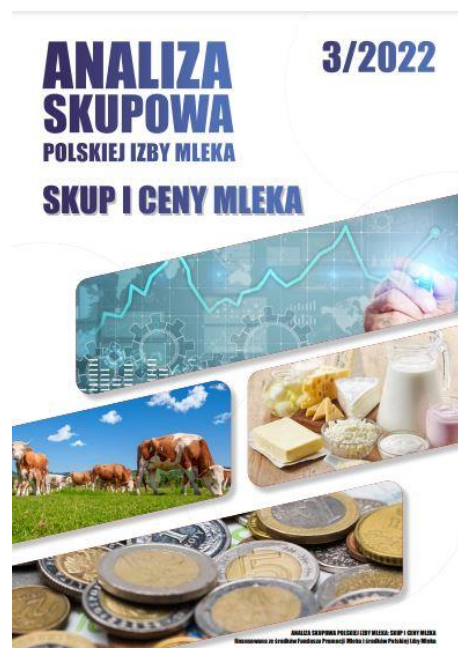
01.07.2021-30.06.2022

Opis zadania:

Zadanie zakłada comiesięczne przygotowanie podsumowania poprzedniego miesiąca dotyczącego w szczególności zmian miesięcznych cen oraz ilości wyprodukowanego mleka. Pozwala to na zapewnienie stałego dostępu do aktualnych informacji, zebranych w jednym wydawnictwie, które jest niezbędnym narzędziem monitorującym sytuację rynkową.

Ocena efektywności:

W ramach tego zadania dostarczane są odbiorcom najświeższe informacje dotyczące rynku mleczarskiego, w szczególności skupu i cen mleka, cen netto skupu mleka jednostki skupującej oraz jednostki produkującej, różnic w ilości skupionego mleka w porównaniu do poprzednich miesięcy. Wydawnictwo obejmuje nie tylko analizę rynku krajowego, ale także w UE. Jest to doskonałe źródło najświeższych informacji dotyczących rynku mleczarskiego dla podmiotów działających w branży przy podejmowaniu decyzji odnośnie produkcji, zbytu czy cen. W obecnych czasach rzetelna i sprawdzona informacja jest niezbędna aby odnaleźć się na rynku nie tylko krajowym, ale i światowym. Pozwala na szybką adaptację do zmieniających się warunków rynkowych. Publikacja jest rozpowszechniana do 300 odbiorców: podmiotów branży mleczarskiej (producentów i przetwórców mleka), opinii społecznej, MRiRW, mediów.



W okresie realizacji zadania ukazało się 12 wydań Analizy skupowej, o łącznej liczbie ok. 150 stron zawierających analizy, wykresy i komentarze.

15. Udział w międzynarodowych spotkaniach

NUMER DECYZJI

CEN.DRR.WFP.705.5.2022.ASO.1

MIEJSCE REALIZACJI ZADANIA

KWOTA DOFINANSOWANIA

66 339,00 PLN

TERMIN REALIZACJI ZADANIA

Polska

01.01.2022-31.12.2022

GRUPA ODBIORCÓW

Podmioty branży mleczarskiej (producenci i przetwórcy mleka), konsumenci

Opis projektu:

Projekt „Udział w Międzynarodowych Spotkaniach” dotyczy uczestnictwa przedstawiciela Polskiej Izby Mleka w międzynarodowych spotkaniach, seminariach, spotkaniach B2B, w rozmowach z przedstawicielami instytucji unijnych oraz biznesu dotyczących światowego mleczarstwa, ale także obszarów, które łączą się z branżą mleczarską.

Udział w tych prestiżowych wydarzeniach był doskonałą okazją do promocji polskich produktów mleczarskich na rynkach międzynarodowych, ale także do przedstawienia punktu widzenia z perspektywy polskiego mleczarstwa.

W ramach zadania przedstawiciele PIM uczestniczyli w spotkaniach Prezydencji Copa Cogeca, Kongresie w Toledo, Biznes Forum COGECA, spotkaniach EDA oraz spotkaniu w Paryżu. Na spotkaniach poruszonych zostało wiele ciekawych tematów związanych z branżą mleczarską.



Ocena efektywności:

Udział w międzynarodowych spotkaniach wpłynął korzystnie na zwiększenie potencjału i konkurencyjności polskiej branży mleczarskiej. Podczas spotkań przekazywano informacje o wysokiej jakości mleku i produktach mleczarskich pochodzących z Polski. Dzięki temu, przedsiębiorcy, unijni

urzędnicy czy pozostali członkowie spotkań mogli pozyskać rzetelne informacje na temat polskiego mleka i produktów mleczarskich, a także funkcjonowania całej polskiej branży mleczarskiej. W celu wzmocnienia przekazu informującego o doskonałej jakości mleka i produktów mleczarskich.

Poprzez uczestnictwo przedstawiciela Polskiej Izby Mleka w spotkaniach polska branża mleczarska jest lepiej rozpoznawalna na arenie międzynarodowej. Uczestnictwo przedstawiciela Polskiej Izby Mleka w licznych spotkaniach B2B, przyczyniło się do rozwoju nowych kontaktów biznesowych. Podczas tych spotkań informowano o zaletach nabywania i spożywania polskiego mleka i produktów mleczarskich.

Udział w spotkaniach wpłynął pozytywnie na wzmocnienie artykulacji polskich interesów na forach unijnych oraz światowych.



16. Promocja produktów mleczarskich wśród społeczności ukraińskiej

NUMER DECYZJI

CEN.DRR.WFP.705.339.2022.MRE.6

MIEJSCE REALIZACJI ZADANIA

Polska

GRUPA ODBIORCÓW

Dzieci, dorośli, społeczność ukraińska przebywająca na terenie Polski, w szczególności matki z dziećmi oraz młodzież

KWOTA DOFINANSOWANIA

120 000,00 PLN

TERMIN REALIZACJI ZADANIA

03.03.2022-02.08.2022

Opis projektu:

Sytuacja tymczasowego przebywania na terenie Polski obywateli Ukrainy daje możliwość dotarcia w formie bezpośredniej z ofertą produktów mleczarskich.

Dzięki wykorzystaniu możliwości bezpośredniego dotarcia do obywateli Ukrainy i umożliwienie im spróbowania różnego rodzaju produktów mleczarskich – uczestnicy działań sami mogą przekonać się jak polskie produkty mleczarskie wpływają na organizm człowieka oraz poznać i docenić ich walory smakowe. Z uwagi na to, że Ukraina jest ważnym rynkiem zbytu polskich produktów mlecznych, działania takie dają szansę na dalsze wzmocnienie eksportu.



Ocena efektywności:

W ramach projektu zakupiono produkty mleczarskie, które przekazano w formie darowizny czterem organizacjom humanitarnym, których beneficjentami są obywatele Ukrainy tymczasowo przebywający na terenie Polski z powodu toczących się działań wojennych w ich kraju. Zakupione produkty oraz otrzymane jako darowizna od Członków Polskiej Izby Mleka dystrybuowano podczas m.in. Wielkanocnego śniadania zorganizowanego w Białymstoku, w którym uczestniczyło 500 osób, w tym 200 dzieci. Podjęte działania przyczyniły się wzrostu spożycia mleka i produktów mlecznych, a także pozwoliły na budowanie dobrego PR wokół mleka.



17. Ja Cię SERniczę

NUMER DECYZJI

CEN.DRR.WFP.705.170.2021.MŁ.3

MIEJSCE REALIZACJI ZADANIA

Polska

GRUPA ODBIORCÓW

Podmioty branży mleczarskiej (producenci i przetwórcy mleka), konsumenci

KWOTA DOFINANSOWANIA

1 147 979,00 PLN

TERMIN REALIZACJI ZADANIA

01.07.2021-31.12.2022



Opis projektu:

Głównym założeniem projektu sfinansowanego z Funduszu Promocji Mleka była promocja białego sera w słodkiej postaci oraz prezentacja różnych sposobów na wykorzystanie sera przy przygotowaniu sernika. Projekt miał również na celu ukazanie, że spożywanie produktów mlecznych jest korzystne dla zdrowia, a przy tym nie musi być nudne. Działania bezpośrednio skierowane zostało do osób lubiących gotować i piec, aktywnych w kuchni, odpowiedzialnych za tworzenie menu w restauracjach, hotelach (właściciele, menadżerowie, szefowie kuchni), dziennikarzy, blogerów w celu przedstawienia sera jako produktu wartościowego także w wersji słodkiej oraz ogółu społeczeństwa.

W ramach projektu przeprowadzono następujące działania:

Działania reklamowe:

Przygotowano i przeprowadzono kampanie reklamową w telewizji, która informowała konkursach na „Mistrzowski sernik” w pięciu miastach Polski takich jak: Wrocław, Gdańsk, Warszawa, Białystok, Kraków

**Sernik z wiśniami w żelu
inspirowany słonecznym
Gdańskiem**

SKŁADNIKI:

SPÓD CIASTA:

- 200 g ciasteczek maślanych
- 60 g masła

MASA:

- 1 kg twarogu
- 4 jajka
- 1 budyń
- $\frac{3}{4}$ szklanki cukru

WIŚNIE W ŻELU:

- 250 g wiśni - świeżych lub mrożonych
- 200 g cukru
- 2 łyżki mąki ziemniaczanej



Program Ja Cię SERniczę sfinansowany z Funduszu Promocji Mleka

**Sernik z wiśniami w żelu
inspirowany słonecznym
Gdańskiem**

SKŁADNIKI:

SPÓD CIASTA:

- 200 g ciasteczek maślanych
- 60 g masła

MASA:

- 1 kg twarogu
- 4 jajka
- 1 budyń
- $\frac{3}{4}$ szklanki cukru

WIŚNIE W ŻELU:

- 250 g wiśni - świeżych lub mrożonych
- 200 g cukru
- 2 łyżki mąki ziemniaczanej



**Ja Cię
SERniczę**

**WEŹ UDZIAŁ
W KONKURSIE:**



www.alesernik.pl



**ODWIEDŹ
NASZ FANPAGE:**



Ja Cię SERniczę

Program Ja Cię SERniczę sfinansowany z Funduszu Promocji Mleka

Kampania reklamowa obejmowała także produkcję 5 spotów radiowych, które zachęcały restaurację jak i mieszkańców 5 wytypowanych miast do udziału w konkursach.

Na potrzeby sernikowej kampanii przygotowano szereg artykułów sponsorowanych, które podkreślały m.in. walory zdrowotne sera oraz prezentowały różne rodzaje serników. Publikacje zamieszczano w portalach adresowanych do osób zainteresowanych sztuką kulinarną.



Wartości odżywcze sernika

20 stycznia 2022, o godzinie 10:00:00
Artykuł zrewidowany

Share and Enjoy!



Spośród wszystkich kuszących, słodkich propozycji dostępnych w cukierni, nasz wzrok nigdy nie ominie pięknie prezentującego się sernika. Czy zastanawialiście się kiedyś nad jego zdrowymi aspektami? Oprócz niechlubnie brzmiącego cukru, czy niekonięcznie zdrowych dodatków okazuje się, że ten wypiek ma też swoją dobrą stronę. Chcecie dowiedzieć się, dlaczego sernik jest odżywczy i ma pozytywną wartość?

KATALOGI

- RELAKS I TURYSTYKA
- DLA ZDROWIA
- KURSY I SZKOLENIA
- SKLEPY INTERNETOWE
- SPA
- MEDYCYNĄ ESTETYCZNA
- SZKOLY TAŃCA
- SPORT I REKREACJA
- KOSMETYKA I FRYZJERZY
- SALONY KOSMETYCZNE
- SPECJAŁIŚCI W OKOLICY
- WĘSTROTY DLA DZIECI
- ŚLUB I WESZLE

WARTO PRZECZYTAĆ

- Koszule na miarę – jaki mały wybór? Przeczytaj
- Co na obiad?
- Smartwatch dla sportowca - na co zwrócić uwagę przed zakupem?
- Co zrobić z chahy - różne pomysłyowe przepisy
- Jaki wykorzystać skórki od bananów?
- Zdrowota terapia soina

URODA TV

AKTUALNOŚCI



Program Ja Cię SERniczę sfinansowany z Funduszu Promocji Mleka

dlaiejdis.pl/artykuly/7-pomyslow-na-sernikowe-przekaski

Kalkulator VAT (brut... | Kontakt | DoubleTre... | Portal KlientEFL

7 pomysłów na sernikowe przekąski

Kategoria Ze smakiem → Porady | 2022-01-31



Nie ma wątpliwości, że Polacy uwielbiają sernik. Jednak kojarzy się on głównie ze świętami i uroczystościami w domu. Możliwości przygotowania sera na słodko są nieograniczone, dlatego poniżej znajdziecie kilka propozycji, jak zaskoczyć swoich gości na imprezie, zwłaszcza że karnawał trwa w najlepsze.



Strona Główna » Przepisy » Sernik na śniadanie!
11.04.2022 (aktualność 11.04.2022)

SERNIK NA ŚNIADANIE?



Program Ja Cię SERniczę sfinansowany z Funduszu Promocji Mleka

Śniadanie nie musi być nudne. Tak samo jak istnieje wiele sposobów na smaczne wytrawne śniadania, tak też możemy znaleźć setki sposobów na kich serniki na śniadanie. Kompromisyje mała, serniki owocowe - tu warto, k tóre skokanale, czerny i lubimy, ale nie zawsze są one w stanie zapewnić nam odpowiedni poziom sytości z rana. Doskonalem sposobem na zapewnienie sobie dobrego startu jest połączenie dużej ilości białka z delikatnym akcentem węglowodanów. To wszystko może dać nam twarog.

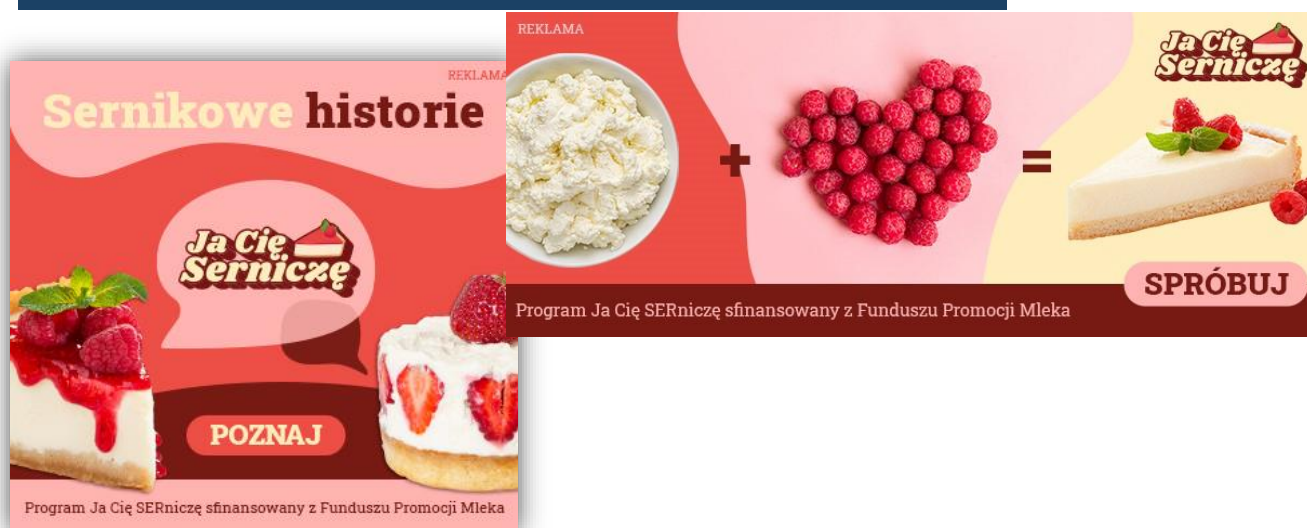


Program Ja Cię SERniczę sfinansowany z Funduszu Promocji Mleka

Polski, japoński, nowojorski – który sernik lepszy?

14 CZERWCA 2022 · PRZEPISY · PODSTAWOWE PRZEPISY SERNIKI

Kampania reklamowa została wsparta również bannerami reklamowymi



Działania PR

Nad działaniami PR czuwało biuro prasowe, które komunikowało się z mediami i przygotowywało informacje prasowe obejmujące działania programu i ciekawostki ze świata sernika. W ramach działań PR w dniu 23 lutego 2022 r zorganizowano spotkanie inauguracyjne ogólnopolską kampanię informacyjno-edukacyjną „Ja Cię SERniczą”. Na wydarzeniu w Bursztynowa Bistro spotkali się dziennikarze, szefowie kuchni oraz blogerzy.

Na spotkaniu zaprezentowano informacje na temat m.in. idei projektu, przebiegu kampanii, w tym akcji samplingowych i konkursu dla restauratorów, które obejmował 5 miast.



Uczestnicy eventu mogli spróbować szerokiej gamy serników. Co więcej, atrakcją spotkania był pokaz kulinarny, w którym zaprezentowano szybki przepis na sernik z malinową polewą. W trakcie pokazu kucharz podzielił się również kilkoma trikami w kwestii przygotowywania wypieków.



24wroclaw.pl Wrocław z góry Aktualności Kalendarium Ogłoszenia Wł

29/06/

Oto najlepszy sernik we Wrocławiu - wrocławska edycja konkursu "Ale sernik!" rozstrzygnięta!

#24WROCLAW #WROCLAW #AGENCJA REZERW MATERIALOWYCH



20 ppr 20 wywiadów na 20-lecie PPR.tv PPR.tv Magazyn

Wiadomości / „Ja Cię SERniczę!” – inaugurac...

WIADOMOŚCI ROLNICTWO EKONOMIA TECHNIKA EKOLOGIA

„Ja Cię SERniczę!” – inauguracja najśłodszej kampanii za nami

1 marca 2022



NEWSERIA lifestyle

Wszystkie newsy Depesze Baza przebitek Kalendarium Biuro prasowe Transmisje online

Komunikaty PR

Ile pijemy mleka i za co je cenimy?

2022-04-29 | 08:00

Kontakt

 Katarzyna Bagińska
Publicon Sp. z o.o.

Swidnicka
50-066 Wrocław
k.baginska@publicon.pl
693260235
www.publicon.pl

Według danych Głównego Urzędu Statystycznego (dane za lata 2016-2020), spożycie mleka na 1 mieszkańca Polski przez ostatnich kilka lat rosło z roku na rok. Jakkolwiek w roku 2022 trend ten może zostać zahamowany, warto się przyjrzeć, czemu nasi rodacy tak sobie umiłowali ten pożywny napój i jakie są antycypacje dotyczące jego produkcji w najbliższym czasie.

„Ja Cię SERniczę!” – inauguracja kampanii Polskiej Izby Mleka

JK
28-02-2022, 14:03



Podczas inauguracji kampanii „Ja Cię SERniczę!” odbyła się degustacja szerokiej gamy serników. Fot. materiały prasowe Polskiej Izby Mleka

X Konferencja Naukowo-Techniczna
BEZPIECZNY PRODUKT SPOZYWCZY
1-2 marca 2023 r. | Licheń Stary

AKTUALNOŚCI

ALKOHOLE

MLEKO

PRZETWÓRSTWO

UR

WODA I ŚCIEKI

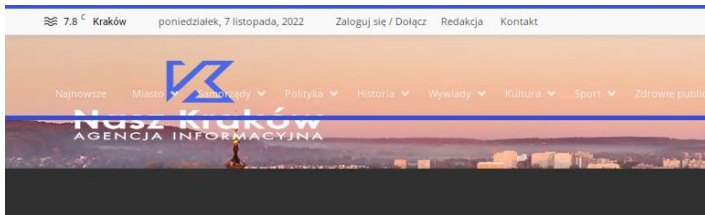
BEZPIECZ

18 LISTOPADA 2022

Oto sernik, którym zaskoczysz każdego na imprezie!

Kategoria: Aktualności

Dobrze mieć w zanadrzu kilka przepisów, które zawsze wychodzą i można z nich skorzystać w razie niespodziewanej wizyty. Poznaj sekretny sposób na ciasto, którym zaskoczysz swoich gości!



Strona główna > Inne > Krakowscy restauratorzy zmierzili się w konkursie na najlepszy autorski sernik

Inne

Krakowscy restauratorzy zmierzili się w konkursie na najlepszy autorski sernik

Przez Redaktor - 29 października 2022

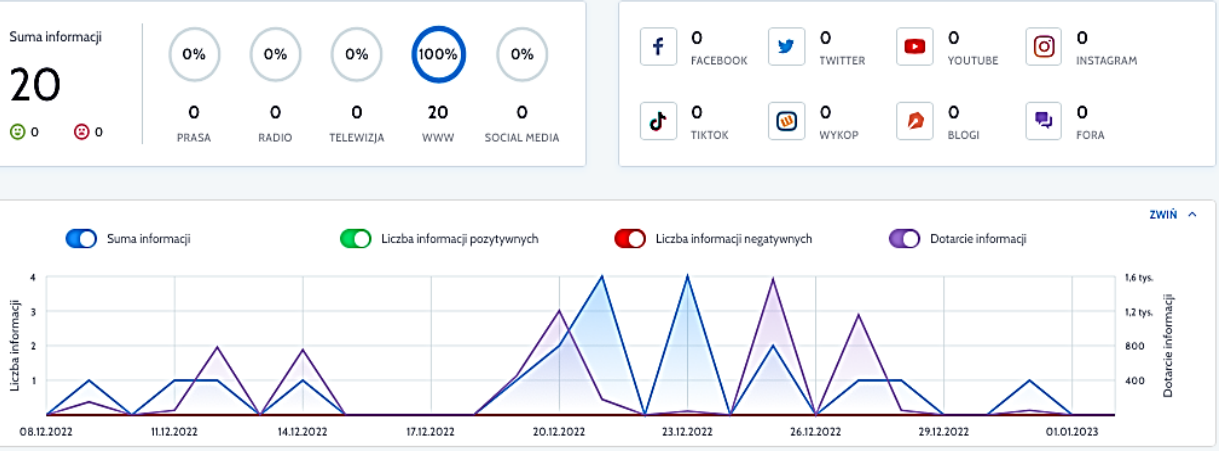
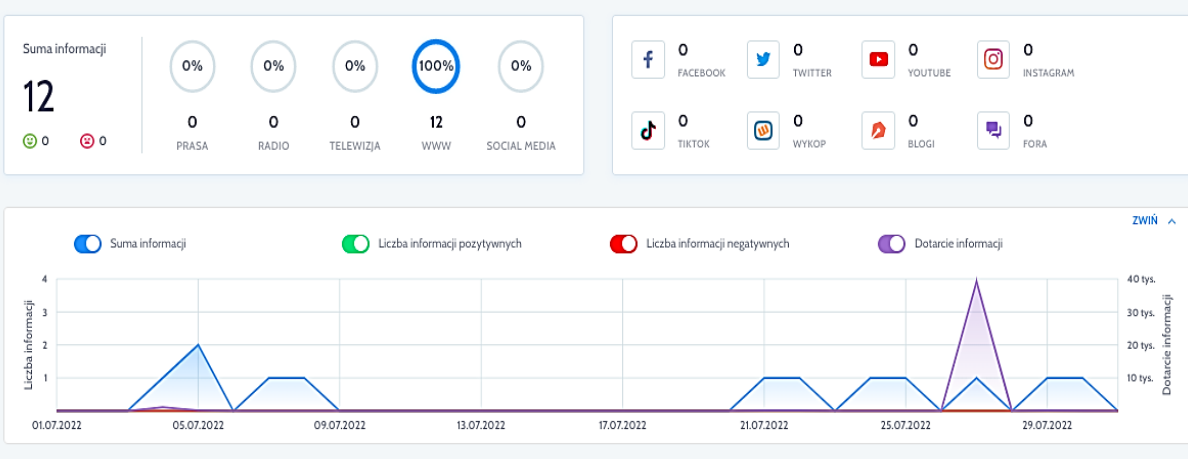
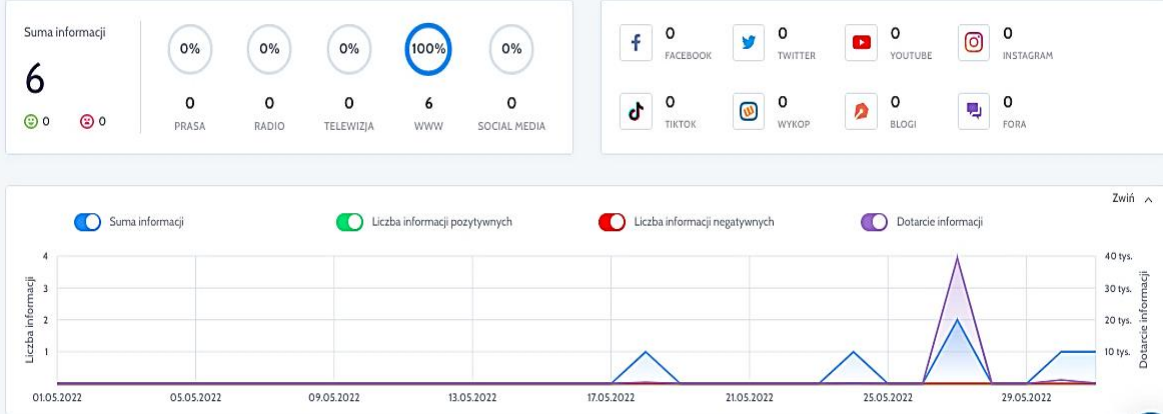


27 października w studiu kulinarnym Coolinarium w Krakowie spotkali się restauratorzy i szefowie kuchni, aby zmierzyć się w rywalizacji na najlepszy sernik w mieście. Podczas finału konkursu „Mistrzowski sernik” zorganizowanego w ramach programu „Ja Cię SERniczę!” sfinansowanego z Funduszu Promocji Mleka zaprezentowali swoje autorskie przepisy, spośród których jury wybrało 3 laureatów. Kto z krakowskiej branży gastro stanął na podium?

Monitoring mediów

Ja Cię SERNiczę

Wyniki Analiza Edycja



Konkurs dla restauratorów na najlepszy sernik

W ramach projektu przygotowano konkursy na „Mistrzowski Sernik”, które zostały zorganizowane w 5 miastach takich jak: Wrocław, Gdańsk, Warszawa, Białystok, Kraków.

Zadaniem restauratorów było zgłoszenie swojej propozycji sernikowej na specjalnie przygotowanej stronie konkursowej alesernik.pl. Nagrody dla zwyciężkich restauracji obejmowały: kurs cukierniczy w jednej ze znanych szkół kulinarnych, blender kielichowy, zestaw talerzy deserowych oraz nagrodę publiczności – kurs cukierniczy dla profesjonalistów.

Na najlepsze przepisy głosowali internauci. Pięć restauracji z każdego miasta z największą liczbą głosów otrzymało zaproszenie na event finałowy, na którym zostało wyłonionych 3 zwycięzców.



Ale nagrody!

Dla restauracji

2x kurs cukierniczy w renomowanej szkole kulinarnej

I miejsce w konkursie i nagroda publiczności



1x blender kielichowy

II miejsce w konkursie



zdjęcie poglądowe

1x zestaw talerzy

III miejsce w konkursie



zdjęcie poglądowe

Dla internautów

10x udział w ewencji finałowym

z najlepszymi restauratorami i najpyszniejszymi sernikami



2054
głosy

SERNIK: Sernik gotowany z musem malinowo-borówkowym

Kucharz: Gabriela L.
Restauracja: Kawa i kot.

ZOBACZ WIĘCEJ



3129
głosów

SERNIK: Kaiju Cheesecake

Kucharz: Tomasz O.
Restauracja: Sushi Corner

ZOBACZ WIĘCEJ



21
głosów

SERNIK: Sernik z białą czekoladą i truskawkami

Kucharz: Natalia B.
Restauracja: Cuda na kiju

ZOBACZ WIĘCEJ



19
głosów

SERNIK: Sernik tradycyjny polski

Kucharz: Emilia L.
Restauracja: Sielanka

ZOBACZ WIĘCEJ

Mistrzowie sernika z Wrocławia

27 czerwca 2022 r. we Wrocławiu odbył się event finałowy, gdzie laureaci walczyli o miano najlepszego sernika, a także o atrakcyjne nagrody. Decyzją jury:

- 1 miejsce w konkursie oraz kurs cukierniczy w prestiżowej szkole kulinarnej otrzymała Gabriela L. z restauracji Kawa i kot za sernik gotowany z musem malinowo-borówkowym,
- 2 miejsce i blender kielichowy trafił do Tomasza O. z restauracji Sushi Corner za sernik Kaiju Cheesecake,
- 3 miejsce i zestaw talerzy otrzymała Natalia B. z restauracji Cuda na kiju za sernik z białą czekoladą i truskawkami.

Podczas finału publiczność obecna na evencie oddała swoje głosy na najlepszy sernik. Najwięcej głosów i tym samym nagroda publiczności otrzymała do Natalia B. z restauracji Cuda na kiju! Która otrzymała kurs cukierniczy w prestiżowej szkole kulinarnej.



Mistrzowie sernika z Gdańska

27 lipca 2022 odbył się event finałowy, podczas którego laureaci konkurowali o miano najlepszego sernika i atrakcyjne nagrody. Decyzją jury:

- 1 miejsce w konkursie oraz kurs cukierniczy w prestiżowej szkole kulinarnej otrzymał Tomasz O. z restauracji Akita Ramen Trójmiasto za UFO Faza Sernik,
- 2 miejsce i blender kielichowy powędrował w ręce Tatiany F. / Emilii T. z restauracji Kuznia za sernik Nowojorski z polewą mascarpone,
- 3 miejsce i zestaw talerzy zdobyła Paulina W. z restauracji Zakręcona Cafe za sernik szefa 100% bezglutenowy.

Podczas finału nie zabrakło publiczności, która z uwielbieniem degustowała przygotowane serniki i na koniec oddała swoje głosy najlepszą propozycję. Bezkonkurencyjny okazał się UFO Faza Sernik Tomasza O. z restauracji Akita Ramen Trójmiasto, który zdobył również nagrodę publiczności 🏆 i tym samym otrzymał kolejny kurs cukierniczy w prestiżowej szkole kulinarnej.



Mistrzowie sernika z Warszawy

We wtorek 30 sierpnia 2022 r. odbył się event finałowy, podczas którego laureaci zaprezentowali swoje przepisy i konkurowali o atrakcyjne nagrody. Decyzją jury:

- 1 miejsce w konkursie oraz kurs cukierniczy w prestiżowej szkole kulinarnej otrzymała Małgorzata M. z restauracji Stoik za Aksamitny sernik z białą czekoladą. Za tę propozycję sernika otrzymała także nagrodę publiczności w postaci kursu cukierniczego w prestiżowej szkole kulinarnej,
- 2 miejsce i blender kielichowy zdobyła Magdalena K. z restauracji Putka Sp. z o.o. za Sernik Królewski,
- 3 miejsce i zestaw talerzy otrzymał Piotr D. z restauracji Si za Sernik z mascarpone i białej czekolady.



Mistrzowie sernika z Białegostoku

W dniu 29 września 2022 r. odbył się finał białostockiej edycji konkursu "Mistrzowski sernik". Decyzją jury:

- 1 miejsce w konkursie oraz kurs cukierniczy w prestiżowej szkole kulinarnej otrzymała Paulina G. z kawiarni Baristacja za sernik Pistacjowy. Za tę propozycję sernika otrzymała także nagrodę publiczności w postaci kursu cukierniczego w prestiżowej szkole kulinarnej,
- 2 miejsce i blender kielichowy zdobyła Małgorzata B. z restauracji Regiment za Sernik z białą czekoladą,
- 3 miejsce i zestaw talerzy otrzymała Katarzyna K.-D. z restauracji Pawilon Towarzyski za towarzyski sernik orzechowy.



Mistrzowie sernika z Krakowa

27 października 2022 r. w Krakowie spotkali się restauratorzy i szefowie kuchni, aby zmierzyć się w rywalizacji na najlepszy sernik w mieście. Podczas finału konkursu uczestnicy zaprezentowali swoje autorskie przepisy, spośród których jury wybrało 3 laureatów.

W finałowym etapie zmierzili się przedstawiciele 5 lokali: restauracji Paula's Cake, restauracji Gospoda na Piastowskiej, restauracji Akita Ramen, restauracji Thien long oraz restauracji U Włocha.

- 1 miejsce i voucher na kurs cukierniczy zdobył Krystian z restauracji Akita Ramen, który zaproponował oryginalny przepis na Sernik truskawkowy z pastą miso.
- 2 miejsce zajęła Paulina z Paula's Cake za swój przepis sernikoweLove i zdobyła blender kielichowy
- 3 miejsce i zestaw ręcznie malowanych talerzy zdobył Bogdan z Gospody na Piastowskiej za sernik z czekoladą.
- Nagroda Publiczności również przypadła laureatowi konkursu – Akita Ramen.



AKCJE SAMPLINGOWE NA ULICACH MIAST

Konkursy na „Mistrzowski Sernik” poprzedzone zostały akcjami samplingowymi. Mieszkańcy 5 miast mogli przez cztery dni, spróbować pysznego sernika i dowiedzieć się w jaki sposób restauracje i internauci mogą wziąć udział w kulinarnej rywalizacji. Ekipy promocyjne były wyposażone w specjalne termiczne lodówki obradowane logo projektu, dzięki czemu można było zlokalizować miejsca promocji.



W ramach projektu utworzono profil na Facebooku, na którym publikują się informacje o konkursach, kreatywne pomysły na sernik i inne ciekawostki ze świata sernika.



Ja Cię SERniczę
6 sierpnia · 🌐

Porzeczki czy truskawki? Które owoce częściej wybieracie do swoich serników na zimno? 🍓🍓
Program Ja Cię SERniczę sfinansowany z Funduszu Promocji Mleka. #JaCięSERniczę

Ja Cię SERniczę
4 czerwca · 🌐

Jak długo powinniśmy piec sernik? To zależy od efektu, na którym Ci zależy.

- 👉 Najbardziej optymalna temperatura pieczenia sernika to 150-170 stopni Celsjusza.
- 👉 Jeśli sernik ma w sobie pianę z ubitych białek, to zazwyczaj rozpoczyna się pieczenie od wyższej temperatury po to, by następnie ją obniżyć. Takie działanie pozwala białku szybko się ściąć, dzięki czemu sernik zachowuje kształt.
- 👉 Aby uniknąć pęknięcia powierzchni ciasta, można razem z sernikiem umieścić w piekarniku naczynie z wodą. Innym sposobem jest kąpiel wodna, czyli umieszczenie formy z sernikiem w głębszej blaszce wypełnionej wodą. Pamiętaj tylko, aby blachę sernika szczelnie zabezpieczyć folią aluminiową tak, by woda z kąpieli nie dostała się do środka.
- 👉 Gotowy sernik będzie miał sprężysty środek. Może nieco przypominać tężejącą galaretkę, jednak po ostudzeniu uzyska pożądaną konsystencję. Program Ja Cię SERniczę sfinansowany z Funduszu Promocji Mleka. #JaCięSERniczę

Ja Cię SERniczę
10 maja · 🌐

Co mają wspólnego ze sobą sernik wiedeński i sernik krakowski? 🤔
Prawdopodobnie sernik wiedeński pojawił się w Polsce za sprawą Jana III Sobieskiego, gdy powracał z bitwy pod Wiedniem. ✕
Smakowały ten zasmakował krakowiakom, tak bardzo, że zmodyfikowali go ozdabiając wierzch kratką. 📌 Program Ja Cię SERniczę sfinansowany z Funduszu Promocji Mleka. #JaCięSERniczę

tasteatlas CURRENT RANKING (JAN 23)

Best Cakes in the World

1	🇷🇺 Medovik	4.8	26	🇷🇺 Ptichye moloko	4.3
2	🇵🇱 Sernik	4.7	27	🇫🇷 Dacquoise	4.3
3	🇧🇷 Pavê	4.7	28	🇺🇸 Coconut Cake	4.3
4	🇯🇵 Japanese Cheesecake	4.6	29	🇮🇹 Torta Garash	4.3
5	🇸🇪 Kladdkaka	4.6	30	🇷🇺 Chajá	4.3
6	🇵🇱 Sękacz	4.6	31	🇮🇹 Torta Setteveli	4.3
7	🇵🇹 Valašský frgál	4.6	32	🇵🇹 Milhojas de dulce de leche	4.3
8	🇵🇹 Pastel de banana	4.6	33	🇧🇷 Bolo de brigadeiro	4.2
9	🇷🇺 Karpatka	4.5	34	🇵🇱 Krèmes	4.2
10	🇵🇹 Chocotorta	4.5	35	🇵🇱 Piernik	4.2
11	🇵🇱 Marcinek	4.5	36	🇫🇷 Galette des rois	4.2
12	🇺🇸 New York-Style Cheesecake	4.4	37	🇫🇷 Kouign-amann	4.2
13	🇺🇸 Molten Chocolate Cake	4.4	38	🇫🇷 Fraisier	4.2
14	🇵🇱 Kremówka	4.4	39	🇫🇷 St. Honoré Cake	4.2
15	🇩🇪 Baumkuchen	4.4	40	🇩🇪 Butterkuchen	4.2
16	🇵🇹 Bibingka	4.4	41	🇪🇸 Tarta de Santiago	4.2
17	🇪🇸 Basque Cheesecake	4.4	42	🇵🇹 Portokalopita	4.2
18	🇵🇹 Pão de Ló de Ovar	4.4	43	🇺🇸 Mississippi Mud Pie	4.2
19	🇵🇱 Sachertorte	4.3	44	🇵🇱 Kremna rezina	4.2
20	🇩🇪 Schwarzwälder Kirschtorte	4.3	45	🇵🇱 Bublanina	4.1
21	🇵🇱 Kasutera	4.3	46	🇺🇸 Lamington	4.1

Ocena efektywności:

Dzięki szerokiej kampanii medialnej udało się przeprowadzić bezpośrednią promocję sera w postaci słodkiej za pomocą sernika poprzez konkursy dla restauratorów i internautów oraz akcje samplinowe wśród społeczności 5 miast w Polsce. Tym samym projekt budował dobry PR wokół przetworów mlecznych prezentując różne sposoby na ich wykorzystanie w kuchni, łącząc tradycję z nowoczesnością tak jak to miało miejsce w przypadku sernika. Jak wykazał Serwis „Taste Atlas” przygotowujący ranking 100 najlepszych ciast i deserów na świecie, polski sernik zajmuje drugą pozycję w tym zestawieniu.

18. Udział w misjach wysokiego szczebla

NUMER DECYZJI

CEN.DRR.WFP.705.347.2022.JKP.5

MIEJSCE REALIZACJI ZADANIA

Polska

GRUPA ODBIORCÓW

Podmioty branży mleczarskiej (producenci i przetwórcy mleka), konsumenci

KWOTA DOFINANSOWANIA

58 968,00 PLN

TERMIN REALIZACJI ZADANIA

01.04.2022-31.12.2023

Opis projektu:

Przedstawiciel Polskiej Izby Mleka w dniach 10-18.07.2022 roku uczestniczył w Misji Wysokiego Szczebla Europejskiego Komisarza ds. Rolnictwa.

W ramach zadania zapewniono transport, zakwaterowanie oraz koszty pobytu przedstawiciela. Ponadto zostały zakupione atrakcyjne gadzety, które zostały przekazane podczas spotkań biznesowych celem nawiązania owocnych relacji.

Przedstawiciel Polskiej Izby Mleka uczestniczyli podczas misji w licznych seminariach, spotkaniach B2B, prezentacjach produktów, wizytach w sieciach handlowych. Nawiązali również kontakt z przedstawicielami instytucji oraz biznesu.

Podczas misji poruszonych zostało wiele ciekawych tematów związanych w branżą mleczarską, pozyskane informacje w wersji elektronicznej zostały przekazane przedstawicielom polskiego sektora mleczarskiego.

Udział w tych prestiżowych wydarzeniach był doskonałą okazją do promocji polskich produktów mleczarskich na rynkach międzynarodowych.





European Commission

**High Level Mission of European Union's
Commissioner Wojciechowski to Vietnam**
10-14 July 2022

**Chuyến thăm cấp cao của Cao ủy viên
EU Wojciechowski tới Việt Nam**
Từ ngày 10 đến ngày 14 tháng 7 năm 2022





Ocena efektywności:

Udział w Misji Wysokiego Szczebla wpłynął korzystnie na zwiększenie potencjału i konkurencyjności polskiej branży mleczarskiej. Przekazywano także informacje o wysokiej jakości mleku i produktach mleczarskich pochodzących z Polski. Dzięki temu, przedsiębiorcy, unijni urzędnicy czy pozostali członkowie spotkań mogli pozyskać rzetelne informacje na temat polskiego mleka i produktów mleczarskich, a także funkcjonowania całej polskiej branży mleczarskiej. Wszystkie działania miały na celu przyczynienie się do wzrostu rozpoznawalności polskiej branży mleczarskiej.

Poprzez uczestnictwo przedstawiciela Polskiej Izby Mleka w misji polska branża mleczarska jest lepiej rozpoznawalna na arenie międzynarodowej. Uczestnictwo przedstawiciela Polskiej Izby Mleka w licznych spotkaniach B2B, przyczyniło się do rozwoju nowych kontaktów biznesowych. Podczas tych spotkań przedstawiciel PIM informował o zaletach nabywania i spożywania polskiego mleka i produktów mleczarskich oraz przekazał uczestnikom spotkania gadżety celem nawiązania owocnych relacji biznesowych.

Udział w misji wpłynął pozytywnie na wzmocnienie artykulacji polskich interesów na forach unijnych oraz światowych.

19. Mleczne spotkania

NUMER DECYZJI

CEN.DRR.WFP.705.138.2021.AaP.2

MIEJSCE REALIZACJI ZADANIA

Białystok, cały kraj

GRUPA ODBIORCÓW

Społeczństwo (w tym osoby dorosłe które chcą podejmować świadome decyzje zakupowe oraz dzieci i młodzież, które w młodym wieku kształtują swoje nawyki żywieniowe)

KWOTA DOFINANSOWANIA

100 000,00 PLN

TERMIN REALIZACJI ZADANIA

12.05.2021-05.10.2022

Opis projektu:

Głównym celem projektu „Mleczne spotkania” był wzrost spożycia mleka i budowanie dobrego PR wokół mleka i produktów mlecznych. Ponadto program promował spożycie mleka zarówno u najmłodszych oraz dorosłych konsumentów, którzy podejmują decyzje zakupowe.

Podczas projektu zrealizowano mleczne spotkanie w Czarnkowie. Podczas wydarzenia promowano mleko i jego produkty oraz informowano o korzyściach zdrowotnych i odżywczych wynikających ze spożywania produktów mleczarskich. Nie zabrakło materiałów informacyjno-promocyjnych oraz gadżetów. W ramach obsługi spotkania prowadzono biuro prasowe, zaangażowano animatora i konferansjera, obsługę techniczną oraz zorganizowano catering.



Ocena efektywności:

W trakcie realizacji zadania udało się wypromować nabiał wśród osób dorosłych i dzieci, co przełożyło się na budowanie dobrego PR wokół mleka i jego przetworów. Uczestnicy spotkania mogli się osobiście przekonać, że przetwory mleczne są nie tylko odżywcze ale i smaczne. Mleczne spotkania są jedną z efektywniejszych form przekazywania wiedzy o pozytywnych walorach produktów mleczarskich, ponieważ bezpośrednio adresowane są do ogółu społeczeństwa

20. Targi i wystawy

NUMER DECYZJI

CEN.DRR.WFP.705.281.2020.AG.6

MIEJSCE REALIZACJI ZADANIA

Białystok, cały kraj

GRUPA ODBIORCÓW

Spółeczeństwo dokonujące decyzji zakupowych

KWOTA DOFINANSOWANIA

144 900,00 PLN

TERMIN REALIZACJI ZADANIA

01.06.2022-31.05.2023

Opis projektu:

W ramach zadania pt. „Targi i wystawy” w terminie 15-19 października 2022 r. członkowie Polskiej Izby Mleka uczestniczyli na wspólnym stoisku. W ramach zadania zapewniono dzierżawę wraz z zabudową wspólnego stoiska Polskiej Izby Mleka, na którym obecni byli przedstawiciele polskiej branży mleczarskiej tj. Mlekovita, OSM Łowicz, Bartex, Alima Bis, SOT, Bartex, OSM Piątnica, SM Spomlek. W ramach zadania został także zapewniony udział przedstawicieli Polskiej Izby Mleka na targach, w celu reprezentowania polskiej branży mleczarskiej na arenie międzynarodowej.

Ocena efektywności:

Udział w targach SIAL Paris 2022 był odpowiedzią na rosnące zapotrzebowanie na udział w imprezach targowych spośród których wybrane zostały najbardziej prestiżowe, wskazane przez podmioty skupowe. Udział w targach przyczynił się do nawiązania nowych relacji handlowych, umocnienia już istniejących oraz zwiększenia rozpoznawalności polskich produktów mleczarskich na arenie międzynarodowej.





21. Pokaz kulinarny

NUMER DECYZJI

CEN.DRR.WFP.705.297.2021.JKO.4

MIEJSCE REALIZACJI ZADANIA

Białystok, cały kraj

GRUPA ODBIORCÓW

Konsumenci, społeczeństwo

KWOTA DOFINANSOWANIA

131 250,00 PLN

TERMIN REALIZACJI ZADANIA

01.12.2021-31.10.2022

Opis projektu:



W ramach projektu podczas targów SIAL Paris w dniach 15-19 października 2022 roku zorganizowano pokaz kulinarny na żywo, z wykorzystaniem mleka i produktów mlecznych. Uczestnicy mieli okazję zobaczyć jak wygląda proces przygotowania dań od przygotowania składników przez kolejne etapy procesu po ostateczne podanie potrawy. W ramach organizacji pokazu zapewniono produkty, niezbędny sprzęt, kucharza, który przygotowywał posiłki z wykorzystaniem polskich produktów mleczarskich. Każdego dnia targowego odbywały się 2 pokazy kulinarne (łącznie 10 pokazów kulinarnych). Podczas każdego pokazu przygotowano około 70 posiłków.

Zadanie było nadzorowane przez kordynatora, który monitorował prace podwykonawcy, pod względem zgodności z założeniami projektu.



LIVE
COOKING

Menu



Day 1 15.10.2022

-  12:00-12:40 Yogurt pancakes with raspberries
-  15:00-15:40 Tiramisu

Day 2 16.10.2022

-  12:00-12:40 Toasts with Radamer cheese, basil pesto and tomatoes
-  15:00-15:40 Chłodnik soup with dill



Day 3 17.10.2022

-  12:00-12:40 Long-ripened cheese sticks in a crispy coating with garlic sauce
-  15:00-15:40 Waffles with fruits

Day 4 18.10.2022

-  12:00-12:40 Żurek soup on buttermilk
-  15:00-15:40 Pasta with Szafir cheese

Day 5 19.10.2022

-  12:00-12:40 Milk shake with fruits
-  15:00-15:40 Krówki: fudge milk-toffee candies

Financed by the Milk Promotion Fund



Polish Chamber of Milk



Ocena efektywności:

Realizacja pokazu kulinarnego była odpowiedzią na rosnące zapotrzebowanie na organizację wydarzeń mających na celu promocję polskich produktów mleczarskich oraz poszerzenie wiedzy społeczeństwa o jakości i smaku polskich produktów mleczarskich poprzez degustację.

22. Wolne od GMO

NUMER DECYZJI

CEN.DRR.WFP.705.81.2021.EKL.3

MIEJSCE REALIZACJI ZADANIA

Białystok, cały kraj

GRUPA ODBIORCÓW

Konsumenci, osoby dokonujące decyzji zakupowych

KWOTA DOFINANSOWANIA

119 700,00 PLN

TERMIN REALIZACJI ZADANIA

01.07.2021-30.06.2022

Opis projektu:

Jednym z zadań Polskiej Izby Mleka jest podnoszenie świadomości konsumentów na temat mleka w różnych aspektach. Służy temu projekt pt. „Wolne od GMO”, który jest finansowany ze środków Funduszu Promocji Mleka i ma na celu promocję produktów wolnych od GMO, alergenów czy glutenu, promocję standardu PIM. W celu wsparcia realizacji projektu współpracowano z ekspertem, który miał olbrzymi wkład merytoryczny w opracowywaniu materiałów. W ramach promocji realizowanego projektu prowadzono działania biura prasowego, które na bieżąco wysyłało informacje w postaci materiałów promocyjnych poszerzających wiedzę na temat wpływu GMO na organizm, jak również zamieszczono szereg reklam i artykułów sponsorowanych, poszerzając wiedzę konsumentów z zakresu GMO.

Ocena efektywności:

Dzięki tym działaniom odbiorcy mogli uzyskać rzetelną wiedzę opartą na nauce, zweryfikować nieprawdziwe informacje na ten temat, co niewątpliwie przełożyło się na podniesienie świadomości konsumentkiej o polskich produktach mlecznych.



Raport
Krajowej Rady Izb Rolniczych
z zadań finansowanych ze
środków Funduszu Promocji
Mleka w roku 2022



W roku 2021 Krajowa Rada Izb Rolniczych złożyła 9 wniosków na realizację Zadań z Funduszu Promocji Mleka, które po weryfikacji Komisji Zarządzającej zostały wpisane do Planu Finansowego Funduszu Promocji Mleka na rok 2022.

Krajowa Rada Izb Rolniczych złożyła następujące wnioski, na które zostało udzielone wsparcie finansowe i wypłacone zaliczki:

1. Mleko-promocja przetworów mlecznych (zadanie z 2021 roku),
2. Działalność na forum COPA na rzecz rynku mleka i produktów mlecznych,
3. Piknik Mleczny,
4. Mleko i produkty mleczne ważne w naszej diecie,
5. Akcja Promocyjna Mleka – Produkty mleczne na co dzień,
6. Mleko dla każdego – spotkania informacyjno- promocyjne,
7. Mleko pijesz świat podbijesz,
8. Festiwal Mleka,
9. Mleko i produkty mleczne składnikiem zdrowej diety,
10. Przepis dnia -mleko i produkty mleczne w codziennej diecie.

1. Mleko-promocja przetworów mlecznych (zadanie z 2021 roku)

Decyzją nr CEN.DRR.WFP.705.66.2021.AaP.2 z dnia 23.03.2021r. wydaną przez KOWR udzielono wsparcia na realizację Zadania „Mleko-promocja przetworów mlecznych”. Realizację zadania zaplanowano w terminie od 02.05.2021 – 31.12.2022r. (Zadanie z roku 2021)

Krajowa Rada Izb Rolniczych zrealizowała zadanie „Mleko-promocja przetworów mlecznych”. Głównym celem realizowanego Zadania „Mleko-promocja przetworów mlecznych” była promocja spożycia mleka i jego przetworów poprzez zwiększenie udziału spożycia mleka i jego przetworów w codziennej diecie. Zadanie adresowane było do konsumentów, uczestników imprezy.

Pierwsza z zaplanowanych imprez promocyjnych została zrealizowana w dniu 04.06.2022r. w Ogrodach Kancelarii Premiera, przy ul. Aleje Ujazdowskie 1/3 w Warszawie podczas organizacji Dnia Dziecka w KPRM.

Druga impreza miała miejsce dnia 26.06.2022r. na terenie wyścigów konnych Służewiec, przy ul. Puławskiej 266 podczas Pikniku Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi „Poznaj Dobrą Żywność” „Polska Smakuje”.

Przygotowania do obu imprez rozpoczęto od opracowania materiałów informacyjnych i promocyjnych: wydrukowano zaproszenia, plakaty i ulotki informacyjne i gadzety reklamowe. Ponadto zakupiono nagrody dla uczestników konkursów i zabaw – uczestników zadania. Mleko-promocja przetworów mlecznych. Uzgodniono asortyment, który był prezentowany oraz degustowany na stoiskach opracowano i zaplanowano konkursy dla dzieci, młodzieży i dorosłych.

Na stronie internetowej KRIR ukazały się ogłoszenia promujące obie imprezy. Zorganizowana została kampania reklamowa w Polskim Radiu informująca o imprezach promocyjnych sfinansowanych z Funduszu Promocji Mleka oraz audycja promująca w TVP3 Warszawa, aby poinformować, jak największą liczbę osób o wydarzeniach. Przeprowadzano akcję informacyjną oraz plakatowania.

Na stoiskach podczas imprez prezentowano wyroby z mleka i jego przetworów oraz przygotowano degustacje potraw sporządzonych na bazie mleka. Obsługa stoiska w trakcie Zadania „Mleko-promocja przetworów mlecznych” informowała zwiedzających o wartościach odżywczych polskiego mleka krowiego. Konferansjer przy stoisku przekazywał uczestnikom imprezy informację dotyczącą zadania „Mleko-promocja przetworów mlecznych” sfinansowanego ze środków finansowych Funduszu Promocji Mleka zapraszając uczestników imprezy na stoisko imprezy promocyjnej, degustację, konkursy i zabawy oraz prezentował wartość odżywczą mleka i jego przetworów. Konferansjer informował uczestników imprezy o sfinansowaniu ze środków Funduszu Promocji Mleka.

Uczestnicy obu imprez promocyjnych mieli okazję degustować potrawy na bazie mleka, tj. kluski leniwe z serem, jogurty pitne, różne gatunki serów, tj. ser Halumi, serki typu oscypek, serki góralskie korboce, w których głównym składnikiem było mleko krowie i jego przetwory, lody, kakao. Na każdą imprezę promocyjną przewidziano po 600 porcji degustacyjnych, 1000 porcji lodów. Podawana do degustacji była również sałatka - mix sałat z serem i sosem owocowym(600 porcji). Największym zainteresowaniem cieszyły się lody, z powodu sprzyjającej słonecznej pogody. Przy stoiskach informacyjno-promocyjnych cały czas rozdawane były materiały informacyjne na temat wartości odżywczej mleka i jego przetworów. Hostessy i obsługa stoiska w trakcie imprez

Głównym celem realizowanego Zadania „Mleko-promocja przetworów mlecznych” była promocja spożycia mleka i jego przetworów poprzez zwiększenie udziału spożycia mleka i jego przetworów w codziennej diecie. Zadanie adresowane było do konsumentów, uczestników imprezy.

W trakcie obu imprez zorganizowano konkursy, które były wspaniałą okazją do pogłębienia wiedzy na temat mleka i jego przetworów oraz ich roli w codziennej diecie w sposób przystępny, zwłaszcza dla dzieci. Dla najmłodszych uczestników festiwalu zorganizowano konkursy plastyczne na najpiękniej pokolorowane malowanki o tematyce mleka i jego przetworów. Młodzież i osoby dorosłe brali udział w sprawdzeniu wiedzy na temat mleka i jego przetworów podczas rozwiązywania krzyżówek, testów i

rebusów. Wszyscy uczestnicy konkursów, otrzymali nagrody. Konkursy były ważnym elementem edukacyjnym podnoszącym atrakcyjność imprez.

Dzięki wspaniałej pogodzie i atrakcjom obydwie imprezy promocyjne przyciągnęły ogromną ilość rodzin, głównie z dziećmi. Według oceny Krajowej Rady Izb Rolniczych w każdej z imprez wzięło udział ponad 1 000 osób. Dzięki temu zadanie „ Mleko- promocja przetworów mlecznych” miało wpływ na rozpropagowanie spożycia mleka i jego przetworów oraz zwiększenie wiedzy i świadomości uczestników na temat produktów z mleka i jego przetworów.

Działania podejmowane w czasie realizacji Zadania powinny przyczynić się do zwiększenia zaufania do produktów mlecznych i wzrostu zainteresowania konsumentów mlekiem uzyskanym od krów hodowanych na terytorium Polski, co może wpłynąć na utrzymanie poziomu sprzedaży na rynku mleka. Wykorzystanie narzędzi promocyjnych takich jak broszury i konkursy przyczyniło się do poszerzenia wiedzy szerokiego grona konsumentów w przyjemny i przystępny sposób – poprzez zabawę.

Ocena efektywności działania pod kątem osiągnięcia założonych we wniosku celów

Głównym celem realizowanego Zadania o charakterze edukacyjno-promocyjnym był wzrost zainteresowania spożyciem mleka i budowanie dobrego PR mleka i produktów mlecznych poprzez promocję spożycia mleka wśród dorosłych konsumentów podejmujących decyzje zakupowe, działania informacyjne i edukacyjne, celem których jest budowanie pozytywnego wizerunku mleka i jego przetworów wśród dzieci oraz wzrost wiedzy na temat walorów polskich produktów mleczarskich.

Stoisko było licznie odwiedzane przez uczestników imprez promocyjnych, co miało swoje odzwierciedlenie w ilości wydanych podczas degustacji porcji. Realizacja Zadania powinna przyczynić się do zwiększenia udziału mleka i jego przetworów w codziennej diecie uczestników imprez promocyjnych. Wszystkie przygotowane potrawy pochodziły z produktów polskich, co buduje patriotyzm konsumencki i pokazuje możliwość wyboru przy zakupach dobrych artykułów pochodzących z Polski.

2. Działalność na forum COPA na rzecz rynku mleka i produktów mlecznych

Decyzją nr CEN.DRR.WFP.705.364.2021.MŁ.2 z dnia 21.12.2021 wydaną przez KOWR udzielono wsparcia na realizację Zadania „Działalność na forum COPA na rzecz rynku mleka i produktów mlecznych”. Realizację zadania zaplanowano w terminie 01.01.2022 - 31.12.2022.

Krajowa Rada Izb Rolniczych razem z polskimi związkami rolniczymi: Federacją Branżowych Związków Producentów Rolnych, Niezależnym Samorządnym Związkiem Zawodowym Rolników Indywidualnych „Solidarność”, Związkiem Zawodowym Rolnictwa „Samoobrona” oraz Związkiem Zawodowym Rolników „Ojczyzna” jest członkiem organizacji europejskich rolników COPA i aktywnie działa w ramach prezydium tej organizacji, jak również uczestniczy w spotkaniach wielu grup roboczych COPA/COGECA. KRIR razem z Federacją Branżowych Związków Producentów Rolnych od 2018 r. należy do COGECA. Przedstawicielem KRIR w Grupie roboczej „Mleko i przetwory mleczne” jest pan Mirosław Borowski- Wiceprezes KRIR. W Biurze KRIR w Brukseli zatrudnionych jest dwóch pracowników, którzy koordynują kontakty przedstawicieli samorządu rolniczego i związków rolniczych z Sekretariatem COPA/COGECA i organizacjami członkowskimi w różnych krajach UE oraz wspierają działania promocyjne na rzecz polskiego rolnictwa. Zatrudnieni pracownicy uczestniczą również w posiedzeniach grupy roboczej „Mleko i przetwory mleczne” wspólnie z przedstawicielami KRIR oraz Federacji Branżowych Związków Producentów Rolnych (Polskiej Federacji Hodowców Bydła i Producentów Mleka) samorządu rolniczego lub w jego zastępstwie.

Udział w pracach grupy roboczej jest niezmiernie ważny, gdyż umożliwia stały dostęp do informacji oraz realny wpływ na kształtowanie polityki Unii Europejskiej w zakresie promocji i kształtowania rynku mleka.

Składka członkowska opłacana jest przez KRIR za następujące organizacje: Krajową Radę Izb Rolniczych, Federację Branżowych Związków Producentów Rolnych, Niezależny Samorządny Związek Zawodowy Rolników Indywidualnych „Solidarność”, Związek Zawodowy Rolnictwa „Samoobrona” oraz Związek Zawodowy Rolników „Ojczyzna”.

Podczas odbywających się spotkań/ posiedzeń grup roboczych oraz Prezydium omawiane były ważne tematy dla branży mleczarskiej. Poruszano następujące tematy: sytuacja rynkowa mleka, aktualna sytuacja na rynku dobrostanu zwierząt, reforma WPR, handel zagraniczny oraz strategia „od pola do stołu”.

Zgłaszano problemy dotyczące niskiej jakości zielonki oraz wysokich cen pasz. Efekty takich spotkań są jednak często niemierzalne, ponieważ są to działania lobbingowe, które ważne są z punktu widzenia mleczarstwa polskiego, reprezentowanego przez przedstawicieli organizacji zrzeszonych w COPA ale wymagają zgody większości organizacji członków COPA z innych państw członkowskich. Ponadto, w kwestii spraw dotyczących reformy WPR udało się wzmocnić ochronę nazw produktów mleczarskich w ramach przepisów dotyczących wspólnej organizacji rynku. Podnoszono również temat konieczności ugorowania 10% gruntów w nowej perspektywie WPR w ramach Europejskiego Zielonego Ładu i osiągnięto porozumienie, że obecnie ma być ugorowanych do 5% gruntów (w Polsce 4%).

Omawiano sytuację na rynku mleka spowodowaną negatywnymi skutkami inflacji i ogólnym wzrostem kosztów produkcji. Zauważono znaczący wzrost kosztów energii, produktów żywnościowych, nawozów

oraz materiałów budowlanych. Zauważano również, że ilość mleka sprzedawanego na rynku produktów ekologicznych osiągnęła poziom maksimum z punktu widzenia konsumenta – co przyczyniło się do sprzedaży mleka ekologicznego, jako mleko konwencjonalne.

Z ramienia KRIR Polskie organizacje zrzeszone w COPA reprezentuje Pan Mirosław Borowski – Wiceprezes Zarządu KRIR, Delegat Warmińsko-Mazurskiej Izby Rolniczej do KRIR, producent mleka, natomiast z ramienia Federacji Branżowych Związków Producentów Rolnych organizacje reprezentowaną są przez Panią Agnieszkę Maliszewską, która jest pierwszą wiceprzewodniczącą Prezydium COGECA (Głównego Komitetu Spółdzielczości Rolniczej) oraz Panią Dorotę Śmigielką, która jest wiceprzewodniczącą grupy roboczej COPA-COGECA pn. „Mleko i produkty mleczne”. Przedstawiciele polskich organizacji na bieżąco zgłaszają uwagi i wnioski dotyczące rynku mleka i produktów mlecznych podczas posiedzeń Prezydium bądź spotkań grup roboczych, w tym grupy roboczej „Mleko i produkty mleczne”, „Dobrostan zwierząt” czy „Promocja produktów rolnych”.

Ocena efektywności działania pod kątem osiągnięcia założonych we wniosku celów

Uzyskanie dla polskich producentów rolnych korzystniejszych rozwiązań, w tym przepisów dotyczących rynku mleka i produktów mlecznych.

Zadanie zostało zrealizowane zgodnie ze złożonym wnioskiem. Składka za członkostwo w COPA/COGECA oraz faktury za obsługę w języku polskim zostały opłacone.

3. Piknik Mleczny

Decyzją nr CEN.DRR.WFP.705.360.2021.Mł.2 z dnia 21.12.2021r. wydaną przez KOWR udzielono wsparcia na realizację Zadania „Piknik Mleczny”. Realizację zadania zaplanowano w terminie 01.03.2022 - 31.12.2022

18 września 2022r. podczas Dożynek Powiatu Płockiego w Drobinie na Targowisku przy Pl. Św. Floriana. Zadanie „Piknik Mleczny” sfinansowane ze środków Funduszu Promocji Mleka miało na celu przekazywanie rzetelnych informacji oraz budowanie dobrego PR wokół mleka i produktów mlecznych, jak również wzrost zainteresowania produktami mlecznymi. Podczas imprezy konsumenci mieli możliwość zapoznania się z wartością mleka i przetworów mlecznych, degustowali różnorodne wyroby z polskiego mleka, tj.

- twarożek z rzodkiewką
- Pierogi ukraińskie
- Pierogi z serem podawane ze śmietaną

- Sernik
- Oscypek z grilla podawany z żurawiną
- Naleśniki z serem
- Deska serów
- Chleb swojski z masłem

Przy wszystkich potrawach do degustacji znajdowała się informacja, że zostały one sfinansowane z Funduszu Promocji Mleka. Na realizację „Pikniku Mlecznego” przygotowano ok. 1000 porcji dań do degustacji. Wszystkie porcje zostały skonsumowane. Szacuje się, że orientacyjnie łącznie w zadaniu wzięło udział ok. 1500 osób. Podczas imprezy Hostessy zachęcały osoby przebywające na terenie wystawowym do degustacji potraw z mleka na stoisku degustacyjnym. Rozdawały ulotki informujące o wartościach odżywczych mleka i jego przetworów. Obsługa stoiska na zorganizowanym stoisku informowała odwiedzających o wartościach dietetycznych mleka, przepisach na dania i przysmaki kuchni tradycyjnej, rozdawali materiały informacyjno-promocyjne. Ważnym elementem przyciągającym odwiedzających stoisko były konkursy dla dzieci i dorosłych. Konkursy cieszyły się dużym zainteresowaniem.

Podczas imprezy rozdawano materiały promocyjne, na których była umieszczona informacja o źródle finansowania. Konferansjer na scenie przedstawił cel organizacji imprezy, zaprosił uczestników do odwiedzenia stoiska, wzięcia udziału w konkursach dla dzieci i dorosłych oraz zapraszał do degustacji. Podczas Pikniku Mlecznego prezentowano wartości odżywcze i znaczenie w codziennej diecie mleka i przetworów mlecznych. Na potrzeby imprezy przygotowano roll-upy, zaproszenia, plakaty, gadżety reklamowe, broszurę z przepisami na których znajdowała się informacja, że zostały sfinansowane ze środków Funduszu Promocji Mleka.

Odwiedzający imprezę „Piknik Mleczny” mogli oprócz degustacji potraw i uzyskania informacji o wartościach zdrowotnych mleka miło spędzić czas oglądając występ miejscowego zespołu folklorystycznego. Piknik Mleczny cieszył się dużym zainteresowaniem wszystkich odwiedzających i uczestników Dożynek Powiatu Płockiego w Drobinie, a przygotowane potrawy do degustacji pokazały różne możliwości zastosowania produktów mlecznych w codziennej diecie człowieka i urozmaicenia jadłospisów.

Ocena efektywności działania pod kątem osiągnięcia założonych we wniosku celów

Głównym celem zadania była promocja wśród konsumentów spożycia potraw z mleka oraz potraw mlecznych przez zwiększenie udziału ich spożycia w codziennej diecie oraz przeciwdziałanie czarnemu PR wokół mleka. Działania i cele założone we wniosku zostały zrealizowane. W Akcji Promocyjnej

wzięło udział ok.1500 osób. W społeczeństwie rośnie świadomość na temat jakości i walorów odżywczych mleka. Odwiedzający rozmawiali o wartościach odżywczych mleka, chwalili jakość przygotowanych potraw do degustacji, oraz potwierdzali ich estetyczny sposób przygotowania. Z informacji uzyskanych od odwiedzających Imprezę wnioskujemy, że konsumenci coraz większą wagę przywiązują do jakości surowców z jakich przyrządza się potrawy oraz źródeł ich pozyskania.

Biorąc pod uwagę opinie odwiedzających „Piknik Mleczny”, należy stwierdzić, że promocja spożycia mleka i jego przetworów przez degustację różnorodnych potraw spełnia zakładane cele. Wartością dodaną jest spędzenie wolnego czasu przez odwiedzających w miłej atmosferze: oglądając występy zespołów muzycznych czy folklorystycznych lub wzięcie udziału bezpośredniego w organizowanych konkursach lub w sposób pośredni (kibicując uczestniczącym).

4. Mleko i produkty mleczne ważne w naszej diecie

Decyzją nr CEN.DRR.WFP.705.331.2021.JKO.2 z dnia 09.12.2021r. wydaną przez KOWR udzielono wsparcia na realizację Zadania „Mleko i produkty mleczne ważne w naszej diecie”. Realizację zadania zaplanowano w terminie 01.05.-31.10.2022

W dniu 11 września 2022 r. w Diecezjalnym Centrum Pielgrzymowania im. Jana Pawła II w Starym Sączu w współpracy z Małopolską Izbą Rolniczą zrealizowano zadanie: „Mleko i produkty mleczne – ważne w naszej diecie” .

Podczas realizacji zadania obsługa stoiska informowała o jakości oraz zaletach produktów mlecznych, rozdawała materiały informacyjno-promocyjne, zachęcała do degustacji produktów i do zwiększenia ich spożycia w codziennej diecie, informowała zwiedzających, że Zadanie zrealizowano ze środków finansowych Funduszu Promocji Mleka. Konferansjer imprezy przedstawił ideę realizowanego Zadania: „Mleko i produkty mleczne – ważne w naszej diecie”, organizatorów, źródło finansowania oraz informował na bieżąco publiczność o walorach mleka i jego przetworów. Zapraszał dzieci i dorosłych do udziału w organizowanych konkursach, a także do degustacji potraw z mleka.

W czasie realizacji Zadania odbywały się konkursy:

Konkurs wiedzy dla dorosłych pt.: „Mleko pijemy – zdrowo żyjemy”, konkurs

miął formę ankiety z 10 pytaniami z jednowariantową prawidłową odpowiedzią

Konkurs plastyczny dla dzieci pt. „Szybko rośniemy, bo mleko pijemy”, w którym mogły uczestniczyć dzieci do 16 roku życia. Polegał on na wykonaniu rysunku przedstawiającego dowolną interpretację tytułu konkursu.

W czasie realizacji Zadania „Mleko i produkty mleczne – ważne w naszej diecie” degustacje potraw z mleka przygotowała Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska w Nowym Sączu. Wydano do degustacji : ser wędzony – 400 porcji, rolada z sera krowiego – 400 sztuk, przysmak serowy w posypce z pieprzu, z plasterkami bazylii, pomidora, czosnku - 300 porcji, bundz krowi - 300 porcji, przysmak serowy wędzony - 300 porcji, sernik z twarogu półtłustego - 300 porcji, bryndza na bazie mleka krowiego – 600 porcji, maślanka truskawkowa – 1200 porcji, jogurt naturalny – 1200 porcji.

Przygotowano i opracowano materiały informacyjno – promocyjne, zakupiono materiały dekoracyjne na stoisko informacyjno – promocyjne podczas realizacji Zadania .W ramach oprawy muzycznej wystąpiła Pani Weroniką Karkula reprezentującą zespół muzyczny „Paradnice” z Harklowej oraz gwiazda wieczoru „Kapela Ciupaga” z Łącka . Hostessy zachęcały uczestników imprezy do odwiedzenia stoiska oraz degustacji przygotowanych potraw, informowały o walorach serwowanych produktów i zachęcały do zwiększenia ich spożycia w codziennej diecie.

Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska poświadczyla, że degustacja podczas Zadania „ Mleko i produkty mleczne – ważne w naszej diecie” została przygotowana wyłącznie z produktów rolno-spożywczych, o których mowa w art. 9 ust.1 a z dn. 22.05.2009 r. o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych

Przed wydarzeniem przeprowadzono akcję informacyjną o Zadaniu:

- plakaty informacyjne zostały umieszczone na Facebook-u oraz stronie internetowej Małopolskiej Izby Rolniczej, a także rozwieszone w terenie;
- informacja o Zadaniu została przekazana delegatom Małopolskiej Izby Rolniczej
- wysłano zaproszenia delegatom Małopolskiej Izby Rolniczej, przedstawicielom instytucji rolniczych i okołorolniczych.

Ocena efektywności działania pod kątem osiągnięcia założonych we wniosku celów:

Celem głównym Zadania było zwiększenie świadomości konsumentów dotyczące korzyści płynących ze spożycia mleka oraz jego przetworów, informowanie o zaletach mleka i produktów mlecznych oraz przekazanie informacji o tym, jak ważne jest mleko i jego przetwory w codziennej diecie, zarówno dzieci, młodzieży, jak i osób dorosłych.

Podczas trwania Zadania „ Mleko i produkty mleczne- ważne w naszej diecie” stoisko cieszyło się dużym zainteresowaniem. Zostały wydane wszystkie porcje degustacyjne, odwiedzający stoisko byli zainteresowani walorami jakościowymi, smakowymi oraz zdrowotnymi polskich produktów. Zadawali pytanie związane z przyrządzaniem serwowanych potraw. Na podstawie 50 ankiet oceniających rozdanych wśród konsumentów bardzo pozytywnie ocenili tą formę promocji zwiększenia spożycia

mleka i produktów mlecznych. Przygotowana degustacja skłoniła potencjalnych konsumentów do wzrostu spożywania mleka i jego przetworów. Przekonała również potencjalnych konsumentów o wyjątkowych walorach tego mleka i jego produktów, w tym o walorach prozdrowotnych i koniecznych w naszej diecie.

W naszej ocenie opartej o odpowiedzi uzyskane od zwiedzających wydarzenie w formie ankiet istnieje ciągła konieczność prowadzenia akcji informacyjno-edukacyjnych mających na celu poszerzenie wiedzy konsumentów odnośnie prozdrowotnych właściwości konsumpcji mleka i jego przetworów. Dużym zainteresowaniem zgromadzonych osób cieszyły się zarówno materiały informacyjne (ulotka) jak też informacje udzielane przez osoby zajmujące się obsługą stoiska.

5. Akcja Promocyjna Mleka – Produkty mleczne na co dzień

Decyzją nr CEN.DRR.WFP.705.329.2021.MR.2. z dnia 23.12.2021r. wydaną przez KOWR udzielono wsparcia na realizację Zadania „Akcja Promocyjna Mleka- Produkty mleczne na co dzień”. Realizację zadania zaplanowano w terminie 01.05.-31.10.2022

Zadanie „ Akcja promocyjna mleka - produkty mleczne na co dzień ” zostało zrealizowane przez Krajową Radę Izb Rolniczych we współpracy z Mazowiecką Izbą Rolniczą w dniu 04 września 2022 r. podczas Dożynek Wojewódzkich, mających miejsce na Stadionie Gminnym w Lelisie, gm. Lelis.

W celu realizacji zadania została wynajęta powierzchnia wystawowa z dostępem do prądu i nagłośnieniem, na której zorganizowano stoisko do prezentacji i degustacji potraw z mleka i z jego składem oraz stoisko informacyjne. Stoiska zostały oznaczone banerami reklamowymi z napisem „Akcja Promocyjna Mleka - Produkty mleczne na co dzień” – oraz informacją: sfinansowano ze środków Funduszu Promocji Mleka.

Stoiska zostały oplakatowane informacjami o celu Akcji Promocyjnej Mleka oraz źródle jej finansowania tj. Funduszu Promocji Mleka. Plakaty zapraszające na „Akcję Promocyjną Mleka - Produkty mleczne na co dzień” były również wywieszane na terenie Stadionu Gminnego w Lelisie oraz w siedzibach Oddziałów Biura Mazowieckiej Izby Rolniczej (Radom, Ciechanów, Płock, Siedlce, Radom, Ostrołęka, Warszawa)

Zaproszenia na „Akcję Promocyjną Mleka - Produkty mleczne na co dzień” były dostarczane przez pracowników oddziałów Terenowych MIR. Zaproszenia wręczano osobom zainteresowanym uzyskaniem wiedzy nt. wartości odżywczych mleka dla człowieka.

Informacja o odbywającej się podczas Dożynek Samorządu Wojewódzkiego „Akcji Promocyjnej Mleka - Produkty mleczne na co dzień” była przekazywana przez Konferansjera przez mikrofon w czasie trwania całej imprezy. W komunikatach przekazywano informację o miejscu realizacji zadania i atrakcjach dostępnych dla odwiedzających tj. darmowej degustacji produktów mlecznych i potraw z udziałem mleka i jego przetworów, materiałach informacyjnych i promocyjnych oraz konkursach dla dzieci i dorosłych. Przed stoiskiem informacyjnym, Konferansjer zapraszał odwiedzających do degustacji potraw z mleka oraz zapoznania się z ich wartością odżywczą i znaczeniu w diecie człowieka. Odwiedzający stoisko otrzymywali ulotkę informacyjną.

Podczas imprezy Hostessy zachęcały osoby przebywające na terenie wystawowym do degustacji potraw z mleka na stoisku degustacyjnym. Rozdawały ulotki informujące o wartościach odżywczych mleka i jego przetworów.

Do degustacji przygotowano potrawy, których głównym składnikiem wszystkich było mleko lub jego przetwory:

- lody porcjowane na bazie mleka, różne smaki, (600 porcji),
- kakao na zimno (600 porcji),
- pierogi z serem w polewie śmietanowo- owocowej (600 porcji),
- kluski leniwe z serem i polewa śmietanowa (600 porcji),
- zapiekany ser Halumi z sosem żurawinowym (600 porcji),
- zapiekane serki góralskie (typu oscypek) z sosem żurawinowym (600 porcji),
- deski serów żółtych (mix 5 serów) (600 porcji),
- Mix sałat z serem pleśniowym i sosem owocowym (600 porcji)
- Ciasta: strucla serowa, strucla jogurtowa z owocami, sernik (600 porcji)

Wszystkie potrawy sporządzone zostały wyłącznie z Produktu Polskiego.

Na stoisku informacyjnym, osoby obsługujące stoisko rozdawały odwiedzającym materiały informacyjno-promocyjne (głównie ulotki i gadżety reklamowe z oznaczeniem nazwy zadania i informacja o źródle finansowania tj. Funduszu Promocji Mleka). Komplet materiałów reklamowych składał się z torby, opaski odblaskowej, długopisu i balonu.

Podczas realizacji zadania „Akcja Promocyjna Mleka – Produkty mleczne na co dzień” zostały przeprowadzone konkursy: dla dorosłych „Pogromcy mlecznych mitów” oraz dla dzieci i młodzieży w formie Szkolnej „Kolorowanki”. Konkursy były formą zabawy. Laureatom konkursów wręczono nagrody rzeczowe: dzieciom gry planszowe i zręcznościowe, książki oraz drobny sprzęt turystyczny, a dorosłym drobny sprzęt AGD.

Odwiedzający imprezę „Akcja Promocyjna Mleka – Produkty mleczne na co dzień” mogli oprócz degustacji potraw i uzyskania informacji o wartościach zdrowotnych mleka miło spędzić czas oglądając występ miejscowego zespołu folklorystycznego. Akcja Promocyjna Mleka – Produkty mleczne na co dzień” cieszyła się dużym zainteresowaniem wszystkich odwiedzających i uczestników Dożynek Samorządu Wojewódzkiego w Lelisie, a przygotowane potrawy do degustacji pokazały różne możliwości zastosowania produktów mlecznych w co dziennej diecie człowieka i urozmaicenia jadłospisów.

Ocena efektywności działania pod kątem osiągnięcia założonych we wniosku celów:

Celem zadania była promocja wśród konsumentów spożycia potraw z mleka oraz potraw mlecznych przez zwiększenie udziału ich spożycia w codziennej diecie.

Działania i cele założone we wniosku zostały zrealizowane. W promocji licznie wzięli udział mieszkańcy województwa mazowieckiego, jak i goście z innych województw (Akcja Promocyjna odbywała się w miejscu i podczas Dożynek Samorządu Wojewódzkiego).

W Akcji Promocyjnej wzięło udział minimum 1000 osób. W społeczeństwie rośnie świadomość na temat jakości i walorów odżywczych mleka. Odwiedzający rozmawiali o wartościach odżywczych mleka, chwalili jakość przygotowanych potraw do degustacji, oraz potwierdzali ich estetyczny sposób przygotowania. Z informacji uzyskanych od odwiedzających Imprezę wnioskujemy, że konsumenci coraz większą wagę przywiązują do jakości surowców z jakich przyrządza się potrawy oraz źródeł ich pozyskania. Odwiedzający stoisko pytali o wpływ procesów technologicznych na wartość odżywczą potraw z mleka.

Biorąc pod uwagę opinie odwiedzających „Akcję Promocyjna Mleka- Produkty mleczne na co dzień”, należy stwierdzić, że promocja spożycia mleka i jego przetworów przez degustację różnorodnych potraw spełnia zakładane cele. Wartością dodaną jest spędzenie wolnego czasu przez odwiedzających w miłej atmosferze: oglądając występy zespołów muzycznych czy folklorystycznych lub wzięcie udziału bezpośredniego w organizowanych konkursach lub w sposób pośredni (kibicując uczestniczącym).

6. Mleko dla każdego – spotkania informacyjno-promocyjne

Decyzją nr CEN.DRR.WFP.705.328.2021.MR.2 z dnia 23.12.2021r. wydaną przez KOWR udzielono wsparcia na realizację Zadania „Mleko dla każdego-spotkania informacyjno-promocyjne ” Realizację zadania zaplanowano w terminie 01.05.-31.10.2022

Zadanie pn. „Mleko dla każdego – spotkania informacyjno- promocyjne” sfinansowane z Funduszu Promocji Mleka polegało na zorganizowaniu cyklu 3 spotkań promujących spożycie mleka i produktów mlecznych, które odbyły się:

- 3 września 2022 r. w Sokółce jako impreza towarzysząca wydarzeniu Podlaski Piknik Mleczny;
- 14 września 2022 r. w Szkole Podstawowej nr 2 w Kolnie;
- 18 września 2022 r. na boisku przy Szkole Podstawowej w Bargłowie Kościelnym.

Zrealizowane zadanie miało na celu przekazywanie rzetelnych informacji oraz budowanie dobrego PR wokół mleka i produktów mlecznych, jak również wzrost zainteresowania produktami mlecznymi głównie wśród dzieci i młodzieży.

Pierwsze z cyklu 3 zaplanowanych spotkań promujących spożycie mleka i produktów mlecznych oraz potraw z nich przygotowanych, sfinansowane ze środków Funduszu Promocji Mleka pn. „Mleko dla każdego- spotkania informacyjno- promocyjne” odbyło się w sobotę 3 września 2022r. podczas Podlaskiego Pikniku Rodzinnego w Sokółce (gm. Sokółka, pow. Sokólski, województwo podlaskie). Na spotkanie przybyło wiele rodzin z dziećmi, które aktywnie uczestniczyły w imprezie. Przeprowadzono wiele konkursów i zabaw dla dzieci i dorosłych obfitujących w nagrody (plecaki, worki szkolne, piórniki). Imprezie towarzyszyła degustacja produktów przygotowanych przez Koło Gospodyń Wiejskich „Klimowieckie Klimaty”. Na realizację spotkania przygotowano 1000 porcji dań do degustacji zawierających mleko. Na stoisku oferowano: mleka smakowe, jogurty, serki, sery do degustacji, koreczki, pasty serowe, faworki, mini deserki, serniki na ciepło i na zimno, szyszki, serowe pączki, orzeszki z nadzieniem, tortille, pizzerinki, babeczki, racuchy, rogaliki z nadzieniem śmietankowym, śmietankowiec, rogaliki z serem, wafle z masą krówkową i wiele innych. Furorę zrobili pieczone pierogi z różnymi nadzieniami oraz lody. Dzieci mogły także wykonać swoje smakowe napoje mleczne na bazie kefiru lub jogurtu naturalnego z dodatkiem owoców i szpinaku.

Kolejne ze spotkań odbyło się w środę 14 września 2022r. w Szkole Podstawowej nr 2 w Kolnie (gm. Kolno, powiat kolneński, województwo podlaskie). W spotkaniu wzięły udział dzieci w wieku przedszkolnym oraz klas 1-4 wraz z nauczycielami.

Dzieci chętnie brały udział w przygotowanych konkursach i zabawach za co otrzymywały nagrody. Na stoisku oferowano mleka smakowe, jogurty, gofry z bitą śmietaną, pierogi z serem, owocami oraz szpinakiem i serem, mini deserki, serniki na zimno, tortille, kanapki z serem i warzywami, pancaki, naleśniki z serem i owocami i wiele innych. Główną atrakcją były lody. Dzieci mogły przygotować napoje mlecznych według własnych upodobań na bazie jogurtu naturalnego lub kefiru z dodatkiem owoców, szpinaku i jarmużu. Na spotkanie przygotowano 1000 porcji dań do degustacji zawierających mleko.

Ostatnie z trzech spotkań odbyło się w Bargłowie Kościelnym w niedzielę 18 września 2022 r. na boisku szkolnym (gm. Bargłów Kościelny, powiat augustowski, woj. podlaskie). W imprezie udział wzięli zarówno, dzieci, młodzież i dorośli). Wszyscy chętnie uczestniczyli w zabawach, konkursach oraz bezpłatnej degustacji. Do degustacji oprócz lodów, serków, jogurtów, kefirów, mleczek i koktajli smakowych aż trzy miejscowe Koła Gospodyń Wiejskich proponowały swoje dania: m.in. naleśniki z serem z różnymi dodatkami (owocami, śmietaną i musami owocowymi), pierogi w różnych smakach, gofry, smaczne kanapki i tortille, wiele ciast i ciasteczek, bułeczki drożdżowe, wafelki, orzeszki nadziewane masą kakaowo-mleczną, koreczki, pizzerinki, babeczki itp. Koła Gospodyń Wiejskich przygotowały łącznie 1 000 porcji dań zawierających mleko.

Ocena efektywności działania pod kątem osiągnięcia założonych we wniosku celów:

Wszystkie przygotowane na spotkania potrawy pochodziły z polskiego mleka, co miało na celu budowanie pozytywnego wizerunku polskiego mleka. Poprzez bezpośredni przekaz w czasie imprezy promocyjnej, informacja promująca mleko i jego przetwory dotarła do szerokiego grona odbiorców. Realizacja Zadania powinna przyczynić się do zwiększenia udziału mleka i jego przetworów w codziennej diecie uczestników imprez promocyjnych. Poza tym prowadzone podczas spotkań działania informacyjne umożliwiły dzieciom i osobom dorosłym przyswojenie wiedzy oraz zwiększenie świadomości na temat korzyści wynikających ze spożywania mleka i jego produktów. Biorąc pod uwagę zainteresowanie uczestników wydarzenia degustacją jak i konkursami dla dzieci można stwierdzić że osiągnięto 100% efekt realizacji zadania.

Podczas każdej z imprez przeprowadzono anonimowe badania ankietowe z 50 uczestnikami badające ich oczekiwania i zadowolenie. Ankiety wypełniło łącznie 150 uczestników imprezy. Ankietowani byli bardzo zadowoleni z uczestnictwa w imprezach promocyjno-informacyjnych, z informacji jakie uzyskali nt. wartości mleka i jego przetworów, jak wyrabiać prawidłowe nawyki żywieniowe. Ankietowani wyrazili nadzieje na kolejne spotkania w przyszłym roku.

Działania podejmowane w czasie realizacji Zadania powinny przyczynić się do zwiększenia zaufania do produktów mlecznych i wzrostu zainteresowania konsumentów mlekiem uzyskanym od krów hodowanych na terytorium Polski, co może wpłynąć na utrzymanie poziomu sprzedaży na rynku mleka. Po zakończeniu Zadania można stwierdzić, że założone cele i zaplanowane działania zostały w pełni zrealizowane.

7. Mleko pijesz świat podbijesz

Decyzją nr CEN.DRR.WFP.705.353.2021.EKL.2 z dnia 20.12.2021r. wydaną przez KOWR udzielono wsparcia na realizację Zadania „Mleko pijesz świat podbijesz” Realizację zadania zaplanowano w terminie 01.05.2022-31.10.2022.

Zadanie polegało na zorganizowaniu dwóch imprez plenerowych promujących spożycie mleka i jego przetworów, które odbyły się:

- 21 sierpnia 2022 r. w miejscowości Brody jako impreza współtowarzysząca Dożynkom Miasta i Gminy Pierzchnica
- 11 września 2022 r. w Bogorii jako impreza współtowarzysząca XXII Świętokrzyskim dożynkom Wojewódzkim.

Zadanie „Mleko pijesz świat podbijesz” sfinansowane ze środków Funduszu Promocji Mleka zaplanowano miało na celu przekazywanie rzetelnych informacji oraz budowanie dobrego PR wokół mleka i produktów mlecznych, jak również wzrost zainteresowania produktami mlecznymi.

Zadanie pt. „Mleko pijesz świat podbijesz” sfinansowane ze środków Funduszu Promocji Mleka obejmowało zorganizowanie przez Krajową Radę Izb Rolniczych we współpracy ze Świętokrzyską Izbą Rolniczą dwóch imprez promocyjnych i składało się z jednego etapu.

Celem przedsięwzięcia była promocja mleka i produktów wykonanych na bazie polskiego mleka, oraz zwiększenie świadomości spożywania produktów mlecznych, które są niezbędne w codziennej diecie i zachowania zdrowego stylu życia.

Przed każdą z imprez, przeprowadzano szeroką akcję informacyjną również poprzez plakatowanie, aby poinformować, jak największą liczbę osób o wydarzeniach.

Na imprezę w Brodach, która odbyła się 21 sierpnia 2022 r. zaproszenia zostały dowieszone bezpośrednio do Urzędów Gmin ościennych, do sołtysów, na spotkania z rolnikami. Plakaty rozwieszane były przed wydarzeniem w miejscu organizacji imprezy oraz w gminach ościennych.

Na imprezę w Bogorii, która odbyła 11 września 2022 r., zaproszenia zostały również dostarczone bezpośrednio do Urzędów gmin ościennych, do sołtysów, do biur powiatowych Świętokrzyskiej Izby Rolniczej celem dystrybucji w terenie. Plakaty zostały rozwieszone przed wydarzeniem, głównie na terenie gminy Bogoria oraz w okolicznych miejscowościach. Plakaty zostały umieszczone również w miejscu organizacji wydarzenia.

Zadanie pt. „Mleko pijesz świat podbijesz” sfinansowane ze środków Funduszu Promocji Mleka obejmowało zorganizowanie przez Krajową Radę Izb Rolniczych we współpracy ze Świętokrzyską Izbą Rolniczą dwóch imprez promocyjnych i składało się z jednego etapu.

Celem przedsięwzięcia była promocja mleka i produktów wykonanych na bazie polskiego mleka, oraz zwiększenie świadomości spożywania produktów mlecznych, które są niezbędne w codziennej diecie i zachowania zdrowego stylu życia.

Przed każdą z imprez, przeprowadzano szeroką akcję informacyjną również poprzez plakatowanie, aby poinformować, jak największą liczbę osób o wydarzeniach.

Na imprezę w Brodach, która odbyła się 21 sierpnia 2022 r. zaproszenia zostały dowieszone bezpośrednio do Urzędów Gmin ościennych, do sołtysów, na spotkania z rolnikami. Plakaty rozwieszane były przed wydarzeniem w miejscu organizacji imprezy oraz w gminach ościennych.

Na imprezę w Bogorii, która odbyła 11 września 2022 r., zaproszenia zostały również dostarczone bezpośrednio do Urzędów gmin ościennych, do sołtysów, do biur powiatowych Świętokrzyskiej Izby Rolniczej celem dystrybucji w terenie. Plakaty zostały rozwieszone przed wydarzeniem, głównie na terenie gminy Bogoria oraz w okolicznych miejscowościach. Plakaty zostały umieszczone również w miejscu organizacji wydarzenia.

Zaproszenia i plakaty były również dystrybuowane w wersji elektronicznej. Na terenie imprez była umieszczona informacja na temat źródła ich finansowania. Taka informacja znajdowała się również na materiałach informacyjnych i promocyjnych, nagrodach oraz była podawana przez konferansjerów podczas trwania imprez. Odwiedzający mogli dowiedzieć się o wartościach odżywczych oferowanych produktów i dań przygotowanych z polskiego mleka, a także mieli możliwość skorzystania z bezpłatnej degustacji przygotowanych potraw z mleka. Uczestnicy mogli spróbować wielu potraw m.in. pierogów z serem na słodko, pierogów ze szpinakiem i serem feta, babeczek na słono z nadzieniem serowym, serników, budyni owocowych, śmietankowych i czekoladowych, zupy krem serowo-cebulowej, ptasiego mleczka, różnego rodzaju serów, koreczków z serem żółtym i warzywami, czy oponek serowych, jogurtów, maślanek, eklerek z masą budyniową, rolady serowej, omletów biszkoptowych z bitą śmietaną i wielu innych pysznych dań. Przy wszystkich potrawach do degustacji znajdowała się

informacja, że zostały one sfinansowane z Funduszu Promocji Mleka. W programie były również konkursy dla dzieci i dorosłych z nagrodami :

- Konkurs rysunkowy dla dzieci Temat konkursu „Mleko pijemy-szybko rośniemy” polegający na wykonaniu rysunku tematycznego związanego z mlekiem.
- Oraz konkurs wiedzy dla dorosłych – Tematem konkursu było : „Coś mlecznego dla każdego” – dotyczącego mleka i produktów mlecznych. Charakter pytań: otwarte, wyboru, opisowe.

Na stoisku wystawienniczym informowano o wartościach odżywczych polskiego mleka i jego przetworów. Hostessy rozdawały porcje degustacyjne, informując o wartościach odżywczych przetworów mlecznych, zachęcając do zwiększenia ich spożycia z codziennej diecie oraz sfinansowaniu imprez z Funduszu Promocji Mleka. Podczas imprez rozdawano materiały promocyjne, na których była umieszczona informacja o źródle finansowania. Produkty do degustacji przygotowano z polskiego mleka. Konferansjerzy przedstawiali cel organizacji imprez, ich program oraz zapraszali do degustacji. Prezentowali wartości odżywcze i znaczenie w codziennej diecie przetworów mlecznych. Ponadto zapraszali do wzięcia udziału w organizowanych konkursach. Na potrzeby imprez przygotowano baner, roll-up, ulotki, zaproszenia, plakaty oraz drobne gadżety, na których znajdowała się informacja, że zostały sfinansowane ze środków Funduszu Promocji Mleka.

Ocena efektywności działania pod kątem osiągnięcia założonych we wniosku celów:

Działania i cele założone we wniosku zostały zrealizowane.

Działania promujące spożycie polskiego mleka i jego przetworów podczas realizacji zadania „Mleko pijesz świat podbijesz” zostały zrealizowane.

Uczestnicy wydarzenia zapoznali się walorami odżywczymi produktów mlecznych jako produktów zdrowych, wysokiej jakości i godnych zaufania. Wszystkie przygotowane potrawy pochodziły z polskiego mleka, co było działaniem budowania pozytywnego wizerunku polskiego mleka jako zdrowego produktu spożywczego wśród uczestników imprezy.

Poprzez działania marketingowe, materiały reklamowe, a także dzięki bezpośredniemu przekazowi w czasie imprez promocyjnych, informacja nt. mleka i jego przetworów dotarła do szerokiego grona odbiorców. Dzięki degustacji przeprowadzonej podczas trwania imprez uczestnicy przekonali się, że polskie mleko i jego przetwory są smaczne i powinny być składnikiem codziennej diety.

8. Festiwal Mleka

Decyzją nr CEN.DRR.WFP.705.330.2021.JKO.2 z dnia 15.12.2021r. wydaną przez KOWR udzielono wsparcia na realizację Zadania „Festiwal Mleka ” Realizację zadania zaplanowano w terminie 01.05.2022-31.10.2022.

W dniu 21 sierpnia 2022r. na terenach zielonych przy Targowisku w Białopolu podczas Dożynek Gminnych Gminy Białopole odbył się Festiwal Mleka. W imprezie wzięło udział około 2 000 osób, które odwiedziło stoisko promocyjne. Głównym celem imprezy było promowanie produktów mlecznych oraz zwiększanie świadomości konsumentów na temat walorów odżywczych mleka oraz produktów które zawierają je w składzie. Zostały wydrukowane zaproszenia, ulotki, plakaty, banery, długopisy, notesy, torby bawełniane, butelki sportowe, pojemniki na żywność, breloki, opaski odbłaskowe, trzy rodzaje worków, stojaki na telefon, torby termiczne, biodrówki, notatniki magnetyczne, mini latarki z logami Krajowej Rady Izby Rolniczych oraz Lubelskiej Izby Rolniczej a także z informacją „Sfinansowano ze środków Funduszu Promocji Mleka”. Została przeprowadzona dystrybucja plakatów i zaproszeń na „Festiwal Mleka” przez delegatów Rad Powiatowych LIR. Przygotowywania do „Festiwalu Mleka” odbywały się w ramach Dożynek Gminnych organizowanych przez Urząd Gminy Białopole.

Podczas imprezy prezentowane były liczne produkty przygotowane przez firmy cateringowe. W czasie przygotowywań ustalono asortyment niezbędny do prezentacji oraz degustacji produktów mlecznych. Dodatkowo został przygotowany harmonogram całej imprezy oraz prezentacja multimedialna promująca produkty mleczne. A także konkursy i zabawy dla dzieci i dorosłych.

W dniu 21 sierpnia 2022r. przygotowania rozpoczęły się w godzinach przedpołudniowych. W namiocie Festiwalu Mleka obsługa stoiska rozdawała produkty mleczne, ulotki i gadżety promujące imprezę oraz prasę rolniczą. Na terenie całej imprezy hostessy zachęcały do odwiedzenia stoiska Festiwalu Mleka, informowały o walorach produktów mlecznych i zachęcały do zwiększenia ich udziału w codziennej diecie. Na terenie imprezy przeprowadzana była anonimowa ankieta badająca satysfakcję uczestników Festiwalu Mleka. Stoisko promowała również krowa Mućka zachęcając uczestników do odwiedzenia stoiska. Każdy z uczestników mógł skosztować produktów mlecznych tj. pierogów z ziemniakami i twarogiem; pierogów z kaszą gryczaną, twarogiem i miętą; pierogów z twarogiem na słodko z rodzynkami; naleśników z twarogiem (wytrawnych); naleśników na słodko z żurawiną; knedli z serem z sosem cytrynowym; sernika tradycyjnego, sernika wiedeńskiego; ciasta Grażyna; pasty twarogowej z papryką; pasty twarogowej z ziołami; kolorowych kulek twarogowych, koktajlu jogurtowo-owocowy; domowego deseru budyniowego, koreczków serowo-warzywnych. Hostessy zapraszały uczestników do degustacji produktów mlecznych. Ponadto na ekranie prezentowany był materiał multimedialny promujący mleko i jego przetwory – ich wartości odżywcze i właściwości zdrowotne. W czasie trwania „Festiwalu Mleka” prowadzone były zabawy i konkursy dla dzieci i dorosłych. Konkursy obejmowały między innymi wiedzę o mleku i jego wartościach odżywczych. Dla dzieci spośród przewidzianych konkursów największą popularnością cieszył się konkurs plastyczny. Każdy z uczestników konkursu otrzymał nagrodę w postaci piłki z logo imprezy oraz sponsora ufundowany ze środków Funduszu Promocji Mleka lub zestawy nagród obejmujący drobną elektronikę

(słuchawki, głośniki, powerbanki, opaski sportowe) i sprzęt rowerowy (pompki, linki zabezpieczające) lub dla młodszych uczestników zestawy zawierający przybory szkolne (kredki, flamastry, farby, klej, kredę kolorową). Uczestnicy konkursu dla dorosłych otrzymali drobny sprzęt AGD (miksery, zaparacze do kawy, wagi kuchenne, pojemniki na jogurt, kubku termiczne, uchwyty na telefon, głośniki lub drobne narzędzia remontowe- zestawy końcówek i nasadek, zestawy kluczy, wkrętarki).

Uczestnicy chętnie zaglądali do namiotu promującego produkty mleczne. Celem „Festiwalu Mleka” było rozpropagowanie odżywczych właściwości mleka, produktów mlecznych oraz ich roli w piramidzie zdrowego odżywiania, tak wyraźnie wpisanych w naszą tradycję i smak. Promowanie mleka podczas tej imprezy wyraźnie zwiększyło świadomość i wiedzę na jego temat.

Ocena efektywności działania pod kątem osiągnięcia założonych we wniosku celów:

Działania i cele założone we wniosku zostały zrealizowane.

Działania promujące spożycie polskiego mleka i jego przetworów podczas realizacji zadania „Festiwal Mleka ” zostały zrealizowane.

Uczestnicy wydarzenia zapoznali się walorami odżywczymi produktów mlecznych jako produktów zdrowych, wysokiej jakości i godnych zaufania. Wszystkie przygotowane potrawy pochodziły z polskiego mleka, co było działaniem budowania pozytywnego wizerunku polskiego mleka jako zdrowego produktu spożywczego wśród uczestników imprezy.

Poprzez działania marketingowe, materiały reklamowe, a także dzięki bezpośredniemu przekazowi w czasie imprez promocyjnych, informacja nt. mleka i jego przetworów dotarła do szerokiego grona odbiorców. Dzięki degustacji przeprowadzonej podczas trwania imprez uczestnicy przekonali się, że polskie mleko i jego przetwory są smaczne i powinny być składnikiem codziennej diety.

9. Festiwal Mleka

Decyzją nr CEN.DRR.WFP.705.330.2021.JKO.2 z dnia 15.12.2021r. wydaną przez KOWR udzielono wsparcia na realizację Zadania „Festiwal Mleka” Realizację zadania zaplanowano w terminie 01.05.2022-31.10.2022.

Krajowa Rada Izb Rolniczych zrealizowała zadanie „Festiwal Mleka” przy współpracy z Lubelską Izbą Rolniczą. Wszystkie zaplanowane działania wykonano w jednym etapie w formie dwóch promocyjnych imprez plenerowych.

Głównym celem realizowanego Zadania była promocja spożycia mleka i jego przetworów poprzez zwiększenie udziału spożycia mleka i jego przetworów w codziennej diecie.

Pierwsza z zaplanowanych imprez promocyjnych została zrealizowana w dniu 22 sierpnia 2022r. w Parku przy Urzędzie Gminy Jastków jako wydarzenie towarzyszące Dożynkom Gminy Jastków 2021.

Druga impreza miała miejsce dnia 29 sierpnia 2021 r. w godz. 12:00 – 18:00 na terenie Zespołu Pałacowo - Parkowego w Rykach podczas ramach Dożynek Gminy Ryki 2022.

Przygotowania do obu imprez rozpoczęto od przygotowania materiałów informacyjnych i promocyjnych: wydrukowano zaproszenia, plakaty i ulotki informacyjne, zamówiono roll-upy i gadżety. Ponadto zakupiono nagrody dla uczestników konkursów i zabaw – uczestników Festiwalu Mleka. Zaproszenia zostały wysłane do stowarzyszeń konsumenckich, producentów żywności ekologicznej oraz mediów. Uzgodniono asortyment, który był prezentowany oraz degustowany na stoiskach, stworzono scenariusz imprezy, przygotowano prezentacje na temat mleka i jego przetworów oraz opracowano i zaplanowano konkursy dla dzieci, młodzieży i dorosłych.

Na stronach internetowych Lubelskiej Izby Rolniczej ukazały się ogłoszenia promujące obie imprezy. Rozwieszono zostały też plakaty z informacją o programie Festiwalu Mleka w Jastkowie i Rykach.

Na stoiskach prezentowano wyroby z mleka i jego przetworów oraz przygotowano degustacje potraw sporządzonych na bazie mleka i jego przetworów. Obsługa stoiska w trakcie Festiwalu zorganizowała prelekcję na temat wartości odżywczej mleka i jego przetworów. Konferansjer na scenie i przy stoisku informacyjno-promocyjnym przekazywał uczestnikom imprez informację dotyczącą „Festiwalu Mleka” sfinansowanego ze środków finansowych Funduszu Promocji Mleka zapraszając uczestników obu imprez na stoisko Festiwalu, degustację, konkursy i zabawy oraz prezentację wartości odżywczej mleka i jego przetworów. Na scenie odbywały się występy muzyczno-artystyczne. Konferansjer informował uczestników obu imprez o sfinansowaniu Festiwalu Mleka ze środków Funduszu Promocji Mleka.

Uczestnicy „Festiwalu Mleka” mieli okazję degustować potrawy na bazie mleka i jego przetworów, tj. naleśniki z serem, serniki i ciasta, koreczki z serem i warzywami i owocami, pierogi z kaszą gryczaną i serem, pierogi ruskie, chłodnik z warzywami oraz kefir, jogurty, różne gatunki serów, w których głównym składnikiem było mleko i jego przetwory. Przy stoiskach informacyjno-promocyjnych cały czas rozdawane były materiały informacyjne na temat wartości odżywczej mleka i jego przetworów. Hostessy i obsługa stoiska w trakcie imprez udzielali informacji na temat spożycia mleka i jego przetworów oraz ich znaczeniu w codziennej diecie. Licznie zebrani uczestnicy otrzymywali ulotki informacyjne na temat wartości odżywczej mleka i jego przetworów.

Ponadto na ekranie prezentowany był materiał promujący produkty z mleka i jego przetworów.

W trakcie obu imprez zorganizowano konkursy, które były wspaniałą okazją do pogłębienia wiedzy na temat mleka i jego przetworów oraz ich roli w codziennej diecie w sposób przystępny, zwłaszcza dla dzieci. Dla najmłodszych uczestników festiwalu zorganizowano konkursy plastyczne na najpiękniej

pokolorowane malowanki o tematyce mleka i jego przetworów. Młodzież i osoby dorosłe brali udział w sprawdzeniu wiedzy na temat mleka i jego przetworów podczas rozwiązywania krzyżówek, testów i rebusów. Wszyscy uczestnicy konkursów, otrzymali atrakcyjne nagrody. Konkursy były ważnym elementem edukacyjnym podnoszącym atrakcyjność imprez.

Dzięki wspaniałej pogodzie i atrakcjom Festiwal Mleka przyciągnął ogromną ilość rodzin, głównie z dziećmi. W każdej z imprez wzięło udział ponad 1 000 osób. Dzięki temu „Festiwal Mleka” miał wpływ na rozpropagowanie spożycia mleka i jego przetworów oraz zwiększenie wiedzy i świadomości uczestników na temat produktów z mleka i jego przetworów.

Oba wydarzenia prowadził konferansjer, który zachęcał do odwiedzania stoisk, informował o walorach produktów mlecznych i zachęcał do zwiększenia ich spożycia w codziennej diecie oraz zapraszał do degustacji wyrobów znajdujących się na stoisku oraz do udziału w konkursach kierowanych do dzieci, młodzieży i dorosłych, a także informował, że impreza została sfinansowana ze środków Funduszu Promocji Mleka.

W trakcie trwania wydarzenia zapewniona została oprawa muzyczno-artystyczna wraz z nagłośnieniem. Występy zespołu pod nazwą „Dworcowa 56” umilał czas licznie zebranych uczestnikom prezentując bardzo bogaty repertuar.

W celu zapewnienia bezpieczeństwa epidemiologicznego osobom biorącym udział w „Festiwalu Mleka” wdrożone zostały środki zaradcze.

Działania podejmowane w czasie realizacji Zadania powinny przyczynić się do zwiększenia zaufania do produktów mlecznych i wzrostu zainteresowania konsumentów mlekiem uzyskanym od krów hodowanych na terytorium Polski, co może wpłynąć na utrzymanie poziomu sprzedaży na rynku mleka. Wykorzystanie narzędzi promocyjnych takich jak broszury i konkursy przyczyniło się do poszerzenia wiedzy szerokiego grona konsumentów w przyjemny i przystępny sposób – poprzez zabawę.

Ocena efektywności działania pod kątem osiągnięcia założonych we wniosku celów:

Głównym celem realizowanego Zadania o charakterze edukacyjno-promocyjnym był wzrost zainteresowania spożyciem mleka i budowanie dobrego PR mleka i produktów mlecznych poprzez promocję spożycia mleka wśród dorosłych konsumentów podejmujących decyzje zakupowe, działania informacyjne i edukacyjne, celem których jest budowanie pozytywnego wizerunku mleka i jego przetworów, a także przetwórców i producentów mleka oraz wzrost wiedzy na temat walorów polskich produktów mleczarskich.

Stoisko było licznie odwiedzane przez uczestników imprez promocyjnych, co miało swoje odzwierciedlenie w ilości wydanych podczas degustacji porcji. Realizacja Zadania powinna przyczynić

się do zwiększenia udziału mleka i jego przetworów w codziennej diecie uczestników imprez promocyjnych. Wszystkie przygotowane potrawy pochodziły z produktów polskich, co buduje patriotyzm konsumencki i pokazuje możliwość wyboru przy zakupach dobrych artykułów pochodzących z Polski.

Po zakończeniu Zadania można stwierdzić, że założone cele i zaplanowane działania zostały w pełni zrealizowane.

10. Mleko i produkty mleczne składnikiem zdrowej diety

Decyzją nr CEN.DRR.WFP.705.354.2021.EKL.2 z dnia 22.12.2021r. wydaną przez KOWR udzielono wsparcia na realizację Zadania „Mleko i produkty mleczne składnikiem zdrowej diety” Realizację zadania zaplanowano w terminie 01.05.2022-31.10.2022.

Zadanie „ Mleko i produkty mleczne składnikiem zdrowej diety ” zostało zrealizowane przez Krajową Radę Izb Rolniczych we współpracy z Kujawsko-Pomorską Izbą Rolniczą w dniu 10 września 2022 r. w Mogilnie.

Stoiska zostały oznaczone banerami reklamowymi z napisem „Mleko i produkty mleczne składnikiem zdrowej diety” – oraz informacją: sfinansowano ze środków Funduszu Promocji Mleka. Stoiska zostały oplakatowane informacjami o celu imprezy informacyjno-promocyjnej oraz źródle jej finansowania tj. Funduszu Promocji Mleka.

Informacja o odbywającym się zadaniu „ Mleko i produkty mleczne składnikiem zdrowej diety” była przekazywana przez Konferansjera przez mikrofon w czasie trwania całej imprezy. W komunikatach przekazywano informację o miejscu realizacji zadania i atrakcjach dostępnych dla odwiedzających tj. darmowej degustacji produktów mlecznych i potraw z udziałem mleka i jego przetworów, w materiałach informacyjnych i promocyjnych oraz konkursach dla dzieci i dorosłych. Przed stoiskiem informacyjnym, Konferansjer zapraszał odwiedzających do degustacji potraw z mleka oraz zapoznania się z ich wartością odżywczą i znaczeniu w diecie człowieka. Odwiedzający stoisko otrzymywali ulotkę informacyjną.

Podczas imprezy Hostessy zachęcały osoby przebywające na terenie wystawowym do degustacji potraw z mleka na stoisku degustacyjnym. Rozdawały ulotki informujące o wartościach odżywczych mleka i jego przetworów. Wszystkie potrawy sporządzone zostały wyłącznie z Produktu Polskiego.

Do degustacji przygotowano potrawy, których głównym składnikiem wszystkich było mleko lub jego przetwory. Przygotowano i wydano do konsumpcji odwiedzającym ok 1000 porcji m.in. grillowanego sera, kiełbasy z serem z grilla, makaronu w sosie serowo-śmietanowym, pierogów ruskich, pierogów leniwych, brokułów z sosem śmietanowo - czosnkowym, kanapek z gzikami i deserów mlecznych. Hostessy rozdawały broszurę pt. „Mleko i produkty mleczne składnikiem zdrowej diety”. Ważnym elementem edukacyjnym podnoszącym atrakcyjność imprezy było przeprowadzenie 4 konkursów z nagrodami w 4 kategoriach; dzieci młodsze i dzieci starsze w których uczestniczyło po 6 osób oraz kobiety i mężczyźni, w których uczestniczyło po 9 osób. Oprawę artystyczną imprezy uświetniał zespół „Chwat”. Impreza informacyjno-promocyjna „Mleko i produkty mleczne składnikiem zdrowej diety” cieszyła się dużym zainteresowaniem wszystkich odwiedzających, a przygotowane potrawy do degustacji pokazały różne możliwości zastosowania produktów mlecznych w codziennej diecie człowieka i urozmaicenia jadłospisów.

Ocena efektywności działania pod kątem osiągnięcia założonych we wniosku celów:

Celem zadania była promocja mleka i produktów wytworzonych z mleka, ze szczególnym uwzględnieniem ich odżywczych i zdrowotnych wartości oraz podnoszenie świadomości konsumentów z zakresu zdrowego odżywiania. Projekt zakładał również wzrost spożycia mleka i jego przetworów, budowanie dobrego PR wokół mleka i jego produktów, promocję spożycia nabiału wśród dorosłych konsumentów podejmujących decyzje zakupowe oraz wzrost wiedzy na temat produktów mlecznych, promocje wśród konsumentów spożycia potraw z mleka oraz potraw mlecznych przez zwiększenie udziału ich spożycia w codziennej diecie.

Działania i cele założone we wniosku zostały zrealizowane. W promocji licznie wzięli udział mieszkańcy Mogilna i okolicznych gmin i miasteczek.

W imprezie informacyjno-promocyjnej „Mleko i produkty mleczne składnikiem zdrowej diety” wzięło udział ok. 1000 osób. W społeczeństwie rośnie świadomość na temat jakości i walorów odżywczych mleka. Odwiedzający rozmawiali o wartościach odżywczych mleka, chwalili jakość przygotowanych potraw do degustacji, oraz potwierdzali ich estetyczny sposób przygotowania. Z informacji uzyskanych od odwiedzających Imprezę wnioskujemy, że konsumenci coraz większą wagę przywiązują do jakości surowców z jakich przyrządza się potrawy oraz źródeł ich pozyskania. Odwiedzający stoisko pytali o wpływ procesów technologicznych na wartość odżywczą potraw z mleka.

Biorąc pod uwagę opinie odwiedzających należy stwierdzić, że promocja spożycia mleka i jego przetworów przez degustację różnorodnych potraw spełnia zakładane cele. Wartością dodaną jest spędzenie wolnego czasu przez odwiedzających w miłej atmosferze: oglądając występ zespołu lub

wzięcie udziału bezpośredniego w organizowanych konkursach lub w sposób pośredni (kibicując uczestniczącym).

11. Przepis dnia - mleko i produkty mleczne w codziennej diecie

Decyzją nr CEN.DRR.WFP.705.657.2022.APŁ.2 z dn. 14.07.2022 wydaną przez KOWR udzielono wsparcia na realizację Zadania „Przepis dnia- mleko i produkty mleczne w codziennej diecie”.

Realizację zadania zaplanowano w terminie 04.07.2022- 31.12.2022.

Zadanie zostało zrealizowane w Telewizji Polskiej S.A. w programie autorskim pn. „Przepis dnia” oraz na vod.tvp.pl. oraz na stronie internetowej www.kalendarzrolnikow.pl

Celem realizacji kampanii edukacyjno-informacyjnej było zwiększenie świadomości społeczeństwa o walorach żywieniowych i zdrowotnych mleka i produktów mlecznych oraz sposobów ich użycia, przedstawianie prostych, zdrowych przepisów z wykorzystaniem tych produktów.

Działania podejmowane w ramach zadania miały na celu informowanie o jakości i cechach, w tym walorach mleka i produktów mlecznych pochodzących od polskich producentów.

Zadanie zostało zrealizowane poprzez kampanię informacyjno-edukacyjną w „Przepisie dnia” - autorskim programie TVP S.A., na platformie vod.tvp.pl oraz na stronie internetowej – www.kalendarzrolnikow.pl

Zasięg antenowy i udział w rynku medialnym gwarantował dotarcie do możliwie najszerszej grupy potencjalnych odbiorców zarówno dorosłych stanowiących grupę osób podejmujących decyzje zakupowe w rodzinach, jak też do dzieci i młodzieży, u których planuje się wykształcić pozytywne nawyki żywieniowe oparte o mleko i jego przetwory.

Celem realizacji kampanii edukacyjno-informacyjnej było zwiększenie świadomości społeczeństwa o walorach żywieniowych i zdrowotnych mleka i produktów mlecznych oraz sposobów ich użycia, przedstawianie prostych, zdrowych przepisów z wykorzystaniem tych produktów.

Działania podejmowane w ramach zadania miały na celu informowanie o jakości i cechach, w tym walorach mleka i produktów mlecznych pochodzących od polskich producentów.

Zadanie zostało zrealizowane poprzez kampanię informacyjno-edukacyjną w „Przepisie dnia” - autorskim programie TVP S.A., na platformie vod.tvp.pl oraz na stronie internetowej – www.kalendarzrolnikow.pl.

W celu prawidłowości realizacji zadania „Przepis dnia – mleko i produkty mleczne w codziennej diecie” zatrudniono koordynatora zadania, którego zakresem czynności była współpraca z TVP S.A., portalem

internetowym oraz ekspertem ds. żywności i żywienia w zakresie treści promowanych oraz odpowiedniego oznaczenia. Koordynator współpracował z TVP akceptując nagrania i tablice informacyjne etc.

W ramach Zadania KRIR zlecił usługę Ekspertską dot. pokazu w czasie Programu „Przepis dnia” przygot. dań z mleka i produktów mlecznych oraz przekazanie autorskich przepisów, które wykorzystywał podczas projekcji. Ekspertem był kucharz Łukasz Konik.

„Przepis dnia” to autorski program Telewizji Polskiej. Podczas programu kucharz – ekspert ds. żywności i żywienia pokazał, jak szybko przygotować danie zdrowe i smaczne, którymi zaskoczmy gości czy domowników. Informował także o wartościach odżywczych i energetycznych mleka i produktów mlecznych i dlaczego ważne jest, aby były składnikiem posiłków.

Audycja trwała ok. 4 minut, a emisja premierowa zrealizowana została w następujących terminach: 23 września, 26 września i 27 września 2022 r. ok. godziny 20:00, natomiast powtórki zostały zrealizowane w terminach: 26 września, 27 września i 28 września 2022 r. ok. godz. 15:50.

Audycja jest dostępna na vod.tvp.pl

W każdym programie była emitowana plansza informacyjna o finansowaniu ze środków Funduszu Promocji Mleka.

Wykorzystanie odpowiednich programów telewizyjnych, w najlepszym czasie oglądalności, pozwoliło na dotarcie z informacjami nt. mleka oraz jego produktów – do szerokiego grona odbiorców – konsumentów, ze szczególnym uwzględnieniem kobiet podejmujących decyzje zakupowe i decydujących o rodzaju diety dla rodziny.

W ramach Zadania zrealizowano następujące działania:

- 1) Kampania w telewizji,
- 2) Promocja kampanii na stronie internetowej,
- 3) zatrudnienie eksperta do spraw żywności i żywienia, w tym przygotowanie przepisów na potrzeby programów,
- 4) Koordynacja zadania.

Ocena efektywności działania pod kątem osiągnięcia założonych we wniosku celów

Oczekiwany efektem zrealizowanego zadania było przede wszystkim zwiększenie zaufania do spożycia mleka i produktów mlecznych, wzrost zainteresowania konsumentów mlekiem i produktami mlecznymi uzyskanymi na terytorium Polski i utrzymanie poziomu sprzedaży mleka i produktów mlecznych w 2022 r., jak również zaprezentowanie ciekawych, smacznych i łatwych w przygotowaniu potraw z wykorzystaniem mleka i produktów mlecznych.

Promocja mleka i produktów mlecznych przez działania w telewizji i internecie, podejmowane przez Krajową Radę Izb Rolniczych miały na celu budowanie pozytywnego wizerunku polskiego mleka i produktów mlecznych jako zdrowego produktu spożywczego, jak również podkreślenie walorów odżywczych i smakowych mleka i produktów mlecznych

Działania założone we wniosku dotyczącym zadania „Przepis dnia – mleko – produkty mleczne w codziennej diecie” zostały prawidłowo zrealizowane. Jak wskazują dane otrzymane z TVP S.A. programy cieszyły się dużą oglądalnością (od 559 000 do ok 670 000 odbiorów/ program).

Raport Związku Polskich
Przetwórców Mleka
z zadań finansowanych ze
środków Funduszu Promocji
Mleka w roku 2022



1) ZESTAWIENIE ZAPLANOWANYCH I ZREALIZOWANYCH ZADAŃ:

Zadania zaplanowane	Zadania zrealizowane
Składka EDA 2022	Składka EDA 2022
Monitoring mediów pod kątem wizerunku przetworów mlecznych	Monitoring mediów pod kątem wizerunku przetworów mlecznych
Wyjazd na targi Estonia 2022	Wyjazd na targi Estonia 2022
Mleczna kuchnia 2022	Mleczna kuchnia 2022
Udział w posiedzeniach komitetu handlu i gospodarki EDA	Udział w posiedzeniach komitetu handlu i gospodarki EDA

2) TERMINY, W KTÓRYCH ZADANIA ZOSTAŁY ZREALIZOWANE:

Zadanie	Termin realizacji
Składka EDA 2022	3 marca 2022
Monitoring mediów pod kątem wizerunku przetworów mlecznych	1 stycznia – 31 grudnia 2022
Wyjazd na targi Estonia 2022	20 – 23 kwietnia 2022
Mleczna kuchnia 2022	1 marca - 15 września 2022
Udział w posiedzeniach komitetu handlu i gospodarki EDA	1 marca – 31 lipca 2022

3) KWOTA DOFINANSOWANIA WYPŁACONA Z FPM W ZWIĄZKU Z REALIZACJĄ ZADAŃ

Nazwa zadania	Kwota dofinansowania wypłacona z FPM
Składka EDA 2022	100 206,18 PLN
Monitoring mediów pod kątem wizerunku przetworów mlecznych	18 874,80 zł
Wyjazd na targi Bułgaria 2021	119 800 zł
Mleczna kuchnia 2022	101 531,85 zł
Udział w posiedzeniach komitetu handlu i gospodarki EDA	6 520,50 zł

4) OCENA MERYTORYCZNA ZREALIZOWANYCH ZADAŃ:**1. Składka EDA 2022**

Realizacja zadania polegała na opłacie składki członkowskiej za przynależność ZPPM do Europejskiego Stowarzyszenia Mleczarskiego (EDA) w kwocie przypadającej na ZPPM. Płatności składki dokonano w dniu 3 marca 2022r. na podstawie faktury wstawionej przez EDA.

Członkowie Europejskiego Stowarzyszenia Mleczarskiego (EDA) otrzymują na bieżąco informacje dotyczące procesu legislacyjnego UE, jednocześnie uczestnicząc w procesie konsultacji nowopowstających przepisów prawa UE. Ponadto mają dostęp do regularnie przekazywanych danych statystycznych oraz analiz dotyczących rynku mleka i przetworów mlecznych UE oraz rynku światowego. Dzięki rozwiniętym kanałom współpracy pomiędzy EDA a organami Unii Europejskiej, członkowie EDA mają możliwość kontaktu z przedstawicielami władz UE podczas spotkań o charakterze konsultacyjnym. Uczestnictwo w pracach EDA pozwala również na wymianę doświadczeń pomiędzy poszczególnymi krajami członkowskimi EDA, a także opracowywanie wspólnych, kompromisowych stanowisk unijnego sektora mleczarskiego wobec problemów i propozycji ich rozwiązań

przedstawianych przez władze Unii Europejskiej – takich jak np., wahania cen produktów mleczarskich, współpraca z sieciami handlowymi, przyszły kształt Wspólnej Polityki Rolnej, znakowanie żywności itp.

W związku z powyższym członkostwo w EDA, a tym samym opłacanie składek członkowskich w tej organizacji powinno być kontynuowane w przyszłości.

2. Monitoring mediów pod kątem wizerunku przetworów mlecznych

ZPPM zamówił w podmiocie specjalizującym się w monitoringu mediów, monitoring fraz i tematów związanych z mleczarstwem pojawiających się w mediach w okresie od 1 stycznia do 31 grudnia 2022r. Celem monitoringu było zidentyfikowanie tematów, które pojawiają się z mediach, a które mogą negatywnie wpłynąć na wizerunek branży mleczarskiej.

ZPPM otrzymywał również comiesięczne analizy pojawiających się publikacji w celu określenia tematyki, liczby oraz tzw. „dotarcia” publikacji negatywnych, jak również dokonał samodzielnie pogłębionej podsumowującej analizy ilościowej i jakościowej materiałów uzyskanych w toku monitoringu mediów, która została opublikowana na stronie internetowej ZPPM pod adresem: <https://www.portalmleczarski.pl/2023/02/09/analiza-wynikow-monitoringu-mediow-prowadzonego-w-2022r/>).

Ponieważ zakłada się, że ataki na branżę mleczarską mogą się nasilać i mogą dotyczyć różnych zagadnień – związanych np. z aspektami żywieniowymi i zdrowotnymi spożywania przetworów mlecznych, z kwestiami ochrony środowiska, śladu węglowego, dobrostanu zwierząt itp. monitoring mediów pod kątem wizerunku branży powinien być kontynuowany również w latach kolejnych, co pozwoli adekwatnie reagować na tego typu publikacje.

3. Wyjazd na targi Estonia 2022

W ramach realizacji zadania „Wyjazd na targi Estonia 2022” czterdziestoosobowa grupa przedstawicieli polskiej branży mleczarskiej (przede wszystkim dostawców mleka) w dniach 20 – 23 kwietnia 2022. wzięła udział w wyjeździe, podczas którego uczestnicy zwiedzili targi Maamess w Estonii. Realizacja zadania została powierzona biur podróży, które zapewniło sprawny przebieg wyjazdu i wykonanie wymaganych usług.

Uczestnikom został zapewniony:

- transport autokarowy na trasie Polska-Estonia-Polska;
- zakwaterowanie w hotelu (3 doby hotelowe);
- pełne wyżywienie podczas wyjazdu (4 dni) ;
- niezbędne transfery
- usługi pilota wyjazdu i tłumacza podczas wyjazdu;
- ubezpieczenie podróży
- wstęp na targi

Rezultatem zrealizowanych działań był pobyt uczestników na targach „Maamess”, a nadrzędnym rezultatem zapoznanie ich z osiągnięciami estońskiej branży mleczarskiej.

W celu dalszego rozwoju gospodarstw uczestnicy wyjazdu zapoznali się z osiągnięciami technicznymi i rozwiązaniami organizacyjnymi usprawniającymi pracę w gospodarstwach, co będzie stanowiło zachętę dla młodych rolników do kontynuowania produkcji mleka.

Zgodnie z informacjami udostępnionymi przez organizatorów w targach wzięło udział 424 wystawców, którzy oferowali swoje produkty i usługi na łącznej powierzchni wystawienniczej wynoszącej 70 tys. metrów kwadratowych. W czasie trwania targów odwiedziło je 40 056 zwiedzających.

Uczestnicy podczas zwiedzania targów zapoznali się z najnowszą ofertą maszyn i urządzeń rolniczych dostępnych na rynku. Szczególną uwagę cieszył się robot „mamka” służący do automatycznego karmienia cieląt oraz najnowsza kolekcja maszyn rolniczych przeznaczonych dla dużych gospodarstw rolnych – zwłaszcza kombajny zbożowe, znanych światowych marek. Podczas targów uczestnicy brali udział w pokazach bydła mlecznego i mięsnego, oraz zapoznali się z ofertą m.in. produktów mleczarskich wytwarzanych w przydomowych manufakturach estońskich gospodarstw rolnych. Z rozmów z uczestnikami wyjazdu wynika, że część z nich rozważa rozwinięcie przydomowej produkcji wyrobów mlecznych, jako dodatkowego źródła przychodów.

Biorąc pod uwagę obserwowane tendencje demograficzne powodujące problemy w utrzymaniu młodych ludzi na wsiach (tzw. problem sukcesji) oraz realnego zmniejszenia się liczby gospodarstw produkujących mleko, zapoznanie uczestników wyjazdu z rozwiązaniami czyniącymi pracę w gospodarstwach mleczarskich lżejszą lub bardziej efektywną oraz rozwiązaniami pozwalającymi osiągnąć dodatkowe dochody (z tytułu przydomowej produkcji przetworów mlecznych) miało na celu uświadomienie uczestnikom, że praca w gospodarstwie mleczarskim nie musi zawsze angażować olbrzymiej ilości sił i czasu, a jej rentowność może być zwiększona dzięki skutecznym inwestycjom.

Zaprezentowane rozwiązania miały tym samym na celu zwiększenie zainteresowania utrzymaniem produkcji mleka w gospodarstwach, ich rozwojem oraz kontynuacją produkcji w gospodarstwach przekazywanych sukcesorom. Biorąc pod uwagę fakt zainteresowania uczestników wyjazdu prezentowanymi rozwiązaniami (zwłaszcza w zakresie przetwórstwa mleka na małą skalę) można stwierdzić, że cel wyjazdu został osiągnięty, a atrakcyjna forma wyjazdu zagranicznego (efektywnego kosztowo) dodatkowo sprzyjała zwiększeniu zainteresowania udziałem w tym przedsięwzięciu. Zatem można stwierdzić, że cel zadania przedstawiony w punkcie 3.6 wniosku o udzielenie wsparcia na realizację zadania „Wyjazd na Targi Estonia 2022” został zrealizowany w sposób efektywny.

Kontynuacja realizacji zadań o podobnym charakterze umożliwi zapoznanie większej liczby polskich rolników ze skutecznymi rozwiązaniami technicznymi i organizacyjnymi dla gospodarstw mleczarskich, co być może wpłynie na rozwój produkcji mleka w Polsce.

4. Mleczna kuchnia 2022

Celem realizacji zadania było przygotowanie i promocja strony internetowej zawierającej przepisy kulinarne na posiłki przygotowane z wykorzystaniem mleka i jego przetworów, a tym samym dostarczenie grupie docelowej informacji o możliwościach zastosowania mleka i jego przetworów w kuchni, co może wpłynąć na poziom spożycia tego typu produktów w Polsce.

W wyniku prowadzonej przez 3 miesiące (czerwiec – sierpień) kampanii reklamowych Facebook Ads i Google Ads uzyskano 22 992 kliknięć w przekierowujące na przygotowaną w ramach zadania stronę www.mlecznakuchnia.pl reklamy.

Całkowity zasięg prowadzonej kampanii reklamowej to 819 586 (tytu użytkownikom zobaczyło reklamy strony).

Całkowita liczba wyświetleń reklam to 1 149 070 (niektórzy użytkownicy mogli zobaczyć reklamy strony kilkakrotnie).

W czerwcu 2022r. na profilu Facebookowym strony zamieszczono 11 wpisów, na profilu na Instagram również 11.

Odwiedziny na stronie: ok. 14 tys. wyświetleń;

W lipcu 2022r. na profilu Facebookowym strony zamieszczono 13 wpisów, na profilu na Instagram również 13.

Odwiedziny na stronie: ok. 16 tys. wyświetleń;

W sierpniu 2022r. na profilu Facebookowym strony zamieszczono 14 wpisów, na profilu na Instagram również 14.

Odwiedziny strony www: ok. 20 tys. wyświetleń;

Biorąc pod uwagę uzyskane wyniki, można stwierdzić, że środki zaangażowane w przygotowanie strony i jej promocję zostały wykorzystane efektywnie, gdyż osiągnięto zakładaną liczbę kliknięć w przekierowujące na stronę reklamy, zasięgi postów w mediach społecznościowych też były zadowalające, liczba wyświetleń strony również.

W celu zwiększenia ogólnego zasięgu informacji prezentowanych na stronie www.mlecznakuchnia.pl wymagana jest dalsza promocja strony zarówno poprzez działania promocyjne (profile społecznościowe) jak i typowo reklamowe (Facebook Ads, Google Ads – różne formaty), co wymaga również przygotowania nowych treści na stronę w latach kolejnych. Rekomenduje się zatem promocję strony w latach kolejnych.

5. Udział w posiedzeniach komitetu handlu i gospodarki EDA

Zaplanowanym celem zadania było uzyskanie najnowszych informacji ekonomicznych i prawnych dotyczących światowego i unijnego rynku mleka, reprezentacja interesów polskiej branży mleczarskiej na forum UE. Cel ten został zrealizowany, gdyż:

Przedstawiciel Polski wziął udział w dwóch dofinansowanych ze środków FPM posiedzeniach tj. 15 marca 2022r. oraz 16 czerwca 2022r.:

- podczas obydwu posiedzeń omówiono dostępne informacje statystyczne dotyczące unijnego i światowego rynku mleka (przedstawiciel ZPPM przedstawił aktualną sytuację na rynku polskim);
- podczas obydwu posiedzeń zaprezentowano sprawozdania z posiedzeń grupy roboczej ds. handlu (omówiono toczące się negocjacje umów handlowych pomiędzy UE a innymi obszarami celnymi oraz omówiono bariery w handlu międzynarodowym) oraz grupy roboczej ds. WPR (omawiano m.in. problemy związane z Krajowymi Planami Strategicznymi WPR, zmiany w Programie dla szkół, problemy w implementacji dyrektywy o nieuczciwych praktykach handlowych itp.);
- doszło do spotkania z przedstawicielami Komisji Europejskiej, podczas którego zaprezentowano uczestnikom spotkania ocenę Komisji Europejskiej w zakresie sytuacji rynkowej, natomiast uczestnicy mieli okazję do podzielenia się z Komisją uwagami m.in. w zakresie interesów ofensywnych UE na rynkach eksportowych oraz np. uzyskać informacje na temat planowanych działań Komisji dotyczących rynku mleka.

Szczegółowe sprawozdania z posiedzeń Komitetu Handlu i Gospodarki EDA dostępne są na stronie internetowej ZPPM pod adresami:

1) <https://www.portalmleczarski.pl/2022/04/15/sprawozdanie-z-posiedzenia-tec/> (posiedzenie z 15 marca 2022r.)

2) <https://www.portalmleczarski.pl/2022/06/20/sprawozdanie-z-posiedzenia-komitetu-handlu-i-gospodarki-eda-16-06-2022/> (posiedzenie z 16 czerwca 2022r.)

Biorąc pod uwagę zakres zagadnień omawianych podczas posiedzeń Komitetu Handlu i Gospodarki EDA oraz ich wagę dla polskiej branży mleczarskiej, jak też możliwość bezpośredniego spotkania z przedstawicielami Komisji Europejskiej podczas posiedzeń Komitetu Handlu i Gospodarki EDA i wynikającą z tego możliwość zaakcentowania spraw istotnych z punktu widzenia polskiej branży mleczarskiej, udział w posiedzeniach Komitetu Handlu i Gospodarki EDA powinien być kontynuowany w kolejnych latach.

Raport Krajowego
Stowarzyszenia Mleczarzy
z zadań finansowanych ze
środków Funduszy Promocji
Mleka w roku 2022



Krajowe Stowarzyszenie Mleczarzy dzięki wsparciu finansowemu ze środków Funduszu Promocji Mleka zrealizowało w roku 2022 następujące zadania:

- 1) Opłacenie składki członkowskiej AEDIL
- 2) Opłacenie składki członkowskiej w organizacjach międzynarodowych EDA i FIL/IDF
- 3) Krajowa Ocena Przetworów Mlecznych
- 4) Konkurs "Innowacje Techniczne i Technologiczne w Mleczarstwie"
- 5) XV Euroforum Polskiego Mleczarstwa
- 6) Akcja informacyjno – promocyjna mleka i jego przetworów
- 7) Tłumaczenie i opracowanie materiałów z międzynarodowych organizacji branży mleczarskiej.

1. Opłacenie składki członkowskiej AEDIL

Numer decyzji:

CEN.DRR.WFP.705.275.2022.EKO.2

Miejsce realizacji zadania:

Polska

Termin realizacji zadania:

od 01.02.2022 do 30.03.2022

Grupa odbiorców:

Kadra zakładów przetwórczych.

Główny cel strategii promocji dla branży mleka i przetworów mlecznych na rok 2022, który realizuje zadanie:

Wzmocnienie pozycji poprzez uczestnictwo polskich organizacji w UE i na świecie.

Opis projektu:

AEDIL (Association for European Dairy Industry Learning) z siedzibą w Berlinie jest związkiem organizacji zawodowych istniejących w kilkunastu krajach Europy i zrzeszających dyplomowanych pracowników sektora mleczarskiego.

Opłacenie składki z tytułu członkostwa w AEDIL jest działaniem, dzięki któremu Krajowe Stowarzyszenie Mleczarzy jest w gronie stałych członków tej organizacji, uprawnionym do aktywnego uczestniczenia w jego działalności i realizacji wspólnych projektów w celu wspierania rozwoju i promocji spożycia mleka i jego przetworów .

Stałe członkostwo w AEDIL umożliwia:

- korzystanie z doświadczeń innych krajów dla doskonalenia zawodowego polskich kadr mleczarskich z uwzględnieniem promocji mleka i jego przetworów,

- dostosowanie polskiego systemu szkolenia tych kadr do standardów europejskich kładących nacisk na zwiększenie spożycia mleka i jego przetworów,

- integrację polskiego mleczarskiego środowiska zawodowego z europejskim w celu wykorzystania m.in. doświadczeń w zakresie promocji mleka.

Zadanie zostało zrealizowane zgodnie ze złożonym wnioskiem. Realizacja zadania polegała na opłaceniu rocznej składki członkowskiej za przynależność do AEDIL.

Osiągnięte efekty:

Efektom współpracy z AEDIL jest wdrażanie europejskich doświadczeń w promocji spożycia mleka i jego przetworów oraz dostosowanie polskiego systemu szkolenia kadr mleczarskich do standardów europejskich. Dzięki członkostwu w AEDIL Polska bierze aktywny udział w europejskich programach edukacyjnych i pozyskuje wiedzę na temat pożądaných i oferowanych umiejętności w europejskim sektorze mleczarskim (m.in. projekt ERASMUS).

2. Opłacenie składki członkowskiej w organizacjach międzynarodowych EDA i FIL/IDF

Numer decyzji:

CEN.DRR.WFP.705.273.2022.EKO.2

Miejsce realizacji zadania:

Polska

Termin realizacji zadania:

od 01.02.2022 do 30.03.2022 r.

Grupa odbiorców:

Kadra zakładów przetwórczych.

Główny cel strategii promocji dla branży mleka i przetworów mlecznych na rok 2022, który realizuje zadanie:

Wzmocnienie pozycji poprzez uczestnictwo polskich organizacji w UE i na świecie.

Opis projektu:

EDA - Europejskie Stowarzyszenie Przetwórców Mleka (European Dairy Association) jest organizacją skupiającą europejskich przetwórców mleka reprezentujących wszystkie typy przedsiębiorstw mleczarskich (spółdzielcze i prywatne), światowych liderów mleczarstwa, a także małe i średnie przedsiębiorstwa, tworzącą lobby mleczarskie wobec organów UE w zakresie warunków rozwoju europejskiego sektora mleka w ramach WPR.

FIL/IDF - Międzynarodowa Federacja Mleczarska – (Fédération Internationale de Laitiere / International Dairy Federation) jest światową organizacją branżową mającą na celu wykorzystanie międzynarodowej współpracy i kontaktów do rozpowszechniania naukowej, technicznej i ekonomicznej informacji i wiedzy. Jest to najstarsza organizacja mleczarska założona w 1903 r. Misją FIL/IDF jest reprezentowanie mleczarstwa na całym świecie poprzez zapewnienie najlepszych, ogólnych źródeł wiedzy naukowej w celu wspierania rozwoju i promocji jakości mleka i jego przetworów.

Członkostwo w tych prestiżowych organizacjach zapewniło dostęp do aktualnej wiedzy i informacji dotyczącej rynku mleka, wymianę doświadczeń pomiędzy krajami członkowskimi oraz możliwość opiniowania aktów prawnych i tworzenia stanowisk, które mają wpływ na polskie mleczarstwo. Informacje te były przekazywane polskiej branży mleczarskiej.

Zadanie zostało zrealizowane zgodnie ze złożonym wnioskiem. Realizacja zadania polegała na opłaceniu składki członkowskiej za przynależność do międzynarodowych organizacji branżowych EDA i FIL/IDF w kwocie przypadającej na KSM.

Osiągnięte efekty:

Opłacenie składek zapewniło członkostwo polskiej branży mleczarskiej w organizacjach międzynarodowych European Dairy Association EDA i International Dairy Federation FIL/IDF.

Członkostwo w tych organizacjach umożliwia:

- dostęp do wiedzy, bieżących informacji z rynku mleka i najnowszych międzynarodowych osiągnięć praktyki mleczarskiej,
- uczestniczenie w tworzeniu wszystkich ważnych dokumentów i opracowań dla sektora mleczarskiego na świecie oraz dostęp do tych materiałów,
- włączenie się w prace stałych komitetów i grup roboczych itp. (w zależności od struktury organizacji),
- reprezentowanie interesów polskiego mleczarstwa przy tworzeniu stanowisk EDA w kluczowych zagadnieniach dla unijnego mleczarstwa,
- opiniowanie i proponowanie nowych rozwiązań unijnego prawa z zakresu mleczarstwa,
- integrację krajowego mleczarstwa z unijnym i światowym mleczarstwem,
- reprezentowanie interesów polskich producentów i przetwórców mleka na arenie międzynarodowej oraz nawiązywanie nowych kontaktów biznesowych,
- wymianę doświadczeń pomiędzy krajami członkowskimi co przyczynia się do wdrażania światowych i europejskich doświadczeń w promocji spożycia mleka i jego przetworów.

3. Krajowa ocena przetworów mlecznych

Numer decyzji:

CEN.DRR.WFP.705.299.2022.MŁ.3

Miejsce realizacji zadania:

Cały kraj

Termin realizacji zadania:

od 01.02.2022 – 30.06.2022 r.

Grupa odbiorców:

Przedstawiciele branży mleczarskiej, naukowcy, członkowie organizacji branżowych, pracownicy podmiotów przetwórczych mleka i pracujących na rzecz mleczarstwa.

Główny cel strategii promocji dla branży mleka i przetworów mlecznych na rok 2022, który realizuje zadanie:

Wzrost spożycia mleka i budowanie dobrego PR wokół mleka i produktów mlecznych.

Opis projektu:

Krajowe Stowarzyszenie Mleczarzy od początku swojej działalności organizuje krajowe oceny przetworów mlecznych, których przesłaniem jest promocja i popularyzacja spożycia mleka i jego przetworów oraz podnoszenie jakości i atrakcyjności przetworów mlecznych.

W ramach działania została przeprowadzona przez Panele Oceniające: Komisje Arbitrów i Komisję Super Arbitrów ocena jakości przetworów mlecznych w określonych grupach asortymentowych.

Ocena obejmowała:

- anonimową ocenę sensoryczną wg przyjętych standardów opracowanych na bazie zaleceń przewodnika ISO/IDF przy użyciu metod rekomendowanych przez te międzynarodowe organizacje dla oceny sensorycznej (zanonimizowane i zakodowane produkty),
- ocenę prawidłowości znakowania zgodnie z obowiązującymi przepisami, a także estetyki i funkcjonalności produktu.

Komisja Super Arbitrów ustaliła listę laureatów, którym przyznała medale z wizerunkiem Patrona Oceny dr inż. Zbigniewa Dajnowca i przyznała statuetkę „Produkt Mleczny Roku 2022”.

Zadanie zostało zrealizowane zgodnie ze złożonym wnioskiem.

Osiągnięte efekty:

Krajowa Ocena Przetworów Mlecznych umożliwiła porównanie jakości tych samych grup asortymentowych w skali kraju. W celu budowania dobrego PR wokół mleka i produktów mlecznych oraz promocji ich spożycia przekazano informacje niezbędne do podjęcia działań nagłaśniających

znakomitą jakością polskich produktów mlecznych gwarantowaną przez ogólnokrajowe organizacje branżowe. Na łamach czasopism branżowych i rolniczych, na portalach branżowych oraz na stronie internetowej organizatora zostały zamieszczone informacje o przebiegu i wynikach Oceny, co przyczyniło się do wzrostu wiedzy na temat walorów polskich produktów mlecznych.

4. Konkurs "Innowacje Techniczne i Technologiczne w Mleczarstwie"

Numer decyzji:

CEN.DRR.WFP.705.217.2022.MRE.5

Miejsce realizacji zadania:

Cały kraj

Termin realizacji zadania:

od 01.02.2022 do 30.06.2022

Grupa odbiorców:

Rolnicy – producenci mleka.

Kadra kierownicza w zakładach przetwórczych mleka.

Główny cel strategii promocji dla branży mleka i przetworów mlecznych na rok 2022, który realizuje zadanie:

Promocja stosowanych innowacyjnych rozwiązań przez podmioty branży mleczarskiej w zakresie produkcji, skupu, rozwoju kadr, technologii, potencjału i efektywności w kontekście podnoszenia konkurencyjności branży i jakości produktu finalnego (mleko i jego przetwory) w celu wypracowania pozycji na arenie krajowej i międzynarodowej.

Opis projektu:

Konkurs skierowany był do podmiotów przetwórstwa mleka, firm pracujących na rzecz hodowli bydła, produkcji i przetwórstwa mleka, rolników indywidualnych – producentów mleka.

Kapituła Konkursu przyzna laureatom statuetki i dyplomy.

W ramach działania Kapituła Konkursu powołana przez Prezesa Krajowego Stowarzyszenia Mleczarzy przeprowadziła analizę i ocenę ekspercką zgłoszonych wniosków.

Główne kryteria wyboru laureatów:

- wpływ proponowanej innowacji na promocję spożycia mleka i przetworów mlecznych,
- wynik wyliczenia okresu zwrotu nakładów,
- skala i wartość inwestycji.

Laureaci Konkursu zostali wyłonieni w 4 kategoriach:

- ochrona środowiska,
- gospodarka energią,
- innowacyjne rozwiązania procesowe,
- innowacyjne rozwiązania w hodowli bydła mlecznego i produkcji mleka.

Laureaci otrzymali statuetki z wizerunkiem Patrona Konkursu Stanisława Różakolskiego – polskiego fabrykanta wirówek oraz grawerowane dyplomy.

Zadanie zostało zrealizowane zgodnie ze złożonym wnioskiem.

Osiągnięte efekty:

Efektom podjętych działań jest stymulowanie rozwoju nowych produktów i innowacyjnych rozwiązań gwarantujące jakość, obniżkę kosztów, wzrost konkurencyjności mających przełożenie na promocję produktów mleczarskich oraz wzrost wiedzy wśród kadry kierowniczej zakładów przetwórczych mleka i producentów mleka w obszarze najnowszych trendów w zrównoważonym rozwoju sektora mleka.

Konkurs został spopularyzowany poprzez zamieszczenie informacji na łamach czasopism branżowych i rolniczych, portalu branżowych oraz na stronie internetowej organizatora.

5. XV Euroforum Polskiego Mleczarstwa

Numer decyzji:

CEN.DRR.WFP.705.171.2022.JKP.2

Miejsce realizacji zadania:

Cały kraj, hotel Windsor w Jachrance.

Termin realizacji zadania:

od 01.02.2022 do 30.06.2022 r.

Grupa odbiorców:

Kadra zakładów przetwórczych zarządzająca i kierownicza.

Główny cel strategii promocji dla branży mleka i przetworów mlecznych na rok 2022, który realizuje zadanie:

Wzrost spożycia mleka i budowanie dobrego PR wokół mleka i produktów mlecznych

Opis projektu:

Jednym z bardzo ważnych celów działalności statutowej Krajowego Stowarzyszenia Mleczarzy są

działania na rzecz rozwoju i poszerzania wiedzy wśród podmiotów branży mleczarskiej. W cel ten wpisuje się projekt pt. XV Euroforum Polskiego Mleczarstwa, podczas którego uczestnicy zapoznali się z aktualnymi i przyszłymi zagadnieniami, problemami związanymi ze światowym, europejskim i krajowym sektorem mleczarskim, najnowszymi osiągnięciami w technice i technologii pod kątem poprawy jakości przetworów mlecznych oraz ich promocją.

Uczestnicy wysłuchali wykładów m.in. na temat:

„Kondycja gospodarstw i opłacalność produkcji mleka”

„Od obory do stołu – perspektywy badawcze w mleczarstwie”

„Profilaktyka i zarządzanie w stadach bydła mlecznego jako istotny czynnik dobrostanu”

„Zielony Ład - ślad środowiskowy”

„Etykietowanie środowiskowe żywności jako narzędzie Europejskiego Zielonego Ładu”

„Krajowe Centra Doskonałości Mleczarstwa – rola w kształceniu kadr i promocji”

Zadanie zostało zrealizowane zgodnie ze złożonym wnioskiem.

Osiągnięte efekty

Podczas XV EPM przeprowadzono działania informacyjne i edukacyjne, celem których była budowa pozytywnego wizerunku mleka i przetworów, a także przetwórców i producentów mleka, zaktualizowanie wiedzy w zakresie najnowszych trendów w produkcji i przetwórstwie mleka, trendów konsumenckich i przekazanie uczestnikom argumentów do budowy pozytywnego wizerunku mleka i jego przetworów oraz do walki z czarnym PR.

XVI Euroforum Polskiego Mleczarstwa zostało objęte Patronatem Honorowym Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi.

6. Akcja informacyjno – promocyjna mleka i jego przetworów

Numer decyzji:

CEN.DRR.WFP.705.169.2022.JKP.

Miejsce realizacji zadania:

Cały kraj

Termin realizacji zadania:

Od 01.02.2022 do 30.06.2022 r.

Grupa odbiorców:

Nauczyciele, naukowcy, przedstawiciele mediów.

Główny cel strategii promocji dla branży mleka i przetworów mlecznych na rok 2022, który realizuje zadanie:

„Wzrost spożycia mleka i budowanie dobrego PR wokół mleka i produktów mlecznych”

Opis projektu:

„Akcja informacyjno – promocyjna mleka i jego przetworów” jest prowadzonym od lat działaniem informacyjnym i edukacyjnym.

W ramach realizacji zadania przeprowadzono działania informacyjne i edukacyjne, celem których był wzrost wiedzy wśród uczestników w zakresie znaczenia mleka i jego przetworów w żywieniu dzieci i młodzieży, najnowszych trendów w przetwórstwie i trendów konsumenckich, promocji przetworów mlecznych i budowania pozytywnego wizerunku mleka i jego przetworów.

Podczas seminarium przedstawiono wykłady na temat:

„Zmiany w znakowaniu żywności ze szczególnym uwzględnieniem Nutri-Score i profili żywieniowych oraz ich konsekwencje dla producentów.”

„Różne oblicza promocji produktów mleczarskich”

„Przekąski mleczne w strukturze rynku”

„ Mleko w żywieniu dzieci – dlaczego ważne?”

Uczestnicy zapoznali się z prezentacjami dotyczącymi:

- regulacji oraz działań Prezesa UOKiK,
- aktualnej problematyki europejskiego mleczarstwa omawianej na konferencji, Komitetach i Zarządzie EDA,
- Europejskiego Zielonego Ładu a wyzwania dla sektora mleczarskiego,
- wystąpieniem Zastępcy Dyrektora Generalnego Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa.
- 25 lat działalności Polskiego Komitetu Międzynarodowej Federacji Mleczarskiej.

Uczestnicy aktywnie włączyli się do dyskusji zadając liczne pytania ekspertom oraz wspólnie zastanawiali się, jak zwiększyć spożycie mleka i przetworów mlecznych.

Zadanie zostało zrealizowane zgodnie ze złożonym wnioskiem z wyjątkiem przyznania tytułu „Nauczyciel Mleczarstwa Roku” i nagrody pieniężnej za kierowanie przygotowaniem uczniów uhonorowane zajęciem przez nich I, II i III miejsca w Olimpiadzie Wiedzy o Mleku i Mleczarstwie. Powodem tego było odwołanie Olimpiady przez organizatora - Krajowy Związek Spółdzielni Mleczarskich - z powodu pandemii COVID-19.

Osiągnięte efekty

Podczas seminarium uczestnikom została przekazana rzetelna wiedza i informacja, celem której była budowa pozytywnego wizerunku mleka i jego przetworów. Uzyskaną wiedzę uczestnicy wykorzystali

w pracy dydaktycznej z młodzieżą oraz do popularyzowania w mediach lub w relacjach z mediami w celu tworzenia dobrego PR mleka i jego przetworów, mającego wpływ na wzrost spożycia mleka i przetworów.

7. Tłumaczenie i opracowanie materiałów z międzynarodowych organizacji branży mleczarskiej

Numer decyzji

CEN.DRR.WFP.705.518.2022.MŁ.8

Miejsce realizacji zadania:

Cały kraj

Termin realizacji zadania:

od 01.06.2022 do 30.11.2022 r.

Grupa odbiorców:

Polska branża mleczarska: kadra kierownicza w zakładach przetwórczych, rolnicy - producenci mleka, branżowe organizacje pozarządowe.

Główny cel strategii promocji dla branży mleka i przetworów mlecznych na rok 2022, który realizuje zadanie:

Doskonalenie kadr branży mleczarskiej.

Opis projektu:

Zadanie polegało na tłumaczeniu z języka angielskiego na język polski, opracowaniu i redakcji materiałów publikowanych przez międzynarodowe organizacje branży mleczarskiej, które są niewyczerpanym i aktualnym źródłem informacji o sytuacji mleczarstwa na świecie. Tłumaczenie i opracowanie tych materiałów dało możliwość skorzystania z dorobku informacyjnego międzynarodowych organizacji branży mleczarskiej, których jesteśmy członkami. Na bieżąco aktualizowano stronę internetową KSM i publikowano przetłumaczone materiały.

W ramach działania przetłumaczono:

1. EDA Dairy Flash od Nr 8/2022 do Nr 15/2022
2. EDA the world of milk and EU Dairy Sector. Często zadawane pytania.
3. Bulletin of the IDF N° 491 / 2018 „Teat-cup and cluster removal strategies for cattle and small ruminants: review and recommendations”

Strategie zdejmowania kubków udojowych i aparatów udojowych dla krów i małych przeżuwaczy. Przegląd i zalecenia.

4. IDF Factsheet nr 15/2020 Listopad 2020 „Naturally occurring nitrates in cheese”
Azotany naturalnie występujące w serach.
5. IDF Factsheet nr 005/ 2019 -07 „Is there real evidence for a link between milk and mortality?”
Czy istnieją rzeczywiste dowody na powiązania pomiędzy spożywaniem mleka a umieralnością?
6. IDF Factsheet nr 22/2022 „Enumeration of butyric acid forming (cheese spoiling) clostridia – methodical considerations”
Oznaczanie liczby clostridiów powodujących powstawanie kwasu masłowego (wady sera - “psucie”) – rozważania metodologiczne.
7. Bulletin of the IDF N° 516/2022: „Heat Treatment of Milk”
Obróbka cieplna mleka.
8. IDF Factsheet nr 007/2019- 09 „Bioprotection”
Biologiczne utrwalanie żywności.

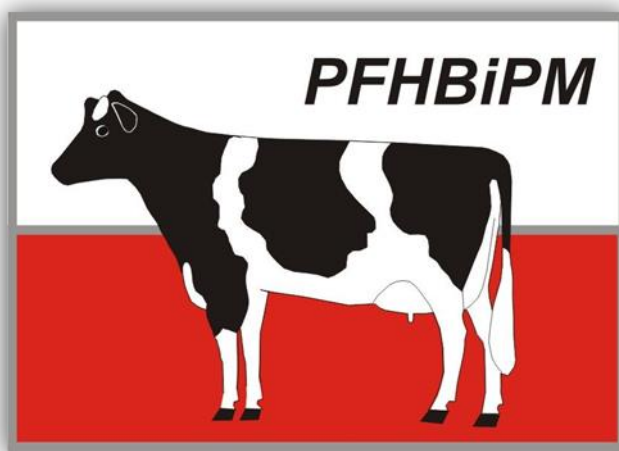
Zadanie zostało zrealizowane zgodnie ze złożonym wnioskiem.

Osiągnięte efekty

Polska branża mleczarska, w tym kadra kierownicza zakładów przetwórczych mleka, rolnicy-producenci mleka, branżowe organizacje pozarządowe, uzyskała dostęp do istotnych informacji i opracowań związanych z europejskim i światowym mleczarstwem. Wpłynęło to na wzrost wiedzy wśród pracowników tej branży, a także do wykorzystania przekazanych informacji w bieżącej pracy poprzez wdrażanie europejskich doświadczeń, rozwiązań i najświeższych informacji rynkowych, a jednocześnie wzrost konkurencyjności polskiej branży mleczarskiej.

Materiały publikowane były na stronie internetowej Krajowego Stowarzyszenia Mleczarzy www.mlekoland.com oraz na stronach internetowych innych organizacji branżowych i portali branżowych. Tłumaczone materiały posiadały oznakowanie o sfinansowaniu z Funduszu Promocji Mleka.

Raport Polskiej Federacji
Hodowców Bydła i
Producentów Mleka
z zadań finansowanych ze
środków Funduszu Promocji
Mleka w roku 2022



1. A2A2 nowa droga produktów mlecznych – zastosowanie selekcji genomowej w produkcji żywności o obniżonej alergenicności



Miejsce realizacji zadania: cały kraj

Termin realizacji zadania: 01.12.2021 r. -30.11.2022 r.

Grupa odbiorców: konsumenci i producenci mleka, utrzymujący zwierzęta objęte oceną

Opis projektu: Od grudnia 2021 roku do listopada 2022 r., Polska Federacja Hodowców Bydła i Producentów Mleka realizowała projekt, którego celem było oszacowanie potencjału produkcji mleka A2 w Polsce. Mleko A2A2 to produkt dostępny w wielu krajach Europy Zachodniej, Stanach Zjednoczonych czy Chinach. Nazywane jest mlekiem pierwotnym. Cechuje je wyższa przyswajalność – jest łatwiejsze do strawienia niż mleko konwencjonalne, dlatego stanowi dobrą alternatywę dla osób z nietolerancją pokarmową. Mleka A2A2 nie można wyprodukować nawet w najlepszej fabryce. Pozyskiwane jest wyłącznie od krów z genotypem A2A2. W Polsce, gdzie jeszcze nie oddziela się od siebie stad mlecznych z różnymi genotypami, w sklepach można spotkać mleko mieszane, czyli zarówno z beta-kazeiną A1, jak i A2, ponieważ krowy produkują obie jego formy. Mleko A2 różni się od mleka A1 tylko jednym z 209 aminokwasów w łańcuchu białek. Nie ma między nimi żadnych

dysproporcji smakowych, zapachowych czy różnic w konsystencji, występuje jedynie różnica funkcjonalna, na poziomie przyswajalności. Mleko A2 jest produktem całkowicie naturalnym, który nie podlega żadnym modyfikacjom. Polska Federacja Hodowców Bydła i Producentów Mleka wiąże duże nadzieje z mlekiem A2. Jako łatwiej przyswajalne przez organizm, pozwoli dotrzeć polskim przetwórcom do większej grupy konsumentów – głównie tych, którzy rezygnują z nabiału, z powodów nietolerancji pokarmowych. Aktualna piramida żywieniowa zaleca picie, w tym celu dwóch szklanek mleka dziennie lub spożywanie analogicznej ilości przetworów mlecznych, a eksperci przypominają, że wapń ze źródeł zwierzęcych jest przyswajamy lepiej niż pochodzący z roślin. Spożywanie mleka A2 przynosi oczywiste korzyści dla konsumentów, ale na jego produkcji zyskają także hodowcy. Za granicą, ceny nabiału produkowanego z tego surowca są wyższe niż nabiału konwencjonalnego, a to się przekłada na opłacalność produkcji mleka. Mleko A2 to w Polsce jeszcze niezagospodarowany obszar, dający duże możliwości rozwoju i dobre perspektywy eksportowe. W ramach przedsięwzięcia podejmowano różnorodne działania, mające na celu dotarcie do hodowców z informacjami, jakie korzyści płyną z genotypowania stad, ale także do konsumentów, by uświadomić im, czym jest mleko o obniżonej alergenicności. W tym celu zrealizowano szereg aktywności.

1. Warsztaty dla hodowców bydła mlecznego na temat mleka A2. Przeprowadzone zostały w marcu 2022 roku w gospodarstwach zlokalizowanych w województwach dolnośląskim, mazowieckim, podlaskim i pomorskim.

- 18 marca 2022 – w Ośrodku Hodowli Zarodowej w Przerzecznym-Zdroju,
- 23 marca 2022 – w gospodarstwie Skwierczyn-Dwór,
- 24 marca 2022 – w hodowli w Ciemnoszyjach,
- 29 marca 2022 – w Cieszymowie.

Celem spotkań było zwiększenie świadomości, na temat korzyści wynikających z genotypowania bydła w gospodarstwach rolnych i podkreślenie zalet produkcji mleka A2. Uczestnicy mieli możliwość wzięcia udziału w części teoretycznej i praktycznej szkolenia. Część teoretyczna składała się z trzech wykładów, które urozmaicono pokazem filmów video. Uczestnicy szkoleń mogli również obejrzeć specjalne mikromacierze, dzięki którym w procesie genotypowania odczytywane są informacje genetyczne o poszczególnych zwierzętach. Część praktyczna szkolenia odbyła się w oborach. W jej trakcie hodowcy zapoznali się z narzędziami pracy hodowlanej i dowiedzieli się, co muszą zrobić, by stworzyć stado produkujące mleko w wersji A2A2. Podczas spotkania omawiano m.in. następujące zagadnienia:

- czym jest genotypowanie i jak wygląda w praktyce,
- jak wygląda zastosowanie technik genotypowania w Europie i na świecie,
- jakie są korzyści z genotypowania stada dla hodowcy,
- jakie zalety ma mleko A2A2 otrzymywane dzięki genotypowaniu stada,
- jakie mogą być przewagi konkurencyjne mleka A2A2 wobec konwencjonalnego surowca i w jaki sposób może być ono wykorzystywane.

Spotkanie prowadzili eksperci Polskiej Federacji Bydła i Producentów Mleka. Każdy z uczestników otrzymał zestaw materiałów szkoleniowych i promocyjnych. Zwieńczeniem spotkania był wspólny obiad. W szkoleniach wzięło udział ponad 200 hodowców bydła mlecznego. Na podstawie ankiet ewaluacyjnych, przeprowadzanych po realizacji szkolenia, możemy przyznać, że spełniło ono

oczekiwania uczestników, którzy wysoko ocenili przydatność zdobytej wiedzy na temat produkcji mleka A2.

2. Publikacje w mediach. W czasie trwania projektu do mediów ogólnopolskich, regionalnych, branżowych i biznesowych wysyłano informacje prasowe przybliżające, czym jest mleko A2, jakie są jego walory oraz jakie korzyści mogą płynąć z produkcji, tego rodzaju mleka dla hodowców i konsumentów. Zagadnienia te spotkały się z dużym zainteresowaniem. Na temat mleka A2 ukazało się łącznie blisko 300 materiałów prasowych, m.in. w „Dzienniku Gazecie Prawnej”, Polskim Radio czy Agrobiznesie. Przez miesiąc na portalu Farmer.pl, w specjalnej zakładce poświęconej projektowi, można było zapoznać się z informacjami o mleku A2.

3. Współpraca z ekspertami. Wiedza na temat mleka A2 nie jest jeszcze powszechna, dlatego informacje o nim przekazywali (szczególnie konsumentom) znani i cenieni eksperci, m.in.: prof. Mirosław Jarosz, prof. Stanisław Kamiński, Dorota Osóbka czy Aneta Łańcuchowska. Eksperci wzięli udział w nagraniu serii filmów, w których wyjaśniali, czym jest mleko A2A2, w jaki sposób powstaje, jakie są jego walory, jakie korzyści płyną ze spożywania tego rodzaju mleka. Każdy z odcinków był utrzymany w konwencji telewizyjnej śniadaniowej. Filmy można obejrzeć na kanale YT Polskiej Federacji Hodowców Bydła i Producentów Mleka oraz na FB *Dziękujemy, że pijecie mleko*.

4. Promocja w Internecie. Współczesne działania komunikacyjne nie mogą się odbyć z pominięciem aktywności realizowanych w Internecie. W ramach tych działań regularnie postowano na temat zalet mleka A2 na FP *Dziękujemy, że pijecie mleko*, promowano stronę z informacjami o mleku A2, wśród osób świadomych żywieniowo i poszukujących informacji, na temat zdrowego stylu życia, a także wśród hodowców i przetwórców. Wspierano również promocję filmów z ekspertami. Działania te, pozwoliły dotrzeć do setek tysięcy konsumentów potencjalnie zainteresowanych mlekiem A2. Promocja i edukacja nie miałyby sensu, gdyby nie praca z hodowcami i badania rynku, czy Polska ma potencjał, by rozpocząć produkcję mleka A2. To zadanie należało do Laboratorium Genetyki Bydła, które 6 grudnia 2021 roku rozpoczęło otwarty nabór, do projektu dla hodowców bydła mlecznego zainteresowanych przystosowaniem gospodarstwa do produkcji mleka A2A2. Hodowca, aby zgłosić chęć udziału w projekcie i zgenotypować samice ze swojego stada, musiał wypełnić formularz rejestracyjny, dostępny na stronie internetowej pod adresem: <http://a2a2.pfhb.pl>. Zgłosiło się 431 hodowców. W ciągu trwania projektu zbadano 14 304 samice. W projekcie wzięli udział hodowcy z 15 województw. Najwięcej zgenotypowano samic pochodzących z województw: wielkopolskiego (3647 sztuk), podlaskiego (2758 sztuk) i mazowieckiego (1968 sztuk).

Województwo	Liczba próbek	%
świętokrzyskie	48	0,3
podkarpackie	74	0,5
dolnośląskie	200	1,4
małopolskie	225	1,6
śląskie	335	2,3
zachodniopomorskie	390	2,7
opolskie	432	3

lubelskie	437	3,1
łódzkie	453	3,2
warmińsko-mazurskie	615	4,3
kujawsko-pomorskie	850	5,9
pomorskie	1872	13,1
mazowieckie	1968	13,8
podlaskie	2758	19,3
wielkopolskie	3647	25,5

Spośród 14 304 przebadanych samic, aż 6926 (48%) posiada pożądany genotyp A2A2 (subpopulacja produkcyjna). Niewiele mniej, bo 6044, posiada genotyp A1A2 (subpopulacja zapasowa, będąca źródłem materiału genetycznego dla subpopulacji produkcyjnej). Natomiast tylko 1334 samice, czyli około 9% badanej populacji, posiada genotyp A1A1.

Ogólnie	Wszystkie	Genotyp	Ilość	%
beta-kazeina	14304	A1A1	1334	9,3
		A1A2	6044	42,3
		A2A2	6926	48,4

W ramach projektu przebadanych zostało ponad 14 000 samic siedmiu ras. Zdecydowana większość badanych to jałówki rasy holsztyńsko-fryzyskiej odmiany czarno-białej (13 346 sztuk) oraz czerwono-białej (611 sztuk). Wśród najliczniejszej grupy (HF odmiany czarno-białej) prawie połowa samic posiada pożądany genotyp A2A2 (49,2%)

		Ogólnie	A1A1	%	A1A2	%	A2A2	%
Rasy	HO	13346	1158	8,7	5621	42,1	6567	49,2
	RW	611	94	15,4	268	43,9	249	40,7
	MO	143	16	11,2	63	44,1	64	44,7
	RP	138	53	38,4	67	48,6	18	13
	SM	24	4	16,7	14	58,3	6	25
	ZR	18	9	50	8	44,4	1	5,6
	BS	17	0	0	1	5,9	16	94,1
	JE	7	0	0	3	42,9	4	57,1

Tak dobre wyniki genotypowania samic, pozwalają myśleć o rozwoju rodzimego rynku mleka A2A2 i otwierają nowe perspektywy przed hodowcami bydła mlecznego.

Ocena efektywności: Z badań, zrealizowanych w ramach projektu „A2A2 - nowa droga produktów mlecznych – zastosowanie selekcji genomowej w produkcji żywności o obniżonej alergenicności” wynika, że Polska ma znaczny potencjał do produkcji mleka A2. Wyniki stanowią ogromną szansę dla rodzimych hodowców bydła i producentów mleka. W ramach projektu współfinansowanego przez Fundusz Promocji Mleka, w okresie między grudniem 2021 roku a listopadem 2022 roku, Polska

Federacja Hodowców Bydła i Producentów Mleka zbadała genotyp ponad 14 tys. sztuk bydła. Wyniki są bardziej niż zadowalające. Okazało się, że ponad 48 proc. badanych zwierząt posiada genotyp A2, u ponad 42 proc. stwierdzono genotyp A1A2, a genotyp A1A1 u jedynie 9 proc. zbadanych zwierząt. Pozwala to myśleć o rozwoju rodzimego rynku mleka A2A2, otwierając tym samym nowe perspektywy przed hodowcami bydła mlecznego w Polsce. Utworzenie polskiego rynku mleka A2A2 jest ogromną szansą dla polskich hodowców i przetwórców. Na rynku amerykańskim, produkty wytworzone z mleka A2A2, osiągają ceny prawie 3 wyższe niż produkty konwencjonalne, co może w istotny sposób podnieść opłacalność produkcji mleczarskiej. Uruchomienie produkcji mleka A2A2 w Polsce otwiera też większe możliwości eksportowe dla polskiego mleczarstwa

2. Targi ferma bydła



Miejsce realizacji zadania: Bydgoszcz

Termin realizacji zadania: 25.02.2022 r. -27.02.2022 r.

Grupa odbiorców: konsumenci i producenci mleka

Opis projektu: Targi Ferma 2022 rozpoczęły się 25 lutego i trwały do niedzieli 27 lutego. Zaproszono 31 tys. gości, a w hali wystawienniczej można było odwiedzić stoiska 250 wystawców - firm specjalizujących się w szeroko pojętej hodowli zwierząt gospodarskich. Był to czas na zapoznanie się z nowościami technologicznymi, paszowymi, wyposażenia budynków inwentarskich, a także wymianę poglądów z rolnikami z innych rejonów Polski. Podczas tegorocznych Targów Ferma w Bydgoszczy odbyła się prelekcja połączona z debatą na temat Zielonego Ładu, czyli zmian w rolnictwie promowanych przez Komisję Rolnictwa Unii Europejskiej. Nad tym, co mogą one przynieść zarówno rodzimym, jak i zachodnim gospodarstwom, dyskutowali przedstawiciele różnych środowisk związanych z rolnictwem. Moderator debaty wskazał, na przykładzie własnego gospodarstwa, różnice kosztów produkcji przed pandemią i obecnie, które znacząco wzrosły. Zauważył także, że średnia cena mleka w styczniu bieżącego roku wynosiła 2,05 zł za litr, a cena skupu, tego surowca w Polsce, w grudniu 2021 r. oscylowała w granicach 1,40–2,70 za litr. Jednocześnie zaznaczył, że rosnące koszty produkcji prowadzą do redukcji zysku na jednym litrze mleka. Jeszcze 18 lat temu (wstąpienie Polski do UE) równowartość miesięcznego wynagrodzenia stanowił dochód z 10 krów, o wydajności 6 tys. litrów mleka. Dzisiaj, aby uzyskać równowartość miesięcznego średniego wynagrodzenia, trzeba doić ok. 30 krów, i to z wydajnością 8 tys., a nie 6 tys. litrów. Prelegent wskazał na konieczność zmiany struktury hodowli bydła mlecznego. Wynika to chociażby z tego, że 18 lat temu polski konsument musiał poświęcać 12 minut pracy, aby zarobić na litr mleka, a dzisiaj jest to tylko 5 minut. Dodatkowo zupełnie zmieniła się struktura wydatków przeciętnego obywatela, który w latach 50. ubiegłego wieku na produkty spożywcze przeznaczał ponad 2/3 swojego uposażenia, a tylko małą jego część na tzw. artykuły dobrobytu. Z biegiem lat ta proporcja się zmieniała, w latach 80. na pożywienie wydawano ponad połowę dochodów, a obecnie żywność stanowi ok. 1/4 budżetu. Co zatem czeka produkcję mleka w przyszłości? Liczba gospodarstw mlecznych znacząco się zredukuje, chociaż pogłowie krów pozostanie na podobnym poziomie, za to produkcja mleka wzrośnie, aczkolwiek do pewnego czasu. Trzeba tu jednocześnie zaznaczyć, że spożycie mleka na jednego mieszkańca w Polsce (bez masła) znacząco wzrosło: w 2005 r. wynosiło 173 kg, a w 2018 r. już 226 kg. Prowadzący wykład podkreślił, że Europa posiada jeszcze olbrzymi potencjał produkcji mleka, ale rynek europejski jest nasycony. Do tego, pojawia się coraz więcej produktów mlekozastępczych, których producentami, o dziwo, są również mleczarnie – spółdzielnie należące do rolników, które będą wprowadzać takie towary do obrotu, by móc dostawcom mleka płacić godziwą cenę za ich surowiec. Chociaż zakrawa to na żart, to jednak tak się dzieje. Sytuacji nie poprawia także presja społeczna i aktywność organizacji zajmujących się obroną praw zwierząt, a także coraz surowsze przepisy ochrony środowiska w produkcji zwierzęcej. Jak zaradzić tej sytuacji? Zdaniem prelegenta, receptą jest stworzenie pozytywnego wizerunku rolnictwa, czego można się uczyć, obserwując sposoby promowania wyrobów przez poszczególne sektory przemysłu, zwracając szczególną uwagę na to, jakie treści i zdjęcia docierają do

opinii publicznej. Prelegent zwrócił uwagę, że odpowiednia wiedza i celna riposta, mogą wiele zdziałać w sytuacji różnorodnych oskarżeń. Duże obawy wzbudza, wśród hodowców, promowany przez Unię Europejską Zielony Ład, w którym nowoczesne, duże fermy, z wysoką wydajnością mogą mieć duże problemy, a także spotykać się z brakiem akceptacji społeczeństwa, niskim wsparciem ze strony państwa i wrogością środowisk wege, eko i animals. W nowej rzeczywistości, promowane mają być małe gospodarstwa ekologiczne, bez wyśrubowanej wydajności, które już zyskały przychylność w rodzimym Polskim Ładzie. Tutaj pojawia się pewien paradoks. Emisja metanu, w większych stadach, czyli przy średniej wydajności mlecznej powyżej 10 tys. litrów, to ok. 12 g na litr surowca. W małych tzw. ekologicznych gospodarstwach, o średniej wydajności 4–5 tys. litrów, emisja metanu wynosi już 23 g na litr mleka. Wniosek nasuwa się sam: biorąc pod uwagę polską produkcję mleka w ilości 14 mld litrów rocznie, to produkcja uzyskana w całości od krów, o średniej wydajności 10 tys. litrów, obciąży atmosferę ok. 168 tys. ton metanu. Z kolei, gdyby przełożyła się na małe gospodarstwa, o średniej wydajności 4,5 tys. litrów, to wygenerowałyby już 322 tys. ton metanu, czyli prawie dwukrotnie więcej. Zatem, małe gospodarstwa generują o wiele większe skażenie atmosfery niż duże hodowle. Warto zwrócić uwagę na fakt, że również kukurydza absorbuje dwutlenek węgla z atmosfery, dzięki czemu wpływa na zmniejszenie globalnego ocieplenia. A nasze mleko jest produkowane przez zwierzęta żywione kukurydzą, czyli dzięki wzrostowi wydajności życiowej krów, redukujemy emisję metanu do atmosfery i wytwarzamy mleko klimatycznie przyjazne. Jak zatem będzie wyglądać rolnictwo i hodowla bydła po wprowadzeniu Zielonego Ładu. Zagrożeniami są na pewno wysokie koszty produkcji, brak siły roboczej, problem z akceptacją społeczeństwa, przepisy dotyczące środowiska, weganizm, produkty mleko zastępcze, a także mogące się pojawiać niedobory wody. Szans z kolei należy upatrywać w stale rosnącej i wymagającej wyżywienia populacji ludzi na świecie, wysokiej jakości produktów mlecznych, paszach objętościowych z roślin przyjaznych klimatowi, panującym w Polsce umiarkowanym klimacie (sprzyjającym produkcji mleka) oraz w wysokim spożyciu własnym i eksporcie. Warto również, zwrócić uwagę na politykę w kraju, która może stanowić zagrożenie dla produkcji mleka lub jej sprzyjać. Po wykładzie odbyła się debata, w której udział wzięli: specjalista z Polskiego Stowarzyszenia Rolnictwa Zrównoważonego ASA, attache ds. rolnictwa ambasady Niemiec w Polsce, główny hodowca w Ośrodku Hodowli Zarodowej w Dęboliście i sekretarz Zarządu Polskiej Federacji Hodowców Bydła i Producentów Mleka oraz wielkopolski hodowca bydła mlecznego. Specjalista z Polskiego Stowarzyszenia Rolnictwa Zrównoważonego ASA zasygnalizował, że mówiąc o europejskim Zielonym Ładzie, należy zwracać uwagę na wytyczne indywidualnie ustalone dla poszczególnych państw, gdyż przewidywane normy lub limity, nie muszą być tak dotkliwe, jak mogłoby się wydawać. Podkreślił jednocześnie, że przysłówiowy diabeł, jak zwykle tkwi w szczegółach i warto się w nich orientować. Następnie o ideę Zielonego Ładu zapytano attache ds. rolnictwa ambasady Niemiec w Polsce, pochodzącego z kraju, który może poszczycić się największą produkcją mleka w Unii Europejskiej. – Niemieccy rolnicy generalnie

popierają Zielony Ład, chociaż pytają, kto za to zapłaci – podkreślił attache ds. rolnictwa ambasady Niemiec w Polsce. Wszystkie organizacje rolnicze mają świadomość, że społeczeństwo tego oczekuje, ale ostatnio toczy się wiele dyskusji, żeby od strony naukowej sprawdzić możliwości i zagrożenia. Pozostaje pytanie, kto sfinansuje te wielkie zmiany i tę redukcję produkcji. Wiele się słyszy, że te koszty w dużej mierze będzie musiał ponieść finalnie konsument. Do tego zmianom w rolnictwie sprzyjają rządzący wywodzący się z partii Zielonych i otwarcie sprzyjający wszystkim ekologicznym inicjatywom. Krótko mówiąc – zrobimy wszystko to, czego będzie od nas wymagała Unia Europejska odnośnie Zielonego Ładu. Wszystkie organizacje rolnicze w Niemczech, mają świadomość, że społeczeństwo tego oczekuje, jednak pojawia się jednocześnie bardzo dużo głosów, aby dokładnie sprawdzić, co jest możliwe do realizacji, a co nam zagraża, w związku z nowym prawodawstwem. Jak będzie wyglądał Zielony Ład w dużych państwowych gospodarstwach? Czy wzrosną koszty prowadzenia takich hodowli? Te pytania skierowane zostały do przedstawiciela OHZ Dębówka. Koszty produkcji znacząco wzrosną, za co pewnie zapłaci konsument. Ale trzeba na to spojrzeć też z hodowlanego punktu widzenia. Jak wszyscy wiemy, w założeniach Zielonego Ładu przewidywane jest m.in. zmniejszenie zużycia herbicydów czy nawozów, a przecież my te krowy HF musimy jakoś wyżywić, podczas gdy one mają bardzo duże wymagania pokarmowe, szczególnie jeśli chodzi o energię. Nie wyobrażam sobie, żebym miał oszczędzać na nawozach pod kukurydzę czy inne rośliny objętościowe, ponieważ odbije się to na zdrowiu tej krowy. Nasze zwierzęta są szczęśliwe i produkują świetnej jakości mleko, więc konsumenci powinni być zadowoleni i popierać nas, hodowców, w tym, że te nowe unijne założenia spowodują jednak jakieś zło. Ten sam apel kieruję do ekologów, o obiektywne i rozsądne podejście do kwestii hodowlanych, a nie uleganie histeriom. Środowisko rolników indywidualnych, podczas debaty reprezentował młody hodowca z miejscowości Gorzupia w woj. wielkopolskim. Jego zdaniem, jednym z największych zagrożeń związanych z Zielonym Ładem, może być utrata możliwości konkurencyjności na globalnym rynku mlecznym. Zagadnienia związane z Zielonym Ładem sprowokowały do dyskusji również słuchaczy debaty. Zwracali oni uwagę na szereg kwestii, które ich zdaniem mogą poważnie rzutować na przyszłość mleczarstwa. Obawiają się m.in. tego, że rolnicy mogą być oskarżani, o spowodowany Zielonym Ładem, wzrost cen produktów mleczarskich w sklepach. To z kolei może się przekładać na i tak, cały czas pogarszający się stosunek społeczny, do mleczarstwa i hodowli bydła. Bardzo prawdopodobne jest, że konsumenci w pierwszym odruchu obwiną branżę mleczarską, a nie władze, które wprowadzają ograniczenia. Zwracano także uwagę na fakt, że obostrzenia proponowane przez Unię Europejską, niejednokrotnie mają się nijak do realiów panujących w rolnictwie. Brakuje obiektywnej oceny warunków zapewnionych zwierzętom w oborach, a także nie zostały oszacowane liczne zmiany, takie jak np. nakaz pastwiskowania, który może przynieść więcej szkód niż pożytku, szczególnie w okresie letnim, gdy krowy, zamiast przebywać w oborze wyposażonej w wentylatory i zraszacze, będą musiały wyjść na pastwisko, co świadczy o dużej nielogiczności nowych przepisów.

Zdaniem uczestników debaty, musimy pogodzić się z faktem, że w przyszłości rolnictwo będzie musiało być konkurencyjne klimatycznie, i to nie tylko na poziomie dużych firm, ale także samych rolników. Jeden z uczestników debaty mocno zaakcentował, że niezwykle istotne znaczenie może mieć odpowiednie i przemyślane ukierunkowanie polityki handlowej, z logicznym wyskalowaniem stosunku importu żywności do jej eksportu. Poinformował jednocześnie, że pojawiła się propozycja tzw. lustrzanego odbicia zgodnie, z którą produkty importowane musiałyby spełniać standardy produkcji unijnej. Uczestnicy debaty, wskazywali najczęściej na to, że wprowadzenie Zielonego Ładu jest zbyt pochopne i powinno zostać ponownie przedyskutowane i odłożone do czasu wyrównania standardów produkcyjnych, zwłaszcza że wiąże się z koniecznością zabezpieczenia w UE samowystarczalności żywnościowej, w obliczu sytuacji na wschodzie.

Ocena efektywności: Podczas Targów Ferma zwiedzający mieli okazję zapoznać się z asortymentem ponad 100 wystawców, z kraju i zagranicy, których oferta zawierała w sobie to, co każdego hodowcę interesuje najbardziej: pasze, wyposażenie budynków inwentarskich, nowinki technologiczne, a także maszyny rolnicze do zbioru i konserwacji pasz. Nie zabrakło też firm oferujących materiał genetyczny oraz preparaty i leki weterynaryjne.

3. Od pola do stołu paszowego – prawidłowy łańcuch żywieniowy bydła a jakość produkowanego mleka



Miejsce realizacji zadania: cały kraj

Termin realizacji zadania: 25.03.2022 r.

Grupa odbiorców: konsumenci i producenci mleka

Opis projektu: W trakcie wydarzenia pt. „Od pola do stołu paszowego” skupiliśmy się na zagadnieniach poświęconych trwałym użytkom zielonym. Poniżej tematy, które zostały zaprezentowane przez ekspertów.

1. Różnorodność siedlisk łąkowych i możliwości ich renowacji, w zależności od pierwotnego składu botanicznego
2. Technologie zbioru kiszonek z użytków zielonych
3. Pratoteknika dla utrzymania wysokiego potencjału paszowego użytków zielonych przez cały okres wegetacji
4. Wpływ paszy z trwałych użytków zielonych na jakość mleka i produktów mlecznych

25 marca 2022 r. odbyło się webinarium, którego tematem była dbałość o uprawy i w pełni wykorzystywanie potencjału użytków zielonych, które – jak wiadomo – stanowią bardzo ważną składową arealną, wykorzystywanego na pasze dla bydła. „Od pola do stołu paszowego – prawidłowy łańcuch żywieniowy bydła a jakość produkowanego mleka” – taki właśnie tytuł miało wspomniane powyżej marcowe webinarium, które zgromadziło przed ekranami komputerów liczne grono uczestników. Roli użytków zielonych, w efektywnej i rentownej hodowli bydła mlecznego raczej nikomu nie trzeba tłumaczyć. Warto jednak wspomnieć, że tylko przeżuwacze potrafią w tak efektywny sposób wykorzystywać, dzięki prowadzonej w żwaczu fermentacji, włókno (celulozę, hemicelulozę) czy azotowe związki niebiałkowe. Wysokiej jakości kisonki z traw, roślin motylkowych czy mieszanin tych dwóch typów roślin są również źródłem dobrej jakości białka, a także cukrów. O wysokim potencjale paszowym użytków zielonych, po zbiorze pierwszego odrostu, decyduje w okresie wegetacji dobre zaopatrzenie roślin łąkowych w składniki pokarmowe oraz optymalne uwilgotnienie gleby. Właśnie różnorodności siedlisk łąkowych i możliwości ich renowacji, w zależności od pierwotnego składu botanicznego, poświęcony został pierwszy wykład konferencji, a poprowadził go prof. dr hab. inż. z Uniwersytetu Technologiczno-Przyrodniczego w Bydgoszczy. Zwrócił on uwagę, że z upływem czasu, nawet na najlepiej prowadzonych i zadbanych łąkach i pastwiskach, obserwuje się negatywne zmiany w składzie botanicznym. Miejsce najwartościowszych traw i koniczyn, zajmują gatunki o zdecydowanie mniejszym potencjale produkcyjnym, takie jak wiechlina łąkowa i kostrzewa czerwona. Ponadto obserwuje się systematyczne zachwaszczenie roślinami dwuliściennymi. Konsekwencją jest znaczny spadek produktywności i jakości runi. Uwolniona, po zniszczeniu chwastów, przestrzeń w warunkach poprawnego nawożenia obornikiem, gnojowicą i nawozami mineralnymi sprzyja krzewieniu traw pastewnych. Renowacyjne działania na łąkach i pastwiskach należy zacząć od dokładnej analizy składu botanicznego. Planowane, radykalne zabiegi renowacyjne, z użyciem herbicydów, mogą obejmować

jednorazowo nie więcej niż 1/3, maksymalnie do 1/2 ich areалу. Na pozostałej najlepszej części doskonalimy nawożenie. Kolejnym prelegentem był, doradca ds. żywienia PFHBiPM, który szczegółowo omówił technologie zbioru kiszonek z użytków zielonych. W jego opinii ogromne znaczenie dla całego zbioru ma koszenie, przy czym bardzo ważne jest wybranie odpowiedniego terminu, tak by zapewnić najwyższą zawartość składników pokarmowych. W przypadku traw czy roślin motylkowych (koniczyna, lucerna) wyznacznikiem jakości surowca jest możliwie najwyższa zawartość białka, przy możliwie najniższej zawartości ADF-u, co oznacza wysoką strawność masy organicznej (MO). Dla traw optymalnym czasem skoszenia jest początek kłoszenia, głównych gatunków zawartych w runi. Jeśli chodzi o lucernę, jest to początek pączkowania, mamy wtedy optymalny stosunek liści do łądy. Kolejną ważną kwestią jest wysokość koszenia, między innymi dlatego, że od niej zależy w dużej mierze czystość materiału przeznaczonego do kisenia. Optymalnie, jeśli wynosi ona co najmniej 5–7 cm od poziomu gruntu, unikamy zanieczyszczenia ziemią, a dzięki temu zmniejszamy ilość drobnoustrojów, mogących zakłócić proces fermentacji oraz unikamy obciążenia układu pokarmowego mykotoksynami. Najczęściej do wykonania koszenia stosuje się kosiarki zawieszane, z aparatem tnącym dyskowym bądź bębnowym. Można je agregować w większe zestawy, powiększając szerokość roboczą. Nieco rzadziej używa się samojezdnych maszyn, które gwarantują bardzo dużą wydajność pracy. By doprowadzić materiał, do odpowiedniej dla zbioru, zawartości suchej masy (30–35%), używa się przetrząsarek. Kolejnym etapem jest ułożenie materiału w rzędy – tak by był gotowy do zebrania. Zalety pratotechniki, stosowanej do utrzymania wysokiego potencjału paszowego użytków zielonych, przez cały okres wegetacji, przedstawił prof. dr hab. inż. z Uniwersytetu Przyrodniczego w Poznaniu. Zdaniem prelegenta o wysokim potencjale paszowym użytków zielonych, po zbiorze pierwszego odrostu, decyduje w okresie wegetacji, dobre zaopatrzenie roślin łąkowych w składniki pokarmowe oraz optymalne uwilgotnienie gleby. Składnikiem plonotwórczym, dla wartościowych traw pastewnych, jest azot. Stosowany w maju i czerwcu, posiada największą efektywność, ze względu na znaczne uwilgotnienie siedliska, sprzyjające przyswajaniu tego składnika przez rośliny. Przy ustaleniu optymalnej dawki azotu po pierwszym pokosie niezwykle ważna jest naturalna żyzność gleby. W przypadku łąk, położonych na glebach torfowych, nawożenie azotem po pierwszym pokosie może być zbędne lub ograniczone do niewielkich dawek (10–20 kg N/ha). Z kolei czynnikiem ograniczającym wysoką wydajność tych łąk, często jest niedobór pozostałych makroskładników. Toteż konieczne jest ich nawożenie fosforem, a zwłaszcza potasem. Zasobność gleb mineralnych, pod użytkami zielonymi, w azot dostępny dla roślin jest znacznie niższa niż torfowych i waha się w granicach 15–120 kg N/ha. Stąd potrzeby ich nawożenia azotem są dużo większe niż siedlisk pochodzenia organicznego. Jednak nawożenie azotowe powinno służyć zasadzie zwrotu składnika wyniesionego z plonem. Toteż konieczna jest ocena wysokości plonu, zebranego w pierwszym odroście oraz analiza jakościowa runi. Poważnym błędem jest przenawożenie azotem, gdyż efektem takiego działania będzie degradacja

użytków zielonych i konieczność ich renowacji. Ostatni wykład webinarium należał do dr. kierownika Wydziału Analiz i Rozwoju PFHBiPM, który zaprezentował, jaki jest wpływ paszy z trwałych użytków zielonych, na jakość mleka i produktów mlecznych. Zaakcentował, że pojęcie jakości mleka obejmuje wiele aspektów, do których należą: wartość odżywcza, jakość mikrobiologiczna, przydatność technologiczna, właściwości organoleptyczne oraz właściwości prozdrowotne, tego surowca. Pozytywny wpływ, na wspomniane charakterystyki mleka, wywiera obecność w dawce pokarmowej zielonek z traw i motylkowych oraz siana i kiszonek sporządzanych, z tych surowców. Obserwacje prowadzone w warunkach produkcyjnych i wyniki doświadczeń żywieniowych wykazują, że mleko wyprodukowane przez krowy żywione dawkami pokarmowymi, z udziałem sianokiszonek, wyróżnia się korzystnym składem chemicznym. W szczególności posiada wysoki udział kwasu tłuszczowego α -linolenowego z grupy kwasów omega-3 i tym samym korzystniejszy stosunek kwasów omega-6 do omega-3. Potencjał antyoksydacyjny mleka krów żywionych kiszonkami z zielonek, w porównaniu z mlekiem krów żywionych dawką TMR, w której skład wchodzi kiszonka z kukurydzy, jest wysoki i determinowany przez zwiększoną zawartość takich przeciwutleniaczy, jak witamina E i β -karoten oraz sprzężone dieny kwasu linolowego CLA. Trzeba jednak podkreślić, że duży udział sianokiszonki w dawce pokarmowej, zwiększa udział włókna i obniża koncentrację energii, a w rezultacie może powodować obniżenie wydajności krów oraz zawartości białka w mleku. W praktyce stosowanie sianokiszonek w żywieniu krów mlecznych, musi zatem uwzględniać także ich wpływ na wydajność krów, jakość mikrobiologiczną mleka oraz ekonomikę produkcji. Webinarium zakończyło się panelem dyskusyjnym, w którym wzięli udział wszyscy wykładowcy, odpowiadający na pytania uczestników, tego internetowego spotkania multimedialnego.

Ocena efektywności: Konferencja została oceniona wysoko. Cieszyła się dużym zainteresowaniem widzów, zważywszy na niezwykle istotny temat, jakim są użytki zielone. Poruszone zagadnienia wpisywały się w potrzeby i oczekiwania hodowców, pomagając im podjąć odpowiednie działania, w zakresie swojej hodowli. Każdy z prelegentów to fachowiec w swojej dziedzinie i doskonały mówca. Wystąpienia były ekspresywne, trafiające w sedno, dostarczające dużo inspiracji i motywacji. Webinarium "Od pola do stołu paszowego" to konferencja ważna, potrzebna, obfitująca w dużą dawkę wiedzy, jak również miejsce do wymiany swoich doświadczeń i poglądów.

4. Wysoka wydajność i dobra płodność – czy to jest możliwe? Zarządzanie rozrodem bydła w stadach wysokowydajnych



Miejsce realizacji zadania: Warszawa

Termin realizacji zadania: Webinarium online pt. „Wysoka wydajność i dobra płodność – czy to jest możliwe? Zarządzanie rozrodem bydła w stadach wysokowydajnych”, które było zorganizowane w dniach:

28 października 2022 r., w godz. 10:00–13:00 – seminarium wiedzy

29 października 2022 r., w godz. 10:00–13:00 – szkolenia warsztatowe pt. „Dbaj o młodzię”

Webinarium to spojrzenie na stado, z innej perspektywy, rozwijanie kompetencji, które pozwalają osiągnąć wyższą efektywność produkcji. Spotkanie z praktykami i ekspertami.

Grupa odbiorców: Konferencja skierowana jest do hodowców bydła mlecznego i producentów mleka, z terenu całej Polski, a także szeroko rozumianego otoczenia związanego z hodowlą bydła i produkcją mleka.

Opis projektu: Tematyka webinarium:

1. To złe żywienie a nie wysoka wydajność mleka źle wpływa na rozród krów.
2. Żywienie i dobrostan krowy w okresie okołoporodowym.
3. Zarządzanie rozrodem krów mlecznych. Nowe wyzwania dla hodowców i lekarzy weterynarii.

W trakcie spotkania poruszone zostały również takie zagadnienia jak:

- Zaburzenia rozrodu
- Wskaźniki rozrodu

- Organizacja procesu inseminacji
- Ekonomia zaburzeń płodności
- Wykrywanie rui
- Odchów cieląt – istota pierwszej doby, dobrostan
- Dobrostan jałówek
- Żywienie cieląt i jałówek

Wpływ żywienia na rozród bydła - Koordynator grupy doradców ds. żywienia PFHBiPM. Poprzez wprowadzenie nowych rozwiązań i metod w żywieniu krów nastąpił wzrost wydajności mlecznej. Przy wysokim potencjale produkcyjnym zwierząt, problemem jest prawidłowe zaopatrzenie w składniki pokarmowe, niezbędne dla laktacji, zdrowotności oraz płodności zwierząt. Szczególną uwagę zwraca fakt słabych wskaźników rozrodu krów mlecznych. Analizując dane publikowane przez PFHBiPM, to właśnie problemy z rozrodem są głównym powodem brakowania krów, w stadach objętych oceną użytkowości mlecznej. Ponad jedna trzecia krów jest brakowana właśnie z tego powodu. Nieregularne wycielenia czy przedłużający się okres międzywycieleniowy, pogarszają efektywność produkcji, ponieważ przedłużająca się faza końcowa laktacji, wpływa na obniżenie średniej rocznej wydajności mlecznej krów i podnosi ryzyko wystąpienia chorób metabolicznych. Zaburzenia w funkcjonowaniu układu rozrodczego pociągają za sobą jeszcze inne następstwa ekonomiczne – zwiększenie nakładów na leczenie niepłodności oraz kosztów nasienia i zbiegów inseminacyjnych. Przedłużająca się laktacja może doprowadzić do niekorzystnych zmian kondycji zwierząt, co daje wyższe ryzyko wystąpienia chorób metabolicznych. Zwiększenie brakowania krów powoduje, że nakłady ponoszone na odtwarzanie stada przekraczają często 30% całkowitych kosztów produkcji mleka. W skrajnych sytuacjach hodowca, by utrzymać reprodukcję prostą w stadzie, zmuszony jest do zakupu jałówek hodowlanych oraz zastosowania drogich metod biotechnologicznych, takich jak: seksowane nasienie czy hormonalna regulacja cykli jajnikowych krów. Jednym z głównych problemów gospodarstw wyspecjalizowanych w produkcji mleka jest właśnie odpowiednie zarządzanie stadem pod kątem zapewnienia właściwej płodności zwierząt. Spośród czynników pozagenetycznych, wpływających na rozród, niebagatelne znaczenie ma sposób zarządzania stadem (obserwacja rui, prowadzenie kalendarza rujowego, terminowość i sposób wykonania zabiegu), jak również stan fizjologiczny samicy, jej profil zdrowotny, kondycja, przebyte choroby (okresu okołoporodowego czy metaboliczne) oraz żywienie. Cechy płodności charakteryzują się zwykle małą odziedziczalnością, stąd istotny wpływ na zmienność mają czynniki środowiskowe, zwłaszcza żywienie. Dotyczy to zarówno niedoboru, jak i nadmiaru, w stosunku do zapotrzebowania na energię, białko, składniki mineralne i witaminy. Podstawowymi przyczynami zaburzeń w rozrodzie są błędy żywieniowe. To nie dobre żywienie poprawia, ale złe pogarsza rozród. Czynnikiem żywieniowym, mającym podstawowe znaczenie dla rozrodu krów, jest stopień pokrycia potrzeb energetycznych. Drugim w kolejności jest poziom i rodzaj białka w dawce pokarmowej. Istotny jest również udział składników mineralnych i witamin, chociaż ich rola jest w praktyce często przeceniana. „Najlepszy” dodatek mineralno-witaminowy, nie poprawi

plodności krów, źle żywionych energetycznie lub pod względem podaży białka. Ujemny bilans energetyczny, oddziałuje na płodność także pośrednio, poprzez choroby metaboliczne, które dodatkowo potęgują skutki deficytu energii. Nadmiernie ujemny bilans energetyczny, wynika przede wszystkim ze słabego apetytu i ze zbyt niskiej koncentracji energii w dawce. Najbardziej typowym zaburzeniem rozrodu, wynikającym z nadmiernie ujemnego bilansu energetycznego, jest wydłużenie okresu od wycielenia do pierwszej rui. Wskaźnikiem przemian energetycznych jest poziom białka w mleku. Ze względu na zmniejszone pobranie paszy, w okresie poporodowym, do pełnego pokrycia potrzeb białkowych, konieczne jest zwiększenie koncentracji białka ogólnego w dawce pokarmowej, do 17-18% suchej masy. Wysoka koncentracja białka ogólnego, nie ma wpływu na rozpoczęcie cyklu rujowego w okresie powycieleniowym, a więc na długość okresu od wycielenia do pierwszej rui lub owulacji. Najbardziej typowym zaburzeniem rozrodu, wynikającym z nadmiernego pobrania białka, a zwłaszcza białka ulegającego rozkładowi w żwaczu, jest pogorszenie wskaźnika zapładnialności, głównie w wyniku wczesnej zamieralności zarodków. Wpływ poziomu białka ogólnego na płodność krów jest więc zmienny. Istotne czynniki to status energetyczny krowy, jej wiek, wydajność mleczna i stan zdrowia oraz rodzaj białka w dawce pokarmowej. Bardzo dobrym wskaźnikiem przemian białkowych u krowy jest poziom mocznika w mleku.

To złe żywienie, a nie wysoka wydajność mleka źle wpływa na rozród krów. Prof. dr hab. Uniwersytet Rolniczy w Krakowie. Wysokie wydajności mleka uzyskiwane od krów rasy HF, często „idą w parze” z zaburzeniami płodności (ciche ruje, niski współczynnik zapładnialności, wczesna zamieralność zarodków itp.). Związane jest to, z jednej strony z trudnością w pokryciu olbrzymiego zapotrzebowania krów na składniki pokarmowe, a z drugiej ze swoistą „deregulacją” ich gospodarki hormonalnej, skierowanej bardziej na produkcję mleka niż na regulację czynności rozrodczych. Zaburzenia rozrodu są jedną z najważniejszych przyczyn brakowania krów oraz pogarszają efektywność ekonomiczną produkcji mleka. Szczególnie dokuczliwe są zaburzenia w przebiegu rui w okresie pierwszych 2 miesięcy po porodzie, tj. brak rui (okres bezrujowy) lub tzw. ciche ruje, a także zamieralność zarodków. Bez względu na przyczyny brak rui lub jej niewykrucie do 60. dnia po wycieleniu jest zjawiskiem patologicznym. Tak brak rui po porodzie, jak i ciche ruje są powodem braku ciąży, co ma wymierne skutki ekonomiczne. Okres bezrujowy. Fizjologicznie okres bezrujowy po porodzie trwa średnio 30 dni, ale w ostatnich latach bardzo wyraźne są tendencje do jego wydłużania. Spóźniony termin 1. owulacji, tj. pomiędzy 21. a 50. dniem, powoduje pogorszenie wskaźników rozrodu krów, w stosunku do uzyskanych u zwierząt, u których 1. owulacja następuje w okresie do 21. dnia po porodzie. Przyczyny okresu bezrujowego, w pierwszych 2 miesiącach po porodzie są różne. Najczęściej są następstwem nieprawidłowego żywienia krów, zwłaszcza niedostatecznego pokrycia zapotrzebowania krów na energię. Zwiększenie zakresu ujemnego bilansu energii (UBE) w okresie poporodowym i wydłużenie okresu od porodu do dnia z najniższym UBE, zwiększa ryzyko i czas trwania okresu bezrujowego.

Badania prowadzone w Cornell University (USA) wskazują, że pierwsza owulacja po porodzie, odbywa się około 10.-14. dnia po dniu z najniższym UBE. UBE może być powodem nieczynności jajników u krów w pierwszych 2 miesiącach laktacji (brak rui, jajniki małe, gładkie, twarde, podobnej wielkości, bez wyczuwalnych pęcherzyków). Wydłużenie okresu bezruiowego, może być również wynikiem infekcji dróg rodnych i stanów zapalnych błony śluzowej macicy. Związane jest więc z utratą odporności, a ta może być następstwem niedostatecznego pokrycia zapotrzebowania krów na mikroelementy (np. selen, jod, cynk) oraz witaminy (A, E, β -karoten). Ciche ruje. Trudności, w wykrywaniu rui, uważane są obecnie za jedno z najważniejszych przyczyn złego rozrodu. Część z cichych rui, może być wynikiem błędów w wykrywaniu rui. Im słabsze są zewnętrzne objawy rujowe, tym prawdopodobieństwo niewykrywania rui jest większe. Z kolei do podstawowych przyczyn występowania cichych rui zalicza się błędy żywieniowe, a szczególnie niedobory energetyczne. UBE powoduje powstawanie małych pęcherzyków jajnikowych, które produkują niewystarczającą ilość estrogenów, odpowiedzialnych za objawy rui. Dodatkowo, mobilizacja tkanki tłuszczowej, w okresie okołoporodowym zwiększa poziom progesteronu we krwi, bo uwalniany jest progesteron zmagazynowany w tkance tłuszczowej. Obecność progesteronu blokuje syntezę GnRH, odpowiedzialnego za wzrost pęcherzyków. Powodem cichych rui może być również nadmiar białka ogólnego w dawce pokarmowej, a także niedobór składników mineralnych i witamin (A i E), w tym β -karotenu, czyli prowitaminy witaminy A. Dodatki stymulujące zewnętrzne objawy rui. Zdefiniowanie przyczyn i konsekwencji UBE zachęciło do wymyślenia dodatków paszowych, które ograniczając jego zakres, poprawiają wskaźniki rozrodu, także te związane z przebiegiem rui. Większe znaczenie niż dodatki paszowe ma cała organizacja żywienia oraz kontrola jego prawidłowości. Uporządkowanie żywienia energetycznego, to warunek podstawowy dla skrócenia okresu bezruiowego po porodzie i poprawy wykrywalności rui. O wiele więcej dla skutecznego wykrywania rui można uzyskać dzięki poprawie wartości pokarmowej kiszzonek czy przez staranniejsze wybieranie z silosu kiszonki z kukurydzy, niż przez stosowanie gliceryny czy glikolu propylenowego. Powszechne problemy z zewnętrznymi objawami rui u krów przyczyniły się do powstania rynku „cudownych proszków”, które miałyby pomóc w skróceniu okresu bezruiowego oraz wyeliminować ciche ruje. Skuteczność tych preparatów, w dużym stopniu zależy od stopnia pokrycia zapotrzebowania krów na składniki pokarmowe przez dawkę bez tych dodatków. W wielu doświadczeniach obserwowano pozytywny wpływ dodatku tłuszczu na płodność krów. Ten efekt był oczywisty u zwierząt będących w stanie UBE. Dobre efekty uzyskano jednak także u zwierząt, których dawka pokrywała zapotrzebowanie na energię. Przyczyną poprawy rozrodu był, w tym przypadku, specyficzny skład kwasów tłuszczowych, w tłuszczach paszowych czy dodatkach tłuszczowych, w tym zawartość wielonienasyconych kwasów z grupy omega-3 (oleje rybne, nasiona lnu). Ich pozytywny wpływ na rozród krów, dotyczy przede wszystkim zmniejszenia zamieralności zarodków, a także poprawy funkcjonowania systemu immunologicznego. Zamieralność zarodków dotyczy pierwszych 42

dni ciąży, czyli od zapłodnienia do zakończenia organogenezy. Wyróżnia się dwie sytuacje: 1) gdy śmierć zarodka powoduje lizę CL oraz 2) gdy zbyt wczesna liza CL powoduje przerwanie ciąży. W pierwszej sytuacji liza CL zachodzi najwcześniej po 3 dniach od śmierci zarodka, a następna ruja wystąpi między 21. a 24. dniem od ostatniej rui. To tzw. wczesne zamieranie zarodka. W drugim przypadku ruja pojawia się później niż w 24. dniu, a jej termin zależy od fazy rozwoju pęcherzyków. To tzw. późne zamieranie zarodka, czyli po 16. dniu ciąży. Wczesna zamieralność jest zjawiskiem powszechnym u krów, bo dotyczy około 80% wszystkich poronień. Krytyczny jest okres, gdy zarodek jest w stadium moruli (6.-7. dzień) oraz okres między 16. a 19. dniem ciąży. Dalsze 10-15% strat następuje podczas implantacji i wytwarzania łożyska, a na pozostały okres ciąży przypada tylko 5-8%. Przyczyny zamieralności zarodków mogą być sztuczne, wynikające z działalności człowieka, oraz samoistne, będące skutkiem działań naturalnych, zależnych od płodu bądź matki. Sztucznie wywołane mogą być skutkiem ponownej inseminacji zaciętej krowy. Mogą również wynikać z pęknięcia macicy w celach zapobiegawczo-leczniczych po 4. dniu ciąży. Na przeżycie zarodków znaczący wpływ ma stan zdrowia matki. Głównymi zagrożeniami są zmiany w układzie rozrodczym, zaburzenia hormonalne i immunologiczne, choroby zakaźne (m.in. IBR, BVD, Neospora caninum, brucelozę, grzybica narządów rozrodczych). Bardzo istotne są warunki zoohigieniczne (czystość legowisk). Zdecydowanie częstsze poronienia zdarzają się w okresie letnim, kiedy krowy narażone są na stres cieplny. Do najważniejszych czynników niezakaźnych zalicza się nieprawidłowe żywienie, a w tym: 1) UBE, który powoduje m.in. to, że zarodki są mniejsze niż u krów zdrowych, 2) nadmiar białka w dawce pokarmowej, powodujący m.in. nadmiar mocznika i amoniaku w organizmie, 3) niedobór witaminy A prowadzący do zwyrodnienia łożyska, 4) niedobór β -karotenu powodujący zaburzenia funkcji CL, a także 5) niedobór Se pogarszający rozwój zarodka i jego implantację. Wpływ UBE na zamieralność zarodków wynika ze: 1) zmniejszonej ilości progesteronu we krwi (brak glukozy w stanie UBE oznacza zmniejszenie wydzielania insuliny, co ujemnie wpływa na rozwój pęcherzyków jajnikowych, na działalność CL oraz wydzielanie progesteronu), 2) utrudnionej detoksykacji organizmu z amoniaku w stłuszczonej wątrobie, 3) obecności „trujących” ciał ketonowych i NEFA we krwi. Istotnym czynnikiem żywieniowym powodującym zamieralność zarodków jest obecność mykotoksyn w dawce pokarmowej. Podsumowanie To nie wysoka wydajność mleka, ale złe żywienie, czyli niepokrywanie zapotrzebowania na składniki pokarmowe, ma negatywny wpływ na wskaźniki rozrodu krów. Należy zauważyć, że to nie dobre żywienie poprawia rozród, ale złe go pogarsza. Z tego powodu celem hodowców nie powinno być stosowanie „cudownych” dodatków paszowych poprawiających rozród, ale poszukiwanie i eliminowanie błędów żywieniowych pogarszających wskaźniki rozrodu.

Żywienie i dobrostan krowy w okresie okołoporodowym - Doradca ds. żywienia PFHBiPM.

Pierwszy dzień zasuszenia jest początkiem nowej laktacji. To stwierdzenie doskonale obrazuje, jak ważnym etapem w życiu krowy mlecznej jest okres zasuszenia. Mówiąc jednak o zasuszeniu, należy

zwrócić uwagę na pierwsze tygodnie laktacji. W ogólnym ujęciu okres okołoporodowy, za którego początek możemy uznać początek zasuszenia, a za koniec – pierwsze tygodnie laktacji, ma fundamentalny wpływ na przebieg każdej kolejnej laktacji. Błędy popełniane w tym okresie skutkują problemami zdrowotnymi krów, obniżeniem produktywności i wskaźników rozrodu, a w konsekwencji mają wpływ na całą ekonomikę produkcji mleka. Właściwe przygotowanie do zasuszenia powinno rozpocząć się, w ostatniej fazie poprzedzającej zasuszenie laktacji, kontrolą kondycji krów. Właściwa, mieszcząca się w zakresie od 2,8 do 3,5 w skali BCS, ma bowiem wpływ na późniejsze pobranie suchej masy dawki, zdrowotność i produktywność krów. Kontrola kondycji, w ostatniej fazie laktacji, jest niezwykle ważna, ponieważ niedopuszczalne jest jej korygowanie w zasuszeniu. Próby obniżenia, jak i poprawy kondycji krów w zasuszeniu, niosą za sobą wysokie ryzyko negatywnego wpływu zarówno na krowę, jak i na cielę. Na tym etapie, należy również skontrolować zdrowotność wymienia, aby prawidłowo i skutecznie zasuszyć krowę, oraz rozważyć przeprowadzenie korekcji racic. Optymalny okres zasuszenia krowy mlecznej wynosi 8 tygodni. Pierwsze 5 tygodni, nazywane zasuszeniem właściwym, to przede wszystkim czas odpoczynku i regeneracji gruczołu mlekowego. Na tym etapie, najważniejszymi celami hodowcy powinny być: zaopatrzenie krowy w składniki odżywcze, potrzebne na byt i właściwe odżywienie płodu, budowanie odporności krowy (poprzez właściwe żywienie mineralno-witaminowe) i cielęcia (np. poprzez szczepienia), ograniczenie stresu i zapewnienie odpowiednich warunków zoohigienicznych. Żywienie, w tym okresie, powinno być bogate w dobrej jakości włókno, które w znacznej części zapewni odpowiednią ilość i koncentrację energii w dawce pokarmowej – zawartość pasz treściwych nie powinna przekraczać 10-20% dawki. Poza tym, w całym okresie zasuszenia, należy dbać o jak najwyższą jakość pasz, aby nie ograniczyć pobrania dawki. Trzy tygodnie przed porodem, zwane okresem przejściowym, wymagają zasadniczych zmian w żywieniu. Aby prawidłowo rozwinąć i zaadaptować mikroflorę żwacza do trawienia dużych ilości pasz treściwych w laktacji, należy stopniowo zwiększać udział skrobi i koncentrację białka w dawce. Jest to szczególnie ważne również ze względu na rosnące potrzeby żywieniowe krowy, przy jednoczesnym spadku zdolności pobrania dawki. Ma to związek z intensywnym wzrostem płodu, przygotowaniem wymienia do produkcji siary oraz zachodzącymi w organizmie zmianami hormonalnymi i stresem przedporodowym. Wprowadzone zmiany w żywieniu, należy utrzymywać w pierwszych dniach laktacji, a następnie stopniowo zwiększać koncentrację składników odżywczych w dawce pokarmowej. Pierwsze tygodnie laktacji to przede wszystkim wzrost produkcji mleka i rosnące potrzeby energetyczne krowy. Niestety częstym zagrożeniem w tym okresie, jest utrata apetytu pogłębiająca ujemny bilans energetyczny krowy. Podłożem tego zjawiska mogą być m.in. niewłaściwa kondycja krów w zasuszeniu, błędy w okresie przejściowym, choroby metaboliczne, stres, ograniczony dostęp do pasz, niska koncentracja składników odżywczych w dawce, niska jakość pasz. Ograniczone pobranie dawki zwiększa znacząco ryzyko wystąpienia ketozy, a w późniejszym etapie laktacji prowadzi do

ograniczenia produkcji i pogorszenia wskaźników rozrodu oraz obniżenia odporności. Zwiększa się więc także ryzyko wystąpienia zapalenia macicy (metritis) i zapalenia wymienia (mastitis). Utrzymanie prawidłowego apetytu krów, w pierwszych tygodniach laktacji, powinno być więc jednym z priorytetów tego okresu. Ważnym elementem zasuszenia jest także profilaktyka hipokalcemii, czyli poporodowego niedoboru wapnia. Właściwe działania, w tym kierunku, należy podjąć od początku zasuszenia decydując się na suplementację opartą na właściwym żywieniu makroelementowym w całym zasuszeniu lub zastosowanie soli anionowych w ostatnich 3 tygodniach zasuszenia. Z powyższych rozważań wynika, że okres zasuszenia to pewnego rodzaju „czas odpoczynku” dla krowy i okres wzmożonej pracy dla hodowcy. Postępowanie z krową, w tym okresie, powinno charakteryzować się planowaniem i precyzyjną agendą wykonywanych czynności. Nie wolno nam też zapomnieć o pierwiastkach, które przechodzą tzw. okres przejściowy na cztery tygodnie przed pierwszym porodem i wymagają od nas szczególnej uwagi w tym czasie.

Zarządzanie rozrodem krów mlecznych. Nowe wyzwania dla hodowców i lekarzy weterynarii . W związku z rosnącą wydajnością krów mlecznych, brakiem odpowiedniej kadry na fermach, brakiem czasu, zacielenie krowy wysokowydajnej staje się nie lada wyzwaniem. Hodowcy i lekarze weterynarii powinni inaczej spojrzeć na rozród i nie skupiać uwagi na pojedynczych niecielnym zwierzętach. Należy podejść do stada jako całości, potrzebne są rozwiązania systemowe, które pozwolą nam zacielić określone zwierzęta w określonym czasie. Potencjał genetyczny HF jest ogromny i tylko od nas zależy, czy będziemy w stanie go w pełni wykorzystać poprzez właściwe żywienie, poprawę dobrostanu i odpowiednie zarządzanie, zwłaszcza rozrodem. Przyjęło się, że w prawidłowo prowadzonym stadzie, krowa raz w roku powinna się wycielić. Gwarantuje to wysoką produkcję i minimalizuje straty, wynikające z rozrodu. Straty te to przede wszystkim wydłużenie okresu między wycieleniowego, a co za tym idzie wzrost ilości dni otwartych. Dni otwarte, to dni od wycielenia do zapłodnienia. Wzrost ilości dni otwartych wiąże się z obniżeniem rentowności produkcji mlecznej. Spowodowana jest takimi czynnikami, jak zwiększony koszt hodowli, zwiększone ryzyko brakowania i kosztów remontu oraz zmniejszona produkcja mleka. Mówiąc o rozrodzie, powinniśmy umieć go ocenić. Służą temu wskaźniki rozrodu, tj.: - okres międzywycieleniowy, - indeks inseminacyjny, - wskaźnik zacielenia, - % stada cielnego. Zestawiając te wskaźniki, możemy efektywnie ocenić rozród w stadzie. Metoda ta jest jednak trudna i czasami daje niepoprawne wyniki, gdyż możemy uwypuklić tylko wybrane, wygodne wskaźniki. Wskaźnikiem uniwersalnym, który coraz częściej jest oceniany w naszych stadach, jest wskaźnik ciążyowy PR (pregnacy rate). PR jest to iloczyn wskaźnika wykrywania rui HDR (heat detection rate) i wskaźnika zacielenia CR (conception rate) w jednostce czasu, czyli okresem międzyruiowym wynoszącym 21 dni. Naszym celem powinno być uzyskanie wskaźnika na poziomie 25 i więcej. W zależności, jak rozkłada się wykrywanie rui i skuteczność inseminacji, można to osiągnąć na różne sposoby. $HDR \times CR = PR$ $100 \times 25 = 25$ $62,5 \times 40 = 25$ $50 \times 50 = 25$ Nie zawsze mamy możliwość wyliczenia wskaźnika

ciążowego, zwłaszcza że powinien być liczony w „oknach” 21-dniowych. Dlatego należy zwracać uwagę na dwa parametry. Pierwszy – do 80. dnia laktacji, powinno być pokrytych 80% krów, i drugi – do 150. dnia laktacji powinno być cielnych 80% krów w stadzie. Na dobry wynik rozrodu składają się dwie składowe PR: wykrywanie rui i wskaźnik zacielen. Jak osiągnąć dobry wskaźnik wykrywania rui HDR

Istotne są: - fenomenalne wykrywanie rui z obserwacji, - odpowiednie wykrywanie rui za pomocą systemów elektronicznych, - zastosowanie protokołów hormonalnych do synchronizacji całych grup zwierząt, a nie leczenie pojedynczych „problemowych” zwierząt. Wykrywanie rui jest coraz większym wyzwaniem. Spowodowane jest to z m.in. brakiem czasu oraz niedoborem ludzi. Z drugiej strony wysokowydajne krowy krócej manifestują ruję. Przy wydajności 25 kg mleka na dzień ruja trwa ponad 14 godzin. Przy wydajności powyżej 50 kg mleka okres ten skraca się znacznie i nie przekracza 3 godzin. Wynikiem akceptowalnym HDR jest 80% wykrytych rui w jednym 21-dniowym „oknie”. Z tego wynika, że jeśli zaczynamy inseminować krowy po porodzie od 55. dnia, to do 76. dnia laktacji powinniśmy mieć zacielenie przynajmniej 80% krów. Drugą składową jest wskaźnik zacielen CR. Ważne są czynniki, które mają wpływ na to, czy krowa jest cielna: prawidłowa inwolucja macicy po porodzie, rui, owulacja, zapłodnienie i odpowiedni rozwój ciąży. CR jest trudniejszy do poprawy, gdyż mamy tu wiele składowych, na które mamy mniejszy wpływ. Inaczej jest to w przypadku wskaźnika HDR, gdyż tam można oczekiwać szybkiej poprawy, wprowadzając np. procedury hormonalne, czy montując system wykrywania rui. Ogólnie czynniki mające wpływ na CR możemy podzielić na: - czynniki żywieniowe, - dobrostan i zoohigiena, - zarządzanie, - choroby zakaźne. Zadowalający wynik, to wskaźnik na poziomie 40% i więcej. Wszystkie w/w składowe mają wpływ na płodność. Wymaga to odpowiedniej wiedzy i wkładu pracy, jaką musi włożyć hodowca i osoby z nim współpracujące, aby mieć wysokowydajne zdrowe i rentowne stado.

Do każdego wykładu wybrani zostali wiodący eksperci w danej dziedzinie. W trakcie webinarium został zorganizowany chat w czasie rzeczywistym z ekspertami. Opracowana została również publikacja merytoryczna zawierająca streszczenia wykładów/ prezentacji.

Po rejestracji - uczestnicy webinarium otrzymali zestawy konferencyjne: materiały informacyjno - promocyjne i gadżety promujące wydarzenie.

Ocena efektywności: Liczba osób zarejestrowanych: 454

Liczba aktywnych użytkowników:

- w dniu 28 października 2022 r. - 400 osób - seminarium wiedzy
- w dniu 29 października 2022 r. - 202 osoby - szkolenia warsztatowe pt. „Dbaj o młodzież”

Na prawidłowy rozród krów duży wpływ ma odpowiednie żywienie. Obecnie, hodowcy coraz częściej borykają się, ze spadkiem płodności krów o wysokiej wydajności. Obniżona płodność wpływa negatywnie na opłacalność produkcji mleka, wiąże się to z kosztami niezacielania się krów i usługami

weterynaryjnymi. Dlatego tak ważne jest zapewnienie zwierzęciu odpowiednio dobranych i zbilansowanych składników pokarmowych, do poszczególnych faz rozwojowych. Na prawidłowy rozród krów mają wpływ nie tylko właściwe proporcje białka i energii, ale również mikro/makroelementy i witaminy. Błędy w żywieniu, mogą obniżyć płodność bezpośrednio lub pośrednio, np. przez pogorszenie zdrowotności zwierzęcia. Ważne jest też właściwe pokrycie potrzeb pokarmowych krów, w różnych okresach produkcyjnych. Webinary od kilku lat są nieodłącznym narzędziem nie tylko marketerów i sprzedawców, ale również specjalistów lub standardowych użytkowników internetu tj. nauczyciele, studenci czy nawet uczniowie gimnazjów i liceów. Zapotrzebowanie na ten fundamentalny rodzaj komunikacji online, powstało wraz z rozpoczęciem globalnego przełączenia się na tryb pracy i edukacji zdalnej, co poskutkowało niesamowitą popularnością webinarów. Po raz kolejny, skorzystaliśmy z możliwości udostępnienia naszym hodowcom wiedzy, za pośrednictwem Webinaru (seminarium odbywające się przy pomocy multimediiów (seminar + web). Profesjonalnie przygotowany webinar pozwolił na pełną interaktywność ze wszystkimi uczestnikami szkolenia. Dodatkowo za jego pośrednictwem przekazaliśmy najważniejsze informacje pod kątem merytorycznym, a także zaoszczędziliśmy czas i pieniądze związane z wynajmem obiektu szkoleniowego oraz dojazdem do poszczególnej placówki.

5. IV FORUM GENETYCZNE – „Indeks selekcyjny wsparciem hodowcy w ekonomicznym zarządzaniu stadem”.



Miejsce realizacji zadania: Centrum Edukacji Ekologicznej w Minikowie

Termin realizacji zadania: 15.11.2022 r.

Grupa odbiorców: Konferencja została skierowana do:

- hodowców bydła mlecznego
- producentów mleka
- osób zaangażowanych w doradztwo hodowlane
- pracowników firm hodowlanych
- przedstawicieli świata nauki
- młodzieży uczącej się lub studiującej na kierunkach rolniczych

Opis projektu. Plan Konferencji:

- Przedstawiciel Teagasc, Irlandia

Wydoić DNA: Jak uzyskać najwięcej korzyści z genotypowania?

- Prelegent, NAAB-CSS, USA

Moc genomiki: Jak amerykańscy hodowcy poprawiają ekonomikę produkcji wykorzystując nowe trendy i technologie.

- Prelegent, AbacusBio, Nowa Zelandia

Współczesne indeksy ekonomiczne, a postęp genetyczny w hodowli bydła mlecznego

- Przedstawiciel, CGen PFHBiPM

Nowe trendy w indeksach selekcyjnych

- Przedstawiciel, PFHBiPM w Warszawie

Praktyczne stosowanie narzędzi hodowlanych w stadzie

IV Forum Genetyczne pt. „Indeks selekcyjny wsparciem hodowcy w ekonomicznym zarządzaniu stadem” odbyło się w Minikowie w dniu 15.11.2022 r. Rozpoczęło się od przywitania uczestników przez prezydenta PFHBiPM, a następnie wygłoszono interesujące wykłady. O korzyściach z genotypowania, na przykładzie Irlandii, mówił Przedstawiciel Teagasc. Po nim prelegent (NAAB), przedstawił działania podejmowane przez amerykańskich hodowców, w celu poprawy ekonomiki produkcji. Nie zabrakło także informacji, od prelegenta (AbacusBio Limited), o współczesnych indeksach ekonomicznych, na przykładzie indeksu nowozelandzkiego. Wśród prelegentów wystąpili także pracownicy PFHBiPM. Przedstawili nowe trendy w indeksach selekcyjnych, a także możliwości wykorzystania narzędzi

PFHBiPM w stadzie, z punktu widzenia doradcy hodowlanego i hodowcy. Na zakończenie konferencji odbyła się dyskusja, podczas której prelegenci wspólnie odpowiadali na pytania publiczności. Poruszono temat genotypowania jałówek i możliwości szerszego wykorzystania tej technologii w Polsce. Sporo uwagi poświęcono również dostępności do wyników genotypowania buhajów w Polsce na tle innych krajów takich jak Irlandia, USA oraz krajów członkowskich Spółdzielni EuroGenomics. Konferencja została skierowana do szerokiego grona osób zainteresowanych nowymi kierunkami doskonalenia zwierząt, przyszłością hodowli bydła mlecznego i nowoczesnymi metodami pomiaru cech. Do udziału w konferencji zostali zaproszeni przede wszystkim hodowcy bydła mlecznego oraz producenci mleka z terenu całego kraju, a także osoby zaangażowane w doradztwo hodowlane, pracownicy firm hodowlanych oraz przedstawiciele świata nauki i młodzież ucząca się lub studiująca na kierunkach rolniczych.

Wydoić DNA: Jak uzyskać najwięcej korzyści z genotypowania?, Teagasc, Irlandia

Informacje zawarte w DNA zwierząt hodowlanych stają się coraz bardziej dostępne. Powszechność tą umożliwiają stale rosnąca populacja zgenotypowanych zwierząt oraz malejące koszty genotypowania. Stopień wykorzystania technologii genomowej będzie uzależniony od wysokości korzyści z inwestycji jaką jest genotypowanie. Zysk jest uzależniony od ilości informacji będącej efektem poznania DNA zwierzęcia, przydatnych z punktu widzenia pracy hodowlanej oraz zarządzania stadem. Na podstawie genotypowania można uzyskać wiele takich wartościowych informacji. Oprócz standardowej genomowej oceny wartości hodowlanej, która służy do oceny potencjału genetycznego osobnika, DNA może zostać wykorzystane do:

- 1) weryfikacji pochodzenia oraz poszukiwania rodziców zwierząt,
- 2) identyfikowania pochodzenia mleka czy mięsa,
- 3) badania chromosomów w kierunku wykrywania chorób genetycznych,
- 4) określania płci zwierzęcia,
- 5) zgłaszania i monitorowania mutacji istotnych z punktu widzenia hodowli oraz wad wrodzonych,
- 6) dokładniejszego szacowania poziomu zinbredowania i spokrewnienia,
- 7) dokładniejszego doboru par do kojarzeń,
- 8) określania kompozycji rasowej zwierząt,
- 9) dostarczania informacji przydatnych w precyzyjnym zarządzaniu stadem.

Moc genomiki: Jak amerykańscy hodowcy poprawiają ekonomikę produkcji wykorzystując nowe trendy i technologie, NAAB-CSS, USA

Pojawienie się selekcji genomowej w 2009 roku, zrewolucjonizowało hodowlę bydła na całym świecie. Stany Zjednoczone oraz kilka innych krajów wdrożyły tę technologię, tak szybko jak to było możliwe. Wraz ze wzrostem dostępności genotypowania, amerykańscy hodowcy bydła mlecznego zaczęli masowo testować samice. Obecnie, co miesiąc w USA genotypuje się około 60 000 samic, a około 40% populacji krów, w USA, jest zgenotypowana. Dane wskazują, że amerykańscy hodowcy łączą genotypowanie, seksowane nasienie oraz nasienie ras mięsnych, w celu zwiększenia rentowności prowadzonej hodowli oraz uzyskania największego postępu genetycznego. Kluczowym elementem, tych strategii, jest wybór odpowiedniego celu hodowlanego, realizowanego przy pomocy indeksów selekcyjnych. Hodowcy bydła mlecznego w USA mają do dyspozycji wiele indeksów selekcyjnych: od krajowych po prywatne - należące do firm hodowlanych. Ze wszystkich dostępnych indeksów, najbardziej kompleksowe, jeśli chodzi o uwzględnianie istotnych cech, są te krajowe. Dlatego są one bezpiecznym wyborem, gdy hodowcy nie mają możliwości stworzenia własnego indeksu lub nie chcą spędzać czasu na szukaniu wszystkich alternatyw.

Współczesne indeksy ekonomiczne a postęp genetyczny w hodowli bydła mlecznego AbacusBio Nowa Zelandia

Zadania stojące przed twórcami nowoczesnych ekonomicznych indeksów selekcyjnych stają się coraz trudniejsze. Istnieją ku temu dwa powody. Po pierwsze, w dzisiejszych czasach, indeksy rzadko tworzone są od nowa. Dużo częściej mamy do czynienia z sytuacjami, gdzie nowe cechy dodawane są do już istniejących i dość skomplikowanych modeli. Dodanie każdej kolejnej cechy jest więc coraz trudniejsze, gdyż sieć zależności, z którymi mamy do czynienia robi się coraz gęstsza. Po drugie, coraz częściej musimy się mierzyć z wyzwaniem jakim jest dodanie do indeksu ekonomicznego cechy, której ekonomiczny wpływ na produkcję nie jest jasny lub jego wielkość nie odzwierciedla istotności cechy, czego przykładem mogą być cechy środowiskowe takie jak emisja gazów cieplarnianych np. emisja metanu. Na przykładzie wybranego indeksu omówiona zostanie jego ewolucja w tym: powody wprowadzania zmian oraz warunki konieczne do ich wdrożenia, wpływ na postęp genetyczny dla wybranych cech, dalsze zmiany w obliczu nowych wyzwań stawianych hodowli.

Nowe trendy w indeksach selekcyjnych, CGen PFHBiPM

Zmieniające się uwarunkowania ekonomiczne, klimatyczne i społeczne, zmuszają hodowców do ciągłego dostosowywania do nich swojej strategii. Dotyczy to, oczywiście również kierunków doskonalenia genetycznego, kolejnych pokoleń krów. Zmiany potrzeb hodowców są odzwierciedlane

w konstrukcji indeksów selekcyjnych. Jeszcze 20 lat temu głównym, a w wielu krajach jedynym, składnikiem indeksów selekcyjnych były cechy produkcyjne. Dzisiaj to się zmienia i większy nacisk jest kładziony na cechy funkcjonalne. To już nie tylko pokrój, płodność, czy długowieczność. W składzie dzisiejszych indeksów pojawiają się takie cechy jak zdrowotność racic oraz wymienia, wykorzystanie paszy czy odporność na stres cieplny. Odpowiednio skonstruowane indeksy są tym bardziej istotne im więcej nowych cech jest ocenianych. Prowadzenie selekcji, na każdą z cech z osobna, graniczy z niemożliwością. Kolejnym istotnym trendem jest pojawianie się indeksów ekonomicznych uwzględniających rzeczywisty zysk, ze wzrostu wartości hodowlanej. Występują one obok, a czasem zamiast dotychczasowych indeksów syntetycznych, opartych w dużej mierze na subiektywnych oczekiwaniach hodowców. Często praktyką jest też tworzenie kilku indeksów ekonomicznych dopasowanych do różnych systemów utrzymania zwierząt i przeznaczenia pozyskiwanego surowca. Pomimo tych wszystkich nowości cel tworzenia indeksów selekcyjnych pozostaje jeden - doskonalenie genetyczne utrzymywanej populacji zwierząt.

Praktyczne stosowanie narzędzi hodowlanych w stadzie, PFHBiPM

Nowoczesna hodowla bydła mlecznego opiera się na coraz większej ilości informacji o zwierzętach, które muszą być przetwarzane przez hodowcę. Dzięki temu ma on możliwość optymalnego zarządzania stadem. Polska Federacja Hodowców Bydła i Producentów Mleka (PFHBiPM) oferuje szereg narzędzi informatycznych, mających za zadanie wspomagać hodowcę, w podjęciu takich decyzji, które zapewnią maksymalizację zysków. Jednym z narzędzi hodowlanych oferowanych przez PFHBiPM są rankingi zwierząt, tworzone na bazie wartości hodowlanych. Rankingi dla najlepszych samic i buhajów można tworzyć, na podstawie wartości indeksu PF oraz Indeksu Ekonomicznego (IE), wykorzystując genomową lub konwencjonalną ocenę wartości hodowlanej. Jałówki i stada można uszeregować na podstawie rodowodowych indeksów rPF i rIE. Hodowcy, genotypujący swoje zwierzęta w Laboratorium Genetyki Bydła PFHBiPM, mają do dyspozycji dodatkowe narzędzie, jakim jest „podsumowanie genotypowania”. Dzięki niemu możliwe jest ustalenie rankingu swoich zgenotypowanych zwierząt. Kalkulator rodowodowy, umożliwia obliczenie indeksów rodowodowych przyszłego potomstwa oraz oszacować ich poziom zimbredowania, a sam dobór można przeprowadzić w narzędziu DOKO. Zastosowanie tych narzędzi zostanie omówione na podstawie doświadczeń jednego z hodowców.

Ocena efektywności: W wydarzeniu stacjonarnie wzięło udział ponad stu siedemdziesięciu osób, a przez transmisję online połączyło się przeszło dwustu sześćdziesięciu zainteresowanych.

6. Śląska Wystawa Bydła Hodowlanego



Miejsce realizacji zadania: Kamień Śląski

Termin realizacji zadania: 11-12.06.2022 r.

Grupa odbiorców: hodowcy bydła mlecznego.

Opis projektu: W dniach 11-12.06.2022 odbyła się Śląska Wystawa Bydła Hodowlanego w Kamieniu Śląskim, na której hodowcy zaprezentowali swoje zwierzęta. Można było podziwiać jałowice i krowy rasy PHF w odmianach barwnych oraz jałowki rasy simentalskiej. Zwierzęta ocenił i wybrał najpiękniejsze spośród nich sędzia z Niemiec. O tytuł najpiękniejszych rywalizowały zarówno duże hodowle jak i hodowcy indywidualni. W wyniku ocen sędziego wybranych zostało 10 v-ce championów i 12 championów. Zwierzęta były oceniane w różnych grupach wiekowych. Jałowice, w stawkach od 10 aż do 19 miesięcy i w stawce jałowic cielnych oraz krowy w pierwszej laktacji i w laktacjach starszych. Tytuły superchampionów w kategorii jałowic i krów trafiły, w tym roku, do OHZ Głogówek sp. z o.o. Cała wystawa objęta była patronatem honorowym Marszałka Województwa Opolskiego oraz dofinansowana z Funduszu Promocji Mleka. Nagrodą główną wystawy była cieliczka

hodowlana ufundowana przez KR Kietrz sp z o o. W losowaniu tej nagrody, wzięli udział hodowcy bydła mlecznego, mający swoje stada pod oceną wartości użytkowej bydła prowadzonej przez PFHBiPM. Wystawa to wielkie święto hodowców, ale również nie zapomniano o dzieciach. MCB w Krasnem zorganizowało dla nich pokaz młodego hodowcy, który cieszył się wielkim zainteresowaniem. Wystawę odwiedził też Mlekoś, który sprawiał wielką radość i dawał możliwość wyśmienitej zabawy dla milusińskich. Podczas trwania wystawy zorganizowano konkurs dojenia, na czas, sztucznej krowy. Według szacunku wzięło w nim udział około 1000 chętnych. Wystawa Bydła w Kamieniu Śląskim zawsze cieszyła się bardzo dużym zainteresowaniem. W tym roku odwiedziło nas około 37 tysięcy zwiedzających.

Ocena efektywności: Wystawa cieszyła się bardzo dużym zainteresowaniem zwiedzających, którzy chętnie poznawali i porównywali nowoczesne technologie produkcji mleka. Pokazano też osiągnięcia hodowli z trzech śląskich województw (opolskie, śląskie i dolnośląskie). Wystawę odwiedziło około 38 tysięcy zwiedzających, zarówno hodowców-rolników jak i mieszkańców okolicznych gmin i powiatów oraz gości z różnych regionów Polski i Europy. Wystawa spełniła swoją rolę jako element integracji i edukacji hodowców. Spełniła zadanie w temacie przekazania informacji o walorach prozdrowotnych mleka i jego przetworów. Była okazją do przedstawienia nowoczesnych rozwiązań technologicznych, tym samym spełniając oczekiwania hodowców, zwiedzających i organizatorów. Wystawa służyła edukacji dzieci i młodzieży, poprzez bezpośredni udział w jej organizacji. Przybliżony został temat hodowli bydła mlecznego i tematów z nią powiązanych. Poprzez wypełniane przez uczestników oraz hodowców odwiedzających wystawę ankiety, zostały zebrane informacje, które pokazały, że tego typu projekty cieszą się dużym zainteresowaniem oraz spełniają oczekiwania zarówno wystawców jak i gości.

7. XXVI Regionalna Wystawa Zwierząt Hodowlanych Wrocław 2022



Miejsce realizacji zadania: Wrocław

Termin realizacji zadania: 11-12.06.2022 r.

Grupa odbiorców: hodowcy bydła mlecznego.

Opis projektu: W dniach 11–12 czerwca, we Wrocławiu, odbyła się XXVI Regionalna Wystawa Zwierząt Hodowlanych. Wystawa została przygotowana przy współpracy z Polską Federacją Hodowców Bydła i Producentów Mleka, a patronat honorowy objął prezydent PFHBiPM. Podczas wystawy można było zobaczyć zwierzęta najlepszych hodowców z Dolnego Śląska, w tym 7 krów, 24 jałowice w wieku 10–18 miesięcy. Superczempionami wystawy zostały:

- jałowica rasy PHF Helkje 568 z OHZ w Kamieńcu Ząbkowickim
- krowa rasy PHF Renka z OHZ Przerzeczyn Zdrój

Ocena efektywności: Wystawa umożliwiła mieszkańcom miasta, zapoznanie się z problematyką produkcji zwierzęcej oraz rolnictwa i obszarów wiejskich. Możliwe było także skorzystanie z porad specjalistów branżowych i stworzenie platformy wymiany doświadczeń, poglądów i nawiązania kontaktów. Celem wystawy było zwiększenie udziału zainteresowanych stron we wdrażaniu innowacyjnych technologii w produkcji zwierzęcej oraz tworzenie inicjatyw na rzecz rozwoju obszarów wiejskich. Celem tego przedsięwzięcia było wdrożenie innowacyjnych technologii w produkcji

zwierzęcej oraz tworzenie inicjatyw na rzecz rozwoju obszarów wiejskich, a także upowszechnianie doświadczeń w zakresie prowadzenia gospodarstw, ze szczególnym uwzględnieniem rolników, zajmujących się chowem zwierząt gospodarskich. Wystawa była miejscem promocji hodowli zwierząt gospodarskich na Dolnym Śląsku oraz prezentacji nowoczesnych rozwiązań, stosowanych w produkcji zwierzęcej, skierowanych do gospodarstw zajmujących się chowem zwierząt gospodarskich.

8. XXII Wojewódzka Wystawa Zwierząt Hodowlanych w Bratoszewicach



Miejsce realizacji zadania: Bratoszewice

Termin realizacji zadania: 11-12.06.2022 r.

Grupa odbiorców: hodowcy bydła mlecznego.

Opis projektu: Wystawa Zwierząt Hodowlanych w Bratoszewicach wpisała się w wieloletnią tradycję imprez organizowanych przez ŁODR. Niewątpliwie największym atutem tego ośrodka wystawowego jest położenie w obrębie dużej aglomeracji: Łodzi, Pabianic, Zgierza, Konstantynowa Łódzkiego i wielu

innych. Popularyzacja hodowli wśród konsumentów, staje się ważnym elementem budowania ich świadomości. To z kolei przekłada się na przemyślane preferencje zakupowe. Pokazanie bydła mlecznego, w połączeniu z informacją o przetwarzaniu mleka na jego produkty oraz degustacja, to niezastąpiona ścieżka edukacyjna, zarówno wśród młodzieży, jak i dorosłych. Prezentowane zwierzęta na wystawie były w nienagannym zdrowiu i odpowiedniej kondycji. Dzięki wysokim standardom dobrostanu, krowy są w stanie osiągać wysoką produkcję. Wówczas mleko może spełniać wysokie wymagania zarówno ilościowe, jak też jakościowe. Imponujące staje się, że krowy są zdolne do intensywnej produkcji przy zachowaniu tempa reprodukcji. Zapewne jest to efekt postępu genetycznego, który jest konsekwentnie realizowany z dobrym skutkiem. Wszystko to można było zobaczyć podczas tegorocznej WWZH. Dodatkowo, zostały zorganizowane warsztaty dla uczniów szkół rolniczych. Obejmowały one zajęcia praktyczne z oceny pokroju oraz wykład z somatyki i dobrostanu.

Ocena efektywności: Wystawa owocowała na wielu płaszczyznach: pierwsza to aktywny udział samych wystawców, druga to zwiedzanie przez hodowców, miłośników bydła oraz innych osób. Trzecia to okazja do spotkań, rozmów, wymiany poglądów i doświadczeń. Należy zauważyć, że mleczarnie oraz inne podmioty skupowe, wykazały duże zainteresowanie wystawą. W stadach ocenianych dostrzegają bowiem najlepszy potencjał surowcowy.

Wystawa spełniła stawiane cele. Stała się obiektem odwiedzin szerokiej rzeszy zainteresowanych osób, z różnych środowisk. Wykazała progres, podkreśliła efektywność pracy hodowlanej zbudowanej na bazie oceny użytkowości mlecznej.

9. XXVIII Regionalna Wystawa Zwierząt Hodowlanych w Szepietowie



Miejsce realizacji zadania: Szepietowo

Termin realizacji zadania: 24-26.06.2022 r.

Grupa odbiorców: hodowcy bydła mlecznego.

Opis projektu: Ostatni weekend czerwca 2022 r. podlascy hodowcy wystawili do konkursu najpiękniejsze zwierzęta, a wystawcy zaprezentowali bogatą ofertę targową. W dniach 25 i 26 czerwca odbyła się w Szepietowie XXVIII Regionalna Wystawa Zwierząt Hodowlanych i Dni z Doradztwem Rolniczym. Wystawa miała miejsce na terenach wystawowych Agroarena Podlaskiego Ośrodka Doradztwa Rolniczego w Szepietowie, pod patronatem m.in. ministra rolnictwa. To największe targi rolnicze północno-wschodniej Polski. Edycja 2022 cieszyła się wysoką frekwencją zwiedzających, jak i wystawców. Sprzyjała piękna, słoneczna pogoda. Na ringu rywalizowało 38 hodowców bydła mlecznego, łącznie zaprezentowano 140 sztuk. Wielu hodowców miało w Szepietowie swój wystawowy debiut. Co świadczy o ciągle rosnącej popularności przedsięwzięcia. Oceny zwierząt dokonała komisja pod przewodnictwem pracownika PFHBiPM. Sędzia podkreślił wysoki poziom prezentowanych zwierząt i świetne przygotowanie do wystawy. Tradycyjnie wyłoniono trzy superczempiony. Najpiękniejsza krowa wystawy, to sztuka Hiena 63 należąca do hodowcy z Kalinowa. Na wystawie tryumfowały zwierzęta hodowców z Kamińskich Wiktorów. W kategorii jałowice starsze

tytuł superczempiona otrzymała jałowica VEELA 738. Superczempionat w kategorii jałowica młodsza przyznano VEELĘ 772. Stały i wyczekiwany akcent szepietowskich wystaw to konkurs „Młody hodowca”. Czternaście maluchów brawurowo zaprezentowało swoje cieliczki na ringu i opowiedziało o swojej przygodzie ze zwierzętami. To nie lada gratka i frajda. Maluchy zebrały tłumy widzów i gromkie brawa oraz liczne nagrody. Wystawa to święto podlaskich hodowców bydła mlecznego. Do ich rąk trafiły liczne wyróżnienia i puchary. To również doskonała okazja do spotkania się. Na naszym stoisku czekali specjaliści. Doradcy przeprowadzili setki rozmów z hodowcami, udzielając porad przydatnych w efektywnej produkcji mleka.

Ocena efektywności: Największe w północno-wschodniej Polsce, targi rolnicze w Szepietowie, organizowane pod Patronatem Honorowym Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Wojewody Podlaskiego, Marszałka Województwa Podlaskiego oraz Prezydenta PFHBiPM, już po raz XXVIII cieszyły się ogromnym zainteresowaniem zarówno ze strony wystawców jak i zwiedzających. W wystawie wzięli udział mieszkańcy obszarów wiejskich z całej Polski, rolnicy, producenci maszyn rolniczych, firmy działające na rzecz sektora rolnego oraz doradcy i przedstawiciele instytucji wspierających rolnictwo. Dwudniowe wydarzenie to święto podlaskich hodowców, podczas którego zaprezentowano nowoczesne rozwiązania stosowane w produkcji zwierzęcej i innowacyjne technologie w zakresie prowadzenia gospodarstw rolnych i branży agro. Kontakty zawarte w czasie Wystawy skutkują wieloma kontraktami i wspólnie podjętymi przedsięwzięciami, które budują infrastrukturę polskiego rolnictwa. Szepietowska Agroarena w ostatni weekend czerwca zapełniła się najpiękniejszymi okazami zwierząt hodowlanych, a na terenach wystawowych zaprezentowane zostały najnowocześniejsze rozwiązania technologiczne, sprzęt i środki do produkcji rolniczej. Nie zabrakło również stoisk z rękodziełem i lokalną żywnością, konkursów i występów zespołów ludowych. W wydarzeniu udział wzięły instytucje wspierające rolnictwo.

10. XV Świętokrzyska Wystawa Zwierząt Hodowlanych w Modliszewicach



Miejsce realizacji zadania: Modliszewice

Termin realizacji zadania: 25-26.06.2022 r.

Grupa odbiorców: hodowcy bydła mlecznego.

Opis projektu: Dzień Otwartych Drzwi (DOD) był już 45. odstoną największego święta Świętokrzyskiego Ośrodka DR - odbył się w dniach 25-26 czerwca 2022 r. Tradycyjnie, już ta rolnicza impreza, połączona była ze Świętokrzyską Wystawą Zwierząt Hodowlanych, podczas której to prezentowane zwierzęta hodowlane walczyły o tytuły czempionów i wicczempionów. Zwiedzający mogli odwiedzić 23-hektarowe pole doświadczalne, na którym prowadzone są doświadczenia i demonstracje z licznymi odmianami roślin uprawnych, m.in. zbożami, ziemniakami i mieszkankami łąkowymi oraz, na którym odbywały się pokazy maszyn do uprawy uproszczonej gleby. Świętokrzyska Wystawa Zwierząt Hodowlanych w Modliszewicach to wizytówka hodowli bydła o dużym zróżnicowaniu rasowym. Jest to niewątpliwy atut tej wystawy. Z jednej strony ma to wymiar edukacyjny, a z drugiej bardzo praktyczny,

bo pokazuje, że zróżnicowanie warunków utrzymania zwierząt nie jest przeszkodą w rozwoju hodowli, a wręcz stymuluje jej rozwój. Wystawa świętokrzyska prezentuje wszystkie możliwe kierunki użytkowania krów mlecznych. Najliczniejsza grupa to bydło jednokierunkowe mleczne, tj. rasa polska holsztyńsko fryzyjska. Mniej liczna populacja to bydło użytkowane dwukierunkowo w typie mięsno – mlecznym, tj. rasa simentalska. Nie brakuje hodowców o profilu ekstensywnym, ekologicznym czy wręcz zachowawczym. Wystawa odwiedzana jest przez wielu hodowców i pokazuje, jakie są możliwości w obszarze hodowli. Wystawa to miejsce, gdzie spotykają się pasjonaci i dzielą się swoim doświadczeniem. Jak co roku, cała impreza odbywała w ciągu dwóch dni. Sobota (25.06.2022) był to dzień wewnętrzny, podczas którego dokonano oceny zwierząt, w trakcie prezentacji na ringu, dzięki czemu na końcu wyłoniono te najlepsze. Wręczono jubileuszowe statuetki i dyplomy najlepszym hodowcom. Świętokrzyska Wystawa Zwierząt Hodowlanych w liczbach:

- owce - 21 szt.,
- kozy - 4 szt.,
- alpaki - 3 szt.,
- króliki - ponad 80 szt.,
- bydło mleczne - 36 sztuk (w tym cieliczki),
- ślimaki,
- gęsi, gołębie i drób ozdobny - ponad 70 szt.



Tytuł Superczempiona Wystawy, w kategorii bydła mlecznego, zdobyła krowa rasy polskiej holsztyńsko-fryzyjskiej AGA 123 ze Stadniny Koni Michałów - Gospodarstwo Lubcza.

Ocena efektywności: Wydarzenie to dedykowane było hodowcom wszystkich gatunków zwierząt, którzy zaprezentować chcieli swoje zwierzęta. W sobotę 25 czerwca odbyła się hodowlana ocena zwierząt, dokonana przez wykwalifikowanych sędziów, w kategorii bydło mleczne, owce i króliki, dzięki czemu wyłoniono najlepsze okazy (były to trzy konkursy dla hodowców). Natomiast już następnego dnia, najlepsze okazy zostały zaprezentowane na ringu szerszej publiczności, zaś ich hodowcy za swój trud i wkład w hodowlę zostali uhonorowani na scenie głównej. Nie ma skuteczniejszej formy edukacji, jak bezpośrednia wymiana poglądów między ludźmi, z tej samej profesji. Wśród zwiedzających znaleźli się także konsumenci, dorośli oraz młodzież i dzieci. Możliwość oglądania chociażby doju krów na żywo, uczy szacunku do pracy hodowców – producentów żywności. Wystawa pokazuje troskę o zwierzęta i odpowiedzialność za ich dobrostan. Ponadto wystawa podsumowała postęp genetyczny za miniony okres. Hodowcy zrozumieli ścisły związek genetyki z ekonomią produkcji mleka. Inwestują w nowe technologie i czynią to z dobrym skutkiem, co dało się zauważyć podczas tej wystawy. Tegoroczną wystawę zwierząt w Modliszewicach należy zaliczyć do udanych, spełniła ona oczekiwania hodowców, organizatorów oraz zwiedzających.

11. XX Regionalna Wystawa Zwierząt Hodowlanych w Boguchwale



Miejsce realizacji zadania: Boguchwała

Termin realizacji zadania: 25-27.06.2022 r.

Grupa odbiorców: hodowcy bydła mlecznego.

Opis projektu: W dniach 25 i 26 czerwca odbyła się dwudziesta trzecia Regionalna Wystawa Zwierząt Hodowlanych w Boguchwale. Jak zwykle podkarpackie wystawy zachwycają różnorodnością ras i świetną atmosferą. Komisja dokonała oceny 40 sztuk bydła mlecznego w 4 rasach, w różnych kategoriach. Bydło mleczne prezentowało 19 hodowców. Superczempionem wystawy została krowa o numerze katalogowym 29, Rosiczka PL005420919352 z hodowli ZD IZ PIB sp. z o.o. Chorzelów. Podczas Wystawy odbył się pokaz cieląt, zorganizowany przy współpracy MCB w Krasnem, wzięło w nim udział trzynaścioro dzieci.

Ocena efektywności: Wystawa przyciągnęła wyjątkowo liczną rzeszę zainteresowanych. Zwiedzający mogli zobaczyć, w jakim kierunku zmierza hodowla bydła mlecznego, a komentarze sędziego, omawiającego poszczególne grupy wiekowe i zwierzęta, były doskonałą lekcją przedmiotu. Ciekawym urozmaicheniem był, jak co roku, Konkurs Młodego Hodowcy, który przyciągnął aż trzynastkę dzieci, prezentujących swoje jałóweczki na ringu. Zainteresowanie wystawą bydła mlecznego, ze strony zarówno dorosłych jak i dzieci wskazuje, że hodowla i produkcja mleka idą w prawidłowym kierunku.

12. XI Ogólnopolska Wystawa Bydła Hodowlanego



Miejsce realizacji zadania: Minikowo

Termin realizacji zadania: 02-03.07.2022 r.

Grupa odbiorców: hodowcy bydła mlecznego.

Opis projektu: Ogólnopolska Wystawa Bydła Hodowlanego jest wydarzeniem organizowanym przez Polską Federację Hodowców Bydła i Producentów Mleka, odbywa się cyklicznie co dwa lata, w różnych regionach naszego kraju. Poprzednia edycja miała miejsce w 2018 roku w podlaskim Szepietowie. Tegoroczna wystawa, już jedenasta z kolei, miała miejsce 2 i 3 lipca na terenie Kujawsko-Pomorskiego Ośrodka Doradztwa Rolniczego. Patronat nad wydarzeniem objęło Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi. Honory gospodarzy pełnili prezydent PFHBiPM, prezydent Kujawsko-Pomorskiego Związku Hodowców Bydła oraz dyrektor Kujawsko-Pomorskiego Ośrodka Doradztwa Rolniczego. Wystawa w Minikowie była wydarzeniem bardzo wyczekiwany, zarówno przez hodowców wystawiających swoje sztuki do konkursu, jak i tych, którzy przyjechali je obejrzeć. Do finałowej wyceny zgłoszono 142 sztuki bydła (jałowice – 70 szt. i krowy – 72 szt.), które zostały przywiezione przez 37 wystawców. Dominowały zwierzęta rasy polskiej holsztyńsko-fryzyjskiej (124 szt.), ale nie zabrakło także przedstawicielek ras polskiej czerwonej (6 szt.), jersey (6 szt.) i simentalskiej

(6 szt.). Wyceny bydła dokonała komisja sędziowska, której przewodniczył włoski arbiter. Zwierzęta, które zapełniły ring, prezentowane były w 11 kategoriach: jałowice w wieku 10–11 mies., jałowice w wieku 12–13 mies., jałowice w wieku 14–15 mies., jałowice w wieku 16–18 mies., jałowice w wieku 19–21 mies., krowy PHF w I laktacji, krowy PHF w II laktacji, krowy PHF w III i dalszych laktacjach, krowy rasy polskiej czerwonej, krowy rasy jersey i krowy rasy simentalskiej. Przed sędziami stanęło nie lada wyzwanie, gdyż wszystkie prezentowane sztuki były bardzo dobrze przygotowane, co niejednokrotnie podkreślał włoski sędzia. Jednak po wnikliwej i drobiazgowej obserwacji, komisja sędziowska wyłoniła pulę najlepszych zwierząt, przyznając im tytuły czempiona i wicczempiona wystawy.

Ocena efektywności: XI Ogólnopolska Wystawa Bydła Hodowlanego w Minikowie pokazała, że mimo trudnego okresu, spowodowanego pandemią i kryzysem, polska hodowla bydła mlecznego, z roku na rok, staje się doskonalsza i w żaden sposób nie odbiega od europejskiej i światowej czołówki. Jest to niezaprzeczalny dowód wieloletniej, konsekwentnej i profesjonalnej pracy hodowlanej, a zdobyte czempionaty i superczempionaty, świadczą o osiągnięciu niezwykle wysokiego poziomu, w rodzimych gospodarstwach.

13. XXXIV Wystawa Zwierząt Hodowlanych Maszyn i Urządzeń Rolniczych w Sitnie k/Zamościa



Miejsce realizacji zadania: Sitno

Termin realizacji zadania: 02-03.07.2022 r.

Grupa odbiorców: hodowcy bydła mlecznego.

Opis projektu: W dniach 2 i 3 lipca 2022 r. odbyła się, po dwuletniej przerwie, XXXIV Wystawa Zwierząt Hodowlanych w Sitnie. Wyłoniono krowie piękności, dopisali wystawcy i zwiedzający oraz pogoda. Była to doskonała integracja środowiska rolniczego. Wśród wystawców byli producenci maszyn i urządzeń rolniczych, dystrybutorzy nawozów, pasz, środków ochrony roślin, spółdzielnie i zakłady mleczarskie, ogrodnicy, instytucje związane z rolnictwem oraz firmy handlowe. Organizatorem wystawy bydła mlecznego, tradycyjnie była Polska Federacja Hodowców Bydła i Producentów Mleka – Przedstawicielstwo w Lublinie. Ekspozycja została dofinansowana z Funduszu Promocji Mleka. Dwudziestu ośmiu hodowców, z całego województwa, zaprezentowało 61 szt. zwierząt dorosłych: 27 krów, w 5 kategoriach oraz 34 jałówki, w 4 kategoriach wiekowych i 12 cieliczek w konkursie oprowadzania. Były to zwierzęta ras: polskiej holsztyńsko-fryzyjskiej obu odmian barwnych, simentalskiej i białogrzbietej. Ocena zwierząt przebiegała sprawnie, a sędzia szczegółowo omawiał swoje decyzję, dotyczące uszeregowania zwierząt, w każdej grupie. W trakcie oceny na ringu wybrano i udekorowano 8 czempionów i 10 wicczempionów. Superczempionem, wśród krów, została sztuka rasy polskiej holsztyńsko-fryzyjskiej odmiany czarno-białej z grupy III i dalsze laktacje, hodowli Pana Daniela zam. Śniatycze, gmina Komarów-Osada, powiat Zamojski. Wśród jałowic sztuka tej samej rasy ze znanej hodowli Pani Katarzyny zam. Kurzelaty, gmina Kłoczew, powiat Rycki.

Ocena efektywności: Nie ma skuteczniejszej formy edukacji, jak bezpośrednia wymiana poglądów między ludźmi, z tej samej profesji. Wśród zwiedzających znaleźli się konsumenci, dorośli oraz młodzież i dzieci. Możliwość oglądania chociażby doju krów na żywo uczy szacunku do pracy hodowców – producentów żywności. Wystawa pokazuje troskę o zwierzęta i odpowiedzialność za ich dobrostan. Ponadto wystawa podsumowała postęp genetyczny za miniony okres. Hodowcy zrozumieli ścisły związek genetyki z ekonomią produkcji mleka. Inwestują w nowe technologie i czynią to z dobrym skutkiem, co dało się zauważyć podczas tej wystawy. Tegoroczną wystawę należy zaliczyć do udanych, spełniła ona oczekiwania hodowców, organizatorów oraz zwiedzających.

14. XIV Regionalna Wystawa Zwierząt Hodowlanych Pudliszki 2022



Miejsce realizacji zadania: Pudliszki

Termin realizacji zadania: 10.07.2022 r.

Grupa odbiorców: hodowcy bydła mlecznego.

Opis projektu: W dniu 10.07.2022 roku odbyła się XIV Regionalna Wystawa Zwierząt Hodowlanych PUDLISZKI 2022 w Pudliskach. Komisja sędziowska dokonała oceny 63 szt. jałówek oraz 10 szt. krów bydła mlecznego rasy PHF, które były prezentowane przez 21 hodowców z województwa wielkopolskiego. Pięknym akcentem wystawy był konkurs odchowu cieliczek po buhajach z WCHiRZ w Poznaniu, które w liczbie 15 szt. były prowadzone i prezentowane przez dzieci hodowców.

Ocena efektywności: Wystawione zwierzęta prezentowały pożądaną typ mleczny, co świadczy o prawidłowej pracy hodowlanej, na terenie województwa wielkopolskiego, której celem jest doskonalenie populacji bydła miejscowego w kierunku jednostronnie mlecznym. Hodowcy wykazali duże zaangażowanie w przygotowaniu zwierząt. Ocena bydła mlecznego przebiegała sprawnie i zgodnie z regulaminem wyceny bydła mlecznego.

15. Warmińsko – Mazurska Wystawa Zwierząt Hodowlanych



Miejsce realizacji zadania: Gryźliny

Termin realizacji zadania: 03-04.09.2022 r.

Grupa odbiorców: hodowcy bydła mlecznego.

Opis projektu:

Liczba Jałówek / liczba kategorii: **26 / 3**

Liczba Krów / liczba kategorii: **25 / 5**

Ogólna liczba zwierząt / liczba Kategorii: **51 / 8**

Liczba wystawców: **25**

Warmińsko-Mazurska Wystawa Zwierząt Hodowlanych odbyła się w terminie 3-4 września 2022 r. i po raz pierwszy w nowej lokalizacji tj. na terenie lotniska w Gryźlinach (ul. Lotnicza 2, Gryźliny) to najważniejsze i niewątpliwie cieszące się ogromną popularnością wydarzenie, dedykowane sektorowi hodowlanemu w naszym województwie. Warmińsko-Mazurska Wystawa Zwierząt Hodowlanych to dwudniowe wydarzenie, które skupia najlepszych hodowców, z województwa warmińsko-

mazurskiego, prezentujących swoje zwierzęta. Podczas wydarzenia swój dorobek hodowlany zaprezentowało wielu wystawców. Oprócz bydła mlecznego nie zabrakło bydła mięsnego, koni, owiec, alpак, królików, gołębi rasowych. To święto warmińsko-mazurskich hodowców, podczas którego pokazane były nowoczesne rozwiązania stosowane w produkcji zwierzęcej i innowacyjne technologie w zakresie prowadzenia gospodarstw rolnych i branży rolniczej. Wystawa była idealnym miejscem do przedstawienia dynamicznego rozwoju obszarów wiejskich. Podczas edycji w 2022 r. wystawy, w dwóch halach namiotowych o powierzchni 1000 m² każda, było można zobaczyć najpiękniejsze okazy bydła mlecznego, bydła mięsnego, bydła rasy polskiej czerwonej, klaczy ras zimnokrwistych, owiec, alpак, królików, gołębi rasowych. Spośród prezentowanych zwierząt wyłonione zostały czempiony i superczempiony, a hodowcy najlepszych sztuk zostali odznaczeni. Nieodłącznym elementem wystawy stał się również Konkurs Młodego Hodowcy - to zwieńczenie ciężkiej pracy młodszeo pokolenia, które pracowicie przygotowuje się do pokazu cieląt.

Ocena efektywności: Wystawa pokazała, że mimo trudnego okresu, spowodowanego pandemią i kryzysem, polska hodowla bydła mlecznego, z roku na rok, staje się doskonalsza i w żaden sposób nie odbiega od europejskiej i światowej czołówki. Jest to niezaprzeczalny dowód wieloletniej, konsekwentnej i profesjonalnej pracy hodowlanej, a zdobyte czempionaty i superczempionaty, świadczą o osiągnięciu niezwykle wysokiego poziomu w rodzimych gospodarstwach.

16. XXXIV Barzkowickie Targi Rolne Agro Pomerania 2022 IXIX Wystawa Bydła Mlecznego



Miejsce realizacji zadania: Barzkowice

Termin realizacji zadania: 10-11.09.2022 r.

Grupa odbiorców: hodowcy bydła mlecznego.

Opis projektu:

Liczba jałówek / liczba kategorii: 44 szt. / 6 kategorii

Liczba krów / liczba kategorii: - / -

Ogólna liczba zwierząt /kategorii: 44 szt. /6 kategorii

Liczba wystawców: 8

XIX Wystawa Bydła Mlecznego w Barzkowicach towarzysząca XXXIV Targom Rolnym AGRO POMERANIA 2022 już za nami. Jak co roku dopisała i aura, i publiczność. W 6 kategoriach wystawowych stanęły w szranki zwierzęta rasy holsztyńsko-fryzyjskiej, odmiany czarno białej. Zarówno hodowle wielkostadne, jak i indywidualne, prezentowały swój dorobek hodowlany. W 2022 roku niemal bezkonkurencyjnym zwycięzcą wystawy okazał się Ośrodek Hodowli Zarodowej w Lubianie, choć

w dwóch najmłodszych kategoriach jałówek dominowali hodowcy indywidualni. Spośród jałówek 4–6 miesięcznych, zarówno tytuł czempiona, jak i wicczempiona przypadł w udziale jałówkom: SUŁTANKA 1 i KLUSKA należącym do hodowcy z Unimia. W grupie jałowic w wieku 7–9 miesięcy zaszczytny tytuł czempionki otrzymała jałówka LADI hodowcy z Rogowa, natomiast wicczempionki – KWIEĆKA – hodowcy z miejscowości Długie. W kategorii jałowic w wieku 10–12 miesięcy zwyciężyła AUDREJ, własność Zakładu Doświadczalnego Instytutu Zootechniki w Końbaczku. Miejsce drugie i tytuł wicczempiona zdobyła jałówka OWALNA – również z Końbaczku. Wśród jałówek 13–15 miesięcznych Ośrodek Hodowli Zarodowej z Lubian nie miał sobie równych. Na pierwszych miejscach uplasowały się jałówki DUMA i ŁYNA. DUMA również uzyskała tytuł superczempionki w grupie jałowic i zdobyła puchar Prezydenta Polskiej Federacji Hodowców Bydła i Producentów Mleka. Uzasadniając wybór sędziego zwrócił uwagę na bardzo proporcjonalną budowę i charakter mleczny tego zwierzęcia. W kategorii jałowic 16–18 miesięcznych czempionką została wybitna DIAMANTSJE z Ośrodka Hodowli Zarodowej w Lubianie, wicczempionką natomiast – jałowica CINDY – również własność OHZ w Lubianie. Równie emocjonujący, jak wybór czempionów wystawy, był Konkurs Młodego Hodowcy, który, jak co roku zgromadził największą widownię. Na ringu prezentowało się szesnaścioro dzieci i wnuków naszych hodowców, z przejściem oprowadzających swoje cielęta. Profesjonalne zachowanie, stroje i rozbijające szczere wypowiedzi wywoływały aplauz wśród publiczności. W tym roku komisja jednogłośnie zdecydowała, że najlepiej zostały wyeksponowane zwierzęta z Ośrodka Hodowli Zarodowej w Lubianie. Nie mniej wszystkie dzieci włożyły ogrom wysiłku w przygotowanie swoich podopiecznych i tym samym zasłużyły na atrakcyjne nagrody.

Ocena efektywności: Wystawa, to nie tylko prezentacja najpiękniejszych zwierząt. Każdy hodowca pragnie pokazać swój dorobek, który wiąże się z osiągnięciami hodowlanymi. Ten postęp, to zarówno ciężka praca hodowcy, jak i wartość wypadkowa środowiska i genetyki. Wystawa jest również świetną okazją do wymiany doświadczeń i „obgadania” tematów z pasjonatami hodowli bydła mlecznego. To także chwila oddechu, tak potrzebnego w kieracie dnia codziennego.

17. XIV Regionalna Wystawa Zwierząt Hodowlanych w Siedlcach



Miejsce realizacji zadania: Siedlce

Termin realizacji zadania: 10-11.09.2022 r.

Grupa odbiorców: hodowcy bydła mlecznego.

Opis projektu:

Liczba jałówek / liczba kategorii: 25 szt. / 3 kat.

Liczba krów / liczba kategorii: 29 szt. / 4 kat.

Ogólna liczba zwierząt / kategorii: 54 szt. / 7 kat.

Liczba wystawców: 25 hodowców

XVI Regionalna Wystawa Zwierząt Hodowlanych, towarzysząca Międzynarodowym Dniom z Doradztwem Rolniczym, odbyła się w dniach 10–11 września 2022 r. i miała rangę wydarzenia o zasięgu wojewódzkim. Choć w te dni aura nie rozpieszczała, impreza zgromadziła liczne rzesze oglądających konkursowe zmagania. W wycenie uczestniczyło 25 hodowców. Prezentowane były one

w następujących kategoriach: jałowice rasy PHF w wieku od 9 do 12 mies. (9 szt.), jałowice rasy PHF w wieku powyżej 12 do 16 mies. (10 szt.), jałowice cielne rasy PHF (6 szt.), krowy pierwiastki rasy PHF (12 szt.), krowy rasy PHF w II laktacji (7 szt.), krowy rasy PHF w laktacjach III i dalszych (5 szt.). Nowością okazała się stawka krów rasy białogrzbieta (5 szt.), po raz pierwszy uczestniczących w siedleckiej wystawie. Prezentowane sztuki były naprawdę znakomite. Sędzia niejednokrotnie zaznaczał, że wszystkie stawki były bardzo wyrównane, a wyłonienie z nich najlepszych zwierząt stanowiło nie lada wyzwanie. Ostatecznie jednak, komisja sędziowska przyznała tytuły: 7 czempionów i 11 wiceczempionów. Nie zakończyło to bynajmniej konkursowych emocji, ponieważ spośród czempionów w grupach krów i jałówek wytypowane zostały zwierzęta uhonorowane tytułami superczempionów XVI Regionalnej Wystawy Zwierząt Hodowlanych w Siedlcach. Wśród jałówek miano najpiękniejszej zdobyła Malina 6 (PL-00545059255-6) z hodowli z miejscowości Dzieńcioły Bliższe. Bezkonkurencyjną krową okazała się Henny 94 (PL-00534532000-4), której właścicielem jest hodowca ze Skwierczyna-Dworu. Wycenę zakończył pokaz ras rodzimych, na którym zaprezentowano krowy ras jersey, simentalskiej, polskiej czerwono-białej, brown swiss i europejskiego bydła czerwonego. Tuż po pokazie ringiem zawładnęły dzieci oprowadzające swoje cieliczki w Konkursie Młodego Hodowcy. Należy zaznaczyć, że siedlecką wystawę cechuje wspaniała, prawdziwie sportowa atmosfera i szczególne zaangażowanie zarówno wystawców zwierząt, jak i oglądającej wycenę publiczności. Co ciekawe, jest to jedna z nielicznych imprez hodowlanych, w której biorą udział tylko hodowcy indywidualni, a nie duże hodowle zarodowe. Duża liczba wystawców i prezentowanych zwierząt daje fantastyczną możliwość poznania dokonań innych hodowców i podzielenia się swoją wiedzą i doświadczeniem.

Ocena efektywności: Podczas XVI Regionalnej Wystawy Zwierząt Hodowlanych w Siedlcach przekazano najnowsze informacje na temat oceny typu i budowy bydła mlecznego. Zaprezentowano specjalnie na to wydarzenie wyselekcjonowane i przygotowane przez profesjonalny serwis zwierzęta pochodzące z gospodarstw stosujących efektywne metody chowu i hodowli bydła mlecznego. Podczas poszczególnych etapów prezentacji podkreślano znaczenie hodowli i chowu bydła mlecznego w gospodarce oraz zwracano uwagę na prozdrowotne znaczenie wyrobów mleczarskich i ich szczególne walory. Najważniejszym celem, jaki został spełniony, była promocja spożycia mleka, jako najzdrowszego i najtańszego źródła składników zdrowotnych, a szczególnie wapnia. Propagowano hodowlę bydła mlecznego w województwie mazowieckim. Ważne było także promowanie dobrego wizerunku hodowcy bydła, jako producenta mleka o najwyższej jakości spożywczej.

18. IX Podhalańska Wystawa Zwierząt Hodowlanych w Ludźmierzu



Miejsce realizacji zadania: Ludźmierz

Termin realizacji zadania: 17-18.09.2022 r.

Grupa odbiorców: hodowcy bydła mlecznego.

Opis projektu: Po przerwie, spowodowanej m.in. pandemią, do Ludźmierza wróciły dwie ważne wystawy zwierząt. W weekend 17-18 września odbyła się XIV Krajowa Wystawa Czerwonego Bydła Polskiego i IX Podhalańska Wystawa Zwierząt Hodowlanych. Organizatorami byli: Krajowy Związek Hodowców Czerwonego Bydła Polskiego, Polska Federacja Hodowców Bydła i Producentów Mleka. Wystawa zgromadziła hodowców zwierząt, wystawców sprzętu rolniczego, instytucji związanych z rolnictwem oraz producentów wyrobów mleczarskich. Pierwszy dzień to wytężona praca dla hodowców, związana z wyceną zwierząt i wyborem czempionów i superczempionów wystawy. Na ringu swoje najlepsze sztuki prezentowali hodowcy bydła mlecznego, koni oraz owiec. Na scenie odbyło się uroczyste otwarcie i wręczenie nagród dla właścicieli najlepszych okazów zwierząt. Wyróżnionym hodowcom, poszczególnych gatunków, zostały wręczone puchary oraz nagrody za czempiony oraz superczempiony wystawy. Wystawa Zwierząt Hodowlanych w Ludźmierzu to wielkie

święto rolników, plonów i zwierząt. Pomimo deszczowej pogody, dużym zainteresowaniem cieszyły się także wystawiane traktory, maszyny i urządzenia rolnicze oraz stoiska wystawców.

Ocena efektywności: Podczas IX Podhalańskiej Wystawy Zwierząt Hodowlanych w Ludźmierzu zaprezentowano bydło mleczne z terenu małopolski, wybrane specjalnie na to wydarzenie. Podczas prezentacji bydła na ringu hodowcy poznali najnowsze informacje na temat oceny typu i budowy bydła ras mlecznych. Wystawa była miejscem edukacji zarówno hodowców jak i konsumentów. Hodowców w zakresie nowoczesnej hodowli, zrównoważonej ekonomicznie i z zachowaniem dobrostanu zwierząt. Edukacja konsumentów odbyła się poprzez promowanie walorów odżywczych mleka i jego przetworów oraz zachęty do wzrostu konsumpcji. Celem nadrzędnym, który został zrealizowany podczas wystawy była promocja spożycia mleka oraz przetworów mlecznych oraz wymiana doświadczeń hodowców bydła mlecznego, praktyczne porady i obserwacje ludzi bezpośrednio związanych z branżą mleczarską.

19. XIV Krajowa Wystawa Czerwonego Bydła Polskiego



Miejsce realizacji zadania: Ludźmierz

Termin realizacji zadania: 17-18.09.2022 r.

Grupa odbiorców: hodowcy bydła mlecznego.

Opis projektu: Po dwuletniej przerwie, spowodowanej epidemią COVID-19, 17 i 18 września odbyły się w Ludźmierzu, kolejne edycje małopolskich wystaw hodowlanych: XIV Krajowa Wystawa Czerwonego Bydła Polskiego i IX Podhalańska Wystawa Zwierząt Hodowlanych. Oprócz bydła mlecznego prezentowane było bydło mięsne, konie, owce i króliki rasowe. Hodowcy z utęsknieniem oczekiwali tych wystaw. Na XIV Krajowej Wystawie Czerwonego Bydła Polskiego 19 hodowców prezentowało, ogółem 31 sztuk bydła w pięciu kategoriach. Superczempionem w kategorii programu doskonalenia rasy została krowa Malina PL005318433977 z zasłużonej hodowli w Krempachach. Bajka PL005321109470 z hodowli

z Czarnej Góry, została superczempionem wystawy, w kategorii bydło z programu ochrony zasobów genetycznych. Czempion XIV Krajowej Wystawy Czerwonego Bydła Polskiego, krowa Malian PL005318433977. Wielką radość, zarówno dzieciom, jak i ich rodzicom oraz widzom licznie zgromadzonym przy ringu, sprawił konkurs Młodych Hodowców. Na koniec imprezy wystawcy, goście i organizatorzy zgodnie stwierdzili, że chcą się spotkać za rok na kolejnych wystawach. W ramach zadania zorganizowano wystawę Czerwonego Bydła Polskiego - prezentację oraz wycenę krów i jałowic oraz pokaz cieliczek. XIV Krajowa Wystawa Czerwonego Bydła Polskiego w Ludźmierzu, po raz kolejny, była miejscem promocji hodowli i chowu, jednej z nielicznych autochtonicznych ras europejskiego bydła czerwonego, którego cechy fizyczne predysponują do utrzymywania w trudnych podgórskich i górskich warunkach. Wystawa oraz towarzyszące jej targi rolne były okazją do promocji nowoczesnych technologii w pozyskiwaniu i produkcji mleka. Wystawa była miejscem spotkania hodowców i producentów mleka oraz przedstawicieli innych organizacji branży mleczarskiej, co pozwoliło na prezentację osiągnięć, wymianę doświadczeń, podzielenie się problemami, z jakimi mierzą się producenci mleka. Organizacja wystaw ma ważny efekt dydaktyczny - informowanie konsumenta o walorach prozdrowotnych mleka, pochodzącego od krów rasy polska czerwona oraz jego przetworów.

Ocena efektywności: Podczas XIV Krajowa Wystawa Czerwonego Bydła Polskiego w Ludźmierzu zaprezentowano bydło wybrane specjalnie na to wydarzenie, pochodzące z gospodarstw utrzymujących to wszechstronne bydło w trudnych górskich i podgórskich warunkach. Na każdym etapie prezentacji podkreślano znaczenie hodowli i chowu czerwonego bydła polskiego, ich cechy fizyczne jak duża zdrowotność, długowieczność, bardzo dobra płodność, duża żywotność cieląt i łatwość ich odchowu, a przede wszystkim wysoka jakość biologiczna mleka. Celem nadrzędnym, który został zrealizowany podczas wystawy, była promocja spożycia mleka oraz przetworów mlecznych, szczególnie od krów rasy polska czerwona, których mleko charakteryzuje się wysoką zawartością białka, tłuszczu oraz suchej masy i ma dużą przydatność do celów serowarskich.

20. IX Pomorska Wystawa Bydła Mlecznego



Miejsce realizacji zadania: Bolesławowo

Termin realizacji zadania: 24-25.09.2022 r.

Grupa odbiorców: hodowcy bydła mlecznego.

Opis projektu:

Liczba jałówek / liczba kategorii: **27/4**

Liczba krów / liczba kategorii: **9/2**

Ogólna liczba zwierząt / kategorii: **36/6**

Liczba wystawców: **18**

W dniach 24-25 września 2022 roku odbyła się IX Pomorska Wystawa Bydła Mlecznego w Bolesławowie. Gospodarzem obiektów wystawowych był Zespół Szkół Rolniczych Centrum Kształcenia Praktycznego im. Józefa Wybickiego w Bolesławowie. Wystawiono zwierzęta w 6 kategoriach wiekowych, w tym cztery w jałówkach i dwie w krowach. Sędzia główny wystawy wybrał spośród nich sześć czempionek i jednaście wiceczempionek. Spośród czempionek sędzia

wybrał superczempionkę, którą została jałówka LIDKA PL 005445073770, będąca własnością hodowcy z Bietowa.

Ocena efektywności: Wystawione zwierzęta prezentowały pożądaną typ mleczny, co świadczy o prawidłowej pracy hodowlanej, na terenie województwa pomorskiego, której celem jest doskonalenie populacji miejscowego bydła w kierunku jednostronnie mlecznym. Hodowcy wykazali duże zaangażowanie w przygotowanie zwierząt. Ocena zwierząt przebiegła sprawnie i zgodnie z regulaminem wyceny.

21. Zielone Agro Show



Miejsce realizacji zadania: Ułęż

Termin realizacji zadania: 21-22.05.2022 r.

Grupa odbiorców: hodowcy bydła mlecznego.

Opis projektu: Ostatnia edycja wystawy odbyła się w 2019 roku, dwa lata przerwy to dużo, dlatego przygotowania nie były wolne od obaw czy firmy zechcą zaprezentować się na wystawie, a rolnicy, tak jak w poprzednich edycjach, tłumnie przyjadą, aby zapoznać się z ofertami prezentowanych firm. Liczyliśmy, że tak jak w przypadku AGRO SHOW wszystko wróci do normy i po czasie pandemii zarówno firmy, jak i rolnicy, z radością wrócą do standardowych form kontaktu. Dopisała frekwencja i po stronie odwiedzających, i po stronie wystawców. *Mimo dwóch lat przerwy jest ona bardzo dobrze odbierana przez rolników oraz przedsiębiorców działających w branży rolnej na tym terenie. Przed imprezą włożyliśmy dużo starań, aby przypomnieć rolnikom o wystawie i przekonać ich, by ponownie*

ją odwiedzili. W tegorocznej edycji wystawy wzięło blisko 140 firm, w pokazach zaprezentowały się 42 zestawy maszyn. Tak jak w poprzednich latach, pokazy podzielone były na dwie części. Oprócz stoisk wystawców, po raz pierwszy na wystawie można było zobaczyć prezentacje jałówek. Pracownicy PFHBiPM nie ograniczyli się wyłącznie do pokazania młodych zwierząt w kojcach, ale wzbogacili program i imprezy o pokaz strzyżenia. Omówili czynności, jakie powinien wykonywać hodowca i profesjonalny fitter, by odpowiednio przygotować zwierzę do wystawy. W specjalnie przygotowanych boksach, zaprezentowano pokaz pielęgnacji jałówek – przygotowanie do wystawy oraz ocenę typu i budowy jałówek rasy PHF. Ponadto Federacja na swoim stoisku prezentowała badanie składu pasz. Patronat honorowy tegoroczną imprezą sprawował Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi.

Ocena efektywności: ZIELONE AGRO SHOW to wystawa, która na stałe wpisała się do kalendarza imprez wystawienniczych. Jest pierwszą imprezą w Polsce, poświęconą nowoczesnej technice i technologii produkcji wysokiej jakości pasz zielonych dla bydła. Poza wystawcami oferującymi nowoczesne maszyny rolnicze odwiedzić można także firmy produkujące nasiona, nawozy, pasze i dodatki paszowe, folie rolnicze, elementy wyposażenia budynków inwentarskich oraz wiele innych. **ZIELONE AGRO SHOW** to niepowtarzalna okazja dla rolników, aby w jednym miejscu obejrzeć, porównać i wybrać najlepsze maszyny dostępne na światowych rynkach. Korzystając z wiedzy i pomocy wystawców, każdy ma możliwość zapoznania się z technologią zbioru, kosztem eksploatacji, a także wydajnością maszyn. Po raz kolejny odbiorcy docenili pomysł i ideę otwartej platformy, na której spotykają się dwie strony rolniczego rynku: klienci, czyli rolnicy i firmy, które są dostawcami maszyn, urządzeń, środków i technologii, potrzebnych w prowadzeniu nowoczesnych gospodarstw rolnych.

22. Ogólnopolska Szkoła Młodych Hodowców



Miejsce realizacji zadania: Szepietowo

Termin realizacji zadania: 21-24.06.2022 r.

Grupa odbiorców: Młodzi hodowcy bydła mlecznego.

Opis projektu: 20 młodych hodowców z całej Polski przyjechało 21 czerwca do Szepietowa, aby wstąpić w szeregi elitarnej Szkoły Młodych Hodowców, której finał miał miejsce 24 czerwca. Młodzież w wieku od 11 do 23 lat nabyła wiedzę i praktyczne umiejętności z zakresu żywienia, pielęgnacji, mycia, strzyżenia i oprowadzania bydła. Finałowe starcie miało miejsce 24 czerwca. Adepti sztuki fitterskiej zaprezentowali rezultaty swojej czterodniowej nauki na szepietowskim ringu. Po raz drugi OGÓLNOPOLSKA SZKOŁA MŁODYCH HODOWCÓW odbędzie się w dniach 21 czerwca – 26 czerwca 2022 roku na terenach wystawowych Podlaskiego Ośrodka Doradztwa Rolniczego w Szepietowie, przy okazji XXVIII Regionalnej Wystawy Zwierząt Hodowlanych. Jej organizacja była dofinansowana z Funduszu Promocji Mleka. Dla młodych hodowców bydła uczestnictwo w zajęciach jest czymś wyjątkowym. Mają oni możliwość zdobycia pożytecznych i rzadkich jeszcze w naszym kraju

umiejętności – profesjonalnego przygotowania bydła do wystawy. Uczniowie szkoły zostali podzieleni na grupy i otrzymali pod opiekę jałówki, wypożyczone przez podlaskich hodowców. Aby osiągnąć sukces, muszą nauczyć się pracować wspólnie oraz dbać o bezpieczeństwo swoje i współuczestników. Zajęcia tradycyjnie rozpoczęły się od przygotowania dla jałowic profesjonalnego wystawowego legowiska. Umyte sztuki muszą zostać odpowiednio nakarmione. Następnie w ruch poszły maszynki do strzyżenia, bo jałówki obowiązkowo muszą mieć nienaganną linię, profesjonalnego irokeza. Jeszcze trochę kosmetyków i można będzie uczyć zwierzę chodzić po ringu, niczym modelkę po wybiegu. Obowiązkowy jest odpowiedni kantar i znajomość mnóstwa sędziowskich komend. Oczywiście uczniowie również muszą prezentować się profesjonalnie, stąd też obowiązkowy biały strój oprowadzającego. Finałowy konkurs na ringu odbył się 24 czerwca 2022 r. Szkoła Młodych Hodowców to nie tylko specjalistyczne warsztaty, ale przede wszystkim nauka współpracy oraz pokonywania barier. Każdy instruktor wnosi do szkoły coś nowego i dzięki temu są one niepowtarzalne.

Ocena efektywności: Szkoła Młodych Hodowców to nie tylko specjalistyczne warsztaty, ale przede wszystkim nauka współpracy oraz pokonywania barier. Ogólnopolska Szkoła Młodych Hodowców jest formą wyszukiwania młodych talentów i szlifowania ich umiejętności. Dzięki takim inicjatywom, poziom wiedzy o hodowli rośnie

23. Mazowiecka Wystawa Zwierząt Hodowlanych w Poświętnem

Mazowiecka wystawa Zwierząt Hodowlanych w Poświętnem miała być zorganizowana w dniach 11-12.2022 r. na terenie Mazowieckiego Ośrodka Doradztwa Rolniczego Oddział w Poświętnem, podczas odbywających się III Krajowych Dni Pola. Z uwagi na włączenie terenu powiatu płońskiego do obszaru zagrożonego wścieklizną, czego konsekwencją był wprowadzony zakaz organizowania targów, wystaw i innych pokazów zwierząt, organizacja wystawy w zaplanowanych działaniach było niemożliwe. Mimo braku możliwości prezentacji dorobku hodowlanego, z przyczyn od nas niezależnych, PFHBiPM zorganizowała warsztaty szkoleniowe dla hodowców.

24. Kalendarz Dla Dzieci Promujący Spożycie Mleka



 Współfinansowano z Funduszu Promocji Mleka

Miejsce realizacji zadania: Cały kraj

Termin realizacji zadania: styczeń 2022 r.

Grupa odbiorców: Dzieci, rodzice

Opis projektu: Wiek przedszkolny i szkolny dziecka to nie lada wyzwanie dla rodziców, zwłaszcza pod względem zdrowego żywienia. To właśnie w tym okresie kształtowane są nawyki żywieniowe i upodobania kulinarne dziecka, które będą rzutować na jego przyszły styl życia. Dlatego też niezwykle istotne jest przyzwyczajanie najmłodszych do spożywania różnego rodzaju pożywienia. Jakie produkty należy uwzględnić w diecie dziecka? Odpowiedź znajdziemy w piramidzie zdrowego

żywienia, która ukazuje, jakie artykuły spożywcze powinniśmy wybierać. W codziennym jadłospisie nie powinno zabraknąć produktów zbożowych, owoców i warzyw, mleka i produktów mlecznych, mięsa, ryb, jaj, orzechów, nasion strączkowych, a także tłuszczów roślinnych. Mleko, prawie na całym świecie, stanowi ważny składnik codziennego jadłospisu. Mleko jest bogatym źródłem wielu witamin oraz składników odżywczych i mineralnych. Produkty mleczne zawierają witaminy z grupy B oraz witaminy rozpuszczalne w tłuszczach: A, D, E. Do ważnych składników mineralnych należą potas, magnez, fosfor oraz cynk. Dlatego mleko oraz przetwory mleczne powinny być codziennie spożywane, zarówno przez dzieci jak i dorosłych. 2 szklanki mleka lub 30 g sera żółtego zaspokajają dziennie zapotrzebowanie organizmu na wapń. Wapń jest bardzo ważnym pierwiastkiem, który stanowi budulec kości, wpływa na prawidłowe funkcjonowanie serca, płuc i innych narządów wewnętrznych. Wapń wraz z witaminą D zapobiegają pojawieniu się osteoporozy, która prowadzi do zwiększonej podatności na złamania. Mleko spożywane jest na całym świecie. Mleko i najróżniejsze przetwory mleczne, ze względu na dobroczynne składniki stanowią źródło dobrego zdrowia. W ramach realizowanego przedsięwzięcia zlecieliśmy opracowanie graficzne i wydruk kalendarza planszowego – prace plastyczne nadesłane na konkursy plastyczne w ramach ŚWIĘTA MLEKA. Wydrukowano kalendarz w formacie: 320 mm x 670 mm, 13 kartowy, spiralowany, w ilości 3000 egzemplarzy. Każdy egzemplarz kalendarza zawierał informację o treści „*Współfinansowano z Funduszu Promocji Mleka*”. Dystrybucja bezpośrednia kalendarza odbyła się do miejsc wskazanych przez PFHBiPM (Regiony Oceny PFHBiPM oraz Związki Hodowców zrzeszone w naszej Organizacji). Bezpośrednimi odbiorcami byli hodowcy bydła i producenci mleka.

Ocena efektywności: Reklama kategorii produktu jest stosowana, jako narzędzie kształtowania rynku, niektórych produktów spożywczych, a w szczególności mleka i przetworów mlecznych. Analiza doświadczeń, w zakresie zastosowania reklamy kategorii produktu na polskim rynku żywnościowym, wskazuje na jej pozytywny wpływ na rozwój sektora żywnościowego. Należy także pamiętać, że kampanie wspierające spożycie mleka wśród różnych grup konsumentów, a szczególnie grup wrażliwych na nieprawidłowe żywienie (jak dzieci i młodzież) od dawna są organizowane w krajach Unii Europejskiej. Niektóre z tych kampanii mają długą tradycję oraz dobrze ugruntowaną pozycję w świadomości konsumentów. Organizatorami tego typu akcji w poszczególnych krajach były różne podmioty rynkowe oraz instytucje: tworzone specjalne programy rządowe, odpowiednie programy organizowane przez producentów mleka i jego przetworów oraz przez różnego rodzaju organizacje pozarządowe. Doświadczenia kampanii ogólnych, na rzecz spożycia mleka, wskazują na dużą efektywność tych działań marketingowych i realny wzrost podaży mleka, jego spożycia oraz dochodów producentów. Jednak warunkiem ich powodzenia jest konsekwencja w prowadzeniu kampanii, jej spójne przesłanie i dostosowanie do potrzeb grupy docelowej, a także współdziałanie

podmiotów, prowadzących na rynku takie kampanie. Niestety, w Polsce nie ustrzeżono się błędów w prowadzeniu kampanii. Niektóre z nich były prowadzone zbyt krótko i nie zostały dostrzeżone przez odpowiednio dużą liczbę konsumentów, inne miały niewystarczająco jasne przesłanie. Pomimo dużej wiedzy odbiorców na temat poszczególnych kampanii, znajomości ich haseł i treści, nie spowodowały one istotnej zmiany zachowań konsumentów, w zakresie mleka i przetworów mlecznych. Nie udało się także wykreować wizerunku mleka, jako produktu modnego. Cykliczne przedsięwzięcie, jakim jest wydruk kalendarza, w sposób właściwy przyczynia się do kształtowania wśród dzieci i młodzieży, dobrych nawyków żywieniowych poprzez promowanie spożycia mleka i przetworów mlecznych.

25. Mlekoś Odkrywa Smaki



Miejsce realizacji zadania: Szepietowo, Kamień Śląski, Bratoszewice, Minikowo

Grupa odbiorców: dzieci w wieku przedszkolnym i rodzice

Opis projektu: Do Kamienia Śląskiego, Bratoszewic, Szepietowa i Minikowa zawitał Mlekoś i odkrywał mleczne smaki na stoiskach promocyjnych, sfinansowanych w ramach Funduszu Promocji Mleka.

Na najmłodszych czekało mnóstwo atrakcji. Dzieci miały okazję bawić się w towarzystwie naszych pracowników. Była super zabawa i możliwość degustacji mlecznych produktów. Stoisko cieszyło się dużym zainteresowaniem, nie tylko wśród najmłodszych. Naszą atrakcją uznano za Hit Publiczności Wystaw.



Zorganizowano catering mleczny, dla uczestników przedsięwzięć, w ramach których dzieci i młodzież, podczas degustacji poznawały walory odżywcze mleka i jego przetworów oraz ich znaczenie w codziennej diecie. W ramach zakupionych gadżetów i materiałów reklamowych, zorganizowano również stoisko edukacyjne, gdzie poprzez zabawę, dzieci i młodzież była edukowana w zakresie nabywania zdrowych nawyków żywieniowych, w tym mleka jako głównego źródła wapnia. Podczas realizacji zadań w namiocie „Mleko odkrywa smaki” odbywało się mnóstwo atrakcji dla dzieci, a ich celem przewodnim była promocja mleka i ich przetworów. Były organizowane konkursy plastyczne, zabawy ruchowe, konkursy na temat mleka i wiele innych niespodzianek z nagrodami i gadżetami. W ramach prowadzonej akcji widać, że następuje systematyczny wzrost wykształcenia społeczeństwa, także mieszkańców wsi. Widać dużą potrzebę rozwijania zainteresowań dzieci i młodzieży mieszkającej na wsi, ponieważ nie zawsze mają oni odpowiednie to tego miejsca. Stwarza to ogromne pole do działania, dla organizacji takich jak PFHBiPM, które mogą wychodzić naprzeciw tym potrzebom, poprzez propagowanie działań aktywizujących dzieci i młodzież, ale również i dorosłych mieszkańców wsi.

Ocena efektywności. Pomimo znacznego wzrostu spożycia mleka, nadal niezbędne jest podejmowanie działań, mających na celu edukację i dalsze szerzenie wiedzy o prozdrowotnych właściwościach mleka, co przełoży się na wzrost spożycia mleka i budowania dobrego PR wokół mleka i jego produktów. Spożycie mleka szczególnie ważne jest wśród dzieci, młodzieży oraz osób w wieku dojrzałym. W tym celu, edukacja żywieniowa dzieci rozpoczynać się powinna od najmłodszych lat co oznacza, że wiedzę o korzyściach prozdrowotnych związanych ze spożyciem mleka i przetworów mlecznych, przekazywać należy nie tylko bezpośrednio dzieciom, ale również ich rodzicom, jako osobom bezpośrednio odpowiedzialnym za kształtowanie prawidłowych nawyków żywieniowych u dzieci. Oczekiwanym efektem zrealizowanego zadania będzie zwiększenie zaufania do produktów mlecznych, wzrost zainteresowania konsumentów mlekiem uzyskanym od krów hodowanych na terytorium Polski. Promocja mleka przez PFHBiPM ma ponadto na celu budowanie pozytywnego wizerunku mleka, jako zdrowego produktu spożywczego, ofertowanego przez przedstawicieli rolników.

26. #DziękujemyŻePijecieMleko



Termin realizacji: listopad - grudzień 2022 r.

Grupa odbiorców: konsumenci – dorośli decydenci zakupowi, hodowcy bydłami producenci mleka

Opis projektu: W bezpośrednim przekazie kontynuacji kampanii #DziękujemyŻePijecieMleko prezentowaliśmy bezpieczeństwo produkcji mleka oraz informacje, na jak wysokim poziomie jest produkcja mleka w Polsce. Podkreślaliśmy również wysoki poziom dobrostanu zwierząt. Efektem działania miało być przekonanie konsumentów, że pochodzenie ma znaczenie, a polskie pochodzenie to gwarancja wysokiej jakości. Podkreślenie tego, aby konsument zwracał uwagę na pochodzenie mleka w produktach mleczarskich, wspierał to co polskie. Działanie to miało również na celu niwelowanie stereotypów, na temat mleka i jego przetworów oraz działanie przeciw arbitralnym twierdzeniom, o jego szkodliwości. Krowie mleko uchodzi powszechnie za cenne źródło białka i wapnia, niezbędnych w zbilansowanej diecie. Zawiera większość potrzebnych witamin. Zawartość wapnia oraz witamin – ludzkie kości wymagają stałej obecności wapnia w organizmie, aby móc tworzyć solidne struktury. Mleko jest przy tym jednym z najbogatszych źródeł tego pierwiastka. W typowym mleku

UHT 3,2 znajdziemy ponad 120 mg wapnia na 100 gramów produktu, a w niektórych serach jest go kilkakrotnie więcej. Chroni to również przed występowaniem próchnicy. Białko, zawarte w mleku, to korzystny dla naszego ciała budulec, który uczestniczy w tworzeniu ludzkich białek. Ma to również znaczenie podczas np. przeziębienia, ponieważ mleko może działać antybakteryjnie. Obecność sprzężonego kwasu linolowego – to substancja chroniąca nasz organizm przed niektórymi chorobami nowotworowymi, np. rakiem żołądka.

Działania promocyjno/informacyjne lokowaliśmy w:

1. w mediach (prasa),
2. w Internecie z wykorzystaniem strony internetowej www.dziekujemyzepijeciemleko.pl i mediów społecznościowych tj. Facebook: www.facebook.com/DziekujemyZePijecieMleko
3. ww. witryny/serwis internetowe stanowiąc będą główne źródła informacji o programie
4. opracowanie graficzne i wydruk kalendarzy trójdziałnych. Każdy egzemplarz kalendarza zawierał informację o treści „Współfinansowano z Funduszu Promocji Mleka”.

DZIAŁANIA REKLAMOWE

1.REKLAMA W PRASIE i INTERNECIE

Czas realizacji: 1 miesiąc forma tradycyjna (XII.2022) prasa

1 miesiąc (XII 2022) portal rolniczy

Wykupienie powierzchni reklamowej w prasie i Internecie, w celu promocji kampanii [#DziekujemyZePijecieMleko](https://www.facebook.com/DziekujemyZePijecieMleko).

Działania reklamowe:

1. reklama w prasie branżowej
2. reklama w portalu rolniczym

2.PROWADZENIE SERWISU INTERNETOWEGO - koszt własny PFHBiPM

Czas realizacji: 2 miesiące (XI.2022-XII.2022)

Witryna internetowa programu promocyjno/informacyjnego [#DziekujemyZePijecieMleko](https://www.facebook.com/DziekujemyZePijecieMleko) jest rozbudowanym serwisem internetowym, skupiającym wszystkie działania realizowane w ramach programu, a także wszystkie grupy docelowe. Strona www., moderacja strony kampanii wraz z wprowadzeniem nowych treści zgodnych z celami kampanii:

1. opracowanie pakietu treści potrzebnych do odświeżenia strony
2. aktualizacja treści.

Ocena efektywności: Zamierzony koncept, jakim jest - utrwalanie pozytywnego wizerunku hodowców, jak i samych zwierząt, pokazując je w świetnej formie jak i dobrostanie jakim żyją – w naszej ocenie został osiągnięty. Za pośrednictwem publikacji kalendarza - dotarliśmy do konsumentów, jak i hodowców - całoroczną promocją branży. Hodowcom pozwoli to poczuć się dumnymi ze swojej pracy, a konsumentom oswoić z coraz to rzadszym wizerunkiem krów.

27. Promocja Produktów Mleczarskich Dedykowana Społeczności Ukraińskiej



DLA UKRAINY!
для УКРАЇНИ!

PROMOCJA SKIEROWANA DO SPOŁECZNOŚCI UKRAIŃSKIEJ PRZEBYWAJĄCEJ NA TERENIE POLSKI, W SZCZEGÓLNOŚCI MATEK Z DZIEĆMI I MŁODZIEŻY.

W RAMACH PROMOCJI DOSTARCZYMY PRODUKTY MLECZNE W POSTACI MLEKA UHT I SERÓW TWARDYCH.

ПРОМОАКЦІЯ СПРЯМОВАНА НА УКРАЇНСЬКУ ГРОМАДУ, ЩО ПЕРЕБУВАЄ НА ТЕРИТОРІЇ ПОЛЬЩІ, ЗОКРЕМА, МАТЕРІВ З ДІТЬМИ ТА МОЛОДЬ.

В РАМКАХ ПРОМОАКЦІЇ МИ НАДАМО МОЛОЧНІ ПРОДУКТИ У ВИГЛЯДІ МОЛОКА УНТ ТА ТВЕРДИХ СІРІВ.

SYNANOWANO ZE ŚRODKÓW FUNDUSZU PROMOCJA MLEKA

ПОЛЬСЬКА ФЕДЕРАЦІЯ СЕЛЕКЦІОНЕРІВ ВЕЛИКОЇ РОГАТОЇ ХУДОБИ ТА ВИРОБНИКІВ МОЛОКА

ФІНАНСУЄТЬСЯ З КОШТІВ ФОНДУ ГРОСУВАННЯ МОЛОКА

Termin realizacji zadania: 04.03-02.08.2022 r.

Grupa odbiorców: obywatele Ukrainy, czasowo przebywający na terenie Polski

Opis projektu: Z pośrednictwem Banku Żywności SOS w Warszawie, staraliśmy się nieść pomoc ludziom z Ukrainy. Zapełniliśmy (częściowo) magazyny BŻ SOS mlekiem i serem żółtym w blokach z długą datą ważności. Bank Żywności SOS w Warszawie rozdysponował otrzymaną darowiznę, do miejsc takich jak fundacje, stowarzyszenia, ośrodki pomocy i inne, w ramach wsparcia obywateli Ukrainy, którzy znaleźli się w Polsce po 24 lutego 2022 roku. Banki Żywności w Polsce, od 25 lat ratują żywność przed zmarnowaniem i przekazują ją najbardziej potrzebującym. Posiadają zaplecze, markę i

doświadczenie w organizowaniu wsparcia dla ofiar klęsk żywiołowych, przeszkolone grupy wolontariuszy i wiedzę, jak organizować systematyczne i długotrwałe wsparcie. W obliczu wojny, która wybuchła w Ukrainie, w efekcie agresji ze strony Rosji, Banki Żywności oraz liczne organizacje pomocowe w całej Polsce, zostały wystawione na ciężką próbę. W ciągu pierwszych trzech tygodni, granicę polsko-ukraińską przekroczyło ponad 1,43 miliona osób uchodźczych z Ukrainy – według informacji pochodzących od Straży Granicznej. Organizacja Narodów Zjednoczonych szacuje, że w wyniku wojny nawet 5 milionów Ukraińców może szukać schronienia w innych państwach, w tym w Polsce. Zapewnienie godnych warunków pobytu, dla tych wszystkich osób, to największe wyzwanie, przed którym stoi nasz kraj. Entuzjazm Polaków był i jest ogromny, dlatego wraz z ekspertami (Bank Żywności SOS) od skutecznego pomagania przestrzegamy przed dwoma zagrożeniami: udzielaniem pomocy w sposób niezorganizowany, które może zakończyć się marnotrawstwem wysiłku i zasobów oraz zbyt szybkim przejściem, z tą dramatyczną sytuacją, do porządku dziennego. Tysiące ludzi, z ogarniętej wojną Ukrainy, przybywa do każdego zakątka naszego kraju. Spakowali swoje życie w jedną walizkę, a my Polacy zapraszaliśmy ich do siebie. Daliśmy schronienie, opiekę, pocieszenie. To wszystko daje im bezpieczeństwo na tu i teraz. Za pośrednictwem Banku Żywności SOS w Warszawie, staraliśmy się nieść pomoc ludziom z Ukrainy. Dzięki podpisanym umowom, zapełniliśmy (częściowo) magazyny BŻ SOS mlekiem i serem żółtym w blokach z długą datą ważności. Dostawy produktów mleczarskich, w ramach realizowanego zadania „*Promocja produktów mleczarskich dedykowana społeczności ukraińskiej*” do magazynu BŻ SOS, były oznakowane taśmą z napisem *Sfinansowano ze środków Funduszu Promocji Mleka*”. Z dostarczonych produktów mleczarskich (mleko UHT i ser żółty w blokach) przygotowywane były posiłki, dedykowane społeczności ukraińskiej (kobietom/matkom, dzieciom, młodzieży i osobom opiekującym się dziećmi) przebywającej w ośrodkach pomocy na terenie województwa mazowieckiego i województw ościennych. W miejscach dostarczenia ww. produktów przygotowywane były **gotowe do natychmiastowego spożycia porcje**. W ramach przedmiotowego działania formą promocji, jaka miała miejsce, to degustacja polskich produktów mleczarskich. Degustacja to jedna z najciekawszych i najbardziej skutecznych form promocji. Degustacja zachęca do zapoznania się z nieznanym jeszcze szerzej produktem.

Ocena efektywności: Sytuacja, tymczasowego przebywania na terenie polski obywateli Ukrainy, daje możliwość dotarcia w formie bezpośredniej, z ofertą polskich produktów mlecznych. Uczestnicy działań sami mogli przekonać się, jak polskie produkty mleczne wpływają na organizm człowieka oraz poznać i docenić ich walory smakowe. Wszyscy jesteśmy wstrząśnięci, tym co dzieje się w Ukrainie. W tym trudnym czasie okazaliśmy solidarność z naszymi sąsiadami, których sytuacja, z dnia na dzień, stała się dramatyczna. Nie sposób przewidzieć jak długo trwać będzie konflikt zbrojny, ale jego długofalowe skutki humanitarne będą na pewno poważne. Obecna sytuacja, związana z rosyjską agresją na Ukrainę,

jest dla całej Europy ogromnym wyzwaniem i sprawdzianem solidarności. Uchodźcy z Ukrainy uciekają przed wojną do Polski, która jest dla nich gwarancją stabilności i bezpieczeństwa.



28. Składki do Organizacji Międzynarodowych





Miejsce realizacji zadania: Warszawa

Grupa odbiorców: Hodowcy bydła.

Efektem końcowym projektu (ICAR) jest poprawa konkurencyjności polskich producentów mleka na krajowym i międzynarodowym rynku, poprzez transfer wiedzy od organizacji międzynarodowych do struktur PFHBiPM, oraz poprzez jej implementację w gospodarstwach mlecznych w Polsce. Prowadzenie oceny bydła wg. wystandaryzowanych wytycznych umożliwia łatwe i wiarygodne porównywanie osiągniętych efektów w skali europejskiej i światowej. Opłacanie składki z tytułu członkostwa w FIL/IDF, daje zapewniony dostęp do bieżących informacji ze świata rynku mleka, najnowszej wiedzy oraz możliwość wpływania na decyzje, dotyczące branży mleczarskiej. Osiągnięte efekty - dostarczenie podmiotom polskiego sektora mleczarskiego wiedzy i informacji ze światowego rynku mleka. Możliwość udziału w konsultacjach dotyczących zmian na rynku mleka. Opłacanie składek z tytułu członkostwa w EHRC pozwala PFHBiPM być w gronie stałych członków tej organizacji, uprawnia do aktywnego uczestniczenia w jej działalności oraz do posiadania ważnego głosu podczas Walnego Zgromadzenia, jako najwyższej statutowej władzy EHRC. Dzięki opłacaniu składki PFHBiPM miała zapewniony dostęp do bieżących informacji ze świata rynku mleka, najnowszej wiedzy oraz możliwość wpływania na decyzje dotyczące branży mleczarskiej. Możliwość udziału w konsultacjach dotyczących zmian na rynku mleka. Członkostwo PFHBiPM w WHFF jest działaniem na rzecz zintegrowania środowiska hodowców bydła holsztyńskiego krajów zajmujących się hodowlą bydła holsztyńskiego, wypracowania wspólnych standardów prowadzenia ksiąg hodowlanych i realizacji programu hodowlanego dla tej rasy oraz promocji polskiej hodowli bydła rasy PHF i przetwórstwa mleka na arenie międzynarodowej. Między innymi dzięki temu zadaniu, specjaliści PFHBiPM biorą udział w spotkaniach harmonizujących ocenę typu i budowy krów rasy holsztyńsko-fryzyjskiej przeznaczonych dla klasyfikatorów z całego świata.

Raport Stowarzyszenia
Innowatorów Wsi
z zadań finansowanych ze
środków Funduszu Promocji
Mleka w roku 2022



1. „Łódzkie Święto Mleka”

10 lipca 2022

Stowarzyszenie Innowatorów Wsi zorganizowało 10 lipca 2022 roku na terenach Zespołu Szkół Centrum Kształcenia Rolniczego Im. Jadwigi Dziubińskiej w Zduńskiej Dąbrowie imprezę plenerową dla producentów mleka, przetwórców oraz konsumentów mleka. W otwartym terenie z przygotowaną infrastrukturą zorganizowano strefy dla hodowców i producentów mleka gdzie prezentowali się producenci maszyn i urządzeń związanych z produkcją mleka. Wydarzenie patronatem honorowym objęli między innymi: Wiceprezes Rady Ministrów, Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi Henryk Kowalczyk, Prezes ARiMR Halina Szymańska, Prezes KRUS dr Aleksandra Hadzik, Dyrektor Generalny KOWR dr inż. Waldemar Humięcki, Główny Lekarz Weterynarii Paweł Niemczuk, Marszałek Województwa Łódzkiego Grzegorz Schreiber, JM Rektor Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego prof. dr. hab. Michał Jerzy Zasada, JM Rektor Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie dr hab. Jerzy Przyborowski, Dyrektor Instytutu Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej – PIB dr inż. Sylwia Łaba.

PATRONAT HONOROWY



Wiceprezes Rady Ministrów
Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi
Henryk Kowalczyk



Grzegorz Schreiber
MARSZAŁEK
WOJEWÓDZTWA ŁÓDZKIEGO



SZKOŁA GŁÓWNA
GOSPODARSTWA
WIEJSKIEGO

Prof. dr hab. Michał Zasada
JM Rektor Szkoły Głównej
Gospodarstwa Wiejskiego
w Warszawie



dr hab. Jerzy Przyborowski
JM Rektor Uniwersytetu
Warmińsko-Mazurskiego
w Olsztynie



Halina Szymańska
Prezes Agencji Restrukturyzacji
i Modernizacji Rolnictwa



dr Aleksandra Hadzik
Prezes Kasy Rolniczego
Ubezpieczenia Społecznego



dr inż. Waldemar Humięcki
Dyrektor Generalny
Krajowego Ośrodka
Wsparcia Rolnictwa



Paweł Niemczuk
Główny Lekarz
Weterynarii



dr inż. Sylwia Łaba
Dyrektor Instytutu Ekonomiki Rolnictwa
i Gospodarki Żywnościowej - PIB

PARTNER TECHNICZNY



PATRONAT MEDIALNY



Organizacja Festiwalu w podziale na strefy pomogła odwiedzającym i uczestnikom skorzystać w pełni z festiwalowych atrakcji. W obszernej strefie wystawienniczej pojawiły się licznie firmy prezentujące maszyny i urządzenia, nowoczesne technologie i innowacyjne rozwiązania oraz oferty szkoleniowe i edukacyjne. Zorganizowanych zostało blisko 50 stoisk umożliwiających prezentację osiągnięć producentów wyrobów mleczarskich, maszyn i innowacyjnych technologii. Zaprezentowany został

przekrój łódzkiego mleczarstwa. Ważnym elementem tej strefy były także stoiska Kół Gospodyń Wiejskich prezentujących swój dorobek kulinarny w postaci dań z mleka i przetworów mlecznych, które zostały poddane ocenie konkursowej przez jury składające się z profesjonalnych kucharzy. Dla 10 najlepszych KGW rozdysponowano nagrody w formie voucherów na zakup sprzętu kucharskiego. Również uczestnicy Festiwalu mogli wziąć udział w licznych konkursach i wygrać ciekawe nagrody jak np. deska do krojenia w kształcie krowy.



W odrębnej, znajdującej się w krytej hali strefie konferencyjnej odbywały się wykłady na tematy ważne i aktualne dla polskiego rolnictwa. Miały tam miejsce uroczystości związane z wręczeniem zasłużonym rolnikom i producentom mleka przez wiceministra rolnictwa Krzysztofa Cieciorę odznak honorowych „Zasłużony dla rolnictwa”. Wydarzenie w tej strefie prowadzili dziennikarze pracujący na co dzień w Telewizji Polskiej Magdalena Libiszewska oraz Radosław Bełkot. Strefa konferencyjna była również miejscem wykładów i dyskusji panelowych. Wykład „Wykorzystanie technologii blockchain w łańcuchu żywnościowym” wygłosił dr Sławomir Jarka (SGGW w Warszawie). O nowoczesnych technologiach w produkcji mleka, dobrostanie zwierząt, ich komforcie i klimacie w budynkach oraz hybrydowych systemach zagospodarowania gnojowicy mówił Jarosław Pałatyński, a wykład o modernizacji i rozbudowie obór przedstawił dr inż. Krzysztof Wiśniewski (SGGW w Warszawie). Temat „Rynek mleka – globalne i lokalne wektory zmian” omówił Paweł Wyrzykowski (Starszy Analityk Sektora Food and Agri w Banku BNP Paribas), a wykład pt. „Uwarunkowania rynkowe w branży mleczarskiej” przedstawił dr inż. Piotr Szajner (Kierownik Zakładu Rynków Rolnych i Metod Ilościowych Instytut Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej -PIB).



Strefa artystyczno-rozrywkowa obejmowała występy znanych polskich artystów estrady, na festiwalowej scenie wystąpili Defis, Dawid Kwiatkowski i Krzysztof Cugowski z Zespołem Mistrzów.



Wśród najmłodszych uczestników Festiwalu największą popularnością cieszyła się strefa animacji i dmuchanych zjeżdżalni.

Liczny udział publiczności sprawił, że cel marketingowy wydarzenia jakim była promocja mleka i produktów mlecznych wśród szerokiego grona odbiorców, został zrealizowany w 100%. Choć Festiwal był pierwszym tego typu wydarzeniem, od razu stał się ważnym punktem na mapie spotkań dla firm, instytucji i osób związanych z rolnictwem, a także miejscem rozrywki na najwyższym poziomie dla ponad 20 tysięcy odwiedzających.

Niespotykana dotąd formuła oraz ciekawa tematyka wzbudziła zainteresowanie mediów, podczas Festiwalu nadawany był na żywo program TVP Łódź „Budzi się ludzi”, a relacja z wydarzenia była emitowana w programie Agrobiznes na kanale TVP1. Również w ramach projektu zrealizowano szereg działań informacyjno-promocyjnych jak emisja spotów w TVP i na kanale YouTube oraz promocja na Facebooku, gdzie posty dotarły do 467 982 osób, a informacja o wydarzeniu trafiła do 174 669 odbiorców.

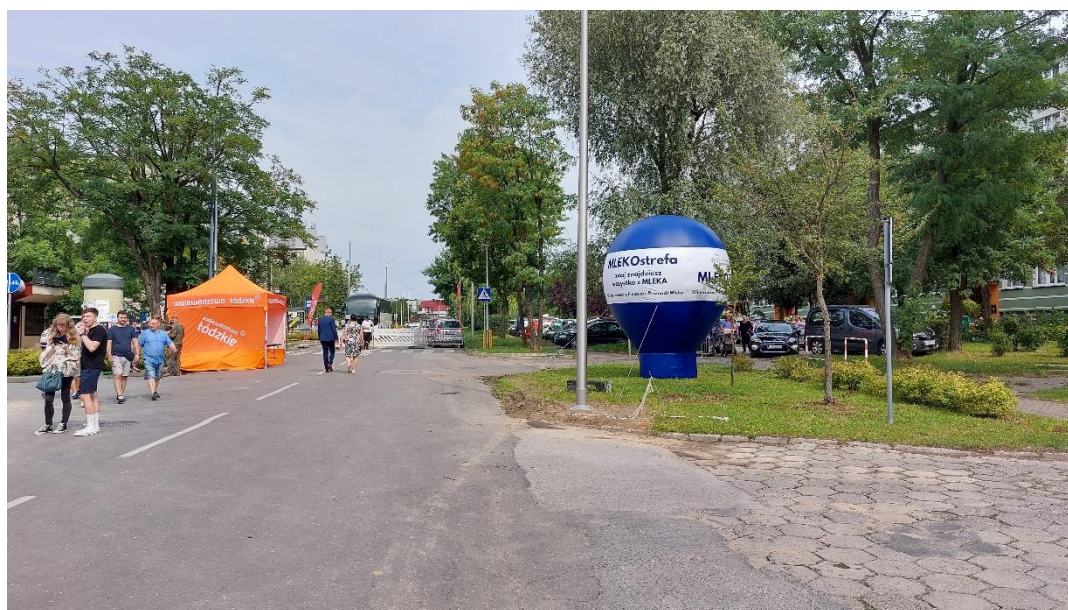
2. „Promocja mleka i jego przetworów podczas Dożynek Województwa Łódzkiego – 2022” w Radomsku

22 sierpnia 2022

Do realizacji zadania wybraliśmy dożynki Województwa Łódzkiego, które co roku przyciągają dziesiątki tysięcy uczestników, dzięki szerokiej ofercie rozrywkowej oraz gastronomicznej.



Nasza hala namiotowa była największą zadaszoną strefą na tym wydarzeniu, posiadała własne nagłośnienie, niezależny od innych atrakcji program oraz była zlokalizowana przy głównym ciągu komunikacyjnym, w związku z tym przez cały dzień cieszyła się ogromnym zainteresowaniem. Duże, widoczne banery, dmuchany balon i roll-upy oraz zapach przygotowywanych dań tylko potęgował ciekawość uczestników wydarzenia, którzy chętnie zaglądali na nasze stoisko.



O pokazy kulinarne oraz degustację zadbał zespół 3 kucharzy, którzy przez cały czas przygotowywali potrawy w oparciu o mleko i jego przetwory. Dodatkowym elementem były prelekcje i rozmowy z dietetykiem, które podnosiły poziom wiedzy osób obecnych w naszej strefie. W przerwach między pokazami odbywały się konkursy z cennymi nagrodami. W związku z tym, że dożynki to wydarzenie dla całych rodzin przygotowaliśmy kącik gier, zabaw i animacji dla najmłodszych. Nad programem strefy czuwał doświadczony konferansjer, który płynnie przechodził pomiędzy poszczególnymi atrakcjami, a o oprawę muzyczną zadbał Dj. O to, aby w strefie mleka każdy czuł się komfortowo i niczego mu nie brakowało dbało 6 hostess, które chętnie służyły pomocą, odpowiadały za dystrybucję

materiałów informacyjnych oraz dbały o porządek i miłą atmosferę.



W ramach zadania przeprowadzona została kampania reklamowa w telewizji oraz internecie. Spoty zostały wyemitowane w TVP Łódź. Na Facebooku przez okres 5 miesięcy publikowane były 4 posty każdego miesiąca, których łączny zasięg wyniósł 226 032 odbiorców.

Raport Krajowego Związku
Spółdzielni Mleczarskich
Związek Rewizyjny
z zadań finansowanych ze
środków Funduszu Promocji
Mleka w roku 2022



1. „Szkolenia”

(18.05.2022 – 31.12.2022)

Celem szkoleń było przekazanie producentom i przetwórcom mleka wiedzy z zakresu różnych aspektów ich pracy, niezbędnej w działalności zakładów mleczarskich lub produkcji mleka. Edukacja pracowników spółdzielni mleczarskich przyczynia się do rozwoju branży mleczarskiej.

Szkolenia adresowane były do pracowników spółdzielni mleczarskich i producentów mleka. Tematyka szkoleń obejmowała między innymi zagadnienia związane z aktualną sytuacją na rynku mleka, jakością i technologią produkcji mleka i jego przetworów, prawem, handlem, produkcją mleka w gospodarstwie. Uczestnicy wykorzystują wiedzę zdobytą na szkoleniach w swojej pracy zawodowej.

2. „Żuławskie Święto Mleka”

(1.07.2022r.-31.12.2022r.)

Impreza ogólnodostępna w formie pikniku na terenie otwartym. Celem organizowanej imprezy było promowanie zdrowych nawyków żywieniowych i uświadomienie społeczeństwu jak zdrowe walory posiada mleko i jego przetwory oraz pozyskanie i pogłębienie przez uczestników imprezy wiedzy o znaczeniu mleka i innych wyrobów mleczarskich w żywieniu i ich wpływie na zdrowie. Celem długotrwałym jest wzrost spożycia produktów mleczarskich wśród różnych grup społeczeństwa i utrwalanie nawyków zdrowego żywienia poprzez wprowadzanie mleka i wyrobów z mleka do codziennej diety. Święta Mleka są imprezami dla lokalnej społeczności, gości z regionu i kraju.

3. „Święto Mleka w Siedlcach”

(18.05.2022 r.- 17.10.2022r.)

Impreza ogólnodostępna w formie pikniku na terenie otwartym. Celem organizowanej imprezy było promowanie zdrowych nawyków żywieniowych i uświadomienie społeczeństwu jak zdrowe walory posiada mleko i jego przetwory oraz pozyskanie i pogłębienie przez uczestników imprezy wiedzy o znaczeniu mleka i innych wyrobów mleczarskich w żywieniu i ich wpływie na zdrowie. Celem długotrwałym jest wzrost spożycia produktów mleczarskich wśród różnych grup społeczeństwa i utrwalanie nawyków zdrowego żywienia poprzez wprowadzanie mleka i wyrobów z mleka do codziennej diety. Święta Mleka są imprezami dla lokalnej społeczności, gości z regionu i kraju.

4. ”Ser pleśniowy od kuchni”

(1.09.2022 r.-31.12.2022 r.)

Celem działania był wzrost spożycia mleka i przetworów mlecznych oraz budowanie dobrego PR wokół mleka i produktów mlecznych. Realizacja polegała na przygotowaniu filmu dla dzieci przybliżającego najmłodszym smakoszom sera pleśniowego proces pozyskiwania jego podstawowego składnika jakim jest mleko, jego przetwórstwo i wyrób sera pleśniowego oraz przygotowaniu e-booka dla dzieci tj. broszury edukacyjno-informacyjnej zawierającej obok kolorowej opowieści o pochodzeniu sera pleśniowego, interesujące kolorowanki, czy też gry planszowe, możliwe do samodzielnego wydrukowania. Cyfrowa broszura dla najmłodszych zawierała też proste i możliwe do przygotowania z rodzicami przepisy wzbogacone zdjęciami.

Film i ebook w formie cyfrowej, został udostępniony dzieciom z klas I-IV do szkół, za pomocą poczty elektronicznej email, a także poprzez zamieszczenie ich na naszej stronie internetowej www.mleczarstwopolskie.pl

5. „Kampania medialna mleka i jego przetworów”

(15.06.2022 r.-31.12.2022 r.)

Realizacja kampanii informacyjno-promocyjnej w telewizji i w Internecie, której celem było zwiększenie świadomości i wiedzy oraz spożycia produktów mleczarskich wśród społeczeństwa. Działania kampanii uwzględniały aspekt edukacyjny. Zadanie zaplanowane było jako akcja informacyjno-promocyjna mająca na celu wprowadzenie mody na przygotowanie posiłków z mleka i jego przetworów, wzrost spożycia produktów mleczarskich poprzez ukazanie walorów smakowych i wizualnych przygotowywanych posiłków. Kampania była realizowana w telewizji i w Internecie. Akcja w Internecie w tym w social mediach wspomagała kampanię telewizyjną i kreowała zdecydowany przekaz do użytkowników Internetu o konieczności wprowadzenia do codziennej diety mleka i przetworów mlecznych.

6. Film „Wybieram produkty mleczarskie”

(14.04.2022 r. - 30.09.2022 r.)

Celem emisji filmu promocyjnego w telewizjach regionalnych na terenie całego kraju i w Internecie było wykreowanie pozytywnego wizerunku produktów mlecznych a tym samym wzrost konsumpcji tych produktów. Odbiorca filmu otrzymał przekaz: warto wybierać produkty mleczarskie, ponieważ są

to wyroby naturalne, smaczne i bogate w cenne składniki odżywcze. Film zachęcał konsumentów do zakupu produktów mleczarskich i podnosił ich świadomość nt. walorów odżywczych mleka i jego przetworów.

7. „Święto mleka w Garwolinie”

(14.04.2022 r.-31.07.2022 r.)

Impreza ogólnodostępna w formie pikniku na terenie otwartym. Celem imprezy było promowanie zdrowych nawyków żywieniowych i uświadomienie społeczeństwu jak zdrowe walory posiada mleko i jego przetwory oraz pozyskanie i pogłębienie przez uczestników imprezy wiedzy o znaczeniu mleka i innych wyrobów mleczarskich w żywieniu i ich wpływie na zdrowie. Celem długotrwałym jest wzrost spożycia produktów mleczarskich wśród różnych grup społeczeństwa i utrwalanie nawyków zdrowego żywienia poprzez wprowadzanie mleka i wyrobów z mleka do codziennej diety. Święta Mleka są imprezami dla lokalnej społeczności, gości z regionu i kraju.

8. Targi Mleczarskie „Mleko-Expo 2022”

(1.07.2022 r. – 31.12.2022 r.)

Celem udziału wystawców w targach i imprezach organizowanych podczas targów lub związanych z targami jest promocja produktów mleczarskich, poprzez to wzrost spożycia tych produktów w dłuższym przedziale czasowym, zaprezentowanie odbiorcom hurtowym i detalicznym oraz odwiedzającym szerokiej gamy produktów mleczarskich wytwarzanych w zakładach mleczarskich, a także rozwój współpracy z odbiorcami i pozyskiwanie nowych. Celem jest również spotkanie przetwórców mleka i wymiana doświadczeń.

Promocja produktów mleczarskich podczas targów stanowi ważny element w ogólnej strategii promocji zakładów mleczarskich uczestniczących w targach jako wystawcy. Targi odwiedzają przedstawiciele instytucji państwowych, handlowcy, branżyści, zaproszeni goście, konsumenci i inni. Znaczna grupą jest młodzież ze szkół z całej Polski. Targi jako miejsce gdzie w jednym czasie spotkać się mogą: przetwórcza – handlowiec – konsument spełniają rolę promocyjną, edukacyjną, przyczyniają się do pokazania szerokiej gamy produktów w jednym miejscu i czasie. Mleko-Expo jako mleczarskie targi branżowe przyczyniają się do integracji branży, do promocji produktów mleczarskich, pozwalają zaprezentować nowości rynkowe, tak produktowe, jak i opakowaniowe.

9. Konkursy "Wysoka jakość wyrobów mleczarskich" i "Super Produkt"

(19.08.2022 r. - 31.12.2022 r.).

Konkursy przyczyniają się do promocji polskich produktów mleczarskich, do nagradzania najlepszych przetwórców i ich produktów.

Konkursy stanowią dla spółdzielni okazję do weryfikacji jakości swojej oferty. Producenci, uczestnicząc w rywalizacji, mają okazję do zapoznania się z ofertą konkurentów, są dla siebie nawzajem inspiracją. Konkursy są przestrzenią, w której jest możliwe zaprezentowanie nowości rynkowych, jak też okazją do zweryfikowania produktów już posiadanych w ofercie od dłuższego czasu. Poddanie produktu ocenie w ramach konkursu pozwala producentowi podążać za trendami konsumenckimi.

10. „Projekty Polskich Norm i Standardy FAO/WHO”

(21.03.2022 r.– 31.12.2022 r.).

Działanie polega na przygotowaniu od 7 do 15 dokumentów, w zależności od tematyki i objętości materiałów międzynarodowych, w postaci projektów polskich norm lub standardów FAO/WHO. Każdy z projektów realizowany jest w pięciu etapach: tłumaczenie, weryfikacja tłumaczenia, przygotowanie projektu roboczego, projektu do ankiety i projektu do zatwierdzenia. Każdy projekt uzgadniany jest na posiedzeniu Komitetu Technicznego 35 ds. Mleka i Przetworów Mlecznych i/lub opracowywany normalizacyjnie przez Polski Komitet Normalizacyjny.

11. „Opłata składek członkowskich w organizacjach międzynarodowych”

(21.01.2022 r. – 31.05.2022 r.)

Opłacenie rocznych składek w organizacjach międzynarodowych jest niezbędnym warunkiem uczestnictwa krajowych organizacji mleczarskich w pracach FIL/IDF oraz EDA.

12. „Uczestnictwo w grupach roboczych, komitetach i w kongresach mleczarskich”

(04.07.2022 r. – 31.12.2022 r.)

Działanie polega na pokryciu kosztów uczestnictwa polskiego przedstawiciela w niektórych organizowanych przez organizacje międzynarodowe wydarzeniach, tj. posiedzeniach grup roboczych, komitetach oraz w kongresach. Działania takie umożliwiają uczestnictwo w bieżących dyskusjach i ustaleniach na forum europejskim i międzynarodowym a dzięki temu aktualizację wiedzy odnośnie obecnych i przyszłych przepisów i wymagań dla branży mleczarskiej.

Raport
Polskiego Związku Hodowców
Bydła Simentalskiego
z zadań finansowanych ze
środków Funduszu Promocji
Mleka w roku 2022



1. Simental dla terenów górskich i podgórskich.

Opis zadania:

W ramach zadania zorganizowano XVII Krajową Wystawę Bydła Simentalskiego. Odbyła się ona w Rudawce Rymanowskiej (Gmina Rymanów, Powiat krośnieński, Województwo podkarpackie), w dniach od 27 do 28 sierpnia 2022 roku.

Krajowa Wystawa Bydła Simentalskiego w Rudawce Rymanowskiej jest jedyną rasową Wystawą tego bydła tej rasy w Polsce. Wystawa odbywa się w naturalnych dla tego bydła warunkach geograficznych i środowiskowych. Miejsce w którym odbywa się wystawa jest jednym z najbardziej atrakcyjnych widokowo i turystycznie miejsc w Beskidzie Niskim, dzięki czemu ściągają tu tysiące ludzi, ale jest to też miejsce gdzie nie ma żadnej infrastruktury i należy ją zbudować. W ramach przygotowania infrastruktury zostały rozbite dwie hale namiotowe, pod którymi umieszczono 100 stanowisk więziowych oraz 5 boksów dla krów mamek z cielętami. Zapewniono urządzenia do doju, zbiorniki z wodą do picia i mycia zwierząt oraz paszę. Zapewniona została energia elektryczna z agregatów prądotwórczych. Wykonawca zadbał też o bezpieczeństwo sanitarne, pożarowe oraz ład i porządek angażując odpowiednią ilość pracowników ochrony oraz policji.

W ramach działalności informacyjno-promocyjnej wytworzono następujące materiały:

- plakaty – 200 egzemplarzy;
- zaproszenia – 500 szt.
- katalogi – 150 egzemplarzy.

Plakaty informujące o wystawie zostały rozmieszczone na słupach i tablicach ogłoszeniowych na terenie miast: Sanok, Krosno, Rzeszów i Kraków-Balice oraz w gminach: Rymanów, Zarszyn, Besko, Sanok, Bukowsko.

Zaproszenia otrzymali reprezentanci branżowych związków hodowców, przedstawiciele Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Urzędu Wojewódzkiego w Rzeszowie, Urzędu Marszałkowskiego w Rzeszowie, Inspekcji Weterynaryjnej, Agencji Rynku Rolnego, Agencji Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa, Podkarpackiego Ośrodka Doradztwa Rolniczego w Boguchwale, przedstawiciele samorządów lokalnych z terenu powiatu krośnieńskiego i sanockiego, hodowcy i inni (w załączeniu lista osób zaproszonych/do których zostały wysłane zaproszenia).

Zaproszenie na wystawę wraz z jej zapowiedziami emitowane były w TVP Rzeszów oraz PR Rzeszów, a także w czasopiśmie branżowych – „Hodowca i Jeździec”, „Hodowla i chów bydła” i „Wiadomości Zootechniczne”.

Katalogi były dystrybuowane podczas wystawy wśród zainteresowanych osób bezpośrednio uczestniczących w ocenie zwierząt (hodowcy, specjaliści).

W ramach degustacji potraw z wołowiny przygotowano 1000 następujących porcji degustacyjnych:

- żurek z kiełbasą wołową,
- kapuśniak z żeberkami wołowymi,
- szaszłyki z karkówki wołowej,
- rolada wołowa z kaszą jaglaną, kurkami i cebulką w sosie własnym,
- bigos z kiełbasą i mięsem wołowym pachnący grzybami,
- gołąbki w sosie pomidorowym,
- żebra wołowe pieczone,
- pierogi z mięsem wołowym maszczone skwarkami.

Z zakwaterowania i wyżywienia skorzystało 100 uczestników, co łącznie stanowiło 200 osobodni.

W ramach nagród dla hodowców zakupiono:

- Puchary i statuetki – 70 szt.
- Dyplomy – 100 egzemplarzy.

Na potrzeby realizacji Wystawy wynajęto powierzchnie informacyjno-promocyjne: zapewniono 20.000 m² na niezbędną infrastrukturę Wystawy tj. namioty dla bydła, stoiska organizatorów i współorganizatorów.

W ramach wydatków finansowanych z Funduszu Promocji Mleka w przedmiotowym zadaniu sfinansowano:

1. Przygotowanie 100 sztuk zwierząt do Wystawy.
2. Ubrania dla 60 hodowców prezentujących swoje bydło na Wystawie.
3. Dopłata do transportu zwierząt na wystawę powyżej 50km.
4. Pielęgnacja 100 sztuk zwierząt uczestniczących w Wystawie.

Raport Związku Zawodowego
Rolników Ojczyzna
z zadań finansowanych ze
środków Funduszu Promocji
Mleka w roku 2022



ZWIAZEK
ZAWODOWY
ROLNIKÓW

1. Kulinarne, e-learningowe warsztaty oraz konkurs dla uczniów szkół gastronomicznych z całej Polski



Termin realizacji zadania:

od 01-05-2022 do 30-11-2022

Miejsce realizacji zadania:

Teren Rzeczypospolitej Polskiej

Budżet zadania:

406 344,03 zł

Grupa docelowa:

Grupą docelową zadania są uczniowie szkół i klas kształcących się w zawodzie technik żywienia i usług gastronomicznych z całej Polski.

Są to osoby w wieku 16-20 lat zamieszkujące obszary wiejskie i miejskie w 16 województwach w całej Polsce, uczęszczający do szkół ponadgimnazjalnych o profilu gastronomicznym. Uczniowie będący na tym kierunku uczą się urządzać zakłady gastronomiczne, układać diety, umiejętnie sporządzać potrawy zgodnie z zasadami racjonalnego żywienia, estetycznego ich podania.

Opis działań

Działanie miało na celu przeprowadzić projekt kulinarny i wyłonić najlepszą ekipę szkolną wśród uczniów szkół gastronomicznych z całej Polski (16 województw-16 szkół-16 ekip).

Warsztaty dedykowane były do grup składających się do 15 osób w wieku 16-20 lat. Grupa mogła liczyć nie mniej niż 10 osób. Główny prowadzący e-warsztaty (znany kucharz) znajdujący się w studio kulinarnym łączył się z daną szkołą/klasą (10-15 osób) poprzez łącze internetowe. Szkoły biorące udział w warsztatach otrzymały od organizatora produkty spożywcze do gotowania oraz fartuchy.

Uczestnicy mieli za zadanie przygotowanie własnej interpretacji dwóch potraw gdzie głównym składnikiem jest mleko i jego przetwory. Prowadzący demonstrował przygotowanie własnej interpretacji dań z ich wykorzystaniem, omawiał wykonanie dań oraz zastosowanych technik.

Uczestnicy wspólnie przygotowywali swoją potrawę (która wcześniej została zgłoszona do organizatora). Czas warsztatów to było około 2 h. Uczestnicy omówili przygotowanie potraw z zastosowaniem mleka i jego przetworów.

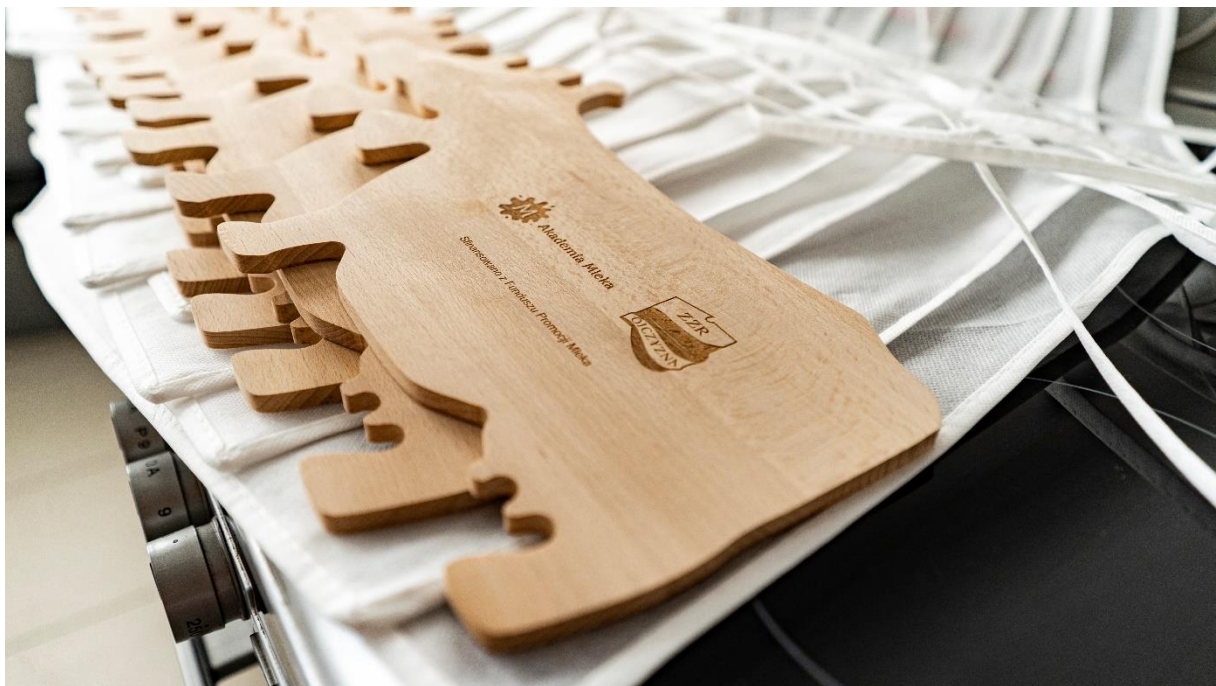
Po zakończeniu e-warsztatów w danej placówce edukacyjnej pojawiała się relacja z przeprowadzonych warsztatów (w tym opis, zdjęcia potraw, zdjęcia grupy). Aby dostać się do finału, każda grupa musiała uzyskać jak najwięcej polubień i udostępnień. Im więcej było reakcji na udostępniony materiał (post z własnej szkoły) tym większe były szanse szkoły aby dostać się do finału. W finale wystąpiły 3 ekipy/szkoły, które zdobyły największą ilość polubień oraz udostępnień. Głosowanie trwało do 2 tygodni od zakończenia wszystkich e-warsztatów z 16 szkołami. Przebieg zadania był dokumentowany i na bieżąco udostępniany w social mediach (FB, YT). Korzystając z okazji prowadzenia projektu dla szkół powstała publikacja o mleku którą udostępniono uczestnikom projektu. Koordynator zadania był odpowiedzialny za realizację i nadzorował wszystkie działania tak aby związane z zadaniem, pozwolenia, umowy itp., powstały i były akceptowane w terminach. Dietetyk sprawował nadzór merytoryczny nad materiałami projektu tj. FB, WWW, publikacja.

Głównym prowadzącym e-warsztaty był znany i ceniony Szef Kuchni Łukasz Konik. Prowadzący znajdujący się w studio kulinarnym łączył się z daną szkołą poprzez szybkie łącze internetowe. Szkoły biorące udział w warsztatach otrzymały produkty spożywcze lub zwrot kosztów za nie. Uczestnicy mieli

za zadanie przygotowanie własnej interpretacji dwóch potraw (przystawka oraz danie główne) gdzie głównym składnikiem były przetwory mleczne. Działania zostały zrealizowane zgodnie z przyjętym harmonogramem. Aktywności prowadzone w social mediach (FB, Instagram) cieszyły się dużą popularnością. Strona internetowa <https://akademiamleka.pl/> była uaktualniana o bieżące informacje z realizacji projektu. Wszystkie narzędzia rozumiane jako kanały przekazu i sposoby komunikacji były dopasowane do grup docelowych, tzn. postawiono na Internet, social media. W Centrum Handlowym Reduta, Al. Jerozolimskie 148, odbył się finał gdzie rywalizowały 3 ekipy, które zdobyły największą ilość polubień i udostępnień. Jury w którego składzie zasiadali znani kucharze zdecydowało o kolejności miejsc. Za I miejsce- wartość 6 000,00 zł, II miejsce wartość 4 500,00 zł, III miejsce- wartość 2 500,00 zł.











2. Pij mleko sięgaj daleko - promocja przetworów mlecznych podczas eventu w Krasnymstawie

Termin realizacji zadania:

01.07.2022 - 31.12.2022

Miejsce realizacji zadania:

Teren Rzeczypospolitej Polskiej - Krasnymstaw

Budżet zadania:

145 674,38 zł

Grupa docelowa:

- osoby decyzyjne i odpowiedzialne za wydatki domowe na produkty żywnościowe, kobiety w przedziale wiekowym 25 do 54+;
- matki - dbające o prawidłowo zbilansowaną dietę dziecka;
- osoby dbające o zdrowy styl życia i sylwetkę

Opis zadania:

Chmielaki to najstarszy festiwal piwnych w Polsce, impreza uhonorowana w ostatnich latach wieloma prestiżowymi wyróżnieniami, m.in. tytułem „Najlepszego Produktu Turystycznego Polski 2013” oraz nagrodą „Piwne Pozytywy 2015”. Wydarzenie relacjonowane jest przez media regionalne i ogólnopolskie, a jej ranga i rozpoznawalność wzrasta z roku na rok, przyciągając do Krasnegostawu dziesiątki tysięcy miłośników piwa i dobrej zabawy z całej Polski i z zagranicy. Wstęp na teren wydarzenia jest darmowy. W naszym projekcie wykorzystaliśmy siłę przekazu mediów społecznościowych w tym przypadku głównie potencjał serwisu internetowego YouTube. Startując z kampanią w mediach i serwisach internetowych promowaliśmy spożycie mleka i jego przetworów. Pokazaliśmy, że mleko jest niezbędnym składnikiem w zdrowym odżywianiu. Aktywnie włączyliśmy się w promocje mleka i jego przetworów przez naszą obecność tj. stoisko na którym przygotowywać dania będzie dwóch kucharzy wspomaganych przez 2 hostessy oraz dietetyka który przedstawiał zalety spożywania mleka i jego przetworów. Drugim aspektem, który równolegle chcemy wykorzystać w naszych działaniach mając na względzie popularność i oglądalność kanałów YouTube jest nakręcenie filmu promującego spożycie mleka. Porady dot. przepisów kulinarnych zostaną użyte w materiałach marketingowych (broszura informacyjna, media społecznościowe). Film został opublikowany w serwisie YouTube. Zależało nam, aby konsumenci mleka i jego przetworów wybierali produkty z Polski: patriotyzm gospodarczy, promujący mleko i jego przetwory, jest również trendem zakupowym, który mamy na uwadze, w trakcie przygotowywania treści i materiałów marketingowych – zależało nam na wykorzystaniu pozytywnego nastawienia krajowych konsumentów do produktów pochodzenia polskiego, co z korzyścią wzmocni nie tylko samą branżę ale również gospodarkę na poziomie ogólnokrajowym. Wszystkie narzędzia – tu rozumiane jako kanały przekazu i sposoby komunikacji – zostały dopasowane do grupy docelowej, tzn. Internet, media społecznościowe i komunikację elektroniczną oraz kontakt bezpośredni przez stoisko promocyjno-informacyjne. Narzędzia, które dobraliśmy będą w naszej świadomości ewaluowały również po zakończeniu kampanii tworząc tzw. "efekt śnieżnej kuli.

Zrealizowane działania marketingowe

- Nagranie filmu na YouTube;

- Monitoring dyskusji w mediach społecznościowych
- Facebook
- Udział przez stoisko info - pro w Chmielaki 2022
- Opracowanie i produkcja materiałów niezbędnych do realizacji zadania
- Zatrudnienie kucharzy, dietetyka i hostess
- Broszura informacyjna
- Roll-up

Ocena efektywności:

Poprzez działania zwiększyliśmy świadomość konsumentów polegającą na szerokim wykorzystaniu w spożyciu mleka i jego przetworów w polskich gospodarstwach domowych. Działania Funduszu Promocji Mleka systematycznie przyczyniają się do wzrostu spożycia mleka w Polsce oraz zwiększaniu wiedzy konsumentów na temat jego walorów odżywczych i prozdrowotnych w zróżnicowanej diecie. Liczymy, że świadome społeczeństwo sprawi, iż wzrośnie konsumpcja przetworów mlecznych za pomocą między innymi prowadzonych przez nas działań promocyjno-informacyjnych. Poprzez nasze działania chcemy uświadamiać społeczeństwo jak ważną rolę w zdrowiu człowieka odgrywa zbilansowana, różnorodna dieta, że organizm ludzki nie może prawidłowo funkcjonować przy zubożałej diecie. Chcemy aby przekazywana wiedza pozbawiona została na stałe zakorzeniona w świadomości konsumentów.

Dzięki podjętym działaniom, grupa docelowa dowiedziała się, dlaczego warto kupować i spożywać mleko i jego przetwory, wokół tego celu jest skupiona kampania informacyjna.









Raport Stowarzyszenia
Przetwórców i Producentów
Produktów Ekologicznych
"Polska Ekologia"
z zadań finansowanych ze
środków Funduszu Promocji
Mleka w roku 2022



**Podsumowanie działań informacyjno – promocyjnych
w zadaniach z finansowaniem Funduszu Promocji Mleka w 2022 roku**

Trzy płaszczyzny promocji mleka:

- Promocja zagraniczna
- Krajowe działania edukacyjne
- Promocja wśród polskich konsumentów

Zadania:

- BIOFACH 2022 - Promocja polskich produktów rolnictwa ekologicznego w Europie
- Produkty mleczne na szlakach kulinarnych – zadania rozp.
- Organizacja 4 konferencji
- Stawiam na Produkty mleczne

Zadania trwające 2022 finansowane z UE:

- [High Quality BioEurope](#),
- Organic School

1. BIOFACH 2022 - Promocja polskich produktów rolnictwa ekologicznego w Europie

nr decyzji: CEN.DRR.WFP.705.332.2021.JKO.

Budżet zadania: 917 187,67 zł

kwota wsparcia z Funduszu Promocji Mleka: 146 750,03 zł

Miejsce realizacji zadania:

Niemcy, Norymberga

Termin realizacji zadania:

26-29 lipca 2022

Grupa odbiorców:

opinia społeczna, media, importerzy, dystrybutorzy, sieci handlowe, organizacje rządowe i pozarządowe

Projekt przeprowadził zintegrowaną promocję polskich produktów rolnictwa ekologicznego podczas Międzynarodowych Targów BIOFACH 2022 w Norymberdze w Niemczech w dniach 26-29 lipca 2022r. połączoną z pokazami, degustacjami oraz spotkaniami z grupami docelowymi projektu.

Cele:

- Wzrost wiedzy zagranicznych grup docelowych o wysokiej jakości i dostępności polskich ekologicznych produktów
- Wzrost sprzedaży polskich ekologicznych produktów

Efekt:

- Ponad 12 tys. indywidualnych interakcji z projektem
- 600 osób uczestniczących w polskim wieczorze branżowym
- 10 tys. porcji degustacyjnych
- 294 spotkania z ekspertami branżowymi – średni czas spotkania 20 minut









2. Produkty mleczne na szlakach kulinarnych

nr decyzji: CEN.DRR.WFP.705.332.2021.AAP.2

Budżet zadania: 250 000,00 zł

kwota wsparcia z Funduszu Promocji Mleka: 250 000,00 zł

Miejsce realizacji zadania:

Polska, 20 punktów na szlakach kulinarnych

Termin realizacji zadania:

01.04.2022 – 31.05.2023.

Grupa odbiorców:

- uczestnicy łańcucha tras kulinarnych, rozpoczynając od producentów i dostawców mleka i produktów mlecznych i innych towarów spożywczych przez przetwórców i dystrybutorów żywności aż do będących na końcu łańcucha konsumentów aktywnie wykorzystujących kanały dystrybucji szlaków.

- media (dziennikarze reprezentujący branżowe i regionalne media, tradycyjne i elektroniczne),
- administracja, władze oraz osoby kreujące opinię społeczną.

Opis:

Głównym celem są działania informacyjne o walorach mleka i produktów mlecznych w punktach szlaków kulinarnych np. w restauracjach.

Projekt ma za zadanie promocję polskiego mleka i produktów mlecznych podczas 20 spotkań.

Cele szczegółowe:

- edukacja społeczeństwa na temat właściwego udziału mleka w zrównoważonej diecie
- zwiększenie popytu na produkty mleczne wśród szerokiej grupy docelowej konsumentów
- promocja spożycia mleka wśród dorosłych konsumentów podejmujących decyzje zakupowe
- Promocja mleka i produktów mlecznych na trasach kulinarnych







3. Stawiamy na produkty mleczne

nr decyzji: CEN.DRR.WFP.705.786.2022.APŁ.16

Budżet zadania: 260 400,00 zł

kwota wsparcia z Funduszu Promocji Mleka: 260 400,00 zł

Miejsce realizacji zadania:

Polska, 12 spotkań w sanatoriach

Termin realizacji zadania:

01.12.2022 – 31.05.2023.

Grupa odbiorców:

- konsumenci, uczestnicy turnusów w sanatoriach.

Osoby odpowiedzialne za zakupy domowe, dbające o swoje zdrowie. Posiadające nawyki wynikające z wieku, doświadczeń, opinii i uwarunkowań społecznych, stawiający na bezpośredni kontakt z innymi ludźmi.

Głównym celem są działania informacyjne o walorach mleka i produktów mlecznych prowadzone wśród seniorów. Projekt ma za zadanie promocję polskiego mleka i produktów mlecznych podczas 12 spotkań przeprowadzonych w sanatoriach poprzez zwiększenie wiedzy konsumentów na temat walorów odżywczych i prozdrowotnych polskich produktów.

Cele szczegółowe:

- edukacja społeczeństwa na temat właściwego udziału mleka w zrównoważonej diecie
- zwiększenie popytu na produkty mleczne wśród szerokiej grupy docelowej konsumentów
- promocja spożycia mleka wśród dorosłych konsumentów podejmujących decyzje zakupowe

Strona internetowa zadania:

The screenshot shows the website 'stawiamynaproduktymleczne.pl' with a navigation bar at the top containing 'MLEKO', 'ARTYKULNOŚCI', 'ZBIŁANOWANA DIETA', 'MLEKO', 'PRZEPISY', 'CIĘKAWOSTKI', and 'NASI EKSPERTY'. The main content area is titled 'Zapowiedzi spotkań' and lists several events:

- STAWIAMY NA PRODUKTY MLECZNE!**
Szpital i Sanatorium Uzdrowskowie ZIMOWIT 25.04.2023
Milo nam poinformować, że kolejne spotkanie z cyklu „Stawiamy na produkty mleczne” odbędzie się w Szpitalu i Sanatorium Uzdrowskim ZIMOWIT w Rymanowie-Zdrój 25 kwietnia o godzinie 17:00. Gorąco zapraszamy.
- STAWIAMY NA PRODUKTY MLECZNE!**
Szpital i Sanatorium Uzdrowskowie ZIMOWIT 13.04.2023
Milo nam poinformować, że kolejne spotkanie z cyklu „Stawiamy na produkty mleczne” odbędzie się w Szpitalu i Sanatorium Uzdrowskim ZIMOWIT w Rymanowie-Zdrój 13 kwietnia o godzinie 17:00. Gorąco zapraszamy.
- STAWIAMY NA PRODUKTY MLECZNE!**
Sanatorium Uzdrowskowie Bajka 30.03.2023
Milo nam poinformować, że kolejne spotkanie z cyklu „Stawiamy na produkty mleczne” odbędzie się w Sanatorium Uzdrowskim Bajka w Horynicach-Zdrój 30 marca o godzinie 14:00. Gorąco zapraszamy.
- STAWIAMY NA PRODUKTY MLECZNE!**
Sanatorium Rehabilitacyjne im. Korczaka w Krasnobrodzie 24.03.2023
Milo nam poinformować, że kolejne spotkanie z cyklu „Stawiamy na produkty mleczne” odbędzie się w Sanatorium Rehabilitacyjnym im. Korczaka w Krasnobrodzie 24 marca o godzinie 14:00.
- STAWIAMY NA PRODUKTY MLECZNE!**
Sanatorium Uzdrowskowie Bajka 20.03.2023
Milo nam poinformować, że kolejne spotkanie z cyklu „Stawiamy na produkty mleczne” odbędzie się w Sanatorium Uzdrowskim Bajka w Horynicach-Zdrój 20 marca o godzinie 15:00. Gorąco zapraszamy.
- STAWIAMY NA PRODUKTY MLECZNE!**
Sanatorium Uzdrowskowie AMER-POL 10.03.2023
Milo nam poinformować, że kolejne spotkanie z cyklu „Stawiamy na produkty mleczne” odbędzie się w Sanatorium Uzdrowskim AMER-POL w Palenicyku 10 marca o godzinach 16:00-17:30. Gorąco zapraszamy.
- STAWIAMY NA PRODUKTY MLECZNE!**
ATRIUM Sanatorium Uzdrowskowie 10.03.2023
Milo nam poinformować, że kolejne spotkanie z cyklu „Stawiamy na produkty mleczne” odbędzie się w Sanatorium Uzdrowskim ATRIUM w Palenicyku 10 marca w godzinach 14:00-15:30. Gorąco zapraszamy.
- STAWIAMY NA PRODUKTY MLECZNE!**
Termy Pałacowe sala księżycowa 28.02.2023
Milo nam poinformować, że kolejne spotkanie z cyklu „Stawiamy na produkty mleczne” odbędzie się w hotelu Termy Pałacowe w sali księżycowej w Mielczynie 28 lutego o godzinie 12:00. Gorąco zapraszamy.
- STAWIAMY NA PRODUKTY MLECZNE!**
Sanatorium Rehabilitacyjne im. Korczaka w Krasnobrodzie 24.02.2023 godz.: 14:00
Milo nam poinformować, że kolejne spotkanie z cyklu „Stawiamy na produkty mleczne” odbędzie się w Sanatorium Rehabilitacyjnym im. Janusza Korczaka w Krasnobrodzie 24 lutego 2023 roku o godzinie 14:00. Zapraszamy wszystkich do udziału w wyjątkowym spotkaniu z cyklu „Stawiamy na produkty mleczne”.



STAWIAMY NA PRODUKTY MLECZNE!

ATRIUM Sanatorium Uzdrawiskowe 10.03.2023

Miło nam poinformować, że kolejne spotkanie z cyklu „Stawiamy na produkty mleczne” odbędzie się w Sanatorium Uzdrawiskowym ATRIUM w Polańczyku 10 marca w godzinach 14:00-15:30. Gorąco zapraszamy.



STAWIAMY NA PRODUKTY MLECZNE!

Termy Pałacowe sala księżycowa 28.02.2023

Miło nam poinformować, że kolejne spotkanie z cyklu „Stawiamy na produkty mleczne” odbędzie się w hotelu Termy Pałacowe w sali księżycowej w Nałęczowie 28 lutego o godzinie 15:00. Gorąco zapraszamy.



STAWIAMY NA PRODUKTY MLECZNE!

Sanatorium Rehabilitacyjne im. Korczaka w Krasnobrodzie

24.02.2023 godz.: 14:00

Miło nam poinformować, że kolejne spotkanie z cyklu „Stawiamy na produkty mleczne” odbędzie się w Sanatorium Rehabilitacyjnym im. Janusza Korczaka w Krasnobrodzie 24 lutego 2023 roku o godzinie 14:00. Zapraszamy wszystkich kuracjuszy przebywających na turnusie w tym Sanatorium do udziału w spotkaniu.



STAWIAMY NA PRODUKTY MLECZNE!

DEDAL Sanatorium Uzdrawiskowe 21.02.2023

Miło nam poinformować, że kolejne spotkanie z cyklu „Stawiamy na produkty mleczne” odbędzie się w Sanatorium Uzdrawiskowym DEDAL w Polańczyku 21 lutego o godzinie 15:00. Zapraszamy wszystkich kuracjuszy przebywających na turnusie w tym Sanatorium do udziału w spotkaniu.



STAWIAMY NA PRODUKTY MLECZNE!

DEDAL Sanatorium Uzdrawiskowe 8.02.2023

Miło nam poinformować, że kolejne spotkanie z cyklu „Stawiamy na produkty mleczne” odbędzie się w Sanatorium Uzdrawiskowym DEDAL w Polańczyku 8 lutego o godzinie 15:00. Zapraszamy wszystkich kuracjuszy przebywających na turnusie w tym Sanatorium do udziału w spotkaniu.



STAWIAMY NA PRODUKTY MLECZNE!

Sanatorium Rehabilitacyjne im. Korczaka w Krasnobrodzie

6.02.2023 godz.: 14:00

Miło nam poinformować, że pierwsze spotkanie z cyklu „Stawiamy na produkty mleczne” odbędzie się w Sanatorium Rehabilitacyjnym im. Janusza Korczaka w Krasnobrodzie 6 lutego 2023 roku o godzinie 14:00. Zapraszamy wszystkich kuracjuszy przebywających na turnusie w tym Sanatorium do udziału w spotkaniu.







4. Organizacja czterech konferencji dotyczących wpływu wypasu krów na jakość mleka i jego przetworów

nr decyzji: CEN.DRR.WFP.705.493.2022.MRE.17

Budżet zadania: 331 800,00 zł

kwota wsparcia z Funduszu Promocji Mleka: 331 800,00 zł

Miejsce realizacji zadania:

Polska, 4 konferencje

Termin realizacji zadania:

01.05.2022 – 31.05.2023

Grupa odbiorców:

- uczestnicy łańcucha produkcyjnego, a mianowicie: hodowcy bydła mlecznego, kadra zakładów przetwórczych, przedstawiciele związku hodowców, przedstawiciele handlu, oraz uczniowie szkół rolniczych i studenci kierunków związanych z produkcją żywności.

Celem projektu są działania informacyjne, upowszechnianie wiedzy zarówno wśród hodowców, przetwórców jak i konsumentów o pozytywnym znaczeniu właściwego żywienia krów w oparciu o użytki zielone. Poszerzanie wiedzy rolników na temat możliwości produkcji ekologicznej i szans na uzyskanie dodatkowego dochodu.

Cele szczegółowe:

Podniesienie świadomości uczestników konferencji o znaczeniu i wpływie wypasu krów na jakość mleka i jego przetworów; możliwość zagospodarowania niewykorzystanego krajowego potencjału użytków zielonych jako źródła taniej i wysokiej jakości paszy; wzrost wiedzy konsumenckiej na temat jakości produktów mlecznych

1 Konferencja odbyła się 27.08.2022r. w Rudawce Rymanowskiej.





5. High Quality Bioeurope

nr decyzji: CEN.DWE.WP.810.6.2019.MBZ.

Budżet zadania: 10 041 785,60 zł

kwota wsparcia z Funduszu Promocji Mleka: 105 438,74 zł

Miejsce realizacji zadania:

Kanada, USA

Termin realizacji zadania:

2020 – 2023

Grupa odbiorców:

opinia społeczna, media, importerzy, dystrybutorzy, sieci handlowe, organizacje rządowe i pozarządowe

Opis projektu:

Podstawowe cele kampanii

Kampania promocyjno-informacyjna WYSOKA JAKOŚĆ BIOEUROPY obejmuje produkty rolnictwa ekologicznego i przetwórstwa ekologicznego krajów Unii Europejskiej i skierowana jest na rynki Stanów Zjednoczonych Ameryki (USA) i Kanady.

Realizacja działań w ramach Kampanii ma na celu podniesienie poziomu świadomości społeczeństwa Ameryki Północnej na temat wysokiej jakości ekologicznych produktów Unii Europejskiej na podstawie promowanych przez nas polskich produktów certyfikowanych w europejskim systemie rolnictwa ekologicznego. Działania te są realizowane poprzez informowanie o wysokich standardach tej produkcji w Unii Europejskiej oraz rozpowszechnianie informacji o obowiązujących w Unii Europejskiej systemach jakości upraw i przetwarzania surowców oraz o systemie certyfikacji produktów ekologicznych. Przekazanie w trakcie Kampanii pogłębionej i szczegółowej wiedzy z tego zakresu szerokiemu gronu konsumentów, odbiorców i dostawców produktów ekologicznych na rynkach USA i Kanady przełoży się na wzrost świadomych decyzji zakupowych i większy popyt na produkty ekologiczne z Unii Europejskiej w tym z Polski. Działania w ramach Kampanii na rynkach Ameryki Północnej będą prowadzone przez trzy kolejne lata od 2020 do 2023 roku.

Produkty, które promujemy:

Działania promocyjne i informacyjne w ramach kampanii WYSOKA JAKOŚĆ BIOEUROPY obejmują produkty ekologiczne, w tym wieprzowinę, wołowinę i ich przetwory, drób i jego przetwory, zboża i przetwory zbożowe, owoce i warzywa, przetwory owocowo-warzywne, mleko i przetwory mleczne posiadające wymagane certyfikaty Unii Europejskiej.

Działania:

1. SIAL Canada 2022, Montreal, 20 – 22 kwietnia 2022 r.

Pałac Kongresu w Montralul - Palais des congrès de Montréal

159, rue Saint-Antoine Ouest, 9e étage

Montréal (Québec)

Termin: 20 – 22 kwietnia 2022 r.

Stoisko BIOEUROPE Nr 1601

Podczas targów eksperci przeprowadzali dziennie 18 spotkań z odwiedzającymi stoisko importerami, przedstawicielami handlowymi, operatorami spożywczymi, dystrybutorami.

W trakcie degustacji wydawaliśmy około 300 porcji dziennie dań przygotowanych przez szefów kuchni m. in. z produktów mlecznych jako produktów programowych.



W dniu 21.04.2022 zostało zorganizowane i przeprowadzone Spotkanie biznesowe HIGH QUALITY BIOEUROPE pod Honorowym Patronatem Konsula Generalnego RP w Montrealu Pana Grzegorza Wiśniewskiego DoubleTree by Hilton Montreal, w Ballroom, Imagination.

Rejestracja gości wykazała obecność przedstawicieli 60 firm z branży żywności i produktów spożywczych. Ponad 85 osób uczestniczyło w spotkaniu i wykazało zainteresowanie rozmową i nawiązaniem kontaktu z ekspertami reprezentującymi program HIGH QUALITY BIOEUROPE.





2. Międzynarodowe Targi SIAL America 2022, Las Vegas, 22 – 24 marca 2022 r.

Centrum Wystawiennicze Las Vegas Convention Center (LVCC)

Termin: 22 – 24 marca 2022 r.

Stoisko BIOEUROPE West Hall (W4) 159

Podczas targów eksperci przeprowadzali dziennie 16 spotkań z odwiedzającymi stoisko importerami, przedstawicielami handlowymi, operatorami spożywczymi, dystrybutorami.

W trakcie degustacji wydawaliśmy około 300 porcji dziennie dań przygotowanych przez szefów kuchni m. in. z produktów mlecznych jako produktów programowych.



W dniu 23.03.2022 zostało zorganizowane i przeprowadzone Spotkanie biznesowe HIGH QUALITY BIOEUROPE w Centrum Konferencyjnym Hotelu Marriott, 325 Convention Center Drive Las Vegas, Nevada.

Rejestracja gości wykazała obecność przedstawicieli 63 firm z rynku amerykańskiego zaproszonych z branży produktów spożywczych. Ponad 90 osób uczestniczyło w spotkaniu i wykazało zainteresowanie rozmową i nawiązaniem kontaktu z ekspertami reprezentującymi program HIGH QUALITY BIOEUROPE.



3. Międzynarodowe Targi Winter Fancy Food, Las Vegas, 6 – 8 lutego 2022

Centrum Wystawiennicze Las Vegas Convention Center (LVCC)

Termin: 6 – 8 lutego 2022 r.

Stoisko BIOEUROPE Nr stoiska 3441-3448,

Podczas targów eksperci przeprowadzali dziennie 12 spotkań z odwiedzającymi stoisko importerami, przedstawicielami handlowymi, operatorami spożywczymi, dystrybutorami.

W trakcie degustacji wydawaliśmy około 300 porcji dziennie dań przygotowanych przez szefów kuchni m. in. z produktów mlecznych jako produktów programowych.



W dniu 7.02.2022 zostało zorganizowane i przeprowadzone Spotkanie biznesowe HIGH QUALITY BIOEUROPE w Centrum Konferencyjnym Hotelu Wastegate Las Vegas Convention Center Las Vegas, Nevada.

Rejestracja gości wykazała obecność przedstawicieli 60 firm z rynku amerykańskiego zaproszonych z branży produktów spożywczych. Ponad 60 osób uczestniczyło w spotkaniu i wykazało zainteresowanie rozmową i nawiązaniem kontaktu z ekspertami reprezentującymi program HIGH QUALITY BIOEUROPE.



4. Międzynarodowe Targi Summer Fancy Food Show New Jork, 12-14 czerwca 2022

Centrum Wystawienniczego Javits Center - NY 655 W 34th St, New York

Termin: 12 – 14 czerwca 2022 r.

Stoisko BIOEUROPE Nr stoiska 318

Podczas targów eksperci przeprowadzili dziennie 18 spotkań z odwiedzającymi stoisko importerami, przedstawicielami handlowymi, operatorami spożywczymi, dystrybutorami.

W trakcie degustacji wydawaliśmy około 300 porcji dziennie dań przygotowanych przez szefów kuchni m. in. z produktów mlecznych jako produktów programowych.



W dniu 13.06.2022 zostało zorganizowane i przeprowadzone Spotkanie biznesowe HIGH QUALITY BIOEUROPE w Konsulacie Generalnym RP w Nowym Jorku pod patronatem Pana Konsula Generalnego. Rejestracja gości wykazała obecność przedstawicieli 60 firm z rynku amerykańskiego zaproszonych z branży produktów spożywczych. Ponad 60 osób uczestniczyło w spotkaniu i wykazało zainteresowanie rozmową i nawiązaniem kontaktu z ekspertami reprezentującymi program HIGH QUALITY BIOEUROPE



5. Międzynarodowe Targi National Restaurant Association Show 2022, Chicago, 21 – 24.06.2022

Centrum Wystawiennicze Mc Cormick Place, 2301 S. King Drive, Chicago

Termin: 21 – 24 czerwca 2022 r.

Stoisko BIOEUROPE Nr stoiska 8838



W dniu 23.06.2022 zostało zorganizowane i przeprowadzone Spotkanie biznesowe HIGH QUALITY BIOEUROPE w Konsulacie Generalnym RP w Chicago 1530 North Lake Shore Drive pod patronatem Pani Konsula Małgorzaty Bąk . Rejestracja gości wykazała obecność przedstawicieli 60 firm z rynku amerykańskiego zaproszonych z branży produktów spożywczych. Ponad 60 osób uczestniczyło w spotkaniu i wykazało zainteresowanie rozmową i nawiązaniem kontaktu z ekspertami reprezentującymi program HIGH QUALITY BIOEUROPE



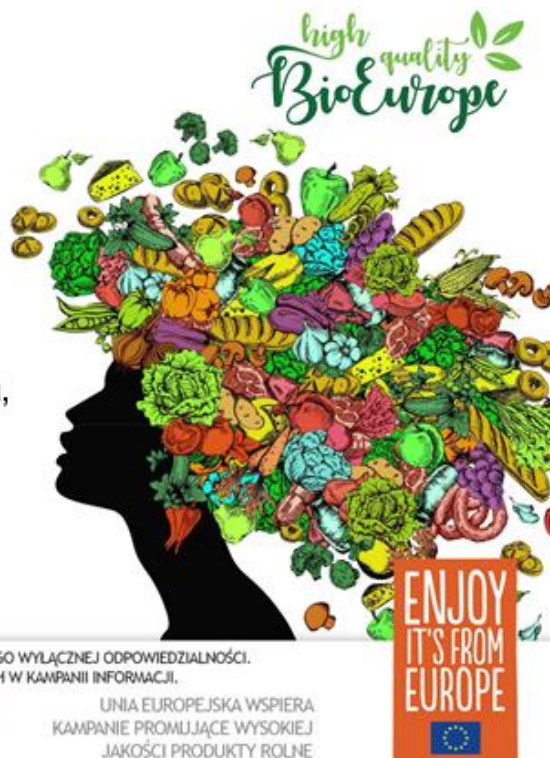
INTERAKTYWNA

STRONA INTERNETOWA

- Strona internetowa zintegrowana z profilami na social mediach

NA STRONIE PUBLIKOWANE BYŁY:

- Artykuły blogowe połączone z kanałami social media,
- Cykle promocji użytecznych przepisów połączone ze stronami na social media
- Film promocyjny promujący ekologiczne produkty i region europejski



TREŚĆ NINIEJSZEJ KAMPANII PROMOCYJNEJ ODZWIERCIEDLA WYŁĄCZNIE POGLĄDY JEJ AUTORA I PODLEGA JEGO WYŁĄCZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI. KOMISJA EUROPEJSKA NIE PONOSI ODPOWIEDZIALNOŚCI ZA ŻADNE EWENTUALNE WYKORZYSTANIE ZAWARTYCH W KAMPANII INFORMACJI.



KAMPANIA FINANSOWANA
PRZY WSPARCIU
UNII EUROPEJSKIEJ

UNIA EUROPEJSKA WSPIERA
KAMPANIE PROMUJĄCE WYSOKIEJ
JAKOŚCI PRODUKTY ROLNE



6. EU Organic School

nr decyzji: CEN.DWE.WP.584.2022.AGO.

Budżet zadania: 9 575 807,50 zł

kwota wsparcia z Funduszu Promocji Mleka: 171 405,52 zł

Miejsce realizacji zadania:

Polska, Rumunia

Termin realizacji zadania:

2022 – 2025

Grupa odbiorców:

opinia społeczna, media, importerzy, dystrybutorzy, sieci handlowe, organizacje rządowe i pozarządowe

Opis projektu:

Podstawowe cele kampanii

Kampania promocyjno-informacyjna EU Organic School obejmuje produkty rolnictwa ekologicznego i przetwórstwa ekologicznego i skierowana jest na rynki Polski i Rumunii.

Realizacja działań w ramach Kampanii ma na celu podniesienie poziomu świadomości społeczeństw Polski i Rumunii na temat wysokiej jakości ekologicznych produktów Unii Europejskiej na podstawie promowanych przez nas polskich produktów certyfikowanych w europejskim systemie rolnictwa ekologicznego. Działania te są realizowane poprzez informowanie o wysokich standardach tej produkcji w Unii Europejskiej oraz rozpowszechnianie informacji o obowiązujących w Unii Europejskiej systemach jakości upraw i przetwarzania surowców oraz o systemie certyfikacji produktów ekologicznych. Przekazanie w trakcie Kampanii pogłębionej i szczegółowej wiedzy z tego zakresu szerokiemu gronu konsumentów, odbiorców i dostawców produktów ekologicznych na wybranych rynkach przełoży się na wzrost świadomych decyzji zakupowych i większy popyt na produkty ekologiczne z Polski.

Cele:

- zwiększenie konkurencyjności polskich produktów zarejestrowanych w ramach systemu rolnictwa ekologicznego.
- zwiększenie świadomości społecznej i poziomu rozpoznawalności europejskiego logo prod. ekologicznej.
- zwiększenie konsumpcji produktów zarejestrowanych w ramach systemu rolnictwa ekologicznego
- wzrost wiedzy grup docelowych o wysokiej jakości i dostępności polskich ekologicznych produktów

Działania targowe:

- Polagra 2022, 26-28.2022 Poznań
- Natura Food Fair 16-18,09.2022 Łódź
- Ekogala 2022 16-17.12 Rzeszów
- EcoStyl 18-20.11.2022 Bielsko Biała

Efekt:

- 20 tys. odwiedzających stoiska





