

**OCENA RZECZOWA ZADAŃ DOFINANSOWANYCH ZE ŚRODKÓW FUNDUSZU PROMOCJI MIĘSA DROBIEWEGO
ZREALIZOWANYCH W 2011 ROKU.**

TYTUŁ ZADANIA	OPIS
<p>Opracowanie i wdrożenie kampanii pt. „Drób w dobrym stylu”.</p>	<p>Kampania ta przeprowadzona została pomiędzy 08.01.2011 a 14.12.2011. Do jej celów zaliczyć można:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ edukacja konsumenta odnośnie zasad zdrowego odżywiania się i roli drobiu jako dostarczyciela niskotłuszczowego mięsa oraz wartościowego białka – podstawowego składnika piramidy żywieniowej ▪ zmianę w świadomości Polaków i walka ze stereotypami pochodzącymi z nadmiernego nagłaśniania rzekomych skandali w branży drobiarskiej, ▪ zainteresowanie konsumentów zdrowym stylem życia wynikającym ze zdrowego odżywiania, ▪ wzrost zainteresowania konsumentów mięsem drobiowym i przekonanie ich do jego walorów odżywczych, dietetycznych i prozdrowotnych, ▪ wzmocnienie wizerunku mięsa drobiowego w odniesieniu do jakości, różnorodności, wartości odżywczych i bezpieczeństwa mięsa, a także ich walorów dietetyczno-zdrowotnych wśród krajowej opinii publicznej; ▪ promowanie przetworów i produktów półprzetworzonych z drobiu, jako łatwych i szybkich do przygotowania w warunkach domowych; ▪ edukację konsumentów w zakresie walorów odżywczych i smakowych drobiu oraz stworzenie w społeczeństwie „mody na drób i produkty drobiarskie”. <p>W obszar merytoryczny opisywanego projektu zaangażowanych zostało wiele firm oraz instytucji. Kampania przeprowadzona została w całości na łamach „Super Expressu” i polegała na cyklicznym zamieszczaniu różnego rodzaju oraz różnego formatu artykułów, przepisów, zdjęć, opinii itp.</p> <p>W ramach kampanii opracowano i opublikowano cykl w czterech ogólnopolskich dodatkach będących integralną częścią gazety o poniższych tytułach:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Tradycje polskiego drobiu – 13 IV 2010, ▪ Walory odżywcze mięsa drobiowego – 15 VI 2010, ▪ Jeść smacznie i zdrowo – 10 VIII 2010, ▪ Drób na święta – 14 XII 2010. <p>Dodatkowo przed poszczególnymi emisjami na pierwszej stronie gazety pojawiała się odredakcyjna wzmianka o pojawieniu się projektu w kolejnym dniu.</p> <p>Dodatki edukacyjne oraz ich zapowiedzi dotarły do 1,3 mln Czytelników. Przynajmniej jeden kontakt z samymi dodatkami miało</p>

	<p>w sumie 726 tys. osób. Ukazały się one w nakładzie 2,16 mln egzemplarzy. <i>(Źródła danych: PBC General, realizacja: Millward Brown SMG/KRC, IV, VI, VIII, XII 2011, CDT wtorek, CDT środa, 15+, n = 16 345; ZKDP, analiza wydań, nakład, 12-13 IV, 14-15 VI, 9-10 VIII, 13-14 XII 2011; opracowanie „Super Express”.)</i></p> <p>W miesiącach, w których nie publikowano dodatków pojawiały się materiały redakcyjne z wypowiedziami Ekspertów oraz przepisami w ilości 8 emisji. Zajawienie materiałów redakcyjnych pojawiało się na pierwszej stronie „Super Expressu”.</p> <p>Wszystkie części cyklu edukacyjnego dotarły do 1,7 mln osób, zaś ich zasięg efektywny wyniósł 1,6 mln czytelników. Przeciętna liczba kontaktów jednej osoby z cyklem to 9.</p> <p>Cykl oraz zapowiedzi ukazały się łącznie w nakładzie blisko 5,9 mln egzemplarzy. <i>(Źródła danych: PBC General, realizacja: Millward Brown SMG/KRC, I-III, V, VII, IX-XI 2011, CDT piątek, CDT sobota, 15+, n = 32 412; ZKDP, analiza wydań, nakład, 28-29 I, 11-12 II, 11-12 III, 13-14 V, 8-9 VII, 9-10 IX, 7-8 X, 18-19 XI 2011; opracowanie „Super Express”.)</i></p> <p>Całkowity zasięg kampanii prasowej wyniósł 2,2 mln - tyle osób miało z nią przynajmniej jeden kontakt.</p> <p>Łączna liczba egzemplarzy, w których ukazała się kampania to 8 mln. <i>(Źródła danych: PBC General, realizacja: Millward Brown SMG/KRC, I-XII 2011, CDT wtorek, CDT środa, CDT piątek, CDT sobota, 15+, n = 48 757; ZKDP, analiza wydań, nakład, I-XII 2011; opracowanie „Super Express”.)</i></p> <p>W wyniku kampanii stworzona została w społeczeństwie świadomość „mody na drób i produkty drobiarskie”. Nastąpiło wzmożone zainteresowanie konsumentów zdrowym stylem życia wynikającym ze zdrowego odżywiania.</p>
<p>Organizacja polskiego stoiska mięsnego na targach „Internationale Grune Woche” w Berlinie.</p>	<p>Internationale Grune Woche to jedna z największych światowych imprez targowych branży spożywczej. W roku 2011 odbyła się ona w dniach od 21 do 30 stycznia.</p> <p>Polska uzyskując status oficjalnego partnera Niemiec (gospodarza targów), miała możliwość zaistnienia na szerszą skalę w porównaniu z innymi krajami, co dotyczy bezpośrednio również stoiska branży mięsnej. Stoisko to miało charakter wspólny i zrzeszało przedsiębiorców i organizacje branży mięsnej, zarówno zajmujące się mięsem czerwonym jak i drobiowym.</p> <p>Działania informacyjne oraz promocja polskiego mięsa i jego przetworów odbywały się poprzez liczne akcje medialne (zarówno przed, w trakcie, jak i po targach), obecność w</p>



	<p>mediach, wizyty dziennikarzy, przedsiębiorców i konsumentów na stoisku. Ponadto zorganizowane zostało spotkanie przedstawicieli największych dystrybutorów mięsa i jego przetworów na rynku niemieckim z reprezentantami polskiej branży mięsnej.</p> <p>W wyniku działań udało się zbudować wśród odbiorców niemieckich poczucie dobrej jakości i bezpieczeństwa w stosunku do polskich produktów żywnościowych oraz sympatie do naszego kraju.</p>
<p>Promocja polskiego mięsa drobiowego na targach „Gulfood” w Dunaju.</p>	<p>Targi Gulfood w Dubaju - jedna z największych imprez branży spożywczej na Bliskim Wschodzie, miejsce spotkań wystawców, producentów, importerów i konsumentów z całego świata.</p> <p>Wizyta Polskiej Delegacji w Zjednoczonych Emiratach Arabskich - Dubaj na targach spożywczych Gulfood odbywała się w dniach 27.02.- 2.03. 2011 r. i miała na celu wypromowanie polskiego mięsa i jego przetworów na Bliskim Wschodzie. Promocja polskiego mięsa drobiowego na stoisku Krajowej Rady Drobiarstwa – Izby Gospodarczej umożliwiła zaprezentowanie oferty polskich producentów, dała szansę na poinformowanie odbiorców na Bliskim Wschodzie o wysokiej jakości i walorach polskich produktów oraz nawiązanie kontaktów biznesowych. Dla osiągnięcia tych celów polskie stoisko było miejscem do pozyskania informacji na temat branży drobiarskiej w Polsce i jej oferty, a także nawiązania bezpośrednich kontaktów z producentami.</p> <p>Wynikiem działania związanego z promocją polskiego mięsa drobiowego na targach Gulfood jest rozszerzenie kontaktów biznesowych polskich producentów z branży z odbiorcami na tym rynku, a co za tym idzie zwiększenie możliwości eksportowych.</p>
<p>Promocja mięsa gęsięgo w Polsce poprzez wydanie książki pt. „Wszystko o gęsi i gęsinie, czyli anserystyczne kulinarna i kulturalna” oraz udział w Świątce Gęsi w Biskupcu</p>	<p>Realizację zadania polegającego na promocji mięsa gęsięgo w Polsce rozpoczęło Świątko Gęsi, które odbyło się 10 lipca 2011 roku w Biskupcu Pomorskim.</p> <p>Założeniem programu promocyjnego było zorganizowanie imprezy promującej gęsinę. Z tej okazji została wydana zaktualizowana książka pt. „Wszystko o gęsi i gęsinie, czyli anserystyczne kulinarna i kulturalna”. Publikacja promuje walory, tradycję i przepisy kulinarne z mięsa gęsięgo. Działaniem promocyjnym było również wydanie w/w publikacji</p>



<p>Pomorskim.</p>	<p>w wersji niemieckiej. Publikację tę rozprawdzono wśród gości odwiedzających Święto Gęsi, głównie na stoiskach prowadzących sprzedaż wyrobów mięsa gęsięgo. Losowanie powyższych książek oraz konkursy dla czytelników przeprowadzono także na lamach prasy: Gazety Nowomiejskiej, Gazety Olsztyńskiej, Rolniczego ABC, Tygodnika Rolniczego oraz Miesięcznika TOP AGRAR Polska. Książki dostarczano także do restauracji serwujących dania z mięsa gęsięgo, z przeznaczeniem dla osób, którzy zakupują dania z gęsiną.</p> <p>Działania promocyjne poprzedził nadawany w piątkowy poranek (8 lipca) w Biskupcu Pomorskim dwugodzinny program TVP 1 „Kawa czy herbata”. Już od godziny 6:00 na antenie ogólnopolskiej telewizji odbywało się gotowanie i smażenie potraw z gęsi. W programie wystąpiły wiejskie koła gospodyń, grupa cyrkowa, a także wiele ciekawych osobistości.</p> <p>Uroczystości przygotowane na niedzielę, tradycyjnie poprzedziła konferencja pt. „Rynek mięsa drobiowego w Europie i na świecie”. W dwudniowej konferencji wzięło udział blisko 100 osób z branży drobiarskiej z całej Polski oraz kilkunastu przedstawicieli mediów branżowych i innych.</p> <p>Przedsięwzięcie drugiego dnia (10 lipca 2011 roku) rozpoczął wykład z pokazem kulinarnym na temat „Wartości odżywczych i kulinarnych mięsa gęsięgo”. Tego dnia pod okiem jury oraz tłumnie zgromadzonej publiczności, odbywał się konkurs kulinarny.</p> <p>Patronat honorowy nad imprezą objął Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi Pan Marek Rawicki, natomiast patronat medialny objęło Polskie Radio „Jedynka”, TVP Olsztyn, Top Agrar Polska, Gazeta Olsztyńska, Rolnicze ABC oraz Gazeta Nowomiejska.</p> <p>Przeprowadzone działania przyczyniły się do zwiększenia zainteresowania mięsem gęsim polskich konsumentów.</p>
<p>Organizacja imprez promujących mięso drobiowe: „Święto indyka” oraz „Święto kurczaka”.</p>	<p>„I Święto indyka” odbyło się 15 maja 2011 roku w Koźminku w województwie wielkopolskim, natomiast „I Święto kurczaka” odbyło się 17 czerwca 2011 roku w Sokółce w województwie podlaskim.</p> <p>Założeniem programu promocyjnego było zorganizowanie imprez promujących mięso drobiowe. Z tej okazji zostały wydane książki pt. „Wszystko o indyku, czyli...” oraz „Wszystko o kurczaku, czyli...”. Losowanie powyższych książek oraz konkursy dla czytelników przeprowadzono także na lamach</p>

prasy: Gazety Olsztyńskiej, Rolniczego ABC oraz Miesięcznika Top Agrar. Działania rozpoczęło „I święto indyka”, które odbyło się w Koźminku w dniach 14-15 maja 2011r. Przeddzień Święta w dniu 14.05.2011 roku odbyła się konferencja nt. walorów mięsa drobiowego, marketingu konsumenckiego oraz działań promocyjnych podejmowanych przez branżowe organizacje producentów drobiu. Drugi dzień rozpoczął się konferencją kontynuującą tematy z zakresu „Walorów odżywczych mięsa indyczego”. Ogółem w dwudniowej konferencji wzięło udział blisko 100 osób z branży drobiarskiej z całej Polski oraz kilkunastu przedstawicieli mediów branżowych i innych.

Imprezę drugiego dnia odwiedził tłum gości z całej Polski, wśród gości znaleźli się między innymi Przedstawiciele Ministerstwa Rolnictwa, Wicemarszałek Województwa Kujawsko-Pomorskiego oraz Samorządowcy z Wielkopolski Południowej. Zorganizowano stoiska z wyrobami z mięsa indyczego.

Druga impreza promocyjna pt. „I Święto Kurczaka” odbyła się w dniach 16-17 czerwca 2011 roku. Tradycyjnie w przeddzień święta w dniu 16 czerwca 2011 roku odbyła się konferencja, która miała na celu przeniesienie dobrych praktyk, projektów innowacyjnych oraz organizację wymiany doświadczeń i know-how w zakresie zagadnień związanych z promocją mięsa drobiowego na polskim rynku oraz bezpieczeństwem żywności. Tematyka wykładów dotyczyła zarówno zmian na rynku drobiarskim w Polsce i na świecie. W konferencji wzięło udział około 100 producentów drobiu z całej Polski.

Drugi dzień imprezy pt. „I Święto kurczaka” rozpoczął wykład nt. „Wartości kulinarnych i odżywczych mięsa drobiowego”. Podczas Święta przeprowadzony został konkurs kulinarny, degustację dla publiczności oraz szybki kurs gotowania. Jednym z punktów programu były liczne konkursy i zabawy dla publiczności. W trakcie imprezy zorganizowano również stoiska zaopatrzone w wyroby z mięsa kurczego, na którym osoby dokonujące zakupów otrzymywały książki pt. „Wszystko o kurczaku, czyli...”.

W ramach projektu promocyjnego mięsa drobiowego zorganizowano również dwie towarzyszące konferencje. W dniu 28 czerwca 2011 roku na Katolickim Uniwersytecie Lubelskim Jana Pawła II zorganizowano degustację potraw drobiowych finansowaną z FPMD oraz promocję w/w książek. Główne działania odbyły się pn. Kulinaria i Kulturalia, jako impreza towarzysząca promocji tomu XV Encyklopedii Katolickiej, zorganizowanej przez Instytut Leksykografii KUL. Podczas sympozjum naukowego poświęconego Encyklopedii

	<p>Katolickiej ks. dr Sławomir Brzozecki - prezes Fundacji Rozwoju KUL, przekazał informacje o Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego i działaniach KZGPR-IG oraz zaprosił wszystkich uczestników na degustację. W degustacji zorganizowanej przez Fundację Rozwoju KUL, na zlecenie KZGPR, uczestniczyło ok. 150 osób, głównie uczestników wspomnianego sympozjum. W tym liczni goście spoza Lublina (głównie z Warszawy i Poznania). Wszyscy uczestnicy degustacji otrzymali wydawnictwa - „Wszystko o indyku, czyli meleagrystyczne kulinaria i kulturaia”, „Wszystko o kurczaku, czyli gallustyczne kulinaria i kulturalia”. W spotkaniu wzięli również udział współautorzy, redaktorzy i korektorzy w/w wydawnictw, którzy udzielili licznych wypowiedzi na ich temat. Jednak największe zainteresowanie wzbudziły same dania z mięsa drobiowego. Wśród dekoracji stołów znalazły się wizytówki informujące o sfinansowaniu degustacji z Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego.</p> <p>Kolejna konferencja odbyła się w dniu 30 czerwca 2011 roku w Warszawskim Klubie Księgarza przy Rynku Starego Miasta 22/24. Współorganizatorem spotkania był KZGPR-IG, który zorganizował poczęstunek dla gości. Uczestnicy spotkania podczas degustacji, mieli okazję skosztować potraw, których przepisy zawarte są w wydawnictwach. Wszyscy uczestnicy degustacji otrzymali opisane wyżej wydawnictwa.</p> <p>Przeprowadzone działania przyczyniły się do zwiększenia zainteresowania mięsem drobiowym polskich konsumentów.</p>
<p>Organizacja XXV Krajowej Wystawy Zwierząt Hodowlanych oraz 5 wystaw regionalnych w Sitnie, Minikowie, Sielinku, Szepietowie i Opolu.</p>	<p>W ramach zadania zrealizowano ekspozycję drobiu na XXV Krajowej Wystawie Zwierząt Hodowlanych w Poznaniu oraz ekspozycję drobiu na pięciu wystawach regionalnych: w Sitnie, Minikowie, Sielinku, Szepietowie i Opolu. Okres działania to 31.05-17.10.2011 r.</p> <p>Wystawy stanowiły istotne wydarzenia zarówno z punktu widzenia wymiany doświadczeń o chowie i hodowli drobiu pomiędzy organizatorami, uczestnikami (wystawcami), jak i odwiedzającymi wystawy. Targi umożliwiły pokazanie jak dużą rolę odgrywają hodowcy stad rodzicielskich, których wyniki wartości użytkowej stad zostały zauważone, docenione i nagrodzone. Oprócz wypromowania polskich hodowców działania umożliwiły wymianę doświadczeń pomiędzy przedstawicielami różnych szczebli branży drobiarskiej.</p> <p>Wystawy umożliwiły zaprezentowanie różnych zestawów hodowlanych z poszczególnych gatunków i kierunków użytkowania. Spośród prezentowanych stadek na każdej z</p>

wystaw wybrano czempiony. Przy ocenie stad komisja brała pod uwagę wyniki oceny wartości użytkowej oraz przygotowanie stadek na wystawę. W trakcie uroczystości wręczano właścicielom wyróżnionych stadek puchary oraz nagrody.

W dniach od 4 do 5 czerwca 2011 roku w Opolu - Bierkowicach odbyła się VIII Regionalna Wystawa Zwierząt Hodowlanych oraz Maszyn i Urządzeń Rolniczych zorganizowana przez Izbę Rolniczą w Opolu oraz związki branżowe. To wydarzenie umożliwiło zwiedzającym zobaczenie wspaniałych okazów zwierząt gospodarskich, jak również zapoznanie się z najnowszymi technologiami i osiągnięciami w rolnictwie.

W dniach 18-19 czerwca 2011 r. odbyła się w ramach Wielkopolskich Targów Rolniczych XVII Regionalna Wystawa Zwierząt Hodowlanych w Sielinku. Na terenach centrum Wystawowo-szkoleniowego można było obejrzeć zarówno zwierzęta, rośliny uprawne na specjalnych poletkach doświadczalnych jak również liczne maszyny rolnicze.

W miejscowości Szepietowo na terenach wystawowych Agroarena Podlaskiego Ośrodka Doradztwa Rolniczego odbyła się w dniach 25-26 czerwca 2011 roku XVIII Regionalna Wystawa Zwierząt Hodowlanych i Dni z Doradztwem Rolniczym. Wystawa licznych zwierząt i maszyn rolniczych przyciągnęła ponad 100 tysięcy zwiedzających.

W dniach 2-3 lipca 2011 roku odbyła się w ramach targów AGRO-TECH - XII Regionalna Wystawa Zwierząt Hodowlanych w Minikowie. Na terenach wystawienniczych Kujawsko-Pomorskiego Ośrodka Doradztwa Rolniczego zgromadzili się liczni wystawcy oraz bardzo duże grono osób zwiedzających.

W dniach 9-10 lipca 2011 roku na terenach Ośrodka Szkoleniowo-Wystawienniczego w Sitnie, należących do Lubelskiego Ośrodka Doradztwa Rolniczego w Końskowoli odbyła się XXV Jubileuszowa Wystawa Zwierząt Hodowlanych, Maszyn i Urządzeń Rolniczych. Ładna pogoda zachęciła ludzi do licznego przybycia na tereny wystawy i podziwiania wielu gatunków zwierząt, różnego rodzaju sprzętu rolniczego, stoisk branżowych i nie tylko. W ramach ekspozycji drobiarskiej zaprezentowano 10 stadek drobiu.

Największa z wystaw czyli Krajowa Wystawa Zwierząt Hodowlanych odbyła się w Poznaniu w dniach 11 – 14 września 2011 roku. Imprezie towarzyszyła Polagra Food, Polagra-tech, Gastro trendy, Pakfood i Smaki regionów. Ekspozycję odwiedziło ponad 45 tys. zwiedzających. Prawie 400 wystawców zaprezentowało 2 tys. zwierząt niemal wszystkich ras gospodarskich i hodowlanych. Stadka drobiu

	zaprezentowało 19 wystawów (w sumie 59 stadek). Wystawy regionalne jak i wystawa krajowa były okazją do wymiany doświadczeń, dyskusji o problemach w branży oraz nawiązania współpracy.
<ul style="list-style-type: none"> • Kontynuacja udziału w organizacji Association of Poultry Processors and Poultry Trade in the EU countries. 	<p>Głównym celem zadania jest kontynuacja członkostwa w europejskiej organizacji drobiarskiej a.v.e.c. (Association of Poultry Processors and Poultry Trade in the EU countries).</p> <p>Członkowie wyżej wymienionej organizacji otrzymują na bieżąco informacje dotyczące branży, a także unijnych przepisów prawa. Biorą udział w opiniowaniu aktów prawnych dotyczących branży. Mają dostęp do analiz rynkowych związanych z branżą. Członkowie organizacji z poszczególnych państw UE wymieniają się poglądami i doświadczeniami związanymi z problemami i perspektywami, jakie niesie branża.</p> <p>W obrębie opisywanego działania dokonano opłaty należnej składki przez Krajową Radę Drobiarstwa – Izbę Gospodarczą na rzecz organizacji a.v.e.c.</p>
<p>Organizacja kampanii „Ciesz się smakiem i zdrowiem – wybieraj drób”.</p>	<p>W ramach zadania w dniach 16.08-30.10.2011 r. zrealizowana została wielopłaszczyznowa kampania reklamowa „Ciesz się smakiem i zdrowiem - wybieraj drób” promująca mięso drobiowe po przez podkreślenie jakości, zdrowotności, dietetyczności, smakowitości, łatwości przygotowania, uniwersalności oraz różnorodności zastosowania mięsa z kurczaka. Działania reklamowe prowadzone zostały w telewizji, prasie oraz Internecie.</p> <p>Głównym celem programu było podniesienie ogólnej percepcji wartości mięsa drobiowego wśród konsumentów poprzez podkreślenie jakości, wartości dietetyczno-zdrowotnych, różnorodności zastosowań oraz wygody szybkości w przyrządzaniu posiłków z mięsa z kurczaka.</p> <p>Program został zrealizowany w oparciu o kampanię w telewizji, jako medium wiodące. Jako uzupełnienie zrealizowany został tzw. Product Placement w serialu „Klan”, emisje reklam w formie całej strony w prasie kolorowej: Twój Styl, Przyjaciółka, Viva oraz Pani. Dodatkowo powstała strona www programu (www.wyberajdrob.pl), kampania wspomagająca w internecie (portal ugotuj.to oraz strony gazeta.pl). Kampania była również komunikowana bezpośrednio do osób zajmujących się zakupem i sprzedażą mięsa drobiowego oraz dziennikarzy branżowych w postaci wysyłanych pakietów informacyjnych.</p>

	<p>Program promocji w telewizji rozpoczął się 12 września 2011 i trwała do 30.09.2011. Swoim zasięgiem objęła wiodące stacje m.in.: TVP 1, TVP 2, TVP Info, TVN, TVN Mix, Polsat, Polsat Mix oraz pakiet AtMedia.</p> <p>Podczas kampanii wyemitowanych zostało 2.037 emisji, reklamę zobaczyło przynajmniej raz 30.273.474 osoby, w tym 9.122.850 osób w grupie docelowej tj. kobiety w wieku 25-64 lata, a minimum 3 razy 6.446.814 osób w grupie celu.</p> <p>W kampanii telewizyjnej były wykorzystane dwie długości spotów: 15 i 30 sekundowe, które zostały zrealizowane wg ciekawego scenariusza.. Głównymi bohaterami spotów byli aktorka Anna Przybylska ze swoim partnerem Jarosławem Bieniukiem – piłkarzem co niewątpliwie wpłynęło na lepsze zapamiętanie reklam oraz podniesienie ich prestiżu.</p> <p>Należy również zwrócić uwagę, że kampania w TV przekroczyła wszystkie planowane przed jej realizacją wskaźniki (GRP, Zasięg 1+, Zasięg 3+).</p> <p>Emisje w prasie kolorowej zbudowały dodatkowy zasięg. Wybrane tytuły zostały dobrane do grupy docelowej wg badań czytelnictwa. Łączny nakład tytułów objętych kampanią przekroczył 1.700.000 egzemplarzy.</p> <p>W wyniku działań podniesiona została ogólna percepcja mięsa drobiowego oraz jego popularyzacja wśród konsumentów poprzez podkreślenie na każdej płaszczyźnie komunikacji wyjątkowej jakości mięsa z kurczaka po przez hasło „Warto doceniać to, co dobre. Warto jeść kurczaka”.</p>
<p>Świętomięs Polski</p>	<p>Impreza Świętomięs Polski zorganizowana została przez Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy RP – przy współpracy Związku Rzemiosła Polskiego i Wielkopolskiej Izby Rzemieślniczej w Poznaniu, odbyła się 11.09.2011 roku na Starym Rynku w Poznaniu.</p> <p>Celem nadania wysokiej rangi imprezie powołany został Komitet Honorowy, w którego skład weszli min: Waldemar Pawlak – Wicepremier i Minister Gospodarki, Marek Sawicki – Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi oraz wóldarze województwa, miasta i instytucji miejskich.</p> <p>Świętomięs Polski obejmował min.:</p> <ul style="list-style-type: none"> - konferencje prasowe o zasięgu ogólnopolskim; - szeroki patronat medialny oraz relacje na żywo min. przez TVP3 radio merkury Poznań, - emisje reklam w radiu i telewizji, prasie oraz internecie; - emisje plakatów reklamowych i gadżetów w wielu placówkach na terenie miasta Poznania, - stworzenie oryginalnej strony internetowej

	<ul style="list-style-type: none"> - zorganizowanie „Parady Mięsnej”, - ceremonie otwarcia, - ustanowienie i wręczenie nagrody „Carnelius” – za promowanie idei zdrowego żywienia w oparciu o mięso, - zorganizowanie sceny głównej na której występował szereg znakomitych wykonawców, - zorganizowanie akcji „najdłuższa kiełbasa świata” miała ona 600 m i została zde gustowana, - na składnikach mięsnych przygotowano „Kociot Świętomięsny” – wydano ponad 9000 porcji degustacyjnych, - degustacja potraw z mięsa w ramach „Mięso z Polski w Kuchniach Świata”, - Prezentacje firm mięsnych połączone z degustacjami, - W ramach strefy „Mięso i Zdrowie” odbyło się wiele prelekcji i seminariów na temat roli mięsa w żywieniu człowieka, - Funkcjonowało wiele innych tematycznych stref, min.: „Zapasy na Zimę”, „Strefa Historyczna”, „Mięso dla Sportu” oraz „Zagroda Młodych Hodowców” – specjalna strefa dla dzieci. <p>Frekwencja na imprezie „Świętomięś Polski” wyniosła 16-18 tys. osób. Dodatkowo uzyskany został szeroki rozgłos medialny (bezpośrednią transmisje telewizyjną oglądało ponad 100 tys. widzów). Dużym uznaniem cieszyły się występy artystyczne oraz atrakcje kulinarne. Wydano 14 tys. porcji degustacyjnych potraw mięsnych. Duże zainteresowanie taką formułą oraz bardzo dobre jej oceny ze strony mediów i publiczności świadczą o jej celowości.</p>
<p>Udział w Targach Polagra Food 2011</p>	<p>Udział branży mięsnej na największych targach spożywczych w Środkowej Europie – Polagra Food w dniach 12-15.09.2011 roku.</p> <p>W ramach działania na 855 metrowym stoisku w reprezentacyjnej hali, obok stoiska MRIRW, ARR czy Komisji Europejskiej prezentowała się branża mięsna w ramach ekspozycji: „Mięso z Polski”</p> <p>Oprócz ekspozycji wystawców Targi obejmują szereg dodatkowych działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> - działania informacyjne oraz promocyjne polskiego mięsa i jego przetworów na rynku krajowym i zagranicznym po przez media, - spotkania polskich i zagranicznych przedstawicieli różnych szczebli branży mięsnej, - organizowanie wielu konkursów i przyznawani ponad



	<p>120 nagród, wyróżnień, medali i oszniczeń, - organizowanie szeregu branżowych wydarzeń, kongresów, konferencji, warsztatów, wystaw, pokazów i degustacji.</p> <p>W Targach Polagra Food wzięło udział prawie 300 wystawców z Polski i 30 krajów świata, odwiedziło je 45 tys. zwiedzających. Dużym zainteresowaniem cieszyła się ekspozycja „Mięso z Polski”. Dzięki konsekwentnie realizowanej na targach strategii promocyjnej polski drób, wołowina i wieprzowina umocniły swoją markę i zjednały sobie europejskich handlowców.</p>
<p>Promocja mięsa drobiowego i jego przetworów podczas targów Anuga 2011</p>	<p>Targi ANUGA - jedyna w swoim rodzaju międzynarodowa wystawa towarów oferowanych przez szerokorozumianą branżę żywnościową, skierowaną przede wszystkim do profesjonalistów związanych z sektorem spożywczym. Dla producentów artykułów spożywczych z całego świata, targi te są uznanym miejscem nawiązywania kontaktów handlowych i dają doskonałą możliwość sprawdzenia popytu na swoje produkty.</p> <p>Międzynarodowe Targi Spożywcze Anuga 2011 w Niemczech w Kolonii odbyły się w dniach 8-12.10.2011 r.</p> <p>Ideą projektu i celem udziału było przedstawienie całego łańcucha produkcji drobiarskiej w Polsce z uwzględnieniem roli hodowców i producentów jak również branży ubojowej i przetwórczej. Poprzez odpowiednie przygotowanie działania podkreśliłmy znaczenie integracji pionowej sektora drobiowego w kraju, co stanowi o jego sile, gwarantując jednocześnie wysoką jakość i bezpieczeństwo oraz walory smakowe oferowanego mięsa drobiowego i jego przetworów.</p> <p>W ramach działań odbyły się:</p> <ul style="list-style-type: none"> - konferencja na temat polskiej branży drobiarskiej ze szczególnym uwzględnieniem sektora gęsięgo oraz podkreśleniem integracji pionowej sektora drobiowego, skierowanej do partnerów z Niemiec połączonej z pokazem produktów i prezentacją firm, - prezentacja folderów i katalogów firm na stosiku Konsulatu Generalnego RP, - zapoznanie się z ofertą prezentowaną na targach. <p>Działania przyczyniły się do umacniania pozytywnego wizerunku polskiej branży drobiarskiej i jej potencjału produkcyjnego poprzez wykreowanie zainteresowania bogatą ofertą polskich zakładów drobiarskich.</p>

	<p>Oprócz przedstawicieli sektora branżowego w targach wzięli udział także przedstawiciele Komisji Zarządzającej Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego.</p> <p>Wynikiem działania związanego z promocją mięsa drobiowego i jego przetworów podczas targów Anuga jest zwiększenie zainteresowania polskim mięsem drobiowym i jego przetworami, a także poszerzenie kontaktów biznesowych polskich producentów z branżą z odbiorcami na rynku niemieckim i zwiększenie możliwości eksportowych.</p>
<p>Organizacja wyjazdu i uczestnictwo przedstawicieli polskiej branży drobiarskiej w Zgromadzeniu Ogólnym unijnej organizacji A.V.E.C. w Kopenhadze w dniach 22-25.09.2011</p>	<p>Spotkanie a.v.e.c. - najważniejsza impreza unijnej branży drobiarskiej odbywająca się co roku. Obok spraw organizacyjnych obradom towarzyszą konferencje tematyczne, na których poruszane są najistotniejsze dla unijnego sektor drobiarskiego kwestie przy udziale przedstawicieli władz unijnych najwyższego szczebla.</p> <p>Uczestnictwo wspólnego wyjazdu przedstawicieli branży do Kopenhagi na Zgromadzenie Ogólne a.v.e.c. miało miejsce w dniach 22-25.09.2011 r.</p> <p>Polska branża drobiarska reprezentowana była przez przedstawicieli Krajowej Rady Drobiarstwa – Izby Gospodarczej oraz przedstawicieli Komisji Zarządzającej Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego.</p> <p>Działania związane z organizacją wyjazdu i uczestnictwem przedstawicieli polskiej branży drobiarskiej w Zgromadzeniu Ogólnym unijnej organizacji a.v.e.c. umożliwiły zaprezentowanie pełnego stanowiska krajowego sektora w wielu istotnych obszarach na forum brukselskim i przedstawienie jednolitego stanowiska uczestników całego łańcucha produkcji.</p> <p>Działania te przyczyniają się w znaczący sposób do pogłębiania integracji pionowej rodzimych hodowców, producentów i przetwórców drobiu oraz pozwalają skutecznie lobbować na rzecz branży.</p> <p>Dodatkowo dzięki uczestnictwu nawiązano szereg bezpośrednich kontaktów z przedstawicielami sektora oraz administracji praktycznie z całej Unii Europejskiej.</p> <p>Możliwości, jakie daje Zgromadzenie Ogólne a.v.e.c. odnośnie promocji i lobbingu na rzecz krajowego sektora są</p>

	nie do przecenienia.
Mięso drobiowe płaszczyzną współpracy polsko- niemieckiego pogranicza	<p>W ramach działania w dniach 12-12.05.2011 r. odbyło się spotkanie promocyjne na terenie zamku Joanitów w Łagowie.</p> <p>Odbył się szereg wykładów dotyczących jakości, walorów odżywczych i cech mięsa drobiowego. Wśród odbiorców znaleźli się goście z Niemiec i Polski.</p> <p>Działanie przyczyniły się do wymiany wiedzy i doświadczeń w temacie hodowli i koniunktury w branży drobiarskiej. Doszło do integracji środowiska drobiarskiego.</p>

Mirosław Szatkowski