

Warszawa 26 maja 2022r.

**Sprawozdanie rzeczowe
Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego
z zadań zrealizowanych w 2021r.**

Nazwa podmiotu	Tytuł zadania	Okres realizacji zadania	Miejsce realizacji zadania	Opis efektywności działania pod kątem osiągnięcia założonych celów
Krajowa Rada Izb Rolniczych	Drobiowe przysmaki na polskim stole	Od 27.08.2021 do 21.12.2021	Rudy	Głównym celem zadania było podniesienie świadomości konsumentów w zakresie potrzeby obecności mięsa drobiowego w codziennej diecie oraz promocja polskiego mięsa drobiowego jako zdrowego i naturalnego produktu wysokiej jakości. Działania i cele założone w wniosku zostały zrealizowane. Rezultatem zorganizowanej imprezy było uzyskanie przez konsumentów uczestniczących w zadaniach – dzieci, młodzież i dorosłych wiedzy na temat walorów zdrowotnych i wartości odżywczych potraw z mięsa drobiowego, podanych w atrakcyjnej formie. Impreza była okazją do posmakowania potraw z drobiu i przekonania o zaletach smakowych i zdrowotnych polskiego drobiu oraz zaprezentowania bogatych tradycji kulinarnych.
Krajowa Rada Izb Rolniczych	Mięso drobiowe pożywe i zdrowe – pomysł na dietetyczne dania	Od 27.08.2021 do 27.12.2021	Ujazd	Głównym celem zadania było zaprezentowanie szerokiej gamy mięsa drobiowego i jego przetworów oraz promowanie ich spożycia oraz zwiększenie ich udziału w codziennej diecie. Działania i cele założone w wniosku zostały zrealizowane. Rezultatem zorganizowanej imprezy było uzyskanie przez konsumentów uczestniczących w zadaniach – dzieci, młodzież i dorosłych wiedzy na temat walorów zdrowotnych i wartości odżywczych potraw z mięsa drobiowego, podanych w atrakcyjnej formie. Impreza była okazją do posmakowania potraw z drobiu i przekonania o zaletach smakowych i zdrowotnych

				polskiego drobiu oraz zaprezentowania bogatych tradycji kulinarnych.
Krajowa Rada Izb Rolniczych	Kulinarny drób	Od 02.05.2021 do 30.10.2021	Strzyżów	Głównym celem zadania było podniesienie świadomości konsumentów w zakresie potrzeby obecności mięsa drobiowego w codziennej diecie oraz promocja polskiego mięsa drobiowego jako zdrowego i naturalnego produktu wysokiej jakości. Działania i cele założone w wniosku zostały zrealizowane. Rezultatem zorganizowanej imprezy było uzyskanie przez konsumentów uczestniczących w zadaniach – dzieci, młodzież i dorosłych wiedzy na temat walorów zdrowotnych i wartości odżywczych potraw z mięsa drobiowego, podanych w atrakcyjnej formie. Impreza była okazją do posmakowania potraw z drobiu i przekonania o zaletach smakowych i zdrowotnych polskiego drobiu oraz zaprezentowania bogatych tradycji kulinarnych.
Związek Zawodowy Rolników „Ojczyzna”	V Festiwal Smaków – Jarmark Św. Wita „Gęsiną dobra nie tylko na Św. Marcina”	Od 05.08.2021 do 15.08.2021	Żywiec	Szacowana frekwencja podczas 3 dni festiwalu to około 20 000 osób. W opinii uczestników oraz miejscowych mediów impreza była udana, wzbogacająca życie społeczne miasta i dobrze służąca promocji polskiego drobiu, wartości smakowych, zdrowotnych i odżywczych gęsiny, produktów lokalnych oraz propagowanie zdrowego odżywiania.
Unia Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego	Spotkania z jakością QAFP	Od 01.08.2021 do 30.11.2021	1. Internet – reklamy na Portalu Spożywczym i Wiadomościach Handlowych 2. Warszawa 3. Ożarów	Działania wykonane w 1 etapie programu to: - reklamy internetowe - przygotowanie grafik oraz prezentacji multimedialnych - udział w FRSIH/Forum Spożywczym i Meeting 2021 - zapewnienie stanowiska oraz

			Mazowiecki	hostess na targi - analiza raportów efektywności kampanii reklamowych w mediach
Unia Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego	Akademia wiedzy o mięsie od pola do stołu – 3 edycja	Od 01.07.2021 do 15.10.2021	Internet – strona kampanii, profil na FB	Działania zrealizowane w ramach zadania to: - opracowanie i produkcja broszur z przepisami kulinarnymi, materiałów dla szkół - administrowanie fanpagem na FB - przygotowanie grafik i treści - administrowanie stroną dedykowaną projektowi - wykonanie badania dot. Efektywności realizacji zadania wraz z opracowaniem niezbędnych instrumentów oraz przygotowaniem raportów - organizacja konkursu - zakup nagród, obsługa realizacji zadania
Unia Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego	Certyfikowana jakość na polskim stole – 3 edycja	Od 01.06.2021 do 30.09.2021	Internet, platforma zakupowa www.frisco.pl	Zadania zrealizowane w 1 etapie działania: - reklama w gazecie promocyjnej elektronicznej - newsletter - post na profilu FB Frisco, - przygotowanie plików graficznych - 1 etap badania rozpoznawalności Głównym celem zadania jest wzrost sprzedaży i konsumpcji wieprzowiny i drobiu oraz zwiększenie świadomości i wiedzy konsumentów o jakości i zaletach mięsa wieprzowego i drobiowego.
Unia Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego	QAFP w nowoczesnych mediach	Od 01.06.2021 do 30.09.2021	Internet – profile QAFP na FB, IN, YT	Przeprowadzone zostały działania: - Kampania Programmatic Display Premium – Mikrotargeting – Mix Display - Kampania Programmatic Display Premium – High Impact Banners

				<ul style="list-style-type: none"> - Kampania Programmatic Video Premium - Kampania Programmatic Video Premium – Youtube In-Stream - Kampania Programmatic Video Premium – Youtube Bumper Ads - kampanie budujące świadomość zasięgów marki oraz zaangażowania aktywności w social mediach - obsługa graficzna, przygotowanie kreacji (video/display) - copywriting - prowadzenie serwisu QAFP oraz kanału na YouTube - moderacja i obsługa stron social media - usługa pomiaru efektywności kampanii
Krajowa Rada Drobiarstwa – Izba Gospodarcza	Promocja polskiego drobiu i jego przetworów na targach ANUGA	Od 25.05.2021 do 25.10.2021	Warszawa, Kolonia	<p>W ramach zadania zrealizowane zostały następujące działania:</p> <ul style="list-style-type: none"> - reklama internetowa stoiska POLISH POULTRY w katalogu targowym - przygotowanie stoiska i materiałów informacyjno-promocyjnych - uiszczenie opłat za udział w targach oraz wynajem powierzchni - wypłata wynagrodzenia dostawcy towarów lub usług, niezbędnych do wykonania zadania - wynajem niezbędnego sprzętu - zakup biletów lotniczych - pokrycie kosztów zakwaterowania oraz pobytu <p>Możliwość uczestniczenia w targach dała polskim wystawcom możliwość: zaprezentowania swoich produktów wysokiej jakości odbiorcom międzynarodowym, nawiązania relacji biznesowych oraz możliwość wzmocnienia obecnych relacji handlowych z</p>

				partnerami.
Krajowa Rada Izb Rolniczych	Wybieram nasze – polski drób	Od 12.05.2021 do 07.09.2021	Mikołów	Głównym celem zadania było podniesienie świadomości konsumentów w zakresie potrzeby obecności mięsa drobiowego w codziennej diecie oraz promocja polskiego mięsa drobiowego jako zdrowego i naturalnego produktu wysokiej jakości. Działania i cele założone w wniosku zostały zrealizowane. Rezultatem zorganizowanej imprezy było uzyskanie przez konsumentów uczestniczących w zadaniach – dzieci, młodzież i dorosłych wiedzy na temat walorów zdrowotnych i wartości odżywczych potraw z mięsa drobiowego, podanych w atrakcyjnej formie. Impreza była okazją do posmakowania potraw z drobiu i przekonania o zaletach smakowych i zdrowotnych polskiego drobiu oraz zaprezentowania bogatych tradycji kulinarnych.
Krajowa Rada Izb Rolniczych	Promocja polskiego drobiu	Od 12.05.2021 do 10.11.2021	Opole	Celem zadania była promocja racjonalnego żywienia, poprawy struktury spożycia produktów z mięsa drobiowego i dostępności szerokiego asortymentu mięsa drobiowego. Działania i cele założone w wniosku zostały zrealizowane. Rezultatem zorganizowanej imprezy było uzyskanie przez konsumentów uczestniczących w zadaniach – dzieci, młodzież i dorosłych wiedzy na temat walorów zdrowotnych i wartości odżywczych potraw z mięsa drobiowego, podanych w atrakcyjnej formie. Impreza była okazją do posmakowania potraw z drobiu i przekonania o zaletach smakowych i zdrowotnych polskiego drobiu oraz zaprezentowania bogatych

				tradycji kulinarnych.
Polski Związek Zrzeszeń Hodowców i Producentów Drobiu	Dzień Dziecka z Indykiem	Od 01.05.2021 do 01.02.2022	Mościbrody	<p>Wszystkie działania zostały zrealizowane przez wykonawcę, w tym m.in.:</p> <ul style="list-style-type: none"> - reklama w lokalnych mediach - gadżety - redagowanie i publikowanie materiałów na stronie internetowej - animacje i konkursy dla dzieci - dokumentacja fotograficzna i video imprezy - warsztaty kulinarne dla dzieci - degustacja potraw z mięsa indyjskiego <p>Zadanie zrealizowano zgodnie z zasadą S.M.A.R.T. Na podstawie badanej dokumentacji, wniosków, sprawozdań gromadzonych przez PZZHiPD, należy stwierdzić, że cel został szczegółowo opisany, jest mierzalny, możliwy do kontroli i oceny, jest ważny. Został zrealizowany w ramach zatwierdzonego budżetu. Wszystkie zaplanowane działania wykonano wg przyjętych założeń, określonych co do czasu i terminu wykonania.</p>
Polski Związek Zrzeszeń Hodowców i Producentów Drobiu	Promocja mięsa drobiowego podczas „Spotkania motocyklowego”	Od 17.04.2021 do 18.11.2021	Płock	<p>W oparciu o przeprowadzone badanie ankietowe podczas wydarzenia promocyjnego oceniono efektywność zadania. Z przeprowadzonego badania wynika, że działania promocyjne walorów mięsa drobiowego są celowe i mają duże znaczenie dla popularyzacji spożywania drobiu wśród konsumentów. Informacje przekazywane uczestnikom promocji oraz doznania smakowe degustowanych potraw wpływają na kreowanie pozytywnych opinii o zaletach mięsa, co przekłada się na</p>

				<p>zwiększenie konsumpcji. Zadanie zostało zrealizowane w terminie i w ramach budżetu zadania, oznacza to, że działanie było w pełni skuteczne. Cel realizacji zadania został osiągnięty.</p>
<p>Polski Związek Zrzeszeń Hodowców i Producentów Drobiu</p>	<p>Drobiarski Festiwal w Mikołajkach pt. „Mazurska Noc Drobiowa”</p>	<p>Od 18.07.2021 do 26.10.2021</p>	<p>Mikołajki</p>	<p>W oparciu o przeprowadzone badanie ankietowe podczas wydarzenia promocyjnego oceniono efektywność zadania. Z przeprowadzonego badania wynika, że działania promocyjne walorów mięsa drobiowego są celowe i mają duże znaczenie dla popularyzacji spożywania drobiu wśród konsumentów. Informacje przekazywane uczestnikom promocji oraz doznania smakowe degustowanych potraw wpływają na kreowanie pozytywnych opinii o zaletach mięsa, co przekłada się na zwiększenie konsumpcji. Zadanie zostało zrealizowane w terminie i w ramach budżetu zadania, oznacza to, że działanie było w pełni skuteczne. Cel realizacji zadania został osiągnięty.</p>
<p>Krajowa Rada Drobiarstwa – Izba Gospodarcza</p>	<p>Ochrona wizerunku polskiego sektora drobiarskiego na rynku krajowym</p>	<p>Od 04.09.2021 do 04.12.2021</p>	<p>Warszawa</p>	<p>Przeprowadzono działania związane z ochroną wizerunku polskiego sektora drobiarskiego na rynku krajowym. Podstawą działań jest realizacja i aktualizacja strategii komunikacji kryzysowej. Działania realizowane były w trybie reaktywnym, a ich bezpośrednim celem było ograniczenie zasięgu publikacji mediowych, godzących w wizerunek polskiej branży drobiarskiej. Etapy I i II zadania objęły realizację następujących działań: - aktualizacja, rozwój i promocja</p>

				<p>serwisu internetowego</p> <ul style="list-style-type: none"> - prowadzenie stałego monitoringu mediów oraz social media - bieżące działanie biura prasowego w ramach projektu - działania kancelarii prawnej - opracowanie opinii ekspertów na temat bezpieczeństwa mięsa drobiowego <p>W ramach II etapu działań prowadzona była edukacja liderów, decydentów oraz zabezpieczenie branży przez kryzysami, mogącymi wpłynąć na poziom zaufania do mięsa drobiowego. Dzięki działaniom biura prasowego, dobremu przygotowaniu spikerów oraz stałemu monitoringowi udało się uniknąć poważnych kryzysów medialnych dotyczących branży drobiarskiej.</p>
Krajowa Rada Izb Rolniczych	Festiwal drobiu	Od 02.05.2021 do 31.10.2021	Różaniec, Mołodutyn	<p>Głównym celem imprezy było promowanie produktów drobiowych oraz zwiększanie świadomości konsumentów. Działania i cele założone w wniosku zostały zrealizowane. Rezultatem zorganizowanej imprezy było uzyskanie przez konsumentów uczestniczących w zadaniach – dzieci, młodzież i dorosłych wiedzy na temat walorów zdrowotnych i wartości odżywczych potraw z mięsa drobiowego, podanych w atrakcyjnej formie. Impreza była okazją do posmakowania potraw z drobiu i przekonania o zaletach smakowych i zdrowotnych polskiego drobiu oraz zaprezentowania bogatych tradycji kulinarnych.</p>
Krajowa Rada Izb Rolniczych	Promocja przysmaków drobiowych	Od 01.04.2021 do 30.11.2021	Warszawa	<p>Głównym celem zadania było podniesienie świadomości konsumentów w zakresie potrzeby obecności mięsa</p>

				<p>drobiowego w codziennej diecie oraz promocja polskiego mięsa drobiowego jako zdrowego i naturalnego produktu wysokiej jakości. Działania i cele założone w wniosku zostały zrealizowane. Rezultatem zorganizowanej imprezy było uzyskanie przez konsumentów uczestniczących w zadaniach – dzieci, młodzież i dorosłych wiedzy na temat walorów zdrowotnych i wartości odżywczych potraw z mięsa drobiowego, podanych w atrakcyjnej formie. Impreza była okazją do posmakowania potraw z drobiu i przekonania o zaletach smakowych i zdrowotnych polskiego drobiu oraz zaprezentowania bogatych tradycji kulinarnych.</p>
Krajowa Rada Izb Rolniczych	Kaczka na talerzu	Od 01.04.2021 do 30.09.2021	Gniezno, Topola Wielka	<p>Głównym celem zadania było zaprezentowanie szerokiej gamy mięsa drobiowego i jego przetworów oraz promowanie ich spożycia oraz zwiększenie ich udziału w codziennej diecie. Działania i cele założone w wniosku zostały zrealizowane. Rezultatem zorganizowanej imprezy było uzyskanie przez konsumentów uczestniczących w zadaniach – dzieci, młodzież i dorosłych wiedzy na temat walorów zdrowotnych i wartości odżywczych potraw z mięsa drobiowego, podanych w atrakcyjnej formie. Impreza była okazją do posmakowania potraw z drobiu i przekonania o zaletach smakowych i zdrowotnych polskiego drobiu oraz zaprezentowania bogatych tradycji kulinarnych.</p>
Polski Związek Zrzeszeń Hodowców i	Dożynki Prezydenckie	Od 16.03.2021 do 17.11.2021	Warszawa	<p>Celem promocji było zwrócenie uwagi konsumentów na jakość i wartości odżywcze mięsa drobiowego. Zadanie zostało</p>

Producentów Drobiu				<p>zrealizowane zgodnie z zasadami S.M.A.R.T. Informacje z Dożynek Prezydenckich zamieszczono na stronie internetowej PZZHiPD oraz w serwisie YouTube zamieszono dokumentującą realizację zadania. W ramach promocji zostały wyprodukowane również materiały reklamowe, czyli koszulki, kubki, czapki z daszkiem, baner reklamowy, rollupy reklamowe. Materiały informacyjno-promocyjne posiadały jedną linię graficzną, wyraźne, czytelne oznakowanie o pochodzeniu środków na promocję z Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego. Bezpośredni cel został zrealizowany w terminie i w ramach budżetu zadania. Cel został osiągnięty w pełni, oznacza to, że działanie było skuteczne.</p>
Unia Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego	Jakość z polskim certyfikatem – 3 edycja	Od 01.07.2021 do 30.09.2021	Internet – profile QAFP na FB, IG, IN	<p>Zrealizowano następujące zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> - reklama profilu GWARANCJA JAKOŚCI QAFP na Facebooku, Instagramie, LinkedIn - opracowanie koncepcji konkursów wraz z ich realizacją - przeprowadzenie kampanii z wykorzystaniem platformy zrzeszającej Mikroinfluencerów - obsługa graficzna profili społecznościowych - zakup licencji na dostarczenie zdjęć do postów - copywriting - przygotowanie i promocja animacji wykorzystujących storytelling - prowadzenie strony www.qafp.pl i stworzenie na niej zakładek „Filmy” oraz „Oni Gotują z QAFP” - przeprowadzenie kampanii SEO - opracowanie treści i wybór

				<p>grafik do zakładki „blog” na stronie www.qafp.pl</p> <ul style="list-style-type: none"> - zapewnienie narzędzia do pomiaru efektywności działań realizowanych w social media - koordynacja agencji realizującej kampanie nad wykonaniem działań w etapie zadania
Unia Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego	Jakość z polskim certyfikatem – 3 edycja	Od 01.07.2021 do 30.06.2021	Internet – profile QAFP na FB, IG, IN	<p>Zrealizowano następujące zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> - reklama profilu GWARANCJA JAKOŚCI QAFP na Facebooku, Instagramie, LinkedIn - obsługa graficzna profili społecznościowych - zakup licencji na dostarczenie zdjęć do postów - copywriting - przygotowanie i promocja animacji wykorzystujących storytelling - prowadzenie strony www.qafp.pl i stworzenie na niej zakładek „Filmy” oraz „Oni Gotują z QAFP” - przeprowadzenie kampanii SEO - opracowanie treści i wybór grafik do zakładki „blog” na stronie www.qafp.pl - przeprowadzenie internetowych, ilościowych badań opinii - zapewnienie narzędzia do pomiaru efektywności działań realizowanych w social media - koordynacja agencji realizującej kampanie nad wykonaniem działań w etapie zadania
Unia Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego	QAFP dla młodych	Od 02.07.2021 do 02.10.2021	Internet – profile QAFP na FB, IG, TT	<p>Zrealizowane zostały następujące zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> - kampanie promocyjne na social mediach (Facebook, Instagram, Tik Tok) - zrealizowanie 2 filmów promocyjnych - przygotowanie 4 raportów

				dotyczących 4 filmów emitowanych w okresie od lipca do końca września - zaangażowanie osób do produkcji i popularyzacji filmów
Unia Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego	QAFP dla młodych	Od 01.04.2021 do 01.07.2021	Internet – profile QAFP na FB, IG, TT	Zrealizowane zostały następujące zadania: - wyprodukowanie 3 filmów promocyjnych
Federacja Branżowych Związków Producentów Rolnych	Działalność na forum europejskim 2021	Od 04.03.2021 do 05.09.2021	Komitet Rolniczych Organizacji Zawodowych w UE – Copa, Główny Komitet Spółdzielczości Rolniczej w UE – Cogeca, instytucje UE, biuro Federacji, strona internetowa FBZPR, Facebook, Twitter, media tradycyjne	Ekspert FBZPR wzięli czynny udział w spotkaniach: - Grupy Roboczej Promocja - Grupy Roboczej Wołowina i Cielęcina - Grupy Roboczej Owoce i Warzywa - Prezydium Copa-Cogeca - Prezydium Copa - zespołu międzypartyjnego Parlamentu Europejskiego „Sektor wina, napojów alkoholowych i artykułów spożywczych” - Grupy Roboczej Drób i Jaja - Grupy Roboczej Zdrowie i Dobrostan Zwierząt - Grupy Roboczej Pasza - Prezydium Copa Cogeca z amerykańskim sekretarzem ds. rolnictwa - Grupy Roboczej Środowisko - konferencji dot. Przeglądu Polityki Promocji Rolno-Spożywczej odbywających się online. Dofinansowanie z Funduszu Promocji: Owoców i Warzyw, Mięsa Wołowego oraz Mięsa Drobiowego na forum europejskim pozwoliło na zatrudnienie profesjonalnej firmy z branży medialnej, która wsparła Federację Branżowych Związków Producentów Rolnych w przygotowaniu informacji prasowych oraz informacji

				publikowanych w internecie oraz w mediach tradycyjnych.
Związek Zawodowy Rolników „Ojczyzna”	Kurczak w biegu	Od 01.06.2021 do 30.11.2021	Obliwice	<p>Wykonawca zrealizował w całości zadanie, wykonał w wszystkie działania rozpisane w planie finansowym, m.in.:</p> <ul style="list-style-type: none"> - degustacja potraw z mięsa drobiowego - program artystyczny - obsługa medialna - produkcja ulotek, plakatów, zaproszeń. <p>Celem głównym realizacji zadania było utrzymanie wysokiego poziomu konsumpcji drobiu w Polsce. Na podstawie zgromadzonej dokumentacji, wniosków, sprawozdań stwierdza się, że został on szczegółowo opisany, jest możliwy do kontroli i oceny, jest ważny. Został osiągnięty w ramach zatwierdzonego budżetu, wykonany wg przyjętych założeń i w terminie. Cel jest zgodny z zapisami strategii branży drobiarskiej.</p>
Związek Zawodowy Rolników „Ojczyzna”	Kurczak w biegu	Od 01.03.2021 do 31.05.2021	Obliwice	<p>Wykonawca podejmując działania organizacyjne i przygotowawcze do wykonania umowy wykonał projekty oraz zamówił:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Layout oraz 3 rodzaje gadżetów po 200 szt. (kubki, koszulki, czapki) - 2 banery - 2 rollupy - 100 szt. plakatów - 100 szt. ulotek - 3000 szt. zaproszeń <p>Zadanie realizowane jest zgodnie z zasadami S.M.A.R.T. Zgromadzono dokumentację potwierdzającą wykonanie działań ujętych w budżecie zadania, a zaplanowanych na pierwszy etap zadania. Badanie efektywności</p>

				dostosowane jest do założonego celu działania.
Polski Związek Zrzeszeń Hodowców i Producentów Drobiu	Indyk smakuje	Od 02.08.2021 do 01.12.2021	Mościbrody	<p>Wydarzenie było promowane w stacjach radiowych oraz w lokalnej prasie i mediach. Zostały zamówione i wyprodukowane gadżety reklamowe (kubki, torby materiałowe, długopisy) oraz upominki w konkursach dla dzieci.</p> <p>Wynajęty został teren rekreacyjny przy Dworze Mościbrody oraz zatrudniono artystów.</p> <p>Zadanie zrealizowane zostało zgodnie z zasadą S.M.A.R.T. Badanie efektywności dostosowane jest do założonego celu działania. Ocena efektywności przeprowadzona została między innymi z wykorzystaniem anonimowych ankiet, które zostały wypełnione przez uczestników wydarzenia.</p>
Polski Związek Zrzeszeń Hodowców i Producentów Drobiu	Indyk smakuje	Od 01.04.2021 do 01.08.2021	Mościbrody	<p>W pierwszym etapie przeprowadzono konkurencyjną procedurę wyboru wykonawcy. Podpisano umowę na realizację zadania. Wykonawca podjął następujące działania:</p> <ul style="list-style-type: none"> - zamówienie i dystrybucja materiałów promujących imprezę - wynajem powierzchni, na której odbywała się impreza - zatrudnienie artystów oraz konferansjera - zabezpieczenie – ochrona, medyczne, sanitarne i pozostałe - wynajem sceny i techniki - zamówienie dań do degustacji <p>Zadanie realizowane jest zgodnie z zasadą S.M.A.R.T.</p>
Związek Zawodowy Rolników	Jedz drób a staniesz na podium	Od 01.05.2021 do	Teren Rzeczpospolitej Polskiej	Działania zrealizowane w pierwszym etapie miały za zadanie głównie przygotowanie

„Ojczyzna”		31.07.2021		<p>materiałów i narzędzi niezbędnych do realizacji kampanii i były to:</p> <ul style="list-style-type: none"> - produkcja rollupów, strojów dla hostess, ścianki medialnej, gadżetu (karta survivalowa z oznakowaniem na imprezy sportowe), gadżetu premium za wypełnienie ankiety - koordynacja projektu - wydruk ankiety i broszury informacyjnej - wynajem namiotu z wyposażeniem i powierzchni na imprezy sportowe - budowa i aktualizacja strony www - opracowanie graficzne stoiska, ankiety, materiałów promocyjnych, broszury informacyjnej, logo - monitoring dyskusji w mediach społecznościowych - reklama na Facebooku <p>Działania zostały zrealizowane zgodnie z przyjętym harmonogramem. Założone cele zostały osiągnięte.</p>
Krajowa Rada Drobiarstwa – Izba Gospodarcza	Składki do międzynarodowych organizacji branżowych AVEC, CLITRAVI, ELPHA, IPC	Od 25.01.2021 do 24.06.2021	Warszawa	<p>W ramach realizacji zadania, uregulowane zostały należności wynikające z przynależności do czterech organizacji międzynarodowych (AVEC, CLITRAVI, ELPHA, IPC). Działania podjęte w ramach realizacji zadania przynoszą bardzo wiele korzyści dla krajowego sektora drobiarskiego. Członkostwo w międzynarodowych organizacjach branżowych daje możliwość czynnego udziału w posiedzeniach grup roboczych oraz grup prognozujących Komisji Europejskiej m.in. ds. drobiu, jaj i promocji, jak również daje szansę podejmowania działań</p>

				<p>agitacyjnych na rzecz polskiej, unijnej i światowej branży drobiarskiej. Członkostwo za pośrednictwem KRD-IG, polskiej branży drobiarskiej w organizacjach unijnych i światowych to istotny krok dla dalszego rozwoju krajowego sektora drobiarskiego. Realizacja działań przedmiotowego zadania zgodna była z jego celami zgodnymi z zasadą SMART.</p>
<p>Polski Związek Zrzeszeń Hodowców i Producentów Drobiu</p>	<p>Wzmocnienie pozytywnego postrzegania konsumpcji mięsa drobiowego poprzez edukację i nowoczesną komunikację marketingową</p>	<p>Od 01.04.2021 do 04.07.2021</p>	<p>Stary Sącz</p>	<p>W pierwszym etapie przeprowadzono procedurę wyboru wykonawcy, z którym podpisano umowę na realizację zadania.</p> <p>Pierwsza część edukacyjna z wykorzystaniem internetu i mediów społecznościowych. Druga część promocyjna (promocja mięsa drobiowego podczas imprezy plenerowej w Starym Sączu)</p> <p>W ramach realizacji zadania wykonano m.in. następujące działania:</p> <ul style="list-style-type: none"> - nawiązano współpracę ze specjalistami w celu sporządzenia bazy informacji merytorycznych - podjęto działania organizacyjne i przygotowano konferencję prasową - wydrukowano ulotki, zaproszenia oraz plakaty - zaproszono artystów, opłacono zaiki, oraz zatrudniono konferansjera - zapewniono ochronę medyczną oraz sanitarną - zaliczkowano obsługę techniczną - zamówiono namioty gastronomiczne z wyposażeniem - zamówiono gadżety

				reklamowe oraz reklamę w mediach lokalnych. Zadanie realizowane jest zgodnie z zasadą S.M.A.R.T.
Polski Związek Zrzeszeń Hodowców i Producentów Drobiu	Stałe tłumaczenia materiałów branżowych na potrzeby uczestnictwa w międzynarodowych organizacjach drobiarskich	Od 02.01.2021 do 31.01.2022	Warszawa	Wykonawca realizował zadanie w ramach zlecenia, dokonując na bieżąco tłumaczeń podmiotowych materiałów. Tłumaczone materiały były zamieszczane do wiadomości hodowców i producentów drobiu na stronie PZZHiPD. Przedstawicielka PZZHiPD w Copa-Cogeca oraz Komisji Europejskiej w grupach „Jaja i drób”, aktywnie uczestniczyła w pracach mających pomóc w rozwiązaniu problemów branży drobiarskiej. Tłumaczone teksty, materiały i dokumenty służą do wymiany informacji, poszerzaniu wiedzy, co w efekcie służy do ochrony interesu branży drobiarskiej.
Polski Związek Zrzeszeń Hodowców i Producentów Drobiu	Stałe tłumaczenia materiałów branżowych na potrzeby uczestnictwa w międzynarodowych organizacjach drobiarskich	Od 02.01.2021 do 02.07.2021	Warszawa	Wykonawca realizował zadanie w ramach zlecenia, dokonując na bieżąco tłumaczeń podmiotowych materiałów. Tłumaczone materiały były zamieszczane do wiadomości hodowców i producentów drobiu na stronie PZZHiPD. Przedstawicielka PZZHiPD w Copa-Cogeca oraz Komisji Europejskiej w grupach „Jaja i drób”, aktywnie uczestniczyła w pracach mających pomóc w rozwiązaniu problemów branży drobiarskiej. Tłumaczone teksty, materiały i dokumenty służą do wymiany informacji, poszerzaniu wiedzy, co w efekcie służy do ochrony interesu branży drobiarskiej. Realizacja zadań w pierwszym etapie przebiegła zgodnie z planem. Nie budziła żadnych zastrzeżeń zamawiającego.

Polski Związek Zrzeszeń Hodowców i Producentów Drobiu	Smacznie, zdrowo i internetowo	Od 15.12.2020 do 20.04.2021	Teren całego kraju, transmisja ze studia w Gdyni	<p>W ramach 3-godzinnej transmisji ukazywano prozdrowotne walory mięsa drobiowego oraz przedstawiono dania z drobiu w atrakcyjnej formie.</p> <p>W ramach realizacji zadania finansowanego z Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego:</p> <ul style="list-style-type: none"> - wyemitowano 2 spoty radiowe oraz rozmowę sponsorowaną - przeprowadzono transmisję internetową - przygotowano i wydano ponad 200 szt. porcji mięsa drobiowego, także nagrody w postaci 10 szt. gęsi - przygotowano i wydano gadżety i materiały promocyjno-informacyjne <p>Wszystkie działania ujęte w budżecie zadania zostały zrealizowane.</p> <p>Zadanie realizowane było zgodnie z zasadą S.M.A.R.T.</p>
Polski Związek Zrzeszeń Hodowców i Producentów Drobiu	Drobiowe smaki na Międzynarodowy Dzień Kobiet	Od 20.12.2020 do 11.08.2021	Mościbrody	<p>Podczas imprezy odbyły się pokazy kulinarne dań z mięsa drobiowego, konkursy oraz degustacja, pomiędzy którymi odbyła się część artystyczna.</p> <p>Zadanie realizowane było zgodnie z zasadą S.M.A.R.T.</p> <p>Badanie efektywności dostosowane jest do założonego celu działania. Ocena efektywności przeprowadzona została z wykorzystaniem anonimowych ankiet wypełnionych przez uczestników wydarzenia.</p>
Polski Związek Zrzeszeń Hodowców i Producentów Drobiu	Drobiowe smaki na Międzynarodowy Dzień Kobiet	Od 20.12.2020 do 20.03.2021	Mościbrody	<p>W pierwszym etapie przeprowadzono konkurencyjną procedurę wyboru wykonawcy, z którym podpisano umowę na realizację zadania.</p> <p>Zadanie Drobiowe Saki na Międzynarodowy Dzień Kobiet zostanie zrealizowane według</p>

				<p>zaproponowanej w ofercie kreacji tj.: przygotowanie i realizacja dedykowanego ambasadorom, konsulom i pracownikom ambasad państw sąsiadujących z Polską, handlowych partnerów strategicznych oraz przedstawicieli biznesu drobiarskiego, osób zajmujących się produkcją, handlem i eksportem drobiu.</p> <p>Wykonawca zaprojektował i kupił po 100 szt. 3 rodzajów gadżetów (kubki, torby reklamowe, pamięć USB).</p> <p>Ponadto zaprojektowano zaproszenia, plakaty i rollupy.</p> <p>Zadanie realizowane jest zgodnie z zasadą S.M.A.R.T.</p>
Unia Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego	Platforma wiedzy o mięsie produkowanym w polskim systemie jakości żywności	Od 01.08.2021 do 31.12.2021	Internet, Polska	<p>W 4 etapie projektu zrealizowano następujące zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> - kampania Facebook - opracowanie treści i redakcja tekstów - prowadzenie portalu, obsługa IT, modyfikacje i aktualizacje - kampania SEM/SEO <p>Głównym celem był wzrost sprzedaży i konsumpcji wieprzowiny i drobiu oraz zwiększenie świadomości i wiedzy wśród konsumentów.</p>
Unia Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego	Platforma wiedzy o mięsie produkowanym w polskim systemie jakości żywności	Od 01.05.2021 do 31.07.2021	Internet, Polska	<p>W 3 etapie projektu realizowano następujące zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> - kampania Facebook - opracowanie treści i redakcja tekstów - prowadzenie portalu, obsługa IT, modyfikacje i aktualizacje - kampania SEM/SEO <p>Głównym celem był wzrost sprzedaży i konsumpcji wieprzowiny i drobiu oraz zwiększenie świadomości i wiedzy wśród konsumentów.</p>
Unia	Platforma	Od	Internet, Polska	W 2 etapie projektu realizowano

Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego	wiedzy o mięsie produkowanym w polskim systemie jakości żywności	01.02.2021 do 30.04.2021		następujące zadania: - kampania Facebook - opracowanie treści i redakcja tekstów - prowadzenie portalu, obsługa IT, modyfikacje i aktualizacje - kampania SEM/SEO Głównym celem był wzrost sprzedaży i konsumpcji wieprzowiny i drobiu oraz zwiększenie świadomości i wiedzy wśród konsumentów.
Unia Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego	Platforma wiedzy o mięsie produkowanym w polskim systemie jakości żywności	Od 01.11.2020 do 31.01.2021	Internet, Polska	W 1 etapie projektu realizowano następujące zadania: - zakup domeny www.swiadomijakosci.pl - budowa portalu internetowego www.swiadomijakosci.pl - kampania Facebook Głównym celem był wzrost sprzedaży i konsumpcji wieprzowiny i drobiu oraz zwiększenie świadomości i wiedzy wśród konsumentów.
Krajowa Federacja Hodowców Drobiu i Producentów Jaj	Zwalczanie mitów wśród lekarzy o szkodliwości mięsa drobiowego II	Od 04.09.2020 do 01.09.2021	Terytorium Rzeczypospolitej Polskiej	Podczas I etapu kampanii promocyjnej zostały zrealizowane poniższe działania: - reklama na portalach społecznościowych Facebook - reklama prasowa w czasopiśmie branżowym - przygotowanie graficzne i merytoryczne broszury informacyjnej - przygotowanie graficzne materiałów promocyjnych - przygotowanie graficzne i merytoryczne oraz druk ankiet - wynagrodzenie dietetyka, koordynatora projektu - zakup bazy danych lekarze ginekologów + szkoła rodzenia - monitoring dyskusji w mediach społecznościowych oraz interakcja z osobami zainteresowanymi
Krajowa Federacja	Gęsina na imieninach	Od 01.10.2020	Poznań	Na Starym Rynku odbyły się gry dla dzieci oraz degustacja

Hodowców Drobie i Producentów Jaj		do 01.12.2021		<p>potraw na bazie mięsa gęsiego. Zakupione zostały gadzety – fartuchy i materiałowe torby dystrybuowane wraz z kratami pocztowymi i ulotkami podczas imprezy przez zatrudnione hostessy.</p> <p>Wszystkie działania zostały zrealizowane zgodnie z harmonogramem czasowym. Cała kampania spotkała się z pozytywnym odbiorem wśród grupy docelowej, która została skutecznie poinformowana o prowadzonej kampanii. Przeprowadzone działania miały na celu zwiększenie sprzedaży mięsa gęsiego oraz pozostałego mięsa drobiowego i zachęcenie do umieszczenia go na stałe w codziennej diecie.</p>
Związek Polskie Mięso	Marka Polskie Mięso / Polska Smakuje – kontynuacja	Od 01.01.2021 do 30.06.2021	Polska	<p>W ramach realizacji drugiego etapu zadania zrealizowano następujące działania:</p> <ul style="list-style-type: none"> - lokowanie w programach TV, w prasie tradycyjnej i internetowej - opracowanie graficzne kampanii, koncepcja kampanii - prowadzenie strony internetowej - badanie efektywności zadania wykonane przez niezależny podmiot - organizacja aktywności dla dziennikarzy w formie spotkania promocyjno-informacyjnego. <p>Celem kampanii było zachęcenie do aktualizacji wiedzy na drobiu i wieprzowiny poprzez szereg działań mających na celu prezentowanie walorów kulinarnych i wartości odżywczych mięsa.</p>
Związek Polskie Mięso	Marka Polskie Mięso / Polska Smakuje – kontynuacja	Od 01.09.2020 do 31.12.2020	Polska	<p>W ramach realizacji pierwszego etapu zadania zrealizowano następujące działania:</p> <ul style="list-style-type: none"> - lokowanie w programach TV, prasie i internecie

				<ul style="list-style-type: none"> - opracowanie graficznej kampanii, koncepcja kampanii - konferencja prasowa otwierająca kampanię - prowadzenie strony internetowej - badanie efektywności zadania wykonane przez niezależny podmiot - organizacja aktywności dla dziennikarzy w formie spotkania promocyjno-informacyjnego. Celem kampanii było zachęcenie do aktualizacji wiedzy na drobiu i wieprzowiny poprzez szereg działań mających na celu prezentowanie walorów kulinarnych i wartości odżywczych mięsa.
Unia Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego	Polska Akademia Certyfikowanego Mięsa QAFP – kontynuacja 2020	Od 01.07.2020 do 07.01.2022	Sklepy internetowe Intermarkche na terenie całego kraju	<p>Zadania zrealizowane w 3 i 4 etapie działania:</p> <ul style="list-style-type: none"> - reklama w gazetce sieci handlowej - kampania na billboardach sieci handlowej - przygotowanie projektów graficznych reklam w gazetce promocyjnej oraz projektów graficznych billboardów wraz z poprawkami, przekazaniem praw autorskich oraz wykonaniem lub zakupem zdjęć - badanie efektywności wykonane przez niezależny podmiot. <p>Głównym celem zadania jest uzyskanie do końca trwania zadania dalszego wzrostu rozpoznawalności wiedzy o asortymencie i ich cechach oraz pozytywnych skojarzeń nt. polskiego certyfikowanego mięsa i wędlin.</p>
Unia Producentów i Pracodawców Przemysłu	Polska Akademia Certyfikowanego Mięsa QAFP – kontynuacja 2020	Od 01.03.2021 do 30.06.2021	Sklepy internetowe Intermarkche na terenie całego kraju	<p>Zadania zrealizowane w 2 etapie działania:</p> <ul style="list-style-type: none"> - reklama w gazetce sieci handlowej - kampania na billboardach sieci

Mięsnego				<p>handlowej</p> <ul style="list-style-type: none"> - przygotowanie projektów graficznych reklam w gazecie promocyjnej oraz projektów graficznych billboardów wraz z poprawkami, przekazaniem praw autorskich oraz wykonaniem lub zakupem zdjęć - badanie efektywności wykonane przez niezależny podmiot. <p>Głównym celem zadania jest uzyskanie do końca trwania zadania dalszego wzrostu rozpoznawalności wiedzy o asortymencie i ich cechach oraz pozytywnych skojarzeń nt. polskiego certyfikowanego mięsa i wędlin.</p>
Krajowa Rada Drobiarstwa – Izba Gospodarcza	Badanie dotyczące wpływu unijnej Strategii „Od pola do stołu” na rozwój sektora drobiarskiego w Polsce	Od 29.06.2020 do 31.03.2021	Warszawa	<p>Celem zaprezentowanej przez KE Strategii F2F jest długookresowa restrukturyzacja i modernizacja unijnej gospodarki, wskazanie celów dla produkcji rolno-spożywczej w Unii Europejskiej oraz tworzenia przyszłych inicjatyw legislacyjnych w tym obszarze w najbliższych latach.</p> <p>Wyniki przedmiotowego badania przedstawiają skutki związane z przyjęciem Strategii „Od pola do stołu” na różne sfery produkcji drobiu w Polsce, a także wnioski i rekomendacje dla polskiego sektora drobiarskiego.</p> <p>Badanie wskazuje, że główne i szczegółowe cele strategii są słuszne i szczytne, jednak kluczowym zagadnieniem związanym z jej wdrożeniem jest to, czy możliwa będzie równoczesna realizacja wszystkich celów, które po wnikliwej analizie w niektórych obszarach wzajemnie się wykluczają. Wdrożenie i</p>

				<p>realizacja szczegółowych celów zapisanych w strategii wymagać będzie głębokich procesów dostosowawczych oraz dużych nakładów inwestycyjnych, które będą skutkowały wzrostem kosztów chowu i przetwórstwa. Realizacja przedmiotowego zadania pozwoli na jeszcze bardziej aktywne działania na forum krajowym i unijnym w kontekście wpływu unijnej strategii na krajowy sektor drobiarski, z także na tworzone prawo na poziomie unijnym.</p>
<p>Krajowa Rada Drobiarstwa – Izba Gospodarcza</p>	<p>Ochrona wizerunku polskiego sektora drobiarskiego na rynku krajowym</p>	<p>Od 02.11.2020 do 30.04.2021</p>	<p>Warszawa</p>	<p>W ramach realizacji III etapu zadania przeprowadzono szereg działań związanych z poprawą oceny krajowego drobiarstwa, jak również z przeciwdziałaniem mitom narosłym wokół branży. III etap zadania objął realizację następujących działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> - kampania informacyjno-promocyjna - przygotowanie i produkcja materiałów koniecznych do realizacji zadań - obsługa portalu Twitter - organizacja spotkań online z grupami docelowymi kampanii - aktualizacja, rozwój i promocja serwisu internetowego - prowadzenie stałego monitoringu mediów mediów oraz social media - bieżące działanie biura prasowego KRD-IG - opracowanie opinii ekspertów na temat bezpieczeństwa mięsa drobiowego - współpraca z kancelarią prawną - badanie efektywności zadania wykonane przez niezależny podmiot. <p>Wszystkie podjęte działania miały na celu zabezpieczenie</p>

				branży przed kryzysami, które negatywnie mogłyby wpłynąć na wizerunek polskiego drobiarstwa. W czasie realizacji zadania udało się uniknąć poważnych kryzysów medialnych.
Iławskie Stowarzyszenie Producentów Gęsi	Święto Gęsi		Iława	<p>W ramach eventu zrealizowano następujące działania:</p> <ul style="list-style-type: none"> - konkursy - warsztaty kulinarne - pokazy kulinarne na żywo - degustacje potraw z gęsiny - program artystyczny. <p>Zorganizowane wydarzenie wpłynęło pozytywnie na kształtowanie wizerunku mięsa gęsięgo. Szeroko prowadzone działania informacyjne, konkursy, degustacje pozwoliły na wyrobienie u konsumentów przekonania o wysokiej jakości i walorach smakowych mięsa gęsięgo, obalenie mitów na temat tego mięsa i zachęcenie do zastosowania go w gospodarstwach domowych i lokalach gastronomicznych.</p>
Unia Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego	Certyfikowana jakość na polskim stole – 2020	Od 01.05.2020 do 30.04.2021	Platforma zakupowa www.frisco.pl , internet, cały kraj	<p>Zadania zrealizowane w 3 i 4 etapie działania:</p> <ul style="list-style-type: none"> - promocja na stronie frisco.pl - gazetka promocyjna - promocja na Facebooku - baner na home page frisco.pl - newsletter - duży baner w wybranych kategoriach -przygotowanie plików graficznych - badanie efektywności wykonane przez niezależny podmiot badawczy. <p>Głównym celem zadania było zwiększenie dostępności certyfikowanego mięsa wieprzowego i wędlin ze znakiem QAFP oraz dotarcie do konsumentów z informacją na</p>

				ich temat poprzez promocję w sprzedaży internetowej.
Unia Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego	Akademia wiedzy o mięsie od pola do stołu	Od 01.04.2020 do 19.01.2021	Województwa: mazowieckie, kujawsko-pomorskie, łódzkie, lubelskie	W ramach 2 etapu projektu wykonano działania: - kampania reklamowa w radio - organizacja spotkań edukacyjnych oraz konkursu - administracja fanpage na Facebooku - zakup nagród konkursowych - obsługa fotograficzna spotkań i warsztatów kulinarnych - agencyjna obsługa realizacji zadania - produkcja filmów ze spotkań i gali - badanie efektywności wykonane przez niezależny podmiot badawczy Zdaniem większości ankietowanych przedstawicieli szkół projekt odpowiedź na realne potrzeby ich placówki oraz kształcących się w niej uczniów.
Polski Związek Zrzeszeń Hodowców i Producentów Drobiu	Promocja mięsa drobiowego podczas Spotkania Motocyklowego 2020	Od 15.03.2020 do 09.02.2021	Mrągowo	Spotkanie było okazją do prezentowania potraw drobiowych i kreowania pozytywnego wizerunku spożywania polskiego drobiu. Przekazywanie informacji odbywało się również poprzez materiały reklamowe (koszulki, kubki, czapki, banery reklamowe, tablice informacyjne, zdjęcia i materiały informacyjno-promocyjne, a także tematyczne konkursy. Zadanie zrealizowano zgodnie z zasadą S.M.A.R.T. Badanie efektywności dostosowane jest do założonego celu działania. Ocena efektywności przeprowadzona została z wykorzystaniem anonimowych ankiet. Cel główny przekazanie informacji o zaletach mięsa

				drobiowego między innymi poprzez bezpośrednie serwowanie porcji degustacyjnych został osiągnięty. Przyjęty sposób realizacji zadania był skuteczny i efektywny.
Krajowa Federacja Hodowców Drobiu i Producentów Jaj	Bezpieczny drób	Od 01.10.2020 do 31.12.2020	Polska, kanał video YouTube i fanpage na Facebooku	Zgodnie z założeniami kampanii prowadzony jest kanał video na YouTube oraz powstał profil „Bezpieczny drób” na portalu Facebook, na którym zamieszone zostały materiały filmowe. Jednym z głównych celów zadania było spopularyzowanie mięsa drobiowego oraz wzrost jego spożycia wśród szerokiego grona grup docelowych określonych w projekcie oraz poszerzenie świadomości konsumenckiej i zachęcenie konsumentów do zakupu i spożywania mięsa drobiowego. Równoległym celem projektu było uzyskanie efektu wizerunkowego, przynoszącego korzyści dla całej polskiej branży drobiarskiej. Dzięki kampanii informacyjnej połączonej z edukacją i promocją zrealizowano zakładane, pozytywne rezultaty, a wszystkie cele zadania zostały w pełni osiągnięte.
Krajowa Rada Drobiarstwa – Izba Gospodarcza	Składki do międzynarodowych organizacji branżowych AVEC, CLITAVI, ELPHA, IPC wraz z organizacją wyjazdu przedstawicieli polskiej branży drobiarskiej na Zgromadzenie Ogólne AVEC,	Od 30.09.2020 do 30.09.2021	Berlin, Poznań, Warszawa	Działania zrealizowane w ramach przedmiotowego II etapu zadania objęły organizację oraz udział Przedstawicieli polskiej branży drobiarskiej w 2021 w Zgromadzeniu Ogólnym Stowarzyszenia Przetwórców drobiu i Handlu Drobiem w krajach UE. Były to: - dokonanie zgłoszenia i uiszczenie opłaty rejestracyjnej u organizatora Zgromadzenia AVEC dla uczestników wyjazdu

	CLITAVI, ELPHA oraz zjazd członków IPC			<p>dla 10 osób</p> <ul style="list-style-type: none"> - zakup biletów lotniczych dla 4 osób - tłumaczenie symultanicznego oraz konsekutywnego na język polski podczas Zgromadzenia Ogólnego AVEC oraz wszystkich spotkań oficjalnych przez cały okres pobytu - transport delegacji podczas Zgromadzenia Ogólnego AVEC dla 10 osób. <p>Zbudowane zostały relacje z organami administracji unijnej, przede wszystkim z organami odpowiedzialnymi za import drobiu.</p> <p>Dzięki uczestniczeniu w tematycznych wydarzeniach sektora oraz administracji praktycznie z całej Unii Europejskiej i najważniejszych przedstawicieli światowego sektora drobiarskiego nawiązane zostały kontakty, które mogą przynieść dalekofalowe korzyści.</p>
Polski Związek Zrzeszeń Hodowców i Producentów Drobiu	Szkolenie hodowców i producentów drobiu	Od 02.07.2020 do 30.09.2021	Województwa: łódzkie, świętokrzyskie, podlaskie, mazowieckie, podkarpackie	<p>Osoba odpowiedzialna była za nawiązanie kontaktu z organizacjami w terenie, przekazanie informacji o szkoleniu do hodowców i producentów drobiu oraz koordynowanie naboru niezbędnej liczby uczestników.</p> <p>Ponadto w ramach czynności producent wykonawczy prowadził nadzór i kontrolę nad utrzymaniem przyjętych założeń dotyczących budżetu, komunikacji, zasobów oraz terminów.</p> <p>Łącznie odbyło się 5 szkoleń. Wiedza przekazywana uczestnikom szkolenia realizowała cele zadania oraz cele edukacyjne wynikające ze Strategii Branży. Ponadto spotkania hodowców i</p>

				<p>producentów podczas szkolenia służyły również wymianie wiedzy, doświadczeń oraz przyczyniają się do zwiększenia ich integracji.</p> <p>W oparciu o badanie ankietowe przeprowadzone wśród uczestników wszystkich szkoleń oceniony został poziom rezultatów, na którym identyfikuje się korzyści osiągnane przez realizację zadania.</p>
Związek Zawodowy Rolników Ojczyzna	Promocja drobiu oraz obalenie mitów związanych z drobiem wśród słuchaczy Uniwersytetu Trzeciego Wieku	Od 01.10.2020 do 31.01.2021	Teren Rzeczypospolitej Polskiej	<p>Działania zrealizowane w drugim etapie miały za zadanie głównie przygotowanie materiałów i narzędzi niezbędnych do realizacji kampanii i zostały zrealizowane zgodnie z przyjętym harmonogramem czasowym i ilościowym.</p> <p>Celem projektu było zwiększenie sprzedaży polskiego mięsa drobiowego oraz utrzymanie wysokiego poziomu konsumpcji drobiu w Polsce poprzez zwiększenie świadomości konsumentów zaliczających się do grupy docelowej.</p> <p>Cel został osiągnięty poprzez udostępnienie seniorom kluczowych informacji na temat prozdrowotnych walorów drobiu. Podniesiony został poziom zaufania konsumentów do polskich producentów drobiu, a w konsekwencji, zwiększenie jego sprzedaży.</p>

Sprawozdanie sporządzono na 30 ponumerowanych stronach.

Warszawa dnia 26 maja 2022r.

