

**SPRAWOZDANIE RZECZOWE
Z DZIAŁAŃ ZREALIZOWANYCH W RAMACH
FUNDUSZU PROMOCJI MIĘSA WIEPRZOWEGO
W 2023 R.**

WARSZAWA, 29 MARCA 2024 R.

INFORMACJE OGÓLNE

Zgodnie z Uchwałą nr 15/2023 z dn. 21 grudnia ub. roku w planie finansowym na 2023 roku Komisja Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego przydzieliła środki finansowe na realizację 79 zadań. W 2023 roku organizacje realizowały i rozliczały 65 zadań zatwierdzonych przez Komisję, realizowane zadania były wpisane nie tylko w plan finansowy 2023 roku ale pochodziły także z planów z lat poprzednich.

Zadania realizowane były przez 15 organizacji:

- OGÓLNOPOLSKIE STOWARZYSZENIE PRZETWÓRCÓW I PRODUCENTÓW PRODUKTÓW EKOLOGICZNYCH „POLSKA EKOLOGIA” (3)
- STOWARZYSZENIE RZEŹNIKÓW I WĘDLINIARZY RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ (8)
- ZWIĄZEK POLSKIE MIĘSO (8)
- UNIA PRODUCENTÓW I PRACODAWCÓW PRZEMYSŁU MIĘSNEGO (9)
- POLSKI ZWIĄZEK HODOWCÓW I PRODUCENTÓW TRZODY CHLEWNEJ „POLSUS” (6)
- OGÓLNOPOLSKI CECH RZEŹNIKÓW WĘDLINIARZY KUCHARZY (3)
- STOWARZYSZENIE INNOWATORÓW WSI (3)
- KRAJOWY ZWIĄZEK REWIZYJNY ROLNICZYCH SPÓŁDZIELNI PRODUKCYJNYCH (1)
- ZWIĄZEK ZAWODOWY ROLNICTWA SAMOOBRONA (2)
- ZWIĄZEK ZAWODOWY ROLNIKÓW OJCZYŻNA (3)
- KRAJOWA RADA IZB ROLNICZYCH (15)
- NIEZALEŻNY SAMORZĄDOWY ZWIĄZEK ZAWODOWY ROLNIKÓW INDYWIDUALNYCH „SOLIDARNOŚĆ” (1)
- POLSKA IZBA PRODUKTU REGIONALNEGO I LOKALNEGO (1)
- PODLASKI ZWIĄZEK ROLNICZYCH ZRZESZEŃ BRANŻOWYCH PRODUCENTÓW TRZODY CHLEWNEJ (1)
- OGÓLNOPOLSKIE STOWARZYSZENIE WIEPRZ POLSKI (1)




**OGÓLNOPOLSKIE STOWARZYSZENIE PRZETWÓRCÓW
I PRODUCENTÓW PRODUKTÓW EKOLOGICZNYCH
„POLSKA EKOLOGIA”**

1	Tytuł zadania	BIOFACH 2023 PROMOCJA POLSKICH PRODUKTÓW ROLNICTWA EKOLOGICZNEGO W EUROPIE
	Okres realizacji	01.01.2023 – 01.01.2024
	Plan finansowy	2023
	Cel zadania	PROMOCJA POLSKIEGO MIĘSA WIEPRZOWEGO PRODUKOWANEGO W SYSTEMIE ROLNICTWA EKOLOGICZNEGO NA MIĘDZYNARODOWYCH TARGACH ŻYWNOŚCI EKOLOGICZNEJ
	Zakres działań	Organizacja stoiska targowego/promocyjnego wraz ze strefą degustacyjną, stanowiskami do live cookingu oraz strefą spotkań biznesowych. W ramach projektu zorganizowano również wyjazdy studyjne dla rolników i przetwórców w celu odwiedzenia gospodarstw ekologicznych w innych krajach.
Ocena merytoryczna	Zapoznanie konsumentów, handlowców i importerów z polskimi produktami ekologicznymi i pogłębienie wiedzy nt. wysokiej jakości polskich wyrobów poparte bezpośrednimi spotkaniami z ekspertami na stoisku oraz degustacjami (ok. 10 tys. porcji).	
2	Tytuł zadania	WIELOFUNDUSZOWA PROMOCJA ŻYWNOŚCI WYSOKIEJ JAKOŚCI
	Okres realizacji	21.06.2023-30.06.2023
	Plan finansowy	2023
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW WZROST PATRIOTYZMU KONSUMENCKIEGO
	Zakres działań	<ol style="list-style-type: none">1. Działanie promocyjne podczas Festiwalu Żywności Wysokiej Jakości 2.-25.06.2023 na Stadionie Narodowym2. Opracowanie i opublikowanie materiałów informacyjnych w mediach społecznościowych - 40 postów3. 14 pokazów kulinarnych z degustacjami4. Przygotowanie i dystrybucja folderów informacyjnych5. Przygotowanie kąciku medialnego i wywiady z przedstawicielami branży
Ocena merytoryczna	Zaprezentowanie szerokiemu gronu konsumentów produktów wieprzowych i wyprodukowanych w systemach jakości. Upowszechnienie wiedzy na temat produktów oznaczonych znakiem PRODUKT POLSKI oraz wspieranie patriotyzmu konsumentckiego. Stoisko promocyjne zostało odwiedzone przez ponad 5 tys. osób wydano 4 tysiące porcji degustacyjnych.	

3	Tytuł zadania	BYCIE FIT JEST GIT
	Okres realizacji	1.09.2021-30.04.2023
	Plan finansowy	2021-2023
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	<ol style="list-style-type: none"> Przeprowadzenie w szkołach i podczas imprez plenerowych 30 prelekcji podczas których przedstawiono jak przygotowywać i spożywać produkty wieprzowe oraz jaki wpływ mają te produkty na organizm człowieka. Opracowanie strony internetowej dla dzieci i młodzieży z materiałami merytorycznymi Przygotowanie i dystrybucja luchboksów Nakręcenie i emisja filmu promującego zdrowe odżywianie Promocja na Facebooku
	Ocena merytoryczna	Dotarcie do świadomości młodzieży, przekazanie zalet wynikających ze spożywania wieprzowiny, budowanie jej pozytywnego wizerunku by docelowo zwiększyć jej konsumpcję.
		<p align="center">STOWARZYSZENIE RZEŹNIKÓW I WĘDLINIARZY RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ</p>
4	Tytuł zadania	MŁODZIEŻOWA REPREZENTACJA POLSKI W KONKURSIE RZEŹNICZYM
	Okres realizacji	11.03.2023 – 10.07.2023
	Plan finansowy	2023
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO
	Zakres działań	2 etap – rekrutacja uczniów szkół zawodowych do konkursu oraz przeprowadzenie konkursu w Zespole Szkół Centrum Szkolenia Rolniczego w Kowalu. Dystrybucja broszury informacyjnej o walorach mięsa wieprzowego.
	Ocena merytoryczna	Upowszechnienie wiedzy o wieprzowinie i popularyzacja zawodu rzeźnika. Wsparcie systemu edukacji zawodowej.
5	Tytuł zadania	KAMPANIA PROMOCYJNA ZACHĘCAJĄCA DO SPOŻYWANIA MIĘSA WIEPRZOWEGO I WOŁOWEGO
	Okres realizacji	01.04.2023 – 01.10.2023
	Plan finansowy	2023
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO

		WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Kampania informacyjno – promocyjna DAJ GRYZA prowadzona w mediach społecznościowych (FB, TT), środkach masowego przekazu, na stronie internetowej programu. ✓ Zarządzanie informacjami za pomocą biura prasowego i przy wsparciu ekspertów. ✓ Organizacja kongresu Meat-ing 2023.
	Ocena merytoryczna	Zaprezentowanie szerokiemu gronu konsumentów produktów wieprzowych i upowszechnienie wiedzy z zakresu zbilansowanej i zrównoważonej diety, w której mięso stanowi ważną pozycję.
6	Tytuł zadania	WIEPRZOWINA – RASY RODZIME W ROLI GŁÓWNEJ
	Okres realizacji	24.04.2023 – 07.06.2023
	Plan finansowy	2023
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO DZIAŁANIA NA RZECZ ODBUDOWY POGŁOWIA TRZODY CHLEWNEJ PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Organizacja ogólnopolskiego konkursu kulinarnego dla uczniów szkół branżowych złożonego z części merytorycznej quizu wiedzy o mięsie wieprzowym i części praktycznej rozbiórki półtuszy oraz przygotowania potrawy w oparciu o wybrany element mięsa wieprzowego.
	Ocena merytoryczna	Upowszechnienie wiedzy o rodzimych rasach świń i wykorzystaniu ich mięsa w gastronomii wśród uczniów szkół branżowych gastronomicznych. Wsparcie systemu edukacji zawodowej.
7	Tytuł zadania	LETNI WYPOCZYNEK Z WIEPRZOWINĄ
	Okres realizacji	22.05.2023 – 12.06.2023
	Plan finansowy	2023
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Organizacja imprezy plenerowej promującej spożycie mięsa wieprzowego. Podczas wydarzenia zrealizowano pokazy kulinarne oraz degustację dań z mięsa wieprzowego, a także atrakcje dla dzieci. Na wydarzeniu było stoisko informacyjne, gdzie można było uzyskać informacje na temat wartości odżywczych wieprzowiny, a także dystrybuowane były materiały informacyjne.
	Ocena merytoryczna	Zaprezentowanie szerokiemu gronu konsumentów produktów wieprzowych i upowszechnienie wiedzy z zakresu zbilansowanej i zrównoważonej diety, w której mięso stanowi ważną pozycję. Podczas degustacji wydano ok. 9 tys. porcji.

8	Tytuł zadania	WIEPRZOWINA PO ŻEGLARSKU – DNI MORZA W WOJ. ZACHODNIOPOMORSKIM
	Okres realizacji	22.05.2023 – 03.08.2023
	Plan finansowy	2023
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Organizacja imprezy plenerowej promującej spożycie mięsa wieprzowego. Podczas wydarzenia zrealizowano pokazy kulinarne oraz degustację dań z mięsa wieprzowego, a także atrakcje dla dzieci. Na wydarzeniu było stoisko informacyjne, gdzie można było uzyskać informacje na temat wartości odżywczych wieprzowiny, a także dystrybuowane były materiały informacyjne.
Ocena merytoryczna	Zaprezentowanie szerokiemu gronu konsumentów produktów wieprzowych i upowszechnienie wiedzy z zakresu zbilansowanej i zrównoważonej diety, w której mięso stanowi ważną pozycję. Podczas degustacji wydano ok. 10 tys. porcji.	
9	Tytuł zadania	POLSKA WIEPRZOWINA W POLSKIEJ PERLE TURYSTYCZNEJ – KARPACZU
	Okres realizacji	08.08.2023 – 24.08.2023
	Plan finansowy	2023
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Organizacja imprezy plenerowej promującej spożycie mięsa wieprzowego. Podczas wydarzenia zrealizowano pokazy kulinarne oraz degustację dań z mięsa wieprzowego, a także atrakcje dla dzieci. Na wydarzeniu było stoisko informacyjne, gdzie można było uzyskać informacje na temat wartości odżywczych wieprzowiny, a także dystrybuowane były materiały informacyjne.
Ocena merytoryczna	Zaprezentowanie szerokiemu gronu konsumentów produktów wieprzowych i upowszechnienie wiedzy z zakresu zbilansowanej i zrównoważonej diety, w której mięso stanowi ważną pozycję. Podczas degustacji wydano ok. 2 tys. porcji.	
10	Tytuł zadania	ŁÓDZKIE SPOTKANIE Z POLSKĄ WIEPRZOWINĄ WYSOKIEJ JAKOŚCI
	Okres realizacji	18.08.2023 – 07.09.2023
	Plan finansowy	2023
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW

	Zakres działań	Organizacja imprezy plenerowej promującej spożycie mięsa wieprzowego. Podczas wydarzenia zrealizowano pokazy kulinarne oraz degustację dań z mięsa wieprzowego, a także atrakcje dla dzieci. Na wydarzeniu było stoisko informacyjne, gdzie można było uzyskać informacje na temat wartości odżywczych wieprzowiny, a także dystrybuowane były materiały informacyjne.
	Ocena merytoryczna	Zaprezentowanie szerokiemu gronu konsumentów produktów wieprzowych i upowszechnienie wiedzy z zakresu zbilansowanej i zrównoważonej diety, w której mięso stanowi ważną pozycję. Podczas degustacji wydano ok. 3 tys. porcji.
11	Tytuł zadania	BITWA SMAKÓW
	Okres realizacji	04.09.2023 – 25.09.2023
	Plan finansowy	2023
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Organizacja imprezy plenerowej promującej spożycie mięsa wieprzowego. Podczas wydarzenia zrealizowano pokazy kulinarne oraz degustację dań z mięsa wieprzowego, a także atrakcje dla dzieci. Na wydarzeniu było stoisko informacyjne, gdzie można było uzyskać informacje na temat wartości odżywczych wieprzowiny, a także dystrybuowane były materiały informacyjne.
	Ocena merytoryczna	Zaprezentowanie szerokiemu gronu konsumentów produktów wieprzowych i upowszechnienie wiedzy z zakresu zbilansowanej i zrównoważonej diety, w której mięso stanowi ważną pozycję. Podczas degustacji wydano ok. 10,5 tys. porcji.
		ZWIĄZEK POLSKIE MIĘSO
12	Tytuł zadania	BRANŻOWA MISJA – USA
	Okres realizacji	07.12.2022 – 01.08.2023
	Plan finansowy	2022
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST EKSPORTU WIEPRZOWINY
	Zakres działań	Misja handlowa dla polskich eksporterów wieprzowiny do USA
	Ocena merytoryczna	Rozpoznanie rynku docelowego pod kątem biznesowym, możliwości nawiązania kontraktów handlowych, zdobycia wiedzy nt. konsumentów mięsa w USA czy informacji praktycznych z zakresu przepisów eksportowo – importowych.

13	Tytuł zadania	KONFERENCJA BEZPIECZEŃSTWO ŻYWNOŚCI – NADZOR, PODZIAŁ KOMPETENCJI ORAZ WYMIANA DOŚWIADCZEŃ WE WSPÓŁPRACY POMIĘDZY SŁUŻBAMI WERERYNARYJNYMI A BRANŻĄ MIĘSNĄ
	Okres realizacji	01.10.2023 – 31.12.2023
	Plan finansowy	2023
	Cel zadania	INFORMOWANIE O JAKOŚCI I CECHACH W TYM ZALETACH MIĘSA WIEPRZOWEGO
	Zakres działań	Organizacja 3 konferencji wykładowych z zakresu bioasekuracji mających bezpośredni wpływ na jakość mięsa i opinie publiczną.
	Ocena merytoryczna	Upowszechnienie wiedzy o bezpieczeństwie produkcji i wysokiej jakości wieprzowiny gwarantowanej odpowiednim pochodzeniem zwierząt i prowadzonym badaniom. Konferencje dementowały fałszywe informacje o szkodliwości mięsa wieprzowego dla zdrowia człowieka oraz edukowały uczestników w zakresie bioasekuracji. Działania wzmocniły wiedzę o walorach jakościowych wieprzowiny i jej roli w zbilansowanej diecie. Zasób przekazanych informacji stanowił także bazę wiedzy z której organizacje mogą czerpać na wypadek kolejnej fali zarzutów ze strony organizacji antymięsnych.
14	Tytuł zadania	KULINARNY PUCHAR POLSKIEGO MIĘSA WOŁOWEGO I WIEPRZOWEGO
	Okres realizacji	07.12.2022 – 30.04.2023
	Plan finansowy	2022
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Organizacja konkursu dla uczniów szkół gastronomicznych przy wsparciu profesjonalnych kucharzy.
	Ocena merytoryczna	Upowszechnienie wiedzy o walorach mięsa wieprzowego i wykorzystaniu go w gastronomii wśród uczniów szkół branżowych gastronomicznych. Wsparcie systemu edukacji zawodowej.
15	Tytuł zadania	MARKA POLSKIE MIĘSO POLSKA SMAKUJE – KONTYNUACJA V EDYCJA
	Okres realizacji	02.04.2023 – 31.05.2023
	Plan finansowy	2023
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPOŻYCIA MIĘSA WIEPRZOWEGO PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	<ul style="list-style-type: none"> ✓ organizacja konferencji prasowej ✓ lokowanie produktu w telewizji i prasie ✓ działania internetowe na stronie www i w social mediach

		✓ spotkania z dziennikarzami
	Ocena merytoryczna	Upowszechnienie wiedzy wśród konsumentów i producentów na temat walorów odżywczych polskiej wieprzowiny, co bezpośrednio przełożyło się na wzrost publikacji, artykułów i pozytywnych komentarzy oraz wzmianek na temat polskiego mięsa wieprzowego oraz wspomogło edukację szerokiego grona odbiorców prasy i telewizji. Działania przyczyniły się do zacieśnienia kontaktów grupy opiniotwórczej z przedstawicielami sektora mięsa wieprzowego.
16	Tytuł zadania	MIĘSNE FAKTY 2022
	Okres realizacji	01.07.2023 – 30.11.2023
	Plan finansowy	2022
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO INFORMOWANIE O JAKOŚCI I CECHACH W TYM ZALETACH MIĘSA WIEPRZOWEGO
	Zakres działań	Wydawnictwo internetowe – bezpłatny biuletyn poświęcony branży mięsnej. 22numery wydane w 3 etapie.
	Ocena merytoryczna	Biuletyn informacyjny w formie elektronicznego tygodnika dla osób zarejestrowanych przekazuje wiadomości o branży mięsnej polskiej i zagranicznej w formie analiz rynkowych przydatnych dla hodowców i przetwórców. Dziennikarze z branży rolno spożywczej wykorzystują opracowania do publikacji prasowych.
17	Tytuł zadania	CECHY JAKOŚCIOWE JAKO ATUTY I ZALETY POLSKIEJ WIEPRZOWINY
	Okres realizacji	10.07.2023 – 31.12.2023
	Plan finansowy	2023
	Cel zadania	BADANIA NAUKOWE I PRACE ROZWOJOWE MAJĄCE NA CELU POPRAWĘ JAKOŚCI MIĘSA WIEPRZOWEGO ORAZ JEGO PRZETWORÓW, A TAKŻE PROWADZĄCE DO WZROSTU ICH SPOŻYCIA
	Zakres działań	✓ przeprowadzenie badań dotyczących zweryfikowania aktualnych zawartości białka i fosforu w wybranych rodzajach mięsa wieprzowego ✓ analiza wycieku soku mięśniowego w aspekcie deklaracji masy netto mięsa w opakowaniach jednostkowych
	Ocena merytoryczna	Wykonano 2 raporty z badań, które posłużą przygotowaniu zmian legislacyjnych w zakresie prowadzonych badań.
18	Tytuł zadania	MIĘSO Z POLSKI – PROMOCJA NA TARGACH POLAGRA FOOD
	Okres realizacji	19.07.2023 – 30.09.2023
	Plan finansowy	2023

	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPOŻYCIA MIĘSA WIEPRZOWEGO PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Organizacja stoiska targowego/promocyjnego wraz ze strefą degustacyjną, stanowiskami do live cookingu oraz strefą spotkań biznesowych.
	Ocena merytoryczna	Zapoznanie konsumentów, handlowców i dystrybutorów z polskimi mięsem wieprzowym i pogłębienie wiedzy nt. wysokiej jakości polskich wyrobów poparte bezpośrednimi spotkaniami z ekspertami na stoisku oraz degustacjami.
19	Tytuł zadania	DZIAŁANIA WIZERUNKOWE W SEKTORZE MIĘSA WIEPRZOWEGO I DROBIOWEGO
	Okres realizacji	01.08.2023 – 30.11.2023
	Plan finansowy	2023
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO INFORMOWANIE O JAKOŚCI I CECHACH W TYM ZALETACH MIĘSA WIEPRZOWEGO
	Zakres działań	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Kampanie reklamowe w social mediach ✓ Działania marketingowe w internecie, prasie, mediach branżowych ✓ Biuro prasowe i monitoring mediów ✓ Analizy i opinie eksperckie oraz obsługa prawna
Ocena merytoryczna	Upowszechnienie wiedzy wśród konsumentów i producentów na temat walorów odżywczych polskiej wieprzowiny, co bezpośrednio przełożyło się na wzrost publikacji, artykułów i pozytywnych komentarzy oraz wzmianek na temat polskiego mięsa wieprzowego oraz wspomogło edukację szerokiego grona odbiorców prasy i telewizji. Działania przyczyniły się do zacieśnienia kontaktów grupy opiniotwórczej z przedstawicielami sektora mięsa wieprzowego.	
		UNIA PRODUCENTÓW I PRACODAWCÓW PRZEMYSŁU MIĘSNEGO
20	Tytuł zadania	JAKOŚĆ DLA GASTRONOMII
	Okres realizacji	01.11.2022 – 31.05.2023
	Plan finansowy	2022
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
Zakres działań	Kompleksowe promowanie polskiej wieprzowiny wysokiej jakości w lokalach gastronomicznych poprzez merytoryczne materiały informacyjne, udział w najważniejszych eventach dla kucharzy i	

		szeffów kuchni – CHEFS ONLY oraz wizyty doradców kulinarnych w restauracjach na terenie całego kraju. Lokale przystępujące do projektu otrzymują dodatkowo szkolenie z technik sprzedaży sugerowanej dla personelu bezpośrednio pracującego z klientem.
	Ocena merytoryczna	Upowszechnienie wśród właścicieli oraz szefów kuchni czy zaopatrzeniowców lokali gastronomicznych na terenie całego kraju wiedzy o wysokiej jakości wieprzowiny polskiej i przedstawienie pakietu korzyści wykorzystania takiego surowca w codziennym funkcjonowaniu restauracji. Wprowadzenie do menu sezonowego lub stałego potraw na bazie wysokiej jakości wieprzowiny dla szerokiego grona konsumentów.
21	Tytuł zadania	MIĘSO Z POLSKI W REPUBLICIE KOREI POŁUDNIOWEJ
	Okres realizacji	12.12.2022 – 30.06.2023
	Plan finansowy	2022
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY
	Zakres działań	Organizacja misji gospodarczej do Korei przy okazji targów Seoul Food& Hotel w sprawie uruchomienia eksportu mięsa wieprzowego z Polski.
	Ocena merytoryczna	Prowadzono rozmowy z przedstawicielami biznesu koreańskiego przy wsparciu ambasadora Polski i przedstawiciela PAIH. Omawiano najważniejsze problemy i utrudnienia w skutecznym przepływie dokumentów weterynaryjnych po obu stronach.
22	Tytuł zadania	PASZPORTYZACJA POLSKIEJ ŻYWNOŚCI
	Okres realizacji	01.01.2023 – 31.12.2023
	Plan finansowy	2023
	Cel zadania	DZIAŁANIA MAJĄCE NA CELU ODBUDOWĘ POGŁOWIA TRZODY CHLEWNEJ ORAZ ZWIĘKSZENIE KONKURENCYJNOŚCI POLSKIEJ PRODUKCJI WIEPRZOWINY W TYM WSPIERANIE PRODUKCJI ŻYWNOŚCI WYSOKIEJ JAKOŚCI POPRZEZ WZMOCNIENIE ROLI PRODUCENTÓW W ŁAŃCUCHU PRODUKCYJNYM (OD PRODUCENTA DO KONSUMENTA).
	Zakres działań	Opracowanie treści, przygotowanie i uruchomienie serwisu internetowego będącego kompendium wiedzy o pilotażowym projekcie Paszportyzacji polskiej żywności. Webinarium dla gospodarstw i zakładów biorących udział w pilotażu.
Ocena merytoryczna	Projekt Paszportyzacja polskiej żywności przewiduje budowę systemu IT gwarantującego efektywne monitorowanie i identyfikowanie informacji o produktach rolno-spożywczych w łańcuchu dostaw, tj. „od pola do stołu”. W przypadku	


		ewentualnego wdrożenia, system ten udostępni szerokie spektrum informacji o produkcie żywnościowym, przede wszystkim dzięki innowacyjnym funkcjonalnościom, a także integracji z obecnie działającymi bazami referencyjnymi. Tym samym polski sektor rolno-spożywczy może zyskać narzędzie, w którym znajdą się wiarygodne, rzetelne i niepodrabialne informacje o produkcie żywnościowym.
23	Tytuł zadania	MIĘSO Z POLSKI NA TARGACH ANUGA 2023
	Okres realizacji	02.01.2023 – 30.11.2023
	Plan finansowy	2023
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST EKSPORTU WIEPRZOWINY
	Zakres działań	Organizacja stoiska targowego/promocyjnego wraz ze strefą degustacyjną, stanowiskami do live cookingu oraz strefą spotkań biznesowych.
	Ocena merytoryczna	Zapoznanie konsumentów, handlowców i importerów oraz dystrybutorów z polskimi mięsem wieprzowym i pogłębienie wiedzy nt. wysokiej jakości polskich wyrobów poparte bezpośrednimi spotkaniami z ekspertami na stoisku oraz degustacjami.
24	Tytuł zadania	PODEJMIJ WYZWANIE QAFP
	Okres realizacji	01.02.2023 – 30.09.2023
	Plan finansowy	2023
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Płatna kampani informacyjno – promocyjna na profilach społecznościowych FB, IG, You Tube oraz współpraca z influencerami foodowymi.
	Ocena merytoryczna	Upowszechnienie wśród szerokiego grona konsumentów wiedzy o zaletach mięsa wieprzowego wysokiej jakości w zrównoważonej i zbilansowanej diecie. Kreowanie odpowiedzialnych postaw konsumenckich opartych na patriotyzmie konsumenckim, zaufaniu do polskiej żywności i wybieraniu lokalnych producentów.
25	Tytuł zadania	CERTYFIKOWANA JAKOŚĆ NA POLSKIM STOLE – 4 EDCYJA
	Okres realizacji	01.03.2023 – 31.08.2024
	Plan finansowy	2023
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY

		PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Płatna kampania reklamowa na stronach / podstronach internetowych sklepu on-line FRISCO.PL – BANNERY, ROTATORY, LANDING PAGE z celowaną akcją mailingową NEWSLETTERY oraz publikacją postów na profilach społecznościowych platformy sprzedażowej.
	Ocena merytoryczna	Dotarcie bezpośrednio do klientów sklepu internetowego posiadającego w swojej ofercie szeroki asortyment produktów certyfikowanych QAFP z informacją o walorach tychże produktów. Kreowanie odpowiedzialnych postaw konsumenckich opartych na patriotyzmie konsumenckim, zaufaniu do polskiej żywności i wybieraniu lokalnych producentów.
26	Tytuł zadania	BRANŻA MIĘSNA SZANSE I WYZWANIA
	Okres realizacji	24.03.2023 – 31.12.2023
	Plan finansowy	2023
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY
	Zakres działań	Organizacja 2 konferencji branżowej dotyczącej m.in. sytuacji branży mięsnej w obliczu skutków społeczno gospodarczych spowodowanych sytuacją ekonomiczną w kraju i wojną na Ukrainie oraz chorobami epidemicznymi zwierząt. Konferencje połączono z degustacjami produktów wieprzowych wysokiej jakości.
Ocena merytoryczna	Wydarzenia było okazją do wymiany poglądów i doświadczeń, dyskusji o rzeczywistości w jakiej funkcjonuje obecnie branża mięsna oraz do nawiązywania relacji biznesowych.	
27	Tytuł zadania	PO PIERWSZE KLIENT
	Okres realizacji	01.06.2023 – 30.06.2024
	Plan finansowy	2023
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	<ul style="list-style-type: none"> ✓ W punktach sprzedaży: branding dla produktów wysokojakościowych (cenówki, ekspozytory w ladzie, potykacze), materiały informacyjne – ulotki dla klientów, broszury i film o układaniu produktów w ladzie dla personelu sklepów, degustacje z food trucka przy wybranych sklepach. ✓ W social mediach (Facebook, Instagram) oraz w Internecie - kampania bannerowa promująca trasę food trucka. ✓ Działaniami nie reklamowymi, które wspomogą osiągnięcie celów zadania będą szkolenia personelu sklepów mięsnych.


	Ocena merytoryczna	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Kreowanie właściwych postaw konsumenckich skupionych wokół świadomego wyboru produktów wysokiej jakości, zbilansowanej diety i dbania o środowisko. ✓ Budowanie świadomości i wiedzy na temat procesu produkcji w ramach systemów jakości. ✓ Tworzenie pozytywnego wizerunku produktów z oznaczeniem QAFP, które mają szansę stać się "pierwszym" i "oczywistym" wyborem przy półce sklepowej. ✓ Zwiększenie wiedzy pozwalającej konsumentom odróżniać produkty wytwarzane w ramach systemów jakości. ✓ Budowanie zaufania do systemów. ✓ Edukacja konsumentów za pomocą tak zwanego „języka korzyści”.
28	Tytuł zadania	RZUĆ MIĘSEM NA ZDROWIE
	Okres realizacji	01.07.2023 – 30.07.2023
	Plan finansowy	2023
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Emisja spotów reklamowych, postów, reklam w mediach społecznościowych (FB, IG, TT, YT) ✓ Emisja spotów reklamowych w komunikacji miejskiej na monitorach LCD ✓ Artykuły sponsorowane na portalach internetowych ✓ Współpraca z influencerami ✓ Udział w eventach slow food ✓ Biuro prasowe i organizacja śniadania prasowego
	Ocena merytoryczna	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Wzrost świadomości dotyczący dietetycznych i zdrowotnych zalet wieprzowiny ✓ Zwiększenie świadomości odnośnie możliwości włączenia wieprzowiny i mięsa drobiowego do zdrowej i zbilansowanej diety ✓ Kreowanie pozytywnego wizerunku branży mięsnej ✓ Zapobieganie szerzeniu się fałszywych informacji i fake newsów ✓ Zwiększenie wiedzy konsumentów na temat sposobów chowu i produkcji mięsa drobiowego ✓ Zwiększenie wiedzy dotyczącej właściwości dietetycznej i prozdrowotnej poszczególnych odmian mięsa drobiowego

**OGÓLNOPOLSKI CECH RZEŹNIKÓW WĘDLINIARZY KUCHARZY**



29	Tytuł zadania	JUWENALIA Z WIEPRZOWINĄ. DZIAŁANIA INFORMACYJNO-PROMOCYJNE
	Okres realizacji	18.05.2023-19.05.2023
	Plan finansowy	2023
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Udział w imprezie studenckiej Juwenalia Poznań 18-19.05.2023, realizacja reportażu telewizyjnego „Juwenalia z wieprzowiną” emitowanego na kanale WTK, działania promocyjne na stronie internetowej www.wms.pl
	Ocena merytoryczna	Bezpośredni przekaz informacyjny przez udział w imprezach masowych- 25 tys. uczestników - wydano 6,5 tys. porcji degustacyjnych. Pośrednictwo telewizji pozwolił na dotarcie do młodych osób (18-30 lat) ok. 236 tys. widzów programu WTK.
30	Tytuł zadania	STÓŁ WIELKANOCNY DLA DZIENNIKARZY POLSKICH I ZAGRANICZNYCH. PROMOCJA POLSKIEJ WIEPRZOWINY
	Okres realizacji	18.02.2023-22.05.2023
	Plan finansowy	2023
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	1. Udział w Targach Edukacyjnych w Poznaniu 2. Konferencja prasowa w Polskiej Agencji Prasowej dla dziennikarzy krajowych i zagranicznych z udziałem zaproszonych gości -przedstawicieli władz, środowisk rolniczych i branżowych
	Ocena merytoryczna	Działania promocyjno-informacyjne wpłynęły na zwiększenie świadomości i wiedzy wśród konsumentów na temat jakości, cech i zalet mięsa wieprzowego, systemów jakości żywności dobrostanu zwierząt a docelowo na zwiększenie sprzedaży i wzrost konsumpcji polskiej wieprzowiny. Targi Edukacyjne cieszyły się dużym zainteresowaniem 12 tys. uczestników imprezy podczas dwóch dni – duże zainteresowanie stoiskiem informacyjnych pn. Stół Wielkanocny. Udział 50 uczestników konferencji w PAP, natomiast zasięg informacyjny PAP to 1 984 466.
31	Tytuł zadania	WIEPRZOWINA W POLSKIEJ TRADYCJI WIELKANOCNEJ. DZIAŁANIA INFORMACYJNE.


	Okres realizacji	01.02.2023-30.05.2023
	Plan finansowy	2023
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	1. Ogłoszenia prasowe w prasie regionalnej 2. Przygotowanie i przeprowadzenie promocji w internecie 3. Przygotowanie cyklu 3 audycji telewizyjnych 4. Przygotowanie gadżetów 5. Przygotowanie spotów radiowych wraz z emisją w 3 wybranych stacjach radiowych regionalnych
	Ocena merytoryczna	Działania promocyjno-informacyjne wpłynęły na zwiększenie świadomości i wiedzy wśród konsumentów na temat jakości, cech i zalet mięsa wieprzowego, systemów jakości żywności dobrostanu zwierząt a docelowo na zwiększenie sprzedaży i wzrost konsumpcji polskiej wieprzowiny.
		POLSKI ZWIĄZEK HODOWCÓW I PRODUCENTÓW TRZODY CHLEWNEJ „POLSUS”
32	Tytuł zadania	NARODOWA WYSTAWA ZWIERZĄT HODOWLANYCH 2023
	Okres realizacji	01.02.2023 – 15.06.2023
	Plan finansowy	2023
	Cel zadania	PROMOCJA PRODUKTÓW OZNACZONYCH ZNAKIEM PRODUKT POLSKI
	Zakres działań	Udział w XXX Narodowej wystawie Zwierząt Hodowlanych oraz organizacja stoiska informacyjno edukacyjnego – przedstawienie oferty polskich rodzimych świń hodowlanych. Promocję świń wzmocniła degustacja wyrobów z mięsa wieprzowego ze znakiem „Produkt polski”.
Ocena merytoryczna	Upowszechnienie wiedzy o polskich rasach hodowlanych oraz zaletach mięsa wieprzowego w zrównoważonej i zbilansowanej diecie. Kreowanie odpowiedzialnych postaw konsumenckich opartych na patriotyzmie konsumenckim, zaufaniu do polskiej żywności i wybieraniu lokalnych producentów.	
33	Tytuł zadania	WIEPRZOWINA TYLKO Z POLSKICH RAS ŚWIŃ - MODLISZEWICE
	Okres realizacji	01.04.2023 – 30.07.2023
	Plan finansowy	2023
	Cel zadania	PROMOCJA PRODUKTÓW OZNACZONYCH ZNAKIEM PRODUKT POLSKI

	Zakres działań	Organizacja stoiska informacyjno edukacyjnego podczas XVI Świętokrzyskiej Wystawy Zwierząt Hodowlanych – przedstawienie oferty polskich rodzimych świń hodowlanych. Promocję świń wzmocniła degustacja wyrobów z mięsa wieprzowego ze znakiem „Produkt polski”.
	Ocena merytoryczna	Upowszechnienie wiedzy o polskich rasach hodowlanych oraz zaletach mięsa wieprzowego w zrównoważonej i zbilansowanej diecie. Kreowanie odpowiedzialnych postaw konsumenckich opartych na patriotyzmie konsumenckim, zaufaniu do polskiej żywności i wybieraniu lokalnych producentów.
34	Tytuł zadania	WIEPRZOWINA TYLKO Z POLSKICH RAS ŚWIŃ - BARTOSZEWICE
	Okres realizacji	01.04.2023 – 15.07.2023
	Plan finansowy	2023
	Cel zadania	PROMOCJA PRODUKTÓW OZNACZONYCH ZNAKIEM PRODUKT POLSKI
	Zakres działań	Organizacja stoiska informacyjno edukacyjnego podczas XXIII Wojewódzkiej Wystawy Zwierząt Hodowlanych – przedstawienie oferty polskich rodzimych świń hodowlanych. Promocję świń wzmocniła degustacja wyrobów z mięsa wieprzowego ze znakiem „Produkt polski”.
	Ocena merytoryczna	Upowszechnienie wiedzy o polskich rasach hodowlanych oraz zaletach mięsa wieprzowego w zrównoważonej i zbilansowanej diecie. Kreowanie odpowiedzialnych postaw konsumenckich opartych na patriotyzmie konsumenckim, zaufaniu do polskiej żywności i wybieraniu lokalnych producentów.
35	Tytuł zadania	WIEPRZOWINA TYLKO Z POLSKICH RAS ŚWIŃ - MINIKOWO
	Okres realizacji	10.05.2023 – 31.07.2023
	Plan finansowy	2023
	Cel zadania	PROMOCJA PRODUKTÓW OZNACZONYCH ZNAKIEM PRODUKT POLSKI
	Zakres działań	Organizacja stoiska informacyjno edukacyjnego podczas XLV Międzynarodowych Targów Rolno – Spożywczych AGRO TECH MINIKOWO – przedstawienie oferty polskich rodzimych świń hodowlanych. Promocję świń wzmocniła degustacja wyrobów z mięsa wieprzowego ze znakiem „Produkt polski”.
	Ocena merytoryczna	Upowszechnienie wiedzy o polskich rasach hodowlanych oraz zaletach mięsa wieprzowego w zrównoważonej i zbilansowanej diecie. Kreowanie odpowiedzialnych postaw konsumenckich opartych na patriotyzmie konsumenckim, zaufaniu do polskiej żywności i wybieraniu lokalnych producentów.

36	Tytuł zadania	WIEPRZOWINA TYLKO Z POLSKICH RAS ŚWIŃ - BOLESŁAWOWO
	Okres realizacji	15.06.2023 – 15.10.2023
	Plan finansowy	2023
	Cel zadania	PROMOCJA PRODUKTÓW OZNACZONYCH ZNAKIEM PRODUKT POLSKI
	Zakres działań	Organizacja stoiska informacyjno edukacyjnego podczas XXVIII Kociewskiej Wystawy i Pokazie Zwierząt Hodowlanych – przedstawienie oferty polskich rodzimych świń hodowlanych. Promocję świń wzmocniła degustacja wyrobów z mięsa wieprzowego ze znakiem „Produkt polski”.
	Ocena merytoryczna	Upowszechnienie wiedzy o polskich rasach hodowlanych oraz zaletach mięsa wieprzowego w zrównoważonej i zbilansowanej diecie. Kreowanie odpowiedzialnych postaw konsumenckich opartych na patriotyzmie konsumenckim, zaufaniu do polskiej żywności i wybieraniu lokalnych producentów.
37	Tytuł zadania	WIEPRZOWINA TYLKO Z POLSKICH RAS ŚWIŃ - CZEMIERNIKI
	Okres realizacji	24.07.2023 – 30.09.2023
	Plan finansowy	2023
	Cel zadania	PROMOCJA PRODUKTÓW OZNACZONYCH ZNAKIEM PRODUKT POLSKI
	Zakres działań	Organizacja stoiska informacyjno edukacyjnego podczas Dożynek Gminno Parafialnych w Czemiernikach – przedstawienie oferty polskich rodzimych świń hodowlanych. Promocję świń wzmocniła degustacja wyrobów z mięsa wieprzowego ze znakiem „Produkt polski”.
	Ocena merytoryczna	Upowszechnienie wiedzy o polskich rasach hodowlanych oraz zaletach mięsa wieprzowego w zrównoważonej i zbilansowanej diecie. Kreowanie odpowiedzialnych postaw konsumenckich opartych na patriotyzmie konsumenckim, zaufaniu do polskiej żywności i wybieraniu lokalnych producentów.
		STOWARZYSZENIE INNOWATORÓW WSI
38	Tytuł zadania	SZKOLENIE DLA MAŁYCH I ŚREDNICH GOSPODARSTW WÓJEWÓDZTWA ŁÓDZKIEGO W ZAKRESIE ZAPOBIEGANIA ROZPRZESTRZENANIA ASF
	Okres realizacji	01.01.2022-31.05.2023
	Plan finansowy	2022, 2023

	Cel zadania	PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI PRODUCENTÓW TRZODY CHLEWNEJ Z ZAKRESU BIOASEKURACJI
	Zakres działań	<ol style="list-style-type: none"> 1. Eksperckie szkolenie on-line z zakresu bioasekuracji skierowane do producentów trzody chlewnej. 2. Informacja na portalu społecznościowym Facebook 4 posty w miesiącu 3. Emisja artykułów sponsorowanych w prasie branżowej 4. Dystrybucja 400 pakietów bioasekuracyjnych do gospodarstw – producentów trzody chlewnej
	Ocena merytoryczna	Projekt cieszył się dużym zainteresowaniem małych i średnich gospodarstw, które nie mają tak dużej świadomości nt. zasad bioasekuracji jak duże podmioty.
39	Tytuł zadania	MIĘSO WIEPRZOWE SYNONIMEM ZDROWIA I JAKOŚCI
	Okres realizacji	01.05.2022-31.10.2023
	Plan finansowy	2022-2023
	Cel zadania	INFORMOWANIE O JAKOŚCI I CECHACH W TYM ZALETACH MIĘSA WIEPRZOWEGO
	Zakres działań	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Budowa strony internetowej ✓ Działania promocyjne na Facebooku ✓ Opracowanie i produkcja 4 filmów edukacyjnych oraz ich emisja w TVP Regionalna
	Ocena merytoryczna	Działanie realizowane z udziałem ekspertów i praktyków przyczyniło się do podniesienia poziomu wiedzy wśród konsumentów na temat jakości cech i zalet mięsa wieprzowego.
40	Tytuł zadania	ROZSKAMUJ SIĘ W POLSKIEJ WIEPRZOWINIE - ŁÓDZKIE DOŻYNKI
	Okres realizacji	01.06.2023-30.08.2023
	Plan finansowy	2023
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPOŻYCIA MIĘSA WIEPRZOWEGO PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	<ol style="list-style-type: none"> 1. Promocja mięsa wieprzowego podczas dożynek województwa łódzkiego- warsztaty i konkursy kulinarne 2. Działania promocyjne w mediach społecznościowych - Facebook -12 postów 3. Druk broszur informacyjnych Produkcja i emisja filmu promującego spożycie mięsa wieprzowego
	Ocena merytoryczna	Upowszechnienie wśród szerokiego grona konsumentów wiedzy o zaletach mięsa wieprzowego. Kreowanie odpowiedzialnych

		postaw konsumenckich opartych na patriotyzmie konsumenckim, zaufaniu do polskiej żywności i wybieraniu lokalnych producentów.
		KRAJOWY ZWIĄZEK REWIZYJNY ROLNICZYCH SPÓŁDZIELNI PRODUKCYJNYCH
41	Tytuł zadania	NOWOCZESNE METODY HODOWLI GWARANTEM OPŁACALNOŚCI PRODUKCJI TRZODY CHLEWNEJ
	Okres realizacji	15.05.2023-30.09.2023
	Plan finansowy	2023
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Przeprowadzenie 3 dniowego szkolenia dotyczącego nt. możliwości oraz przyszłości produkcji wieprzowiny nowoczesnymi metodami. Przygotowanie materiałów informacyjnych, stworzenie zakładki dt. projektu na stronie internetowej www.kzmsp.pl , degustacja potraw przygotowanych na bazie mięsa wieprzowego.
Ocena merytoryczna	Zwiększenie wiedzy z zakresu nowoczesnej hodowli trzody chlewnej.	
		ZWIĄZEK ZAWODOWY ROLNICTWA SAMOBRONA
42	Tytuł zadania	WIEPRZOWINA ZE ZNAKIEM POLSKIM JEST NAJLEPSZA
	Okres realizacji	01.07.2023-11.10.2023
	Plan finansowy	2023
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO ZWIĘKSZENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Organizacja 6 eventów podczas których zorganizowano stoiska informacyjne wraz z degustacją mięsa wieprzowego i jego przetworów.
Ocena merytoryczna	Eventy cieszyły się dużym zainteresowaniem. Wydano 18 tys. porcji degustacyjnych. Informacja nt. walorów mięsa wieprzowego trafiła do szerokiego grona odbiorców.	
43	Tytuł zadania	WSPIERAJMY LOKALNY RYNEK - WYBIERAJMY PRODUKT POLSKI
	Okres realizacji	14.04.2023-08.05.2023
	Plan finansowy	2023

	Cel zadania	INFORMOWANIE O JAKOŚCI I CECHACH W TYM ZALETACH MIĘSA WIEPRZOWEGO PROMOCJA PRODUKTÓW OZNACZONYCH ZNAKIEM PRODUKT POLSKI
	Zakres działań	Udział w trzech eventach ze stoiskiem promocyjno-informacyjnym: <ol style="list-style-type: none"> 1. Degustacja potraw na bazie mięsa wieprzowego 2. Dystrybucja gadżetów promocyjnych 3. Punkt informacyjny nt. mięsa wieprzowego (dystrybucja materiałów informacyjnych)
	Ocena merytoryczna	Dotarcie z przekazem o walorach odżywczych i jakościowych polskiej wieprzowiny do 100 000 osób, zwrócenia uwagi na produkty oznaczone znakiem PRODUKT POLSKI, wzrost patriotyzmu konsumenckiego.
		ZWIĄZEK ZAWODOWY ROLNIKÓW OJCZYŻNA
44	Tytuł zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO PODCZAS NAJSTARSZEGO FESTIWALU PIWNEGO CHMIELAKI 2023
	Okres realizacji	01.07.2023-30.09.2023
	Plan finansowy	2023
	Cel zadania	INFORMOWANIE O JAKOŚCI I CECHACH W TYM ZALETACH MIĘSA WIEPRZOWEGO
	Zakres działań	Organizacja stoiska promocyjno-informacyjnego podczas Festiwalu w Krasnymstawie z udziałem szefa kuchni i dietetyka Kampania w mediach społecznościowych Facebook Emisja filmów na kanale YouTube Opracowanie graficzne i produkcja materiałów reklamowych
	Ocena merytoryczna	Wydarzenie cieszyło się dużym zainteresowaniem wśród odwiedzających. Wydano 3 tysiące porcji degustacyjnych. Działania w mediach społecznościowych uzyskały 20 000 odsłon.
45	Tytuł zadania	WIEPRZOWINA NA ŁOPTAKACH
	Okres realizacji	02.09.2022-31.03.2023
	Plan finansowy	2022, 2023
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO PODNIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reklama na portalach społecznościowych Facebook, Instagram 2. Emisja spotu TV w stacjach ogólnopolskich/ Emisja spotu reklamowego w stacjach ogólnopolskich 3. Reklama prasowa w ogólnopolskich gazetach o tematyce kulinarnej

		<p>4. Warsztaty kulinarne dla szefów kuchni, blogerów/influenserów</p> <p>5. Budowa i prowadzenie serwisu internetowego</p> <p>6. Organizacja stoiska promocyjno-informacyjnego na dwóch eventach Światowy Dzień Jabłka i Rodzinny Piknik Patriotyczny</p>
	Ocena merytoryczna	Przekaz dt. mięsa wieprzowego jego walorów i jakości dzięki wykorzystanym narzędziom medialnym tj. mediom społecznościowym, radio i TV dotarł do kilku milionów konsumentów
46	Tytuł zadania	WIEPRZOWINA JEST SMART
	Okres realizacji	01.03.2023-01.07.2023
	Plan finansowy	2023
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPOŻYCIA MIĘSA WIEPRZOWEGO PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	<ol style="list-style-type: none"> 1. Współpraca reklamowa z influencerami 2. Kampania promocyjna outdoor (bilbordy, citylighty) 3. Organizacja spotkania z mediami, blogerami i influencerami 4. Kampania promocyjna w mediach społecznościowych (Facebook, Instagram) 5. Produkcja i postprodukcja 10 krótkich filmów promujących producentów wieprzowiny
	Ocena merytoryczna	Dzięki prowadzonym działaniom i wykorzystaniu odpowiednich kanałów komunikacji stereotypy nt. mięsa wieprzowego zostały obalone.
		KRAJOWA RADA IZB ROLNICZYCH
47	Tytuł zadania	ZDROWO, SMACZNIE I Z TRADYCYJĄ – Z WIEPRZOWINĄ ZA PAN BRAT
	Okres realizacji	15.02.2023 – 15.10.2023
	Plan finansowy	2023
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Organizacja dwóch imprez plenerowych promujących spożycie mięsa, które odbyły się w województwie pomorskim. Podczas obu wydarzeń zrealizowano pokazy kulinarne oraz degustację dań z mięsa wieprzowego, a także konkurs kulinarny z nagrodami. Na

		każdym wydarzeniu było stoisko informacyjne, gdzie można było uzyskać informacje na temat wartości odżywczych wieprzowiny, a także dystrybuowane były broszury informacyjne.
	Ocena merytoryczna	Upowszechnienie wśród szerokiego grona konsumentów wiedzy o zaletach mięsa wieprzowego wysokiej jakości w zrównoważonej i zbilansowanej diecie. Kreowanie odpowiedzialnych postaw konsumenckich opartych na patriotyzmie konsumenckim, zaufaniu do polskiej żywności i wybieraniu lokalnych producentów. Na każdym pikniku wydano po 3 tys. porcji degustacyjnych.
48	Tytuł zadania	PROMOCJA POLSKIEGO MIĘSA WIEPRZOWEGO
	Okres realizacji	15.04.2023 – 14.07.2023
	Plan finansowy	2023
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Organizacja imprezy plenerowej w Opolu promującej spożycie mięsa. Podczas wydarzenia zrealizowano pokazy kulinarne oraz degustację dań z mięsa wieprzowego, a także konkurs kulinarny z nagrodami. Na wydarzeniu było stoisko informacyjne, gdzie można było uzyskać informacje na temat wartości odżywczych wieprzowiny, a także dystrybuowane były broszury informacyjne.
	Ocena merytoryczna	Upowszechnienie wśród szerokiego grona konsumentów wiedzy o zaletach mięsa wieprzowego wysokiej jakości w zrównoważonej i zbilansowanej diecie. Kreowanie odpowiedzialnych postaw konsumenckich opartych na patriotyzmie konsumenckim, zaufaniu do polskiej żywności i wybieraniu lokalnych producentów. Na pikniku wydano ok. 4 tys. porcji degustacyjnych.
49	Tytuł zadania	SMACZNIE I ZDROWO Z POLSKĄ WIEPRZOWINĄ
	Okres realizacji	15.04.2023 – 10.11.2023
	Plan finansowy	2023
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Organizacja dwóch imprez plenerowych promujących spożycie mięsa, które odbyły się w województwie wielkopolskim. Podczas obu wydarzeń zrealizowano pokazy kulinarne oraz degustację dań z mięsa wieprzowego, a także konkurs kulinarny z nagrodami. Na każdym wydarzeniu było stoisko informacyjne, gdzie można było uzyskać informacje na temat wartości odżywczych wieprzowiny, a także dystrybuowane były broszury informacyjne.


	Ocena merytoryczna	Upowszechnienie wśród szerokiego grona konsumentów wiedzy o zaletach mięsa wieprzowego wysokiej jakości w zrównoważonej i zbilansowanej diecie. Kreowanie odpowiedzialnych postaw konsumenckich opartych na patriotyzmie konsumenckim, zaufaniu do polskiej żywności i wybieraniu lokalnych producentów. Na każdym pikniku wydano po 3 tys. porcji degustacyjnych.
50	Tytuł zadania	WIEPRZOWINA NA CO DZIEŃ
	Okres realizacji	01.05.2023 – 25.10.2023
	Plan finansowy	2023
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Organizacja imprezy plenerowej w województwie kujawsko pomorskim promującej spożycie mięsa. Podczas wydarzenia zrealizowano pokazy kulinarne oraz degustację dań z mięsa wieprzowego, a także konkurs kulinarny z nagrodami. Na wydarzeniu było stoisko informacyjne, gdzie można było uzyskać informacje na temat wartości odżywczych wieprzowiny, a także dystrybuowane były broszury informacyjne.
	Ocena merytoryczna	Upowszechnienie wśród szerokiego grona konsumentów wiedzy o zaletach mięsa wieprzowego wysokiej jakości w zrównoważonej i zbilansowanej diecie. Kreowanie odpowiedzialnych postaw konsumenckich opartych na patriotyzmie konsumenckim, zaufaniu do polskiej żywności i wybieraniu lokalnych producentów. Na pikniku wydano ok. 6 tys. porcji degustacyjnych.
51	Tytuł zadania	PIKNIK WIEPRZOWY
	Okres realizacji	01.06.2023 – 27.09.2023
	Plan finansowy	2023
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Organizacja imprezy plenerowej w Radzanowie promującej spożycie mięsa. Podczas wydarzenia zrealizowano pokazy kulinarne oraz degustację dań z mięsa wieprzowego, a także konkurs kulinarny z nagrodami. Na wydarzeniu było stoisko informacyjne, gdzie można było uzyskać informacje na temat wartości odżywczych wieprzowiny, a także dystrybuowane były broszury informacyjne.
	Ocena merytoryczna	Upowszechnienie wśród szerokiego grona konsumentów wiedzy o zaletach mięsa wieprzowego wysokiej jakości w zrównoważonej i


		zbilansowanej diecie. Kreowanie odpowiedzialnych postaw konsumenckich opartych na patriotyzmie konsumenckim, zaufaniu do polskiej żywności i wybieraniu lokalnych producentów. Na pikniku wydano ok. 2 tys. porcji degustacyjnych.
52	Tytuł zadania	AKCJA PROMOCYJNA MIĘSA WIEPRZOWEGO – WIEPRZOWINA NA CO DZIEŃ
	Okres realizacji	01.06.2023 – 13.10.2023
	Plan finansowy	2023
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Organizacja dwóch imprez plenerowych promujących spożycie mięsa, które odbyły się w województwie mazowieckim. Podczas obu wydarzeń zrealizowano pokazy kulinarne oraz degustację dań z mięsa wieprzowego, a także konkurs kulinarny z nagrodami. Na każdym wydarzeniu było stoisko informacyjne, gdzie można było uzyskać informacje na temat wartości odżywczych wieprzowiny, a także dystrybuowane były broszury informacyjne.
Ocena merytoryczna	Upowszechnienie wśród szerokiego grona konsumentów wiedzy o zaletach mięsa wieprzowego wysokiej jakości w zrównoważonej i zbilansowanej diecie. Kreowanie odpowiedzialnych postaw konsumenckich opartych na patriotyzmie konsumenckim, zaufaniu do polskiej żywności i wybieraniu lokalnych producentów. Łącznie wydano ok. 4,5 tys. porcji degustacyjnych.	
53	Tytuł zadania	SMAKI WIEPRZOWINY
	Okres realizacji	15.07.2023 – 12.09.2023
	Plan finansowy	2023
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Organizacja dwóch imprez plenerowych promujących spożycie mięsa, które odbyły się w województwie świętokrzyskim. Podczas obu wydarzeń zrealizowano pokazy kulinarne oraz degustację dań z mięsa wieprzowego, a także konkurs kulinarny z nagrodami. Na każdym wydarzeniu było stoisko informacyjne, gdzie można było uzyskać informacje na temat wartości odżywczych wieprzowiny, a także dystrybuowane były broszury informacyjne.
Ocena merytoryczna	Upowszechnienie wśród szerokiego grona konsumentów wiedzy o zaletach mięsa wieprzowego wysokiej jakości w zrównoważonej i zbilansowanej diecie. Kreowanie odpowiedzialnych postaw konsumenckich opartych na patriotyzmie konsumenckim, zaufaniu	


		do polskiej żywności i wybieraniu lokalnych producentów. Łącznie wydano ok. 4 tys. porcji degustacyjnych.
54	Tytuł zadania	POLSKA WIEPRZOWINA – LUBIĘ TO!
	Okres realizacji	15.07.2023 – 25.10.2023
	Plan finansowy	2023
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Organizacja dwóch imprez plenerowych promujących spożycie mięsa, które odbyły się w województwie warmińsko - mazurskim. Podczas obu wydarzeń zrealizowano pokazy kulinarne oraz degustację dań z mięsa wieprzowego, a także konkurs kulinarny z nagrodami. Na każdym wydarzeniu było stoisko informacyjne, gdzie można było uzyskać informacje na temat wartości odżywczych wieprzowiny, a także dystrybuowane były broszury informacyjne.
Ocena merytoryczna	Upowszechnienie wśród szerokiego grona konsumentów wiedzy o zaletach mięsa wieprzowego wysokiej jakości w zrównoważonej i zbilansowanej diecie. Kreowanie odpowiedzialnych postaw konsumenckich opartych na patriotyzmie konsumenckim, zaufaniu do polskiej żywności i wybieraniu lokalnych producentów. Łącznie wydano ok. 3,5 tys. porcji degustacyjnych.	
55	Tytuł zadania	SMACZNE I ZDROWE – POLSKIE MIĘSO WIEPRZOWE
	Okres realizacji	01.08.2023 – 18.10.2023
	Plan finansowy	2023
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Organizacja dwóch imprez plenerowych promujących spożycie mięsa, które odbyły się w województwie śląskim. Podczas obu wydarzeń zrealizowano pokazy kulinarne oraz degustację dań z mięsa wieprzowego, a także konkurs kulinarny z nagrodami. Na każdym wydarzeniu było stoisko informacyjne, gdzie można było uzyskać informacje na temat wartości odżywczych wieprzowiny, a także dystrybuowane były broszury informacyjne.
Ocena merytoryczna	Upowszechnienie wśród szerokiego grona konsumentów wiedzy o zaletach mięsa wieprzowego wysokiej jakości w zrównoważonej i zbilansowanej diecie. Kreowanie odpowiedzialnych postaw konsumenckich opartych na patriotyzmie konsumenckim, zaufaniu do polskiej żywności i wybieraniu lokalnych producentów. Łącznie wydano ok. 3,5 tys. porcji degustacyjnych.	

56	Tytuł zadania	WIEPRZOMANIA
	Okres realizacji	15.07.2023 – 31.10.2023
	Plan finansowy	2023
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Organizacja imprezy plenerowej w Boguchwale promującej spożycie mięsa. Podczas wydarzenia zrealizowano pokazy kulinarne oraz degustację dań z mięsa wieprzowego, a także konkurs kulinarny z nagrodami. Na wydarzeniu było stoisko informacyjne, gdzie można było uzyskać informacje na temat wartości odżywczych wieprzowiny, a także dystrybuowane były broszury informacyjne.
Ocena merytoryczna	Upowszechnienie wśród szerokiego grona konsumentów wiedzy o zaletach mięsa wieprzowego wysokiej jakości w zrównoważonej i zbilansowanej diecie. Kreowanie odpowiedzialnych postaw konsumenckich opartych na patriotyzmie konsumenckim, zaufaniu do polskiej żywności i wybieraniu lokalnych producentów. Na pikniku wydano ok. 3,3 tys. porcji degustacyjnych.	
57	Tytuł zadania	PIKNIK WIEPRZOWY – POLSKIE SMAKI WIEPRZOWINY
	Okres realizacji	01.08.2023 – 02.11.2023
	Plan finansowy	2023
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Organizacja imprezy plenerowej w województwie łódzkim promującej spożycie mięsa. Podczas wydarzenia zrealizowano pokazy kulinarne oraz degustację dań z mięsa wieprzowego, a także konkurs kulinarny z nagrodami. Na wydarzeniu było stoisko informacyjne, gdzie można było uzyskać informacje na temat wartości odżywczych wieprzowiny, a także dystrybuowane były broszury informacyjne.
Ocena merytoryczna	Upowszechnienie wśród szerokiego grona konsumentów wiedzy o zaletach mięsa wieprzowego wysokiej jakości w zrównoważonej i zbilansowanej diecie. Kreowanie odpowiedzialnych postaw konsumenckich opartych na patriotyzmie konsumenckim, zaufaniu do polskiej żywności i wybieraniu lokalnych producentów. Na pikniku wydano ok. 4 tys. porcji degustacyjnych.	
58	Tytuł zadania	FESTIWAL WIEPRZOWINY
	Okres realizacji	01.08.2023 – 15.11.2023

	Plan finansowy	2023
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Organizacja dwóch imprez plenerowych promujących spożycie mięsa, które odbyły się w województwie lubelskim. Podczas obu wydarzeń zrealizowano pokazy kulinarne oraz degustację dań z mięsa wieprzowego, a także konkurs kulinarny z nagrodami. Na każdym wydarzeniu było stoisko informacyjne, gdzie można było uzyskać informacje na temat wartości odżywczych wieprzowiny, a także dystrybuowane były broszury informacyjne.
	Ocena merytoryczna	Upowszechnienie wśród szerokiego grona konsumentów wiedzy o zaletach mięsa wieprzowego wysokiej jakości w zrównoważonej i zbilansowanej diecie. Kreowanie odpowiedzialnych postaw konsumenckich opartych na patriotyzmie konsumenckim, zaufaniu do polskiej żywności i wybieraniu lokalnych producentów. Łącznie wydano ok. 2,6 tys. porcji degustacyjnych.
59	Tytuł zadania	PIKNIK WIEPRZOWY – WIEPRZOWINA JAKOŚĆ I ZDROWIE Z POLSKICH HODOWLI
	Okres realizacji	01.09.2023 – 31.12.2023
	Plan finansowy	2023
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Organizacja imprezy plenerowej w województwie małopolskim promującej spożycie mięsa. Podczas wydarzenia zrealizowano pokazy kulinarne oraz degustację dań z mięsa wieprzowego, a także konkurs kulinarny z nagrodami. Na wydarzeniu było stoisko informacyjne, gdzie można było uzyskać informacje na temat wartości odżywczych wieprzowiny, a także dystrybuowane były broszury informacyjne.
	Ocena merytoryczna	Upowszechnienie wśród szerokiego grona konsumentów wiedzy o zaletach mięsa wieprzowego wysokiej jakości w zrównoważonej i zbilansowanej diecie. Kreowanie odpowiedzialnych postaw konsumenckich opartych na patriotyzmie konsumenckim, zaufaniu do polskiej żywności i wybieraniu lokalnych producentów. Na pikniku wydano ok. 4 tys. porcji degustacyjnych.
60	Tytuł zadania	POLSKA WIEPRZOWINA – SMACZNA I ZDROWA
	Okres realizacji	01.09.2023 – 31.12.2023
	Plan finansowy	2023

	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Organizacja dwóch imprez plenerowych promujących spożycie mięsa, które odbyły się w województwie dolnośląskim. Podczas obu wydarzeń zrealizowano pokazy kulinarne oraz degustację dań z mięsa wieprzowego, a także konkurs kulinarny z nagrodami. Na każdym wydarzeniu było stoisko informacyjne, gdzie można było uzyskać informacje na temat wartości odżywczych wieprzowiny, a także dystrybuowane były broszury informacyjne.
	Ocena merytoryczna	Upowszechnienie wśród szerokiego grona konsumentów wiedzy o zaletach mięsa wieprzowego wysokiej jakości w zrównoważonej i zbilansowanej diecie. Kreowanie odpowiedzialnych postaw konsumenckich opartych na patriotyzmie konsumenckim, zaufaniu do polskiej żywności i wybieraniu lokalnych producentów. Łącznie wydano ok. 6 tys. porcji degustacyjnych.
61	Tytuł zadania	ZDROWE WIEPRZOWE
	Okres realizacji	01.09.2023 – 31.12.2023
	Plan finansowy	2023
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Organizacja imprezy plenerowej w województwie lubuskim promującej spożycie mięsa. Podczas wydarzenia zrealizowano pokazy kulinarne oraz degustację dań z mięsa wieprzowego, a także konkurs kulinarny z nagrodami. Na wydarzeniu było stoisko informacyjne, gdzie można było uzyskać informacje na temat wartości odżywczych wieprzowiny, a także dystrybuowane były broszury informacyjne.
	Ocena merytoryczna	Upowszechnienie wśród szerokiego grona konsumentów wiedzy o zaletach mięsa wieprzowego wysokiej jakości w zrównoważonej i zbilansowanej diecie. Kreowanie odpowiedzialnych postaw konsumenckich opartych na patriotyzmie konsumenckim, zaufaniu do polskiej żywności i wybieraniu lokalnych producentów. Na pikniku wydano ok. 3 tys. porcji degustacyjnych.
		NIEZALEŻNY SAMORZĄDOWY ZWIĄZEK ZAWODOWY ROLNIKÓW INDYWIDUALNYCH „SOLIDARNOŚĆ”
62	Tytuł zadania	WÓŁ CZY WIEPRZ
	Okres realizacji	15.08.2023-30.09.2023
	Plan finansowy	2023

	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Organizacja eventu z degustacją mięsa i przetworów wieprzowych. Produkcja gadżetów dystrybuowanych podczas eventu.
	Ocena merytoryczna	Wydarzenie spotkało się z dużym zainteresowaniem konsumentów – wydano 5 tys. porcji.
		POLSKA IZBA PRODUKTU REGIONALNEGO I LOKALNEGO
63	Tytuł zadania	MNIAM -POLSKĄ WIEPRZOWINĘ ZNAM!
	Okres realizacji	01.04.2023- 31.07.2023
	Plan finansowy	2023
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	1. Wyprodukowanie 30 sekundowego spotu reklamowego 2. Wyprodukowanie 5 filmów poradnikowych z przepisami 3. Przeprowadzenie kampanii promocyjnej w mediach społecznościowych na Facebooku oraz Instagramie 4. Przygotowanie i wydrukowanie wydawnictwa promującego polską wieprzowinę 5. Zorganizowanie śniadania prasowego dla dziennikarzy
	Ocena merytoryczna	Upowszechnienie wśród konsumentów wiedzy o wysokiej jakości wieprzowiny w zbilansowanej i zrównoważonej diecie. Informacja dotarła do 400 tys. odbiorców Kreowanie odpowiedzialnych postaw konsumenckich opartych na patriotyzmie konsumenckim, zaufaniu do polskiej żywności i wybieraniu lokalnych producentów.
		PODLASKI ZWIĄZEK ROLNICZYCH ZRZESZEŃ BRANŻOWYCH PRODUCENTÓW TRZODY CHLEWNEJ
64	Tytuł zadania	KONSERWA WIEPRZOWA -SMACZNA I ZDROWA
	Okres realizacji	13.01.2023- 31.05.2023
	Plan finansowy	2023
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Przeprowadzenie szkolenia dla producentów trzody chlewnej nt. puszkowanego mięsa wieprzowego, a także obowiązujących

		wymagań przy jego produkcji. Dystrybucja konserw dla uczestników szkolenia.
	Ocena merytoryczna	Upowszechnienie wiedzy wśród producentów trzody chlewnej z zakresu produkcji konserw mięsnych.
		OGÓLNOPOLSKIE STOWARZYSZENIE WIEPRZ POLSKI
65	Tytuł zadania	POLSKA WIEPRZOWINA JEST OK
	Okres realizacji	01.06.2023 – 07.06.2023
	Plan finansowy	2023
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Impreza promocyjno – informacyjna z degustacją.
	Ocena merytoryczna	Zaprezentowanie szerokiemu gronu konsumentów produktów wieprzowych i upowszechnienie wiedzy z zakresu zbilansowanej i zrównoważonej diety, w której mięso stanowi ważną pozycję. Podczas degustacji wydawano m.in. kaszanekę, bułkę z szarpaną wieprzowiną czy kielbasę wiejską.