



**SPRAWOZDANIE RZECZOWE  
Z DZIAŁAŃ ZREALIZOWANYCH W RAMACH  
FUNDUSZU PROMOCJI MIĘSA WIEPRZOWEGO  
W 2022 R.**

**WARSZAWA, 31 MARCA 2023 R.**

# INFORMACJE OGÓLNE

W planie finansowym na 2022 roku Komisja Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego przydzieliła środki finansowe na realizację 65 zadań. W 2022 roku organizacje realizowały także zadania zatwierdzone przez Komisję w poprzednich planach finansowych z lat 2020 i 2021.

Łącznie realizowano w 2022 roku 54 zadania w tym 2 dotyczące promocji na rynkach krajów trzecich (USA, Kanada) w ramach UE mechanizmu wsparcia WPR. Z planu finansowego za rok 2020 realizowano 5 zadań, z planu finansowego za 2021 rok 12 zadań oraz 37 zadań z planu finansowego na rok 2022.


Zadania realizowane były przez 11 organizacji:

- OGÓLNOPOLSKIE STOWARZYSZENIE PRZETWÓRCÓW I PRODUCENTÓW PRODUKTÓW EKOLOGICZNYCH „POLSKA EKOLOGIA” (4)
- STOWARZYSZENIE RZEŹNIKÓW I WĘDLINIARZY RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ (4)
- ZWIĄZEK POLSKIE MIĘSO (6)
- UNIA PRODUCENTÓW I PRACODAWCÓW PRZEMYSŁU MIĘSNEGO (12)
- POLSKI ZWIĄZEK HODOWCÓW I PRODUCENTÓW TRZODY CHLEWNEJ „POLSUS” (4)
- OGÓLNOPOLSKI CECH RZEŹNIKÓW WĘDLINIARZY KUCHARZY (2)
- STOWARZYSZENIE INNOWATORÓW WSI (1)
- KRAJOWY ZWIĄZEK REWIZYJNY ROLNICZYCH SPÓŁDZIELNI PRODUKCYJNYCH (1)
- ZWIĄZEK ZAWODOWY ROLNICTWA SAMOOBRONA (1)
- ZWIĄZEK ZAWODOWY ROLNIKÓW OJCZYZNA (6)
- KRAJOWA RADA IZB ROLNICZYCH (12)




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

1	Tytuł zadania	BIOFACH 2022 PROMOCJA POLSKICH PRODUKTÓW ROLNICTWA EKOLOGICZNEGO W EUROPIE
	Okres realizacji	01.01.2022 – 31.10.2022
	Plan finansowy	2022
	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.
	Ocena merytoryczna	Zapoznanie konsumentów, handlowców i importerów z polskimi produktami ekologicznymi i pogłębienie wiedzy nt. wysokiej jakości polskich wyrobów poprzez bezpośrednie spotkania z ekspertami na stoisku oraz degustacjami (ok. 10 tys. porcji).
2	Tytuł zadania	KUCHNIA STRAŻACKA Z OGNISTĄ WIEPRZOWINĄ
	Okres realizacji	01.03.2021 – 01.05.2022
	Plan finansowy	2021
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Przeprowadzenie 27 spotkań informacyjnych z degustacjami w OSP na terenie całego kraju wraz z dystrybucją materiałów informacyjno – promocyjnych i gadżetów oraz promocją wydarzeń w internecie.
	Ocena merytoryczna	Zaprezentowanie szerokiemu gronu konsumentów produktów wieprzowych i upowszechnienie wiedzy na temat systemów certyfikacji oraz edukacja z zakresu zbilansowanej i zrównoważonej diety, w której mięso stanowi ważną pozycję.
3	Tytuł zadania	WIEPRZOWINA POLSKA W PODRÓŻY PRZEKĄSKA
	Okres realizacji	01.08.2020 – 01.05.2022
	Plan finansowy	2020
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Kampania informacyjno promocyjna w internecie oraz na monitorach autobusowych u przewoźników międzymiastowych na 2

		wybranych trasach połączona z dystrybucją materiałów promocyjnych (18 tys. szt.) i porcji degustacyjnych.
	Ocena merytoryczna	Zaprezentowanie szerokiego gronu konsumentów produktów wieprzowych i upowszechnienie wiedzy z zakresu zbilansowanej i zrównoważonej diety, w której mięso stanowi ważną pozycję.
4	Tytuł zadania	BIOEUROPE WYSOKIEJ JAKOŚCI
	Okres realizacji	01.05.2021 – 30.04.2022
	Plan finansowy	2020/2021
	Cel zadania	PROMOCJA POLSKIEGO MIĘSA WIEPRZOWEGO NA RYNKACH USA I KANADA
	Zakres działań	<ul style="list-style-type: none"> <li>• działania public relations – artykuły sponsorowane</li> <li>• strona internetowa i media społecznościowe</li> <li>• działania reklamowe – reklama prasowa i internetowa</li> <li>• materiały reklamowo – promocyjne</li> <li>• działania targowe – CHFA CONNECT CANADA / SIAL CANADA MONTREAL / FANCY FOOD SHOW / WINTER FANCY FOOD LAS VEGAS / SIAL AMERICA LAS VEGAS</li> <li>• seminaria, spotkania B2B – 2 spotkania w Kanadzie i 3 spotkania w USA</li> <li>• badanie efektywności</li> </ul>
	Ocena merytoryczna	Realizowane działania podniosą poziom świadomości konsumentów z USA i Kanady na temat wysokiej jakości ekologicznych produktów. Działania nakierowane są na informowanie o wysokich standardach tej produkcji, rozpowszechnianie informacji na temat systemów jakości prowadzenia upraw i przetwórstwa surowców obowiązujących w Unii Europejskiej, a także systemu certyfikacji ekologicznych produktów. Przekazanie informacji przełożą się na zwiększenie świadomych decyzji zakupowych i większą popyt na wyroby produkcji ekologicznej pochodzące z Unii Europejskiej.
		<b>STOWARZYSZENIE RZEŹNIKÓW I WĘDLINIARZY RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ</b>
5	Tytuł zadania	MIĘSO WIEPRZOWE Z POMORZA NA STARÓWCE GDAŃSKIEJ
	Okres realizacji	06.06.2022 – 31.08.2022
	Plan finansowy	2022
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Dwudniowa impreza promocyjno – informacyjna połączona z degustacją oraz konkursami z nagrodami dla najmłodszych.

	Ocena merytoryczna	Zaprezentowanie szerokiego gronu konsumentów produktów wieprzowych i upowszechnienie wiedzy z zakresu zbilansowanej i zrównoważonej diety, w której mięso stanowi ważną pozycję. Podczas degustacji wydano ok. 6 tys. porcji.
6	Tytuł zadania	POLSKA WIEPRZOWINA NA POLSKICH TALERZACH
	Okres realizacji	15.04.2022 – 15.10.2022
	Plan finansowy	2022
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	8 imprez promocyjno – informacyjnych połączonych z degustacją oraz specjalnymi atrakcjami dla najmłodszych.
	Ocena merytoryczna	Zaprezentowanie szerokiego gronu konsumentów produktów wieprzowych i upowszechnienie wiedzy z zakresu zbilansowanej i zrównoważonej diety, w której mięso stanowi ważną pozycję. Frekwencja na wydarzeniach to blisko 160 tys. osób i 80 tys. wydanych porcji degustacyjnych.
7	Tytuł zadania	WIEPRZOWINA – RASY RODZIME W ROLI GŁÓWNEJ
	Okres realizacji	12.03.2022 – 18.04.2022
	Plan finansowy	2022
	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 rozbioru 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.
8	Tytuł zadania	RASY RODZIME W RHD I MOL – SZKOLENIE DLA DOMOWYCH MASARZY I WĘDLINIARZY
	Okres realizacji	07.01.2022 – 15.05.2022
	Plan finansowy	2022
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO DZIAŁANIA NA RZECZ ODBUDOWY POGŁOWIA TRZODY CHLEWNEJ PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW

	Zakres działań	Organizacja 4 sesji warsztatowo – szkoleniowych z zakresu masarstwa tradycyjnego oraz przygotowania dań z grilla i barbecue.
	Ocena merytoryczna	Upowszechnienie wiedzy o rodzimych rasach świń i wykorzystaniu ich mięsa w gastronomii oraz kuchni domowej. Działania na rzecz lokalnych hodowców ras rodzimych.
		<b>ZWIĄZEK POLSKIE MIĘSO</b>
9	Tytuł zadania	SKŁADKA CZŁONKOWSKA UECBV 2022
	Okres realizacji	15.11.2022 – 30.12.2022
	Plan finansowy	2022
	Cel zadania	UTRZYMANIE CZŁONKOSTWA W EUROPEJSKIM ZWIĄZKU HANDLU BYDŁEM I MIĘSEM
	Zakres działań	Opłata rocznej składki członkowskiej co daje dostęp do bieżących informacji dotyczących europejskiego rynku mięsa.
	Ocena merytoryczna	Najważniejsze informacje z newsletter'a UECBV są na bieżąco umieszczane na serwisie <a href="http://www.polskie-mieso.pl">www.polskie-mieso.pl</a> oraz publikowane w bezpłatnym kwartalniku branżowym POLSKIE MIĘSO. Utrzymanie statusu członka UECBV umożliwia otrzymywanie na bieżąco informacji dotyczących procesu legislacyjnego w UE, dając przy tym możliwość uczestniczenia w procesie konsultacyjnym unijnego prawa. Pozwala na stałe monitorowanie cen i analiz rynku mięsa ich przetworów – zarówno unijnego, jak i światowego, a także umożliwia uczestnictwo w grupach roboczych oraz licznych spotkaniach branżowych na szczeblu Komisji Parlamentu UE, co zapewnia zabezpieczenie interesów producentów i przetwórców mięsa, lobbowanie na rzecz polskiej branży mięsnej z wykorzystaniem struktur i kanałów współpracy UECBV.
10	Tytuł zadania	KONFERENCJA BEZPIECZEŃSTWO ŻYWNOŚCI – NADZOR, PODZIAŁ KOMPETENCJI ORAZ DOŚWIADCZEŃ WE WSPÓŁPRACY POMIĘDZY SŁUŻBAMI WERERYNARYJNYMI A BRANŻĄ MIĘSNĄ
	Okres realizacji	15.10.2022 – 31.12.2022
	Plan finansowy	2022
	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 badaniami. 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.
11	Tytuł zadania	UDZIAŁ W TARGACH SIAL PARIS 2022
	Okres realizacji	01.06.2022 – 31.10.2022
	Plan finansowy	2022
	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 poprzez bezpośrednimi spotkaniami z ekspertami na stoisku oraz degustacjami.
12	Tytuł zadania	MARKA POLSKIE MIĘSO POLSKA SMAKUJE – KONTYNUACJA
	Okres realizacji	01.10.2021 – 31.07.2022
	Plan finansowy	2021
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPOŻYCIA MIĘSA WIEPRZOWEGO PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	<ul style="list-style-type: none"> <li>• organizacja konferencji prasowej</li> <li>• lokowanie produktu w telewizji i prasie</li> <li>• działania internetowe na stronie www i w social mediach</li> <li>• 3 spotkania z dziennikarzami</li> <li>• 6 spotkań plenerowych połączonych z degustacjami</li> </ul>
	Ocena merytoryczna	Upowszechnienie wiedzy 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.
13	Tytuł zadania	CZŁONKOSTWO W ORGANIZACJI MICA ORAZ ORGANIZACJI NAMI 2021
	Okres realizacji	28.10.2021 – 31.03.2022
	Plan finansowy	2021

	Cel zadania	OTRZYMANIE CZŁONKOSTWA W ORGANIZACJACH MEAT IMPORTERS COUNCIL OF AMERICA I NORTH AMERICA MEAT INSTITUTE
	Zakres działań	Opłacenie składek członkowskich za rok 2021 co daje dostęp do bieżących informacji dotyczących amerykańskiego rynku mięsa
	Ocena merytoryczna	Członkostwo w organizacjach umożliwia reagowanie z odpowiednim wyprzedzeniem na kryzys w branży mięsnej poprzez bieżący dostęp do kluczowych informacji. Ponadto członkostwo umożliwia uczestnictwo w konsultacjach nowopowstających przepisów, wymianie doświadczeń między państwami i poznaniu specyfiki rynków oraz dostęp do międzynarodowych analiz.
14	Tytuł zadania	KONFERENCJA BEZPIECZEŃSTWO ŻYWNOSCI – NADZÓR, PODZIAŁ KOMPETENCJI ORAZ DOSWIADCZEŃ WE WSPÓŁPRACY POMIĘDZY SŁUŻBAMI WETERYNARYJNYMI A BRANŻĄ MIĘSNĄ I MYŚLIWYMI
	Okres realizacji	02.11.2021 – 25.01.2022
	Plan finansowy	2021
	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 badaniami. 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 pomocną w zakresie zahamowania rozwoju wirusa ASF.
		<b>UNIA PRODUCENTÓW I PRACODAWCÓW PRZEMYSŁU MIĘSNego</b>
15	Tytuł zadania	ANALIZY PROCESOW W ŁAŃCUCHE DOSTAW WIEPRZOWYCH
	Okres realizacji	18.07.2022 – 31.12.2022
	Plan finansowy	2022
	Cel zadania	WSPARCIE INFORMACYJNO – PROMOCYJNE UCZESTNIKÓW RYNKU W ZAKRESIE CYFROWEJ FORMY ZARZĄDZANIA PROCESAMI PRODUKCJI, PRZETWÓRSTWA I DYSTRYBUCJI PRODUKTÓW MIĘSNYCH, W TYM WYSOKIEJ JAKOŚCI - WZROST KONKURENCYJNOŚCI MIĘSA I WYROBÓW Z WIEPRZOWINY NA RYNKU, W SZCZEGÓLNOŚCI W RAMACH DYREKTYWY OD POLA DO STOŁU.



	Zakres działań	<p>Analiza dokumentów legislacyjnych unijnych i polskich, systemów jakości żywności dla produkcji wieprzowiny, w tym w szczególności dotyczących ochrony danych osobowych, ochrony własności intelektualnej i tajemnicy przedsiębiorstwa, analizy dokumentacji opracowywanej w trakcie realizacji projektu pilotażowego Paszportyzacja Polskiej Żywności i przedkładanej do decyzji Komisji Nadzorującej Pilotaż.</p> <p>Produktem finalnym zadania będą raporty z przeprowadzonych analiz, które będą zawierać rekomendacje dotyczące kierunków dalszego działania.</p>
	Ocena merytoryczna	<p>Analizy w ramach projektu służą pracom rozwojowym mającym na celu poprawę jakości mięsa wieprzowego. Dostarczą wszystkim uczestnikom łańcucha dostaw narzędzie zarówno do monitorowania przepływu produktów żywnościowych i ich identyfikowania, jak i do rejestrowania pozostałych procesów i wydarzeń w łańcuchu dostaw żywności. Paszportyzacja polskiej żywności usprawni zarządzanie bezpieczeństwem oraz jakością żywności oraz dostarczy transparentnej informacji o produkcie rolno-żywnościowym.</p>
16	Tytuł zadania	AKADEMIA PRODUKCJI PROSIĄT
	Okres realizacji	01.08.2022 – 14.11.2022
	Plan finansowy	2022
	Cel zadania	<p>ODBUDOWA POGŁOWIA TRZODY CHLEWNEJ ORAZ ZWIĘKSZENIE KONKURENCYJNOŚCI POLSKIEJ PRODUKCJI WIEPRZOWINY NA RYNKU KRAJOWYM I WSPIERANIE PRODUKCJI ŻYWNOCI WYSOKIEJ JAKOŚCI POPRZEZ DZIAŁANIA NA RZECZ WZMOCNIENIA ROLI PRODUCENTÓW W ŁAŃCUCHE PRODUKCYJNYM.</p> <p>WSPIERANIE UTRZYMYWANIA ŚWIŃ Z ZACHOWANIEM WYMOGÓW BIOASEKURACJI, DOBROSTANU ZWIERZĄT ORAZ TROSKI O ŚRODOWISKO.</p>
	Zakres działań	<p>Kurs dedykowany dla wszystkich osób, rolników, producentów prosiąt i wieprzowiny posiadających wyższe wykształcenie lub średnie wykształcenie kierunkowe i co najmniej rok doświadczenia produkcyjnego na fermie. Rekrutację uczestników prowadził Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu, Wydział Medycyny Weterynaryjnej i Nauk o Zwierzętach.</p>
	Ocena merytoryczna	<p>Podnoszenie wiedzy i wymiana doświadczeń wśród osób zajmujących się produkcją trzody chlewnej w Polsce. Kurs realizowany na Wydziale Medycyny Weterynaryjnej i Nauk o Zwierzętach Uniwersytetu Przyrodniczego w Poznaniu – jednym z wiodących kierunków zootechnicznych w Polsce – oparty jest na założeniach: przekazywania aktualnej wiedzy przez najlepszych w kraju specjalistów w tej dziedzinie, wymianie doświadczeń (wyjazd studyjny) i pracy w małych grupach. Program studiów obejmuje</p>


		szeroki zakres merytoryczno-technologiczny zagadnień związanych bezpośrednio z produkcją prosiąt i częściowo żywca wieprzowego.
17	Tytuł zadania	JAKOŚĆ Z POLSKIM CERTYFIKATEM – 4 EDYCJA
	Okres realizacji	01.07.2022 – 30.11.2022
	Plan finansowy	2022
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Płatna kampani informacyjno – promocyjna na profilach społecznościowych FB, IG, Linkeid oraz Google Ads wraz z optymalizacją i aktualizacją strony internetowej polskiego systemu jakości żywności QAFP.
	Ocena merytoryczna	Upowszechnienie wśród szerokiego grona konsumentów wiedzy o zaletach mięsa wieprzowego wysokiej jakości w zrównowazonej i zbilansowanej diecie. Kreowanie odpowiedzialnych postaw konsumenckich opartych na patriotyzmie konsumenckim, zaufaniu do polskiej żywności i wybieraniu lokalnych producentów.
18	Tytuł zadania	JAKOŚĆ DLA GASTRONOMII
	Okres realizacji	01.03.2022 – 31.10.2022
	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 szefów kuchni – CHEFS ONLY / ARCHIMAGIRUS oraz wizyty doradców kulinarnych w restauracjach na terenie całego kraju. Lokale przystępujące do projektu otrzymują dodatkowo szkolenie z technik sprzedaży sugerowanej dla presonelu 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.
19	Tytuł zadania	QAFP W NOWOCZESNYCH MEDIACH

	Okres realizacji	01.10.2021 – 30.04.2022
	Plan finansowy	2021
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Kampania programmatic display i video dla precyzyjnie określonych grup docelowych z wykorzystaniem geotargetowania na serwisach internetowych i VOD wraz z płatną kampanią na profilach social mediowych budujących świadomość i zasięg marki oraz zaangażowanie aktywności.
	Ocena merytoryczna	Upowszechnienie wśród precyzyjnie dobranej szeroko rozumianej grupy konsumentów wiedzy o wysokiej jakości wieprzowiny w zbilansowanej i zrównowazonej diecie. Kreowanie odpowiedzialnych postaw konsumenckich opartych na patriotyzmie konsumenckim, zaufaniu do polskiej żywności i wybieraniu lokalnych producentów.
20	Tytuł zadania	QAFP DLA MŁODYCH
	Okres realizacji	03.10.2021 – 04.04.2022
	Plan finansowy	2021
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Płatna kampania informacyjno – promocyjna na profilach społecznościowych FB, IG oraz Tic Tok wraz z produkcją filmików promocyjnych.
	Ocena merytoryczna	Upowszechnienie wśród bardzo młodych i młodych użytkowników internetu przyszłych samodzielnych konsumentów wiedzy na temat poprawnych nawyków żywieniowych oraz roli mięsa wieprzowego w dobrze zbilansowanej diecie.
21	Tytuł zadania	POLSKA SMAKUJE JAKOŚCIA QAFP – 2 EDYCJA
	Okres realizacji	01.04.2022 – 31.12.2022
	Plan finansowy	2021
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	<ul style="list-style-type: none"> <li>• warsztaty kulinarne</li> <li>• spotkania dla restauratorów i szefów kuchni</li> <li>• konferencja prasowa</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>spotkania tematycznych o wieprzowinie wysokiej jakości opracowanie i wprowadzenie do menu potraw na bazie wieprzowiny wysokiej jakości</li> </ul>
	Ocena merytoryczna	Upowszechnienie wśród właścicieli oraz szefów kuchni 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.
22	Tytuł zadania	SPOTKANIA Z JAKOŚCIA QAFP
	Okres realizacji	01.12.2021 – 31.07.2022
	Plan finansowy	2021
	Cel zadania	WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	<ul style="list-style-type: none"> <li>Udział na zasadach partnerstwa merytorycznego / sponsorskiego w wybranych wydarzeniach branży mięsnej – MEATING 2022.</li> <li>Reklama w internecie na portalu branżowym – banner reklamowy wraz z artykułem sponsorowanym.</li> </ul>
	Ocena merytoryczna	Upowszechnienie wśród zakładów przetwórczych, detalistów i hurtowników, którzy wychodząc naprzeciw oczekiwaniom świadomych konsumentów szukających żywności wysokiej jakości informacji o certyfikowanych produktach wieprzowych i polskim systemie jakości żywności wraz z przedstawieniem pakietu korzyści.
23	Tytuł zadania	CERTYFIKOWANA JAKOŚĆ NA POLSKIM STOLE – 3 EDCYJA
	Okres realizacji	01.10.2021 – 31.12.2022
	Plan finansowy	2021
	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.
24	Tytuł zadania	BRANŻA MIĘSNA SZANSE I WYZWANIA
	Okres realizacji	01.07.2020 – 30.06.2022
	Plan finansowy	2020
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Organizacja konferencji branżowej dotyczącej m.in. sytuacji branży mięsnej w obliczu skutków społeczno gospodarczych spowodowanych pandemią Covid 19 i wojną na Ukrainie oraz chorobami epidemicznymi zwierząt. Konferencja połączona także z degustacją produktów wieprzowych wysokiej jakości.
Ocena merytoryczna	Wydarzenie było okazją do wymiany poglądów i doświadczeń, dyskusji o rzeczywistości w jakiej funkcjonuje obecnie branża mięsna oraz do nawiązywania relacji biznesowych.	
25	Tytuł zadania	POLSKA AKADEMIA CERTYFIKOWANEGO MIĘSA – KONTYNUACJA 2020
	Okres realizacji	01.07.2021 – 10.01.2022
	Plan finansowy	2020
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Kampania reklamowa w gazetce sieci handlowej INTERMARCHE i na billboardach.
Ocena merytoryczna	Dotarcie w łącznym nakładzie 11 mln egzemplarzy gazetki do klientów sieci INTERMARCHE z informacją o wysokiej jakości produktach wieprzowych i wzrost zainteresowania polskimi produktami wysokiej jakości QAFP. Kreowanie odpowiedzialnych postaw konsumenckich opartych na patriotyzmie konsumenckim, zaufaniu do polskiej żywności i wybieraniu lokalnych producentów.	
26	Tytuł zadania	MIĘSO O EUROPEJSKIEJ JAKOŚCI
	Okres realizacji	01.05.2021 – 30.04.2022
	Plan finansowy	2020/2021
	Cel zadania	PROMOCJA POLSKIEGO MIĘSA WIEPRZOWEGO NA RYNKACH USA I KANADA
	Zakres działań	<ul style="list-style-type: none"> <li>działania public relations – 12 artykułów prasowych, Q&amp;A, bazy dziennikarzy, monitoring mediów, raporty z publikacji, 2 advertoriale</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>wizyty dziennikarzy – study tour, materiały PR</li> <li>strona internetowa i media społecznościowe</li> <li>działania reklamowe – reklama prasowa i internetowa, filmy reklamowe</li> <li>materiały reklamowo – promocyjne</li> <li>działania targowe – SIAL CANADA 2022</li> <li>seminaria, spotkania B2B – 1 wizyta przedsiębiorców USA i Kanady w Polsce wraz z seminarium, 1 wizyta ekspertów i przedsiębiorców z UE do USA i Kanady wraz z warsztatami</li> <li>badanie efektywności</li> </ul>
	Ocena merytoryczna	Podniesienie poziomu świadomości konsumentów z USA i Kanady na temat wysokiej jakości europejskich produktów. Działania nakierowane na informowanie o wysokich standardach produkcji, rozpowszechnianie informacji na temat systemów jakości prowadzenia upraw i przetwórstwa surowców obowiązujących w Unii Europejskiej. Przekazanie informacji przełoży się na zwiększenie świadomych decyzji zakupowych i większą popyt na wyroby pochodzące z Unii Europejskiej.
		<b>OGÓLNOPOLSKI CECH RZEŹNIKÓW WĘDLINIARZY KUCHARZY</b>
27	Tytuł zadania	KIEŁBASA BIAŁA PARZONA WIELKOPOLSKA NA WIELKANOC
	Okres realizacji	01.03.2022 - 31.05.2022
	Plan finansowy	2022
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Kampania realizowana od 7.04.2022 do 31.05.2022 obejmująca produkcję i emisję 6 audycji telewizyjnych oraz reportażu z imprezy Certyfikacja Jakości w TVP3 Poznań, spotów radiowych w 3 stacjach radiowych (Złote Przeboje, Rock Radio, Radio Pogoda) i ogłoszeń prasowych.
Ocena merytoryczna	Przekazano wiedzę nt. wieprzowiny na przykładzie Kiełbasy Białej i to w kontekście Świąt Wielkanocnych, jako polskiej tradycji. Atrakcyjna formuła audycji połączona z pokazami kulinarnymi i udziałem znanych kucharzy i naukowców i zwięzły 5 minutowy format zapewniły wysoką oglądalność.	
28	Tytuł zadania	W MIĘSIE SIŁA. POLSKA WIEPRZOWINA
	Okres realizacji	01.06.2022 – 30.11.2022
	Plan finansowy	2022

	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Otwarty dla publiczności miejskiej FESTYN KULINARNY, w ramach którego w oprawie artystycznej i z pokazami sportowymi uwzględniającymi sporty siłowe prowadzony były działania informacyjne oraz degustacje. 4.11.2022 Nowy Tomyśl, Mistrzostwa Polski Seniorek i Seniorów w Podnoszeniu Ciężarów, reportaż na antenie TVP3 Poznań, strona <a href="http://www.wms-wieprzowina.pl">www.wms-wieprzowina.pl</a> media społecznościowe (FB).
	Ocena merytoryczna	Bezpośredni przekaz informacyjny przez udział w imprezach masowych oraz za pośrednictwem telewizji pozwolił na dotarcie do 3000 uczestników imprezy, 32 686 widzów TVP 3 Poznań, 948 odsłon strony internetowej oraz 48 874 zasięg postów na FB
29	Tytuł zadania	JUWENALIA Z WIEPRZOWINĄ
	Okres realizacji	06.05.2022 – 31.08.2022
	Plan finansowy	2022
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Udział w imprezie studenckiej Juwenalia – Wielkie Grillowanie, Campus Morasko Poznań 11-12.05.2022, realizacja reportażu telewizyjnego emitowanego 10 x w telewizji WTK, działania promocyjne w prasie, radio, telewizji i Internecie.
	Ocena merytoryczna	Bezpośredni przekaz informacyjny przez udział w imprezach masowych oraz za pośrednictwem telewizji pozwolił na dotarcie do młodych osób (18-30 lat) ok 25 tys. uczestników imprezy, 236 tys. widzów programu WTK, 60 493 zasięg postów na FB.
		<b>POLSKI ZWIĄZEK HODOWCÓW I PRODUCENTÓW TRZODY CHLEWNEJ „POLSUS”</b>
30	Tytuł zadania	JAK ZMAKSYMALIZOWAC PRODUKCJĘ PROSIĄT NA MATERIALE GENETYCZNYM POCHODZĄCYM Z KRAJOWEJ HODOWLI ŚWIŃ
	Okres realizacji	15.08.2022 – 31.12.2022
	Plan finansowy	2022
	Cel zadania	ODBUDOWA POGŁOWIA TRZODY CHLEWNEJ ORAZ ZWIĘKSZENIE KONKURENCYJNOŚCI POLSKIEJ PRODUKCJI WIEPRZOWINY NA RYNKU KRAJOWYM I WSPIERANIE PRODUKCJI ŻYWNOŚCI WYSOKIEJ JAKOŚCI POPRZEZ DZIAŁANIA NA RZECZ WZMOCNIENIA ROLI PRODUCENTÓW W ŁAŃCUCHU PRODUKCYJNYM.

		WSPIERANIE UTRZYMYWANIA ŚWIŃ Z ZACHOWANIEM WYMOGÓW BIOASEKURACJI, DOBROSTANU ZWIERZĄT ORAZ TROSKI O ŚRODOWISKO.
	Zakres działań	Organizacja i realizacja 3 szkoleń (w woj. Mazowiecki, kujawsko-pomorskim i wielkopolskim) dla hodowców i producentów świń oraz osób współpracujących (zootechników, lek. Wet. itp.). w jednym szkoleniu wzięło udział max. 10 osób z wykładem merytorycznym na temat hodowli oraz warsztatami praktycznymi.
	Ocena merytoryczna	Zadanie pozwoliło na uzupełnienie i/lub weryfikację wiedzy w zakresie rozrodu świń, które ułatwią hodowcom i producentom wczesną diagnostykę ciąży, poprawę organizacji rozrodu, lepsze wykorzystanie potencjału loszek i loch polskich ras oraz optymalizację kosztów produkcji.
31	Tytuł zadania	PROMOCJA ŚWIŃ HODOWLANYCH JAKO „PRODUKTU POLSKIEGO” - MINIKOWO
	Okres realizacji	15.04.2022 – 15.07.2022
	Plan finansowy	2022
	Cel zadania	PROMOCJA PRODUKTÓW OZNACZONYCH ZNAKIEM PRODUKT POLSKI
	Zakres działań	Udział w Międzynarodowych Targach Rolno-Przemysłowych AGRO-TECH – przedstawienie oferty świń hodowlanych na stoisku informacyjnym podczas targów. Promocję świń wzmocniła degustacja wyrobów z mięsa wieprzowego ze znakiem „Produkt polski”.
	Ocena merytoryczna	Dzięki takim działaniom wzrosła świadomość konsumentów i zainteresowanie mięsem wieprzowym z polskich ras świń.
32	Tytuł zadania	PROMOCJA ŚWIŃ HODOWLANYCH JAKO „PRODUKTU POLSKIEGO” - BRATOSZEWICE
	Okres realizacji	15.04.2022 – 15.07.2022
	Plan finansowy	2022
	Cel zadania	PROMOCJA PRODUKTÓW OZNACZONYCH ZNAKIEM PRODUKT POLSKI
	Zakres działań	Udział w XXII Wojewódzkiej Wystawie Zwierząt Hodowlanych w Bratoszewicach. Przedstawienie oferty świń hodowlanych na stoisku informacyjnym podczas targów. Promocję świń wzmocniła degustacja wyrobów z mięsa wieprzowego ze znakiem „Produkt polski”.
	Ocena merytoryczna	Dzięki takim działaniom wzrosła świadomość konsumentów i zainteresowanie mięsem wieprzowym z polskich ras świń.
33	Tytuł zadania	PROMOCJA ŚWIŃ HODOWLANYCH JAKO „PRODUKTU POLSKIEGO” - SITNO
	Okres realizacji	15.04.2022 – 15.07.2022



	Plan finansowy	2022
	Cel zadania	PROMOCJA PRODUKTÓW OZNACZONYCH ZNAKIEM PRODUKT POLSKI
	Zakres działań	Udział w XXXIV Wystawie Zwierząt Hodowlanych, Maszyn i Urządzeń w Sitnie. Przedstawienie oferty świń hodowlanych na stoisku informacyjnym podczas targów. Promocję świń wzmocniła degustacja wyrobów z mięsa wieprzowego ze znakiem „Produkt polski”.
	Ocena merytoryczna	Dzięki takim działaniom wzrosła świadomość konsumentów i zainteresowanie mięsem wieprzowym z polskich ras świń.
		<b>STOWARZYSZENIE INNOWATORÓW WSI</b>
34	Tytuł zadania	ROZSKAJ SIĘ W POLSKIEJ WIEPRZOWINIE – ŁÓDZKIE DOŻYNKI 2022
	Okres realizacji	01.06.2022 – 30.09.2022
	Plan finansowy	2022
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Udział w Dożynkach Województwa Łódzkiego w Radomsku 21.08.2022 r. Hala namiotowa ze strefą gastronomiczną, pokazy kulinarne i degustacja potraw z wieprzowiny, prelekcje i rozmowy z dietetykiem, konkursy z nagrodami, strefa gier i zabaw dla najmłodszych uczestników dożynek. Spoty o imprezie w TVP Łódź oraz posty na FB.
	Ocena merytoryczna	Systematyczny wpływ na zwiększenie świadomości konsumentów na temat wieprzowiny, szersza wiedza konsumentów na temat walorów odżywczych i prozdrowotnych mięsa. Wykreowano pozytywny wizerunek mięsa wieprzowego.
		<b>KRAJOWY ZWIĄZEK REWIZYJNY ROLNICZYCH SPÓŁDZIELNI PRODUKCYJNYCH</b>
35	Tytuł zadania	JAKOŚCIOWA HODOWLA POLSKICH RAS TRZODY PRZYSZŁOŚCIA PRODUKCJI
	Okres realizacji	10.05.2022 – 30.09.2022
	Plan finansowy	2022
	Cel zadania	ODBUDOWA POGŁOWIA TRZODY CHLEWNEJ ORAZ ZWIĘKSZENIE KONKURENCYJNOŚCI POLSKIEJ PRODUKCJI WIEPRZOWINY NA RYNKU KRAJOWYM I WSPIERANIE PRODUKCJI ŻYWNOSCI WYSOKIEJ JAKOŚCI POPRZEZ DZIAŁANIA NA RZECZ WZMOCNIENIA ROLI PRODUCENTÓW W ŁAŃCUCHU PRODUKCYJNYM.

	Zakres działań	Szkolenie w Koprzywnicy w gminie Przechlewo woj. Pomorskie dla przedstawicieli RSP z całej Polski w dniach 10-12.05.2022 na temat przekwalifikowania produkcji wieprzowiny z przemysłowej na wysokojakościowa i ras polskich.
	Ocena merytoryczna	W szkoleniu wzięło udział 52 osoby, materiały szkoleniowe po szkoleniu zamieszczono na stronie <a href="http://www.kzrrsp.pl">www.kzrrsp.pl</a> . Do 300 spółdzielni rolnych w całym kraju wysłano biuletyny informacyjne z materiałami ze szkolenia.
		<b>ZWIĄZEK ZAWODOWY ROLNICTWA SAMOBRONA</b>
36	Tytuł zadania	WSPIERAJMY LOKALNY RYNEK – WYBIERAJMY PRODUKT POLSKI
	Okres realizacji	13.05.2022 – 31.08.2022
	Plan finansowy	2022
	Cel zadania	PROMOCJA PRODUKTÓW OZNACZONYCH ZNAKIEM PRODUKT POLSKI
	Zakres działań	Eventy degustacyjne zorganizowano w 3 miejscach w Polsce: 15.05.2022 w Minikowie (woj. kujawsko-pomorskie), 11.06.2022 w Skarżysku Kamiennej (woj. świętokrzyskie) i 25.06.2022 w Szepietowie (woj. podlaskie). Uczestnikom przekazywane były polskie kanapki z kotлетem wieprzowym tzw. burgerki wieprzowe, hot-dogi, pieczona kiełbasa oraz kaszanka z grilla, deska wędlin. W punkcie informacyjnym rozdawano ulotki o produkcie polskim i polskiej wieprzowinie.
	Ocena merytoryczna	Według realizatora imprezy wpłynęły na zwiększenie wiedzy uczestników oraz zachęciły do patriotyzmu konsumenckiego. Rozdano około 21 tys. porcji na wszystkich wydarzeniach dla około 21 tys. uczestników wydarzeń.
		<b>ZWIĄZEK ZAWODOWY ROLNIKÓW OJCZYŻNA</b>
37	Tytuł zadania	PROMOCJA WIEPRZOWINY PODCZAS IMPREZ JEŹDZIECKICH W ZAMKU KLICKÓW ORAZ FOLWARKU KSIĄŻĘCEGO
	Okres realizacji	01.07.2022 – 31.10.2022
	Plan finansowy	2022
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Promocja wieprzowiny podczas imprezy na Zamku Kliczków. Kampania w mediach społecznościowych na FB, emisja filmu na YT, broszura informacyjna,

	Ocena merytoryczna	Zadanie przyczynia się do obalania mitów o wieprzowinie, np. jej szkodliwemu wpływowi na zdrowie, poprawa wizerunku mięsa wieprzowego, wyjaśnienie stereotypów na temat wieprzowiny. 20 tys. odsłon na FB przez 3 miesiące.
38	Tytuł zadania	WIEPRZOWINA NA ŁOPATKACH
	Okres realizacji	01.06.2022 – 01.09.2022
	Plan finansowy	2022
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	I etap przygotowań do kampanii „Wieprzowina na łopatkach”. Realizacja reklam na SM (FB i Insta), opracowanie ulotek, ankiet, gadżetów dla uczestników warsztatów, produkcja filmików do SM, druk materiałów informacyjnych dla restauracji, nagranie spotu radiowego i TV
	Ocena merytoryczna	Wnioski po zakończeniu projektu.
39	Tytuł zadania	POZNAJ WYBORNY SMAK POLSKIEJ WIEPRZOWINY
	Okres realizacji	01.04.2022 – 01.08.2022
	Plan finansowy	2022
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	I etap przygotowujący do rozpoczęcia kampanii reklamowej na FB, warsztatów kulinarnych online, druk materiałów promocyjnych, foodtruck, przygotowanie strony www, rezerwacja powierzchni na zlot foodtrucków w 7 lokalizacjach i na Letnim Pikniku w Parku Śląskim,
	Ocena merytoryczna	Wnioski po zakończeniu projektu.
40	Tytuł zadania	TARGI ROLNICZE AGRO-PARK
	Okres realizacji	29.12.2021 – 31.05.2022
	Plan finansowy	2021
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	I etap zadania – rezerwacja powierzchni na targach Agro-Park, opracowanie strategii kampanii, zakup nagród dla producentów świń.

	Ocena merytoryczna	Wnioski po zakończeniu projektu.
41	Tytuł zadania	MIĘSO WIEPRZOWE DLA DZIECI ZAWSZE ZDROWE
	Okres realizacji	01.12.2021 – 01.06.2022
	Plan finansowy	2021
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	W I etapie przygotowano materiały: roll-up, ankiety, gadżety, broszury informacyjno-promocyjne, materiały plastyczne.
	Ocena merytoryczna	Dalsza promocja wieprzowiny, obalanie mitów na temat wieprzowiny.
42	Tytuł zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO W KULINARNYCH REGIONACH POLSKI
	Okres realizacji	02.09.2021 – 31.01.2022
	Plan finansowy	2021
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Działania w II etapie miały za zadanie przygotowanie materiałów i narzędzi niezbędnych do realizacji kampanii: reklama na portalach społecznościowych FB – 8 postów/miesiąc, emisja filmików z pokazów na YT, opracowanie przewodnika po polskich regionach kulinarnych.
	Ocena merytoryczna	Wysłano przewodnik po Kulinarnych Regionach Polski do 1000 KGW. Obalanie mitów na temat wieprzowiny, rzetelny przekaz informacyjno-promocyjny wsparty przez znanych kucharzy.
		<b>KRAJOWA RADA IZB ROLNICZYCH</b>
43	Tytuł zadania	PRZEPIS DNIA – WIEPRZOWINA W CODZIENNEJ DIECIE
	Okres realizacji	04.07.2022 – 02.11.2022
	Plan finansowy	2022
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Kampania edukacyjno-informacyjna została zrealizowana w TVP S.A. w programie „Przepis dnia” na vod.tv oraz na <a href="http://www.kalendarzrolnikow.pl">www.kalendarzrolnikow.pl</a> Kucharzem ekspertem był Łukasz Konik.

		Audycja trwała 4 minuty i była emitowana 6 razy w TV i jest dostępna na vod.tvp.pl Kampania telewizyjna była promowana w Internecie.
	Ocena merytoryczna	Efektom było zwiększenie zaufania do spożycia produktów wieprzowych. Audycje przyczyniły się do budowania pozytywnego wizerunku polskiej wieprzowiny jako zdrowego produktu spożywczego. Każdy program obejrzał od ok. 559 000 do ok. 670 000 widzów.
44	Tytuł zadania	SMACZNIE I ZDROWO Z POLSKĄ WIEPRZOWINĄ
	Okres realizacji	01.05.2022 – 31.10.2022
	Plan finansowy	2022
	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: 2.07.2022 w Żegocinie i 3.09.2022 w Nowych Skalmierzycach. 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 wysłuchać prelekcji na temat wartości odżywczych wieprzowiny i zobaczyć prezentację o tym mięsie, a także dystrybuowane były broszury informacyjne.
	Ocena merytoryczna	W obu imprezach wzięło udział ponad 7 000 osób. Uczestnicy obu eventów wypełniali ankiety oceniające akcję promocyjną.
45	Tytuł zadania	WIEPRZOMANIA
	Okres realizacji	01.05.2022 – 31.10.2022
	Plan finansowy	2022
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Zorganizowano imprezę plenerową w województwie podkarpackim w dniu 24.09.2022 w Boguchwale podczas Podkarpackiego Bazaru. Podczas imprezy zorganizowano wiele konkursów i zabaw dla uczestników związanych tematycznie z produkcją świń i mięsa wieprzowego. Przygotowano i rozdano potrawy z mięsa wieprzowego. Imprezie towarzyszyło stoisko informacyjne, gdzie rozdawano materiały informacyjne i gadżety promocyjne.
	Ocena merytoryczna	Szacuje się, że w imprezie wzięło udział około 700 osób. Wszystkie potrawy degustacyjne przygotowano z polskiej wieprzowiny.
46	Tytuł zadania	POLSKA WIEPRZOWINA – LUBIĘ TO!

	Okres realizacji	01.05.2022 – 31.10.2022
	Plan finansowy	2022
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW PROMOCJA PRODUKTÓW OZNACZONYCH ZNAKIEM PRODUKT POLSKI
	Zakres działań	Organizacja dwóch imprez plenerowych promujących spożycie mięsa wieprzowego i jego przetworów w województwie warmińsko-mazurskim: w Pasymiu (28.08.2022) oraz w Olsztynku (18.09.2022). Na obu imprezach było zorganizowane stoisko informacyjne, pokazy kulinarne z degustacją potraw z polskiej wieprzowiny, konkursy i zabawy dla uczestników imprez, związane z produkcją świń i mięsem wieprzowym. Utworzono fanpage na FB i informowano o wydarzeniach oraz o wartościach odżywczych mięsa wieprzowego (67 postów, które dotarły do ok. 6500 odbiorców).
	Ocena merytoryczna	Wydano łącznie 4700 porcji degustacyjnych o masie ok. 235 kg.
47	Tytuł zadania	PIKNIK WIEPRZOWY „POLSKIE SMAKI WIEPRZOWINY”
	Okres realizacji	01.05.2022 – 31.10.2022
	Plan finansowy	2022
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW PROMOCJA PRODUKTÓW OZNACZONYCH ZNAKIEM PRODUKT POLSKI
	Zakres działań	Zorganizowano w województwie łódzkim jedną imprezę plenerową promującą spożycie mięsa wieprzowego. Impreza odbyła się 28.10.2022 w Buczku. Zorganizowano konkursy dla uczestników, kącik dla najmłodszych, quiz o wieprzowinie i rasach świń, konkursy zakończono wręczeniem nagród oznakowanych źródłem finansowania. Imprezie towarzyszył pokaz kulinarny z degustacją potraw z wieprzowiny.
	Ocena merytoryczna	W imprezie wzięło udział około 500 osób. Rozdano 1500 broszur informacyjnych, przeprowadzono ankiety oceniające akcję promocyjną.
48	Tytuł zadania	POLSKI FESTIWAL WIEPRZOWINY
	Okres realizacji	1.05.2022 – 31.10.2022
	Plan finansowy	2022

	Cel zadania	PROMOCJA PRODUKTÓW OZNACZONYCH ZNAKIEM PRODUKT POLSKI PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Zorganizowano dwie imprezy plenerowe w województwie dolnośląskim: 15.10.2022 w Pękocinie i 22.10.2022 w Jaworze. Uczestnicy imprez otrzymali materiały informacyjno-promocyjne, wyświetlano prezentację na stoisku informacyjnym, zorganizowano degustację potraw z wieprzowiny. Wszystkie produkty do degustacji były oznaczone znakiem „Produkt Polski”.
	Ocena merytoryczna	W obu imprezach wzięło udział około 1000 osób. Wydarzenia przyczyniły się do budowania pozytywnego wizerunku mięsa wieprzowego. Materiały promocyjne zostały dobrane tak, żeby można było ich używać codziennie (breloki, etui na karty płatnicze, smycze, opaski odblaskowe, torby ekologiczne itp.
49	Tytuł zadania	„PROMOCJA POLSKIEGO MIĘSA WIEPRZOWEGO”
	Okres realizacji	01.05.2022 – 31.10.2022
	Plan finansowy	2022
	Cel zadania	PROMOCJA PRODUKTÓW OZNACZONYCH ZNAKIEM PRODUKT POLSKI PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	W województwie opolskim zorganizowano 10.09.2022 w Opolu imprezę plenerową promującą spożycie mięsa wieprzowego i przetworów. Impreza odbyła się pod hasłem rodzinne Grill Party. Na stoisku degustacyjnym rozdano 1800 porcji potraw z wieprzowiny. Zorganizowano konkursy i quizy związane z wieprzowiną i produkcją świń. W Sali konferencyjnej realizowano prelekcje na temat wartości odżywczej wieprzowiny, skierowane do różnych grup odbiorców od dzieci po dorosłych.
	Ocena merytoryczna	Szacuje się, że w imprezie wzięło udział ok. 450 osób. Wydarzenie było elementem budowania pozytywnego wizerunku polskiej wieprzowiny jako zdrowego produktu spożywczego.
50	Tytuł zadania	„AKCJA PROMOCYJNA MIĘSA WIEPRZOWEGO – WIEPRZOWINA NA CO DZIEŃ”
	Okres realizacji	01.05.2022 – 31.10.2022
	Plan finansowy	2022
	Cel zadania	PROMOCJA PRODUKTÓW OZNACZONYCH ZNAKIEM PRODUKT POLSKI

		PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Zorganizowano dwie imprezy plenerowe w województwie mazowieckim: w Płońsku (11.06.2022) oraz w Ołtarzewie (7.10.2022). Zorganizowano stoiska do prezentacji i degustacji potraw z mięsa wieprzowego oraz stoiska informacyjne, na którym dystrybuowano materiały informacyjno-promocyjne: ulotki i gadżety. Przeprowadzono konkursy dla młodzieży i dorosłych a zwycięzcom wręczono nagrody oznakowane źródłem finansowania.
	Ocena merytoryczna	W obu imprezach wzięło udział około 1300 osób. Przeprowadzono ankiety satysfakcji wśród uczestników eventów, którzy pytali o możliwość zakupu mięsa wysokiej jakości w Polsce.
51	Tytuł zadania	SMAKI Z WIEPRZOWINY
	Okres realizacji	01.05.2022 – 10.31.2022
	Plan finansowy	2022
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Zorganizowano dwie imprezy plenerowe w województwie świętokrzyskim: 15.08.2022 w Nowej Słupi i 28.08.2022 w Radkowie. Imprezom towarzyszyła degustacja potraw z wieprzowiny, stoisko informacyjno-promocyjne, zorganizowano konkursy z nagrodami dla uczestników.
	Ocena merytoryczna	Szacuje się, że w obu imprezach wzięło udział około 1800 osób. Uczestnicy zapoznali się z walorami odżywczymi mięsa wieprzowego i jego przetworów. Informacja o walorach mięsa dotarła do szerokiego grona odbiorców.
52	Tytuł zadania	WIEPRZOWINA – MIĘSNA UCZTA. DLACZEGO WARTO JEŚĆ WIEPRZOWINĘ?
	Okres realizacji	01.05.2022 – 31.10.2022
	Plan finansowy	2022
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Zorganizowano dwie imprezy plenerowe w województwie kujawsko-pomorskim: 9.07.2022 w Golubiu-Dobrzyniu i 24.07.2022 w Brodnicy. Na obu eventach były stoiska degustacyjne oraz informacyjno-promocyjne. Informacje o obu wydarzeniach rozpropagowano lokalnie na plakatach, w lokalnej prasie, na stronie



		internetowej K-PIR. Zorganizowano konkursy dla dzieci i dorosłych, wręczono oznakowane nagrody.
	Ocena merytoryczna	Obie imprezy odwiedziło około 3200 osób. Z ankiet satysfakcji wynika dobra ocena akcji promocyjnych. Formuła bezpośredniej promocji dała możliwość dotarcia do szerokiego grona konsumentów.
53	Tytuł zadania	PIKNIK WIEPRZOWY
	Okres realizacji	01.03.2022 – 21.11.2022
	Plan finansowy	2022
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Zorganizowano imprezę promocyjną w województwie kujawsko-pomorskim w miejscowości Podgórzyń podczas Wojewódzkiego Konkursu Orki. Podczas eventu zorganizowano degustację oraz stoisko informacyjno-promocyjne, zorganizowano konkursy z nagrodami.
	Ocena merytoryczna	W imprezie uczestniczyło około 4000 osób, z ankiet satysfakcji wynika pozytywna ocena akcji promocyjnej.
54	Tytuł zadania	POMORSKIE PIKNIKI WIEPRZOWE
	Okres realizacji	01.03.2022 – 31.10.2022
	Plan finansowy	2022
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Zorganizowano dwie imprezy plenerowe w województwie pomorskim: 17.09.2022 w Pelplinie i 18.09.2022 w Debrznie. Podczas obu imprez zorganizowano degustacje potraw z wieprzowiny oraz stoiska informacyjno-promocyjne z ulotkami i gadżetami. Przeprowadzono konkursy z nagrodami.
	Ocena merytoryczna	łącznie obie imprezy odwiedziło ok 5000 osób. Uczestnicy zapoznali się z walorami odżywczymi mięsa wieprzowego. Potrawy były przygotowane na bazie polskiej wieprzowiny. Ankiety satysfakcji wskazują na wysoką ocenę obu eventów przez uczestników.