

SPRAWOZDANIE RZECZOWE FUNDUSZU PROMOCJI MIĘSA WOŁOWEGO za rok 2023

Fundusz Promocji Mięsa wołowego działa na podstawie ustawy z dnia 22 maja 2009 r. o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych (Dz.U. z 2021 r. poz. 1496).

Fundusz został utworzony w celu wspierania marketingu rolnego, wzrostu spożycia oraz promocji wołowiny w Polsce i na świecie. Fundusz zarządzany jest przez komisję zarządzającą składającą się z 9 członków (3 przetwórców, 5 producentów oraz 1 przedstawiciela izb rolniczych). Kadencja członków komisji zarządzających trwa 4 lata.

Do kompetencji komisji zarządzających należy: reprezentowanie interesów branży, ustalanie zasad gospodarowania środkami finansowymi, opracowywanie planu finansowego funduszu, sporządzanie sprawozdania rzeczowego funduszu; uchwalanie regulaminu komisji, opracowywanie strategii promocji wołowiny.

Realizowane zadania

„Promocja polskiego mięsa wołowego”,

Krajowa Rada Izb Rolniczych zrealizowała zadanie w terminie 01-04-2023 do 30-09-2023. i we współpracy z Izbą Rolniczą w Opolu zorganizowała 8 września 2023 r. w Głubczycach zadanie pod nazwą „Promocja polskiego mięsa wołowego”, którego celem było promowanie wśród konsumentów spożycia mięsa wołowego i jego przetworów oraz zwiększenie udziału ich spożycia w codziennej diecie. Podczas trwania wydarzenia uczestnicy mieli okazję zapoznać się między innymi z walorami promowanych produktów, ich jakością, zaletami oraz wartościami odżywczymi mięsa wołowego. Przeprowadzona impreza miała charakter promocyjny, ale również i edukacyjny, który uświadamiał uczestnikom znaczenie mięsa wołowego w diecie człowieka, jak również był dobrą okazją do promocji produktów i dań przyrządzonych na bazie polskiego mięsa wołowego. Podczas wydarzenia przeprowadzono bezpłatną degustację 6 potraw, łącznie ok 2500 porcji. Na specjalnie przygotowanym stoisku rozdawano materiały informacyjne, ulotki i broszury pt. „Promocja polskiego mięsa wołowego” finansowane z Funduszu Promocji Mięsa Wołowego, które informowały o walorach żywieniowych i smakowych mięsa wołowego. Zainteresowani uczestnicy mogli porozmawiać z obsługą stoiska o wartościach odżywczych mięsa wołowego, ale również z wykwalifikowanym dietetykiem, który służył swoją fachową wiedzą i doświadczeniem odpowiadając również na pytania dotyczące zbilansowanej diety uwzględniającej dania sporządzone na bazie mięsa wołowego. Nieodłącznym elementem przeprowadzonego wydarzenia były liczne konkursy dla dzieci i dorosłych. Zwycięzcy konkursów oprócz nagród rzeczowych otrzymali dyplomy z Imieniem i Nazwiskiem jak również zajęтым miejscem w konkursie. Konferansjer prowadzący imprezę kilkakrotnie zachęcał do odwiedzenia stoiska, informował o walorach produktów z mięsa wołowego, zachęcał do zwiększenia spożycia w codziennej diecie, a także do degustacji wyrobów znajdujących się na stoisku oraz do udziału w konkursach. Na bieżąco informował, że impreza została

zorganizowana ze środków Funduszu Promocji Mięsa Wołowego. Na potrzebę realizacji zadania zostały podjęte następujące działania: opracowano i wykonano materiały promocyjne (baner – 1 szt., rollup – 1 szt., plakaty – 100 szt., ulotki – 1000 szt., długopisy – 300 szt., smycze – 200 szt., chorągiewki – 300 szt., broszury – 1000 szt. Plakaty były wywieszane na tablicach ogłoszeń na terenie województwa opolskiego. W imprezie szacuje się, że udział wzięło około 600 os.

W ramach Zadania zatrudniono 2 koordynatorów.

Wołowina – symfonia smaku

Krajowa Rada Izb Rolniczych zrealizowała zadanie w terminie 01-04-2023 do 30-09-2023 od 01-09-2023 do 15-11-2023 i we współpracy z Podlaską Izbą Rolniczą zorganizowała w dniu 12 października 2023 r. w Białymstoku podczas gali Aggro KobieTy zadanie pod nazwą „Wołowina – symfonia smaku”.

Zadanie miało na celu promocję wśród konsumentów, a w szczególności kobiet, spożycia produktów z mięsa wołowego i zwiększenia jego udziału w codziennej diecie. Informacja o wydarzeniu była znalazła się na tablicach informacyjnych lub innych widocznych miejscach, gdzie rozwieszono plakaty informujące o zadaniu. Ponadto, wybrani potencjalni uczestnicy wydarzenia otrzymywali pisemne zaproszenia, których dystrybucja w liczbie 350 szt., odbywała się przez Podlaską Izbę Rolniczą.

W dniu realizacji Zadania zorganizowano stoisko informacyjne, na którym obsługa informowała uczestników m.in. o walorach mięsa wołowego, jego możliwościach kulinarnych i zachęcała do zwiększenia udziału wołowiny w codziennej diecie. Uczestnicy imprezy mogli spróbować potraw przygotowanych z mięsa wołowego. Na realizację Zadania przygotowano po 350 porcji różnych dań do degustacji zawierających mięso wołowe.

Do realizacji Zadania opracowano, zaprojektowano i wydrukowano broszurę informacyjną w ilości 350 sztuk, które rozdano podczas realizowanego zadania w Białymstoku. Broszura zawierała informacje o nazwie zadania i źródła sfinansowania. Do realizacji zadania zakupiono również gadzety promocyjne w postaci termosów, w ilości 350 sztuk – z czego wszystkie zostały rozdane w Operze i Filharmonii Podlaskiej w Białymstoku w dniu realizacji zadania. Na gadżetach była umieszczona informacja, iż zadanie zostało sfinansowane ze środków Promocji Mięsa Wołowego.

Celem uatrakcyjnienia wydarzenia zapewniono oprawę muzyczną – artystyczną wraz z nagłośnieniem. Uczestnicy Zadania promocyjnego mieli okazję obejrzeć występ zespołu Fair Play Crew oraz Zimne Dranie. Zatrudniony został konferansjer, który prowadził Wołowinę – symfonię smaku, informując zebranych o celu realizacji zadania, środkach z jakich zadanie zostało sfinansowane, zachęcał do degustacji dań przygotowanych z mięsa wołowego, informował z organizowanej loterii konkursowej oraz zachęcał do odwiedzenia stoiska. Podczas imprezy przeprowadzono loterię fantową, podczas której laureaci otrzymali nagrody w postaci zegarków (14 szt.) oraz skórzanych portfeli (72 szt.).

Miejsce, w którym odbywała się realizacja zadania było oznaczone w postaci ścianki reklamowej, roll-upu, plakatów), które zawierały nazwę Zadania oraz źródło jego finansowania.

Na potrzeby realizacji zadania zatrudniono hostessy oraz obsługę stoiska, które zachęcały uczestników do odwiedzenia stoiska i degustacji przygotowanych potraw, serwowanie dań oraz informowanie o walorach serwowanych produktów i zachęcanie do zwiększenia ich spożycia w codziennej diecie.

W ramach Zadania zatrudniono 2 osoby odpowiedzialne za organizację zadania.

Wszystkie porcje degustacyjne zostały skonsumowane podczas imprezy, w której szacuje się, że udział wzięło ponad 400 osób. Tyle też osób odwiedziło stoisko informacyjne. Rozdano 350 gadżetów promocyjnych w postaci różowych termosów oraz tyle samo broszur informacyjnych.

Biorąc pod uwagę zainteresowanie uczestników wydarzenia degustacją, loterią oraz informacjami uzyskiwanymi na stoisku z pewnością można stwierdzić, że osiągnięto 100% efekt realizacji zadania. Liczne były głosy z zapytaniami o kolejne tego typu wydarzenia.

Przepis na polską wołowinę,

Krajowa Rada Izb Rolniczych zrealizowała Zadanie „Przepis na polską wołowinę”. Zadanie zostało zrealizowane w Telewizji Polskiej S.A. w programie autorskim pn. „Przepis dnia” oraz na vod.tvp.pl oraz na stronie internetowej www.kalendarzrolnikow.pl.

Działania podejmowane w ramach zadania miały na celu informowanie o jakości i cechach, w tym walorach mięsa wołowego pochodzącego od polskich producentów.

W celu prawidłowości realizacji zadania „Przepis na polską wołowinę” zatrudniono koordynatorów zadania, odpowiedzialnych za współpracę z KRIR i TVP S.A. oraz portalem kalendarzrolnikow.pl

W ramach Zadania KRIR zlecił usługę ekspercką dotyczącą pokazu w czasie Programu „Przepis dnia” przygotowania dań z wołowiny oraz przekazanie autorskich przepisów, które wykorzystywał podczas projekcji.

Audycja trwała ok. 4 minut. Zrealizowano dwa odcinki premierowe i do każdego odcinka były 3 powtórki programu.

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

W ramach Zadania zrealizowano następujące działania:

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

„Czas na dobrą wołowinę”.

Impreza odbyła się 12 kwietnia 2023 r. podczas I Wielkopolskiego Forum Promocji Wołowiny w Hotelu Moran, Ostrowo 30 w Powidzu.

Celem zadania było zwiększenie świadomości konsumentów i producentów o jakości wołowiny.

Zadanie przyczyniło się do stymulowania podnoszenia jakości wołowiny w łańcuchu dostaw, w fazie produkcji, dystrybucji, przetwórstwa i handlu. Dzięki realizacji zadania nastąpiła integracja wszystkich ogniw łańcucha dostaw. Zadanie pozwoliło na dotarcie z informacją o jakości mięsa wołowego do konsumentów i producentów.

Zadanie polegało na przeprowadzeniu pokazu kulinarnego oraz przeprowadzeniu degustacji potraw z udziałem wołowiny podczas I Wielkopolskiego Forum Promocji Wołowiny w formie obiadu.

Pokaz kulinarny oraz degustacja skierowane były do uczestników I Wielkopolskiego Forum Promocji Wołowiny. Uczestnikami Forum byli producenci wołowiny, producenci pasz oraz przedstawiciele instytucji i firm z otoczenia rolnictwa: banki, doradztwo, nauka, biznes, samorządowcy (szacuje się udział na około 200 osób).

Działania, które KRIR podjęła w celu realizacji zadania:

1. Opracowano projekt rollupu,
2. Wykonano rollup (1 szt)
3. Przygotowano i przeprowadzono pokaz kulinarny: pokaz kulinarny trwał do 30 minut. Podczas pokazu kucharz przygotował przekąski/porcje degustacyjne z wołowiny.
4. Przygotowano i przeprowadzono degustację w formie obiadu z udziałem mięsa wołowego (200 porcji obiadowych).

Zadanie zrealizowała Krajowa Rada Izb Rolniczych we współpracy z Spółdzielcza Grupa Producentów "BIZON", a za jego realizację byli odpowiedzialni pracownicy Krajowej Rady Izb Rolniczych.

Zrealizowane działania w ramach Zadania były finansowane ze środków Funduszu Promocji Mięsa Wołowego.

Zakres zadania:

Projekt zakłada zintegrowaną promocję polskich produktów rolnictwa ekologicznego podczas Międzynarodowych Targów BIOFACH 2023 w Norymberdze w Niemczech w dniach 14-17 lutego 2023 r. wraz z wizytami studyjnymi w 3 europejskich krajach (Niemczech, Rumunii, Włoszech).

Termin realizacji:

01.01.2023-1.11.2023, przedłużony do 01.01.2024

Ocena merytoryczna (rezultaty, wskaźniki)

W trakcie 4 dni targów odbywały się pokazy gotowania na żywo oraz degustacje pokazowych dań w formie śniadań, lunchów i drobnych przekąsek. W trakcie pokazów i degustacji przekazywane były informacje na temat polskich produktów oraz o polskim rolnictwie ekologicznym. Na stoisku odbyło się 20 degustacji. Każdego dnia targów wydawano ponad 1200 porcji degustacyjnych. W zaaranżowanych na stoisku czterech strefach produktowych prowadzili działania eksperci branżowi którzy przeprowadzili 180 spotkań.

W dniu 15 lutego 2023 r. od godz.18:00 na stoisku odbyło się spotkanie promocyjno – biznesowe, zorganizowane, przeprowadzone jako polski Wieczór Wystawców. Formuła eventu polegała na spotkaniu profesjonalistów z Polski, Europy oraz gości z krajów trzecich. Na spotkaniu zostały zaprezentowane polskie produkty rolnictwa ekologicznego i zaserwowane polskie potrawy. W wieczorze wzięli udział przedstawiciele grup docelowych- przedsiębiorcy, firmy handlowe, producenci, przedstawiciele samorządów i biznesu oraz organizacji okołobiznesowych, dziennikarze łącznie w liczbie 570 osób.

Do przygotowania dań degustacyjnych na stoisku, w trakcie Wieczoru Wystawców zostały wykorzystane produkty polskiego rolnictwa ekologicznego.

W ramach działań projektowych wykonano wielkoformatowe informacje, opatrzone logiem i znakami o dofinansowaniu oraz materiały informacyjno- promocyjne tj. 1500 sztuk toreb i 1500 sztuk ulotek.

Zadanie obejmowało również organizację 3 wyjazdów studyjnych dla polskich rolników i przetwórców do 3 Niemiec, Włoch i Rumunii. W każdym pięciodniowym wyjeździe studyjnym wzięło udział 28 osób. W każdym kraju odwiedzono 3 gospodarstwa/przetwórnice ekologiczne.

INCOMING -wizyta studyjna z Wietnamu dla 8 osób

25-30 listopada 2023

Zaproszeni goście reprezentowali kręgi biznesowe z Wietnamu, w ciągu 5 dni

pobytu w Polsce odbyli wizyty studyjne w firmach należących do stowarzyszenia PE.

Poznali procesy produkcyjne, systemy certyfikacji ekologicznej, przeprowadzali rozmowy handlowe na temat możliwości eksportowych do Wietnamu.

Artykuły i bannery reklamowe w prasie amerykańskiej i polskiej

Publikacja w specjalistycznej gazecie amerykańskiej TotalFoodServis

Artykuł i banner edycja Wrzesień 2023

Banner edycja październik i listopad 2023

Artykuł w prasie polskiej Przegląd Gastronomiczny Nr 10/2023

Wielofunduszowa Promocja Żywności Wysokiej Jakości

Zakres zadania:

przeprowadzenie działań informacyjno promocyjnych promocji podczas I Festiwalu Polskiej Żywności Wysokiej Jakości, 24.06.2023 – 25.06.2023 r. PGE Narodowy,

Termin realizacji: 21.06.2023 – 30.06.2023

Ocena merytoryczna (rezultaty, wskaźniki)

W ramach projektu zostały zrealizowane działania skupiające się na promocji produktów wysokiej jakości w tym tych z systemami jakości. Promocja dotyczyła następujących grup produktowych: mleka, mięsa wieprzowego, mięsa końskiego, mięsa owczego, owoców, warzyw, Zbóż i przetworów zbożowych, mięsa drobiowego, ryb, roślin oleistych, produktów pszczelich i ich przetworów. W trakcie festiwalu przeprowadzono 14 pokazów kulinarnych, wydano 7 tys. porcji degustacyjnych, przeprowadzono animacje dla dzieci, rozdysponowano 600 czapek i 2000 folderów z informacjami o polskich produktach.

opublikowano materiały informacyjne w mediach społecznościowych – 40 postów zamieszczonych m. in. na funpagach „Polagry”, „Kulinarnego pucharu polski”, „Tour salon”, „Smaki Regionów” udostępniane przez funpage - „Jadę i jem”, „Polska- gdzie dobrze zjeść?”, „Ekologia polska – produkty spożywcze”, „Kupuj bo podkarpackie”, „Polska dobra wyżerka”, „Kupuj u rzemieślnika”, „Ekologiczne rolnictwo”, „Rolnictwo ekologiczne”, „Rolnictwo Tradycyjne. Żywność Tradycyjna”, „Jedzmy lokalne produkty”. Kanały łącznie obserwuje ponad 30 tys. osób.

Tytuł Zadania:

Bycie Fit jest Git - ekologia i tradycja

Zakres zadania:

przeprowadzenie spotkań z młodzieżą w wieku 8-16la. Kampania w social mediach, prowadzenie strony internetowej zadania, nakręcenie filmów promocyjnych.

Termin realizacji:

20.07.2023- 31.12.2023

Ocena merytoryczna (rezultaty, wskaźniki)

W 20 spotkaniach wzięło udział 1000 osób

Zasięg mediów społecznościowych: 72 posty - 100 tys. wyświetleń.

Rozdysponowano materiały promocyjne: Lunch-box 800 szt., książeczki dla dzieci 800 szt.

Tytuł Zadania: EUOrganicschool

Zakres zadania:

Rynki docelowe: Polska, Rumunia dodatkowe cele szczegółowe: Wzrost wiedzy grup docelowych o wysokiej jakości i dostępności polskich ekologicznych produktów - owoców, warzyw, mięsa wołowego, wieprzowego, zboża, mleka i ich przetworów. Wzrost sprzedaży polskich ekologicznych produktów w Polsce i Rumunii, Zwiększenie konkurencyjności polskich produktów zarejestrowanych w ramach unijnego systemu jakości. Zakres działań: szkolenia nauczycieli przeprowadzone w 10 szkołach, pokazujące zadania jakie projekt ma na celu realizować, jak również przedstawienie materiałów dydaktycznych przygotowanych do lekcji z uczniami. Prowadzenie strony internetowej projektu oraz social media oraz nakręcenie filmów promocyjnych

Termin realizacji:

01.04.2022- 31.03.2025

Ocena merytoryczna (rezultaty, wskaźniki)

- Zwiększenie konkurencyjności polskich produktów zarejestrowanych w ramach systemu jakości eko.
- Zwiększenie świadomości i poziomu rozpoznawalności europejskiego logo prod. ekologicznej.
- Zwiększenie konkurencyjności produktów z logo ekologicznym poprzez
- Zwiększenie świadomości konsumentów.
- Zwiększenie konsumpcji produktów zarejestrowanych w ramach systemu jakości Unii Ekologicznej.
- Podnoszenie świadomości społecznej.

„Organicity. Taste the wellness of EU organic food!”

Zakres zadania:

Projekt zrealizowany wspólnie ze zrzeszeniem producentów ekologicznych BioAgiCoop z Włoch. Działania promocyjne przewidziane były na lata 2019-2021 (przedłużone do 2023) przy wsparciu funduszy europejskich w ramach akcji „Enjoy it's from Europe“.

Główne cele:

- Promowanie wysokiej jakości europejskich produktów żywności ekologicznej;
- Zwiększanie globalnej świadomości i zaufania do produktów ekologicznych;
- Tworzenie nowych powiązań pomiędzy producentami, nabywcami i konsumentami końcowymi;
- Informowanie o aspektach odżywczych, smaku, sposobie gotowania i spożywania oraz głównych kombinacjach pomiędzy różnymi produktami ekologicznymi.

Termin realizacji:

01.01.2019-30.11.2023

Ocena merytoryczna (rezultaty, wskaźniki)

Projekt podniósł poziom świadomości społecznej i rozpoznawalność europejskiego znaku certyfikacji ekologicznej w krajach docelowych czyli USA, Singapur Tajlandia, Wietnam, Indonezja. Przyczynił się do zwiększenia konkurencyjności i konsumpcji unijnych produktów rolnych i spożywczych. Zbudował podstawy dla większego spożycia produktów ekologicznych certyfikowanych w Unii Europejskiej

WYDARZENIA w 2023 r.

1.TARGI EXPO WEST LOS ANGELES, USA

9-11 marca 2023

2. TARGI SUMMER FANCY FOOD, NOWY JORK, USA

25-27 czerwca 2023

3. NETWORKING DINNER NOWY JORK, USA,

26 czerwca 2023 w siedzibie Konsulatu RP

spotkanie biznesowe z przedstawicielami ok 30- ma importerów, dystrybutorów, sieci handlowych i mediów połączone z prezentacją produktów ekologicznych i degustacją

4. NETWORKING DINNER i SEMINARIUM NOWY JORK, USA

28 listopada 2023, w siedzibie Fundacji Kościuszkowskiej

Seminarium poświęcone europejskim standardom certyfikacji ekologicznej oraz Networking dinner- spotkanie biznesowe z 40-ma przedstawicielami importerów, dystrybutorów, sieci handlowych i mediów połączone z prezentacją produktów ekologicznych i degustacją

5. NETWORKING DINNER HANOI VIETNAM

26 października 2023

spotkanie biznesowe z ok 30-ma przedstawicielami importerów, dystrybutorów, sieci handlowych i mediów połączone z prezentacją produktów ekologicznych i degustacją

6.POINT OF SALES -Organic Week SINGAPUR

14-21 listopada 2023

Prezentacja i promocja produktów ekologicznych w supermarkecie Eater's Market trwająca 7 dni, edukacja na temat standardów i oznakowania ekologicznej żywności produkowanej w krajach EU, przeprowadzanie ankiety" Organicity „

7.POINT OF SALES -Organic Week NOWY JORK

17- 30 listopada 2023

Prezentacja i promocja produktów ekologicznych w supermarkecie Park Deli trwająca 14 dni, edukacja na temat standardów i oznakowania ekologicznej żywności produkowanej w krajach EU, przeprowadzanie ankiety” Organicity „

8..POINT OF SALES -Organic Week HANOI Vietnam

22-28 listopada 2023

Prezentacja i promocja produktów ekologicznych w supermarketach Tomato Food, Roots

Xanhsa (3 lokalizacje) trwająca 7 dni, edukacja na temat standardów i oznakowania ekologicznej żywności produkowanej w krajach EU, przeprowadzanie ankiety” Organicity

9.INCOMING -wizyta studyjna z USA dla 8 osób

14 -19 listopada 2023

Zaproszeni goście reprezentowali kręgi biznesowe i media amerykańskie, w ciągu 5 dni pobytu w Polsce spotkali się z władzami KIG CP i odbyli wizyty studyjne w 6-ciu firmach należących do stowarzyszenia PE. Poznali procesy produkcyjne, systemy certyfikacji ekologicznej, przeprowadzali rozmowy na temat możliwości wprowadzenia produktów na rynek amerykański

10.INCOMING -wizyta studyjna z Wietnamu dla 8 osób

25-30 listopada 2023

Zaproszeni goście reprezentowali kręgi biznesowe z Wietnamu, w ciągu 5 dni pobytu w Polsce odbyli wizyty studyjne w firmach należących do stowarzyszenia PE. Poznali procesy produkcyjne, systemy certyfikacji ekologicznej, przeprowadzali rozmowy handlowe na temat możliwości exportowych do Wietnamu.

11. Artykuły i bannery reklamowe w prasie amerykańskiej i polskiej

Publikacja w specjalistycznej gazecie amerykańskiej TotalFoodServis

Artykuł i banner edycja Wrzesień 2023

Banner edycja październik i listopad 2023

Artykuł w prasie polskiej Przegląd Gastronomiczny Nr 10/2023

KAMPANIA PROMOCYJNA ZACHĘCAJĄCA DO SPOŻYWANIA MIĘSA WIEPRZOWEGO I WOŁOWEGO

Ogólnopolska kampania informacyjno-promocyjna dotycząca jakości oraz bezpieczeństwa polskiego mięsa wieprzowego i wołowego w środkach masowego przekazu i Internecie skierowana do konsumentów oraz liderów opinii, mająca na celu budowanie pozytywnego wizerunku polskiego mięsa czerwonego.

WOŁOWINA WIZYTÓWKĄ POLSKI NA TARGACH W NOWYM JORKU

Organizacja profesjonalnych pokazów kulinarnych z wykorzystaniem polskiego mięsa wołowego wysokiej jakości na stoisku Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi podczas Targów Summer Fancy Food Show w Nowym Jorku.

WOŁOWINA WIZYTÓWKĄ POLSKI NA TARGACH W SZANGHAJU

Organizacja profesjonalnych pokazów kulinarnych z wykorzystaniem polskiego mięsa wołowego wysokiej jakości na stoisku Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi podczas Targów Sial China.

SZKOLENIE DOMOWYCH WĘDZARZY I MASARZY DLA DZIAŁALNOŚCI MOL I RHD

Organizacja trzech sesji warsztatowo – szkoleniowych z zakresu Masarstwa Tradycyjnego dla działalności MOL i RHD oraz przygotowania dań z grilla i barbecue.

SZKOLENIE Z ROZBIORU MIĘSA WOŁOWEGO DLA HODOWCÓW BYDŁA MIĘSNEGO

Szkolenie dla rolników, podczas którego zostanie im objaśniona sztuka wykrawania oraz zostanie zwrócona uwaga na jakość mięsa wołowego.

POLSKIE ZDROWE MIĘSO WOŁOWE - WOŁOWA UCZTA U NEPTUNA

Promocja mięsa wołowego podczas Jarmarku Św. Dominika połączona z konkursem na przepis na danie z mięsa wołowego. Przygotowanie i ocena potraw odbędą się podczas akcji promocyjnej w Gdańsku.

POLSKA WOŁOWINA ORAZ OWOCE I WARZYWA PODSTAWĄ ZDROWEJ DIETY

Promocja mięsa wołowego oraz owoców i warzyw w Barańcu w Skierbieszowskim Parku Narodowym w województwie lubelskim, podczas spotkań, animacji organizowanych przez miłośników historii.

WOŁOWINA NA GRILLA – SZKOLENIE

Organizacja trzech sesji warsztatowo – szkoleniowych z zakresu przygotowania dań z grilla i barbecue.

WOŁOWINA WIZYTÓWKĄ POLSKI NA TARGACH W HONG KONGU

Organizacja profesjonalnych pokazów kulinarnych z wykorzystaniem polskiego mięsa wołowego wysokiej jakości na stoisku Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi podczas Targów HKTDC Food Expo w Hong Kongu.

WOŁOWINA NA ŚWIĘTO NIEPODLEGŁOŚCI W AMBASADZIE POLSKIEJ W PARYŻU

Organizacja oficjalnej kolacji w Ambasadzie Polskiej w Paryżu na którą zaproszeni zostaną Polacy na codzień mieszkający we Francji a także dyplomaci. Osoby biorące udział w kolacji spróbują polskich dań wytworzonych na bazie wołowiny.

EUROPA PEŁNA SMAKÓW

Kampania mająca na celu promocję mięsa wołowego, wieprzowego oraz owoców na rynkach krajów trzecich – Japonia, Korea Północna, Wietnam i Hongkong. Kampania finansowana ze środków Unii Europejskiej

SMAK EUROPY

Kampania mająca na celu promocję mięsa wołowego, wieprzowego oraz owoców na rynkach krajów trzecich – Japonia, Singapur i Wietnam. Kampania finansowana ze środków Unii Europejskiej

Związek Zawodowy Rolników „ Ojczyzna”

Kampania pn. „Promocja polskiej wołowiny, w tym obalanie mitów na jej temat przez ekspertów żywieniowych/dietetyków” \

Okres realizacji kampanii: 01.07.2023 – 31.12.2023

W trakcie kampanii zostały zrealizowane poniższe zadania:

Reklama w portalach społecznościowych Facebook – 4 miesiące (8 postów w miesiącu). Łączna ilość wyświetleń wyniosła 836 998.

Polska wołowina i produkty zbożowe podstawą naszej diety”

W ramach działań przeprowadzono degustację mięsa i przetworów z wołowiny oraz przetworów zbożowych (pieczywo, makaron, gulasz, burgery, hot-dogi) na specjalnie przygotowanym stoisku degustacyjnym. Produkty przygotowane do degustacji zostały przez obsługę gastronomiczną.

W ramach realizacji zadania zakupiono łącznie 300 gadżetów (kubki, długopisy, breloki, notesy itp.)- w ramach środków finansowych z Funduszu Promocji Mięsa Wołowego – 150 gadżetów

W celu realizacji zadania wynajęto: grill, namioty, autochłodnię, ławki i stoły

W celu realizacji zadania zatrudniony został muzyk- Johny Roger.

W celu sprawnej realizacji zadania zatrudniony został producent wykonawczy, który koordynował działanie oraz nadzorował jego przebieg.

W miejscu realizacji zadania funkcjonowała strefa dla dzieci ze słodko-słonym stołem (ciastka o kształcie świnek itp.) oraz zakupione zostały dodatki (talerzyki, sztucce, keczup, musztarda).

Aby całość akcji promocyjnej była spójna stworzono scenografię. Jej koszt obejmował parawan z informacją o sfinansowaniu, bariereki odgradzające od publiczności itp.

W ramach realizacji zadania przygotowano bannery, broszury informacyjne –
dystrybuowane były na stoisku podczas realizacji zadania, fotorelację oraz flagi z
logotypem Produkt Polski.

AKADEMIA WIEDZY O MIĘSIE OD POLA DO STOŁU – KONTYNUACJA IV

Opracowanie elektronicznej broszury informacyjno – kulinarnej przeznaczonej do zamieszczenia na stronie internetowej projektu

Administrowanie i prowadzenie profilu Akademia wiedzy o mięsie na FB

Aktualizacja strony internetowej programu

Produkcja filmu edukacyjno – kulinarnego przeznaczonego do zamieszczenia na stronie internetowej projektu

Zakup nagród konkursowych

Obsługa realizacji zadania

Pierwszy etap zadania to realizacja wszystkich działań przygotowawczych koniecznych do uruchomienia 27 lutego (2 etap) rekrutacji do konkursu.

Opracowanie elektronicznej broszury informacyjno – kulinarnej

Anna Pytkowska, autorka bloga <https://nietylkopasta.pl/> oraz prowadząca profile Facebook: <https://www.facebook.com/nietylkopasta/> i Instagram: <https://www.instagram.com/nietylkopastapl/> opracowała merytorycznie broszurę kulinarną przeznaczoną do wykorzystania przez szkoły na zajęciach praktycznych. Opracowane zostały receptury dań z wołowiną oraz przygotowana została profesjonalna sesja zdjęciowa tych dań. Broszura będzie inspiracją dla nauczycieli i uczniów na zajęcia praktyczne i jest dostępna na zaktualizowanej stronie internetowej programu.

Administrowanie i prowadzenie profilu Akademia wiedzy o mięsie na FB

Przygotowany został odświeżony key visual materiałów na social media zgodnie z którym od stycznia zaczęto publikować posty o kolejnej edycji projektu. W styczniu ukazało się 7 postów o łącznych zasięgach prawie 51 tys. i 3120 followersach.

Aktualizacja strony internetowej programu

Zaktualizowana została strona internetowa projektu stworzona w 2 edycji programu. Na stronie zamieszczono film i broszurę kulinarną. W panelu opiekuna (po zalogowaniu) dostępne są dodatkowe materiały edukacyjne dla nauczycieli i uczniów.

Produkcja filmu edukacyjno – kulinarnego

Powstał film edukacyjno-kulinarny przy współpracy z kucharzem Tomaszem Kuczkowskim. W filmie krok po kroku zaprezentowano przepis i przygotowanie potrawy z wołowiną do odtworzenia przez uczniów na zajęciach praktycznych. W filmie uwzględniono również treści merytoryczne o mięsie wołowym. Film został przygotowany w formie warsztatów dla uczniów. Film jest dostępny na stronie internetowej projektu www.akademiawiedzyomiesie.pl

Zakup nagród konkursowych

Agencja zakupiła nagrody dla laureatów konkursu – zestaw laptop i projektor dla szkoły z której będzie zwycięska drużyna, drony dla drużyny nr 1, lampy pierścieniowe ze statywem dla drużyn nr 2 i 3 oraz selfie stisc z mini statywem jako nagrody pocieszenia dla 20 kolejnych drużyn. Nagrody główne dla miejsc 1-3 zostaną przekazane podczas gali finałowej konkursu, nagrody pocieszenia zostaną przesłane kurierem.

Szkoły zawodowe i techniczne powoli zmieniają swój wizerunek i odzyskują miejsce na mapie kształcenia. Po latach kryzysu demograficznego i zmian warunków gospodarczych, w których przedsiębiorstwa zaczęły notować braki kadrowe na poziomie wykwalifikowanych pracowników, rzemieślników czy techników, młodzi ludzie, decydujący o wybraniu drogi zawodowej, zaczynają coraz częściej rozważać i wybierać kształcenie zawodowe.

Jednakże, kształcenie zawodowe w Polsce stoi w obliczu wielu wyzwań, m.in. zwiększenia jego atrakcyjności wśród młodych osób, dostosowania podstaw programowych do bieżących wyzwań i potrzeb rynku pracy, czy zapewnienia dobrej współpracy między szkołami a pracodawcami w organizowanie praktycznej nauki zawodu.

„MIĘSO Z POLSKI” NA TARGACH ANUGA 2023

Opracowano koncepcje profesjonalnego stoiska targowego reprezentującego polską branżę mięsną i pokazującego bogactwo jej oferty oraz wysoką jakość produktów oferowanych przez Polskę. Stoisko będzie koncentrowało się wokół strefy spotkań, w której przedstawiciele branży z Polski będą mogli odbywać rozmowy na temat polskiego mięsa wieprzowego i wołowego oraz ich przetworów. Będzie ona wspierana przez strefę kulinarną mającą za zadanie zaprezentowanie polskiego bogactwa kulinarnego bazującego na promowanych produktach oraz przygotowanie

poczęstunku dla gości odwiedzających stoisko. Przekaz prezentowany na stoisku będzie wzmocniony oznaczeniem „Polska smakuje”. Zarezerwowano i opłacono powierzchnię na hali wystawienniczej w wielkości 175 m².

W 2 etapie wykonane zostaną:

zabudowa stoiska w tym m.in. wydruki wielkoformatowe, konstrukcja, meble, oświetlenie, lamy chłodnicze, media, ewentualne podwieszenia, wyposażenie zaplecza kuchennego

opracowanie i druk ulotki promującej stoisko i wystawców (ok. 800-1000 szt.)

transport produktów na targi

organizacja i obsługa strefy kulinarnej w tym surowiec i napoje oraz organizacja bankietu branżowego

zapewnienie magazynu chłodniczego

przelot 4 osobowej grupy i zakwaterowanie tych osób na miejscu w hotelu

Audyt służb z Republiki Korei Południowej w sektorze wołowiny 2023

Unia Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego w dniu 17.10.2023 r. otrzymała oficjalną informację o terminie i zakresie audytu służb weterynaryjnych z Republiki Korei Południowej w Polsce w sektorze mięsa wołowego. Z informacji uzyskanych bezpośrednio z GIW wynika, że 45 podmiotów jest zainteresowanych uzyskaniem uprawnień do eksportu wołowiny z Polski do Republiki Korei Południowej. Jest to już drugi audyt służb koreańskich koordynowany przez UPEMI w sektorze mięsa wołowego, pierwszy audyt był również dofinansowany z FPMWł i odbył się w 2021 roku na przełomie listopada/grudnia. Pomimo zaangażowania polskich służb weterynaryjnych i dyplomatycznych oraz najwyższych władz naszego kraju nie udało się do dziś tj. 12.12.2023 r. uruchomić skutecznie eksportu mięsa z Polski, choć wiadomo, że pierwsze zakłady produkujące wieprzowinę są już oficjalnie uznane przez koreańskie służby weterynaryjne za uprawnione do eksportu. W następnej kolejności będą to zakłady produkujące mięso drobiowe, tu konieczny jest audyt zakładów, ponieważ nie było historycznie eksportu tego mięsa z Polski do Korei a następnie wołowinę, ponieważ Korea Południowa bardzo protekcyjnie podchodzi do tego gatunku mięsa chroniąc swój własny rynek.

Konieczne są dalsze działania na tym rynku, mające na celu pogłębienie i zacieśnienie bezpośrednich relacji pomiędzy partnerami biznesowymi ale także pomiędzy służbami dyplomatycznymi i weterynaryjnymi obu krajów. Powinny być realizowane misje, wyjazdy studyjne, organizowane stoiska targowe w Korei dla przedsiębiorców z Polski oraz misje przyjazdowe dla potencjalnych importerów z Korei w Polsce, żeby mogli osobiście zobaczyć wysokie standardy produkcji mięsa w Polsce oraz wysoką jakość polskiego mięsa i produktów mięsnych.

Dlatego UPEMI planuje realizację kolejnego projektu złożonego decyzją komisji zarządzającej FPMWł wyłącznie do FPMWp i FPMD na kolejną edycję programu pt. Mięso z Polski w Republice Korei Południowej 2023.

BRANŻA MIĘSNA - SZANSE I WYZWANIA

Przygotowanie materiałów promocyjnych w postaci gadżetu – 250 szt. na 2 wydarzenia branżowe. Na konferencji 15 czerwca wydano przy rejestracji uczestników 112 szt. pozostałe zostaną wydane na drugim wydarzeniu.

Organizacja przez 2 koordynatorów spotkania branżowego / konferencji (w tym wynajem sali wraz z nagłośnieniem i multimediami oraz przerwą kawową ciągłą i uroczystą obiadową z obsługą kelnerską) prowadzonego przez moderatora w formie prezentacji eksperckich i paneli dyskusyjnych. Przy działaniach organizacyjnych bieżących i obsłudze recepcji 2 hostessy. Na wydarzenie przygotowano 100 porcji degustacyjnych w barmach i bufecie szwedzkim na obiadową oraz 100 porcji w trakcie przerwy kawowej - bufet przekąsek i ciast.

Przygotowanie i dystrybucja zaproszeń (opracowanie graficzne, skład i druk oraz wysyłka pocztą).

Dokumentacja foto wydarzenia na potrzeby biura prasowego.

Paszportyzacja polskiej żywności

adanie polegało na:

Przygotowaniu i uruchomieniu strony internetowej poświęconej projektowi „Paszportyzacja polskiej żywności”, celem rozszerzenia informacji na temat tego działania. Strona www została przygotowana z zastosowaniem nowoczesnych zasad produkcji stron, w tym oczywiście z zaprojektowaniem i dostosowaniem strony do wersji mobilnej. Ze względu na wyjątkowy charakter projektu: „Paszportyzacja polskiej żywności” – sama treść, struktura i formuła graficzna strony www były przygotowywane we współpracy z Krajowym Ośrodkiem Wsparcia Rolnictwa. Na stronie zawarte zostały informacje dotyczące projektu Paszportyzacji polskiej żywności oraz sekcje dotyczące informacji o założeniach programów pilotażowych. Wśród informacji podkreślone zostały przede wszystkim benefity (język korzyści) dla różnych grup funkcjonujących na rynku (hodowcy, przetwórcy, konsumenci, etc.)

Przeprowadzeniu webinaru: „Paszportyzacja polskiej żywności – innowacyjne narzędzie wspierające polskich producentów żywności”. W trakcie webinarium przedstawiono założenia projektu, zakres i stan jego realizacji oraz szczegółowe kwestie dotyczące realizacji pilotażu dla rynku wieprzowiny i rynku wołowiny. Ponadto zaprezentowano zakres planowanych prac dotyczących wdrożenia rozwiązań monitorujących zdarzenia w produkcji i przekazano informacje dotyczące wyposażenia gospodarstw i zakładów (biorących udział w projekcie) w urządzenia i narzędzia niezbędne do zbierania danych o procesie produkcyjnym. Podczas webinarium prezentacje przedstawili:

Anna Mączka Przedstawienie założeń projektu Paszportyzacja polskiej żywności, jako narzędzia wspierającego polskich producentów żywności (bezkosztowo)

Jacek Jarząbek Przedstawienie informacji o zakresie i stanie realizacji prac w ramach projektu „Paszportyzacja polskiej żywności” (bezkosztowo)

Dr hab. Dariusz Lisiak „Paszportyzacja polskiej żywności” dla rynku wieprzowiny”

Marcin Gołębiowski „Pilotaż Paszportyzacji polskiej żywności dla rynku wołowiny”

Roman Grzesiak „Paszportyzacja polskiej żywności”

Ogólnopolskie sympozjum hodowców i przetwórców bydła mięsnego

W ramach realizacji zadania – organizacji dwudniowej konferencji dla hodowców i przetwórców branży wołowej podmiot wyłoniony na drodze postępowania ofertowego agencja MK GROUP zapewniła wykonanie następujących działań :

emisja banneru na stronie www

projekt graficzny i wydruk materiałów info – pro do oznakowania wydarzenia

projekt graficzny wraz z opracowaniem merytorycznym, składem i drukiem materiałów promocyjnych

pakiety gadżetów konferencyjnych dla uczestników

organizacja konferencji 2 dniowej

wynagrodzenie dla wykładowców / prelegentów / ekspertów

przerwy kawowe ciągłe po 1 na każdy dzień konferencji

przerwa lunchowa (lunch bufetowy) po 1 w każdym dniu konferencji

organizacja bankietu degustacyjnego z pokazem kulinarnym

bufet śniadaniowy w drugim dniu konferencji

wynagrodzenie hostess

wynagrodzenie dla moderatora za 2 dni

dystrybucja zaproszeń

obsługa agencyjna

obsługa kucharska na pokazie kulinarnym

obsługa kelnerska na bankiecie

Spotkanie prowadził Piotr Pasztaleniec – dziennikarz telewizyjny specjalizujący się w reportażach i Wykłady / prezentacje przedstawili:

prof. Krzysztof Młynek – Uwarunkowania społeczne i produkcyjne wpływające na produkcję wysokiej jakości mięsa wołowego – prezentacja i udział w dyskusji (wystąpienie płatne)

Jerzy Wierzbicki – Budowanie twoich marek wołowiny – prezentacja i udział w dyskusji (wystąpienie niepłatne)

Marek Jedziniak – Wdrożenie biogazowni w zakładach mięsnych – prezentacja i udział w dyskusji (wystąpienie płatne)

Maciej Ciszewski TASOMIX - Efektywny opas bydła mięsnego - prezentacja i udział w dyskusji (wystąpienie płatne)

Andrzej Gołowski – Wołowina jako mięso kulinarne – udział w dyskusji (wystąpienie płatne)

Grzegorz Leszczyński (wystąpienie nieodpłatne) i Mirosław Borowski – Strategia Rozwoju Rynku Polskiej Wołowiny 2030 – prezentacja i udział w dyskusji (wystąpienie płatne)

Konferencja szkoleniowa o mięsie wołowym dla producentów, przetwórców oraz KGW – II edycja

W dniu 09.12.2023 r. w Warcie odbyła się konferencja dla producentów i przetwórców żywca wołowego mająca na celu wypracowanie przy udziale wysokiej klasy wykładowców/ekspertów z branży żywca wołowego obszarów współpracy powyższych grup, przy zrozumieniu wzajemnych wymagań i oczekiwań. W tym roku do współpracy zaprosiliśmy krajowych ekspertów z branży mięsa wołowego, którzy poruszyli tematy dobrostanu zwierząt, odchowu cieląt, szacowania wartości tuszy wołowej, paszportyzacji polskiej żywności oraz aktualnej sytuacji na rynku i panujących trendów. Podczas konferencji nie zabrakło okazji do dyskusji, wymiany doświadczeń i nawiązania cennych kontaktów. Wzięło w niej udział ok 100 osób. Była to konferencja branżowa z udziałem krajowych ekspertów, podczas której nie zabrakło aktualnych analiz i trendów oraz możliwości wymiany doświadczeń oraz dyskusji. Uczestnictwo w niej pomogło zdobyć cenną wiedzę, niezbędną dla dalszego rozwoju w obliczu wyzwań globalnego rynku. Po części edukacyjnej/konferencyjnej uczestnicy mieli przyjemność zobaczyć kulinarne show, a podczas kolacji spróbować dań opartych o mięso wołowe. Prelegentami byli: pracownik Instytutu Biotechnologii Przemysłu Rolno-Spożywczego, lekarz weterynarii, pracownik Instytutu Nauk o Zwierzętach z SGGW, a także ekspert ds. rynku rolnego z banku BNP Paribas Polska. Zanim rozpoczęliśmy konferencję do zmagania konkursowych przystąpiło 5 KGW, które przygotowały potrawy w oparciu o mięso wołowe. Wszystko to odbyło się pod czujnym okiem profesjonalnych kucharzy. Nie zabrakło również degustacji dań konkursowych. Nagrody dla KGW:

- 1 miejsce – krajalnica gastronomiczna
- 2 miejsce – kuchenka indukcyjna
- 3 miejsce – grill kontaktowy
- 4 miejsce – maszynka do mielenia mięsa
- 5 miejsce – maszynka do mielenia mięsa

Zakładano wstępnie zakup 3 szt. nagród dla KGW. Ostatecznie w związku z oszczędnościami (2000 zł) zakupiliśmy jeszcze 2 dodatkowe nagrody za udział, dla pozostałych kół, aby w jakimś stopniu wynagrodzić im poniesiony trud i koszty. Zaoszczędzone środki pochodziły z wynagrodzenia koordynatora. Praca koordynatora projektu trwała 2 miesiące, zamiast szacowanych 4 mc. W związku z tym, że okres pracy był krótszy, ale intensywniejszy wynagrodzenie za 1 mc wzrosło z 3 000zł na 5 000zł, na co zgodziły się obie strony umowy. Koordynator był odpowiedzialny za prawidłową realizację umowy, w tym nadzór nad podwykonawcami, realizację zadania zgodną z założeniami projektu, opieką nad graficznym przygotowaniem, materiałów, ustalaniem szczegółów w pracy z ekspertami zewnętrznymi, sprawdzaniem materiałów przez ich przygotowanych, a także techniczną organizacją samych wydarzeń.

Dodatkową atrakcją jaką zaplanowaliśmy był pokaz kulinarny w wykonaniu naszych szefów kuchni. Finałem wydarzenia była uroczysta kolacja, podczas której były serwowane dania w oparciu o polską wołowinę.

Linki do materiałów:

<https://wolowina.innowatorzywsi.pl/>

<https://www.youtube.com/watch?v=cjRPMWsnvnY>

<https://www.youtube.com/watch?v=8Sqo9MK-pK0>

Poniesiono wydatki związane z:

Kampania na Facebooku – zawierała 28 postów o łącznej liczbie wyświetleń: 354 675,

Kampania na YouTube – 2 spoty zapowiedź i relacja z wydarzenia o łącznej liczbie wyświetleń: 63 677,

Promocja mięsa wołowego w Iraku - Targi Agro Food Erbil 2022 Promocja mięsa wołowego w Iraku - Targi Agro Food Erbil 2022

Stowarzyszenie rozpoczęło aktywną promocję polskich produktów na rynku irackim już w 2018r. i zorganizowało wówczas wyjazd grupy złożonej głównie z producentów i przetwórców drobiu na targi w Bagdadzie.

Efektam tamtych targów jest chęć promowania polskiej wołowiny na rynku bliskiego wschodu. Polskie mięso wołowe znajduje nabywców głównie na rynkach państw europejskich. Dzięki zrealizowanemu zadaniu umacniamy pozycję mięsa wołowego na innych rynkach i umożliwiamy polskim producentom i przetwórcom odnalezienie nowych kierunków eksportu. Targi Agro-Food mają ugruntowaną pozycję jako jedna z najważniejszych wystaw regionu w dziedzinie produktów i technologii rolno-spożywczych, dostarczając Irakowi i jego mieszkańcom ofertę rolno-spożywczą, a sam rynek jest rynkiem perspektywicznym.

Udział w targach tej edycji spotkał się z zainteresowaniem współpracy we wszystkich możliwych obszarach przedstawicieli rynków regionu Bliskiego Wschodu. Udział Stowarzyszenia Innowatorów Wsi w Targach w Erbil należy ocenić jednoznacznie pozytywnie. Oprócz znaczenia handlowego dla bezpośrednich uczestników, udział ten miał poważne znaczenie promocyjne dla polskiej wołowiny. Dzięki wizytom w tym regionie oraz udziałowi w targach było możliwe dokonanie analizy eksportu polskich produktów rolno-spożywczych do Iraku. Obszerne informacje na ten temat znajdują się w załączonym raporcie podsumowującym nasze działania. Biorąc pod uwagę, że rozwój rolnictwa jest jednym z priorytetów regionalnego rządu Kurdystanu. Dzięki temu ten podstawowy sektor znów może być uważany za istotny element gospodarki w regionie, który przez wieki był określany mianem „spichlerza Iraku”, co czyni go szansą dla potencjalnych eksporterów. Władze Kurdystanu mają nadzieję osiągnąć samowystarczalność pod względem produktów rolnych w regionie autonomicznym w perspektywie kilku lat. Ważną rolę w dotarciu do tego celu mają stanowić zagraniczne inwestycje. Natomiast ciągły eksport produktów rolnych będzie w stanie zapewnić płynny przepływ środków pieniężnych oraz równowagę w gospodarce Kurdystanu. Na podstawie rozmów z uczestnikami targów poznaliśmy potrzeby kraju, należą do nich m.in. potrzeba zwiększenia liczby maszyn rolniczych, jest ogromne zapotrzebowanie na nowoczesne technologie oraz fachową wiedzę, które mogą zapewnić tylko zagraniczni inwestorzy. W sferze obsługi rolnictwa potrzeba obecnie budowy infrastruktury rolniczej, chłodni, magazynów, maszyn rolniczych, systemów hydrologicznych do nawadniania i dystrybucji wody, rozwoju biotechnologii i badań nad żywnością i produkcją upraw. Sektor hodowlany jako źródło produkcji czerwonego mięsa ma znaczny potencjał i jest ważny dla rozwoju rolno-gospodarczego regionu Kurdystanu. Większość zwierząt hodowlanych w Kurdystanie hodowana jest w prowincji Sulejmanija. Liczby wskazują na

rozwiniętą hodowlę owiec (72,5% zwierząt), kóz (20,7%) i bydła (6,7%). Chociaż na tym obszarze znajdują się rozległe pastwiska, które mogłyby umożliwić rozwój hodowli zwierząt gospodarskich, obecnie pogłowie zwierząt gospodarskich spada, import zwierząt z zagranicy w celu uzyskania czerwonego mięsa wzrósł, aby zaspokoić popyt rynkowy. Wzrost produkcji wołowiny nie jest bardzo szybki (9,72 % w okresie 2009-18, ok.1,9 % corocznego wzrostu) i dane te można chyba odnieść i do reszty regionu.

Władze irackie jeszcze w 2017 r. zniosły zakaz importu bydła oraz mięsa wołowego z Polski. Nasz kraj uzyskał bowiem status państwa o znikomym ryzyku występowania BSE. Od 2020 r. zaczął działać Zespół ds. ułatwiania eksportu artykułów rolno-spożywczych wymagających certyfikatu halal na rynki muzułmańskie, któremu przewodniczył sekretarz stanu w MRiRW. Zespół został powołany na mocy Zarządzenia nr 27 Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 13 lipca 2020 r. Utworzenie Zespołu było odpowiedzią na rosnące zainteresowanie polskich producentów oraz odbiorców na rynkach muzułmańskich rozwojem współpracy handlowej w zakresie produktów halal. Głównym zadaniem Zespołu jest przygotowanie koncepcji działań do podjęcia na rzecz ekspansji polskich artykułów rolno-spożywczych na rynki muzułmańskie – rosną zatem szanse na wykorzystanie tego rynku zbytu.

W ramach działania zrealizowaliśmy następujące działania:

- Opracowano i przetłumaczono materiały informacyjno – promocyjne (roll-up, ankiety, folder)
- Zakupiono upominki brandowe - Etui na klucze czerwone, 50 szt.
- Gadżety za wypełnienie ankiety - Długopis w etui, 100 szt.
- Wydrukowano foldery przetłumaczone na język angielski, 500 szt.
- Wydrukowano ankiety, 100 szt.

Szkolenia dla hodowców i producentów bydła

Przedmiotem zadania było przeprowadzenie 6 szkoleń dla hodowców i producentów bydła na terenie Polski, mających na celu pokazanie korzyści wynikających z nastawienia się na produkcję wysokogatunkowej wołowiny kulinarnej. Tematyka szkoleń obejmowała: zasady dobrostanu w hodowli bydła, ekoschematy w hodowli bydła mięsnego, organizację rozrodu w stadzie bydła mięsnego. Jednocześnie wskazywano na dobre praktyki hodowlane w gospodarstwach rolnych. W czasie dyskusji hodowcy mieli możliwość podzielić się swoimi uwagami i cennym doświadczeniem. Do udziału w szkoleniach zachęcała reklama w mediach społecznościowych i w internecie, w tym na stronach internetowych mediów branżowych: Top Agrar, Farmer, Tygodnik Poradnik Rolniczy, która przekierowywała na stronę internetową Związku, (gdzie widniało zaproszenie na szkolenia). Jak pokazały statystyki, zainteresowanie reklamą było ogromne – finalnie odnotowano 1 999 777 odsłon i 2 689 kliknięć. Zostały przygotowane i rozesłane zaproszenia do hodowców zrzeszonych w Związku. Zaproszenie na szkolenia było ogólnodostępne na stronie internetowej PZHiPBM. Dla uczestników szkoleń przygotowano materiały szkoleniowe (w postaci wydawnictwa pn.: Organizacja rozrodu w stadzie bydła miesnego, dobrostan i ekoschematy) oraz materiały promocyjne – gadżety (polary). W ramach materiałów informacyjnych wykonano roll-upy. Uczestnikom szkoleń zapewniono obiad oraz serwis kawowy. Osobom obsługującym szkolenia wystawiono delegacje. W sumie w szkoleniach uczestniczyło ok. 429 os.

Kwartalnik

W ramach zadania wydane zostały 4 pozycje kwartalnika specjalistycznego Polskiego Związku Hodowców i Producentów Bydła Mięsnego pt.: „Bydło mięsne”. Zawierały artykuły z następujących działów: dobrostan, etologia, polityka rolna, hodowla, weterynaria, rozród, żywienie, przepisy prawne, uprawa kukurydzy, technologia chowu, innowacje, profilaktyka, ochrona środowiska, kulinaria, wydarzenia, aktualności, fermy naszych hodowców i ciekawostki. Odbiorcami czasopism byli hodowcy i producenci bydła mięsnego zrzeszeni w Związku, instytucje z branży, uczestnicy wystaw i wydarzeń hodowlanych oraz osoby, które zwróciły się bezpośrednio o jego wysyłkę. Czasopisma były dystrybuowane drogą pocztową oraz rozprowadzany podczas wystaw i wydarzeń hodowlanych. Pełna treść pozycji kwartalnika jest udostępniona w Internecie na stronie: bydlo.com.pl

Bydło mięsne na NWZH

Przedmiotem zadania była organizacja i udział w XXX Narodowej Wystawie Zwierząt Hodowlanych. Na wystawie, w ramach projektu, 17 hodowców zaprezentowało 66 szt. bydła mięsnego w 7 rasach i 5 kategoriach, dla których Związek prowadzi księgi hodowlane. Najlepszym zwierzętom hodowlanym przyznano tytuły czempionów i wicczempionów, udekorowano flo, a właściciele otrzymali nagrody - tablice pamiątkowe. Ponadto hodowcom wręczono nagrody praktyczne w postaci wideł gospodarczych oraz noży szefa kuchni. Dla osób oprowadzających zwierzęta zostały przygotowane stroje – koszulki polo oraz plastrony. Przed wydarzeniem zwierzętom wykonano stosowne badania. Do zwiedzenia wystawy zachęcały banery. Przygotowano i wyposażono stoisko, na którym dostępne były wydawnictwa Związku, jak kwartalniki oraz gadżety promocyjne – zestawy sztućców do mięsa oraz zestawy do grilla (10-elementowe zestawy do grilla oraz zestawy do grilla z deską). Jak na każdej wystawie była możliwość rozmów z hodowcami, zasięgnięcia ich opinii czy podzielenia się swoim doświadczeniem. Pracownicy Związku również służyli wiedzą i poradą. W trakcie wystawy prowadzono degustację produktów z kulinarnego mięsa wołowego. Przygotowano i wydano 900 porcji degustacyjnych steków wołowych wraz z dodatkami oraz 500 szt. miniburgerów w bułce. Osobom obsługującym wystawę wystawiono delegacje.

Otwieramy się na Turcję

Przedmiotem zadania było dofinansowanie wizyty w Polsce służb tureckich odpowiedzialnych za dopuszczenie polskich podmiotów produkujących wołowinę do eksportu na ten rynek. Wizyta odbyła się w dniach 06-15 marca 2023r. Poza zakładami mięsnymi zajmującymi się ubojem i dystrybucją wołowiny do grupy docelowej projektu należą również polscy producenci wołowiny, którzy skorzystają ze wzrostu popytu na polską wołowinę kulinarną w chwili uruchomienia eksportu tego surowca na rynek turecki. Działanie miało na celu pokazanie służbom tureckim sposobu produkcji mięsa wołowego w Polsce, w tym zapoznanie z jego jakością, cechami i zaletami wynikającymi m.in. z procedur nadzoru weterynaryjnego realizowanego w Polsce.

W ramach zadania została zorganizowana wizyta służb tureckich (3 osób) wraz z przedstawicielami GIW w PIW oraz w gospodarstwach produkujących żywiec wołowy na terenie Polski. Odbyło się spotkanie w Zakładzie Higieny Weterynaryjnej oraz Mazowieckim Centrum Hodowli i Rozrodu Zwierząt. W ramach zadania odbyła się też wizyta audytorów w Ministerstwie Rolnictwa i Rozwoju

Wsi. Wizyta została częściowo sfinansowana ze środków GIW oraz środków własnych służb tureckich (przylot do Polski). Z FPMW pokryto min. koszty: zakwaterowania (delegacji, przedstawicieli GIW, tłumacza i koordynatora zadania)

Dzień Dziecka w Kancelarii Premiera

odczas Dnia Dziecka w Kancelarii Premiera Rady Ministrów w 2023 r. zorganizowano stoisko informacyjno-promocyjne z zakresu kulinarnej wołowiny. Usługa cateringowa, obejmująca zakup mięsa, pracę kucharzy, zapewnienie sprzętu, dodatków i przypraw, pozwoliła z powodzeniem zrealizować planowaną ilość degustacyjnych porcji (800 sztuk). Duże zainteresowanie produktami przygotowanymi na bazie krajowej wołowiny zaowocowało rosnącą liczbą odwiedzających stoisko, szczególnie najmłodszych uczestników, którzy chętnie skosztowali przygotowanych specjałów. Na stoisku na dzieci czekały przygotowane atrakcyjne drobne gadżety, jak: układanki-domino - w ilości 250 szt., frisbee – 500 szt., kółka plażowe - w ilości 250 szt. oraz piłki plażowe – 250 szt. W ramach materiałów informacyjnych przygotowano wykałaczkę reklamową. Wydarzenie przyciągnęło rzeszę uczestników, zyskując pozytywne reakcje zarówno od gości, jak i organizatorów. Na potrzeby udziału w wydarzeniu wystawiono 1 delegację. Całość działań skutecznie promowała krajową wołowinę oraz wzmocniła pozycję polskich organizacji na rynku krajowym.

Festiwal Polskiej Żywności Wysokiej Jakości #KupujŚwiadomie#Wołowina

Przedmiotem zadania było pokazanie właściwego przygotowania i obróbki oraz przeprowadzenie degustacji produktów z mięsa wołowego podczas: I Festiwalu Polskiej Żywności Wysokiej Jakości #KupujŚwiadomie, który miał miejsce 24-25.06.2023 r. w Warszawie, na terenie Stadionu Narodowego. W ramach zadania przygotowano stoisko, na którym przeprowadzono pokazy kulinarne i degustację produktów z wołowiny kulinarnej. Ponadto, w ramach stoiska przygotowano ściankę reklamową, stojaki reklamowe, materiały promocyjne – broszury (3 tys. szt.), gadżety – nakłuwacze do mięsa (1230 szt.). W celu zaprezentowania obrazów z zadań zrealizowanych ze środków Funduszu Promocji Mięsa Wołowego (dla przybliżenia uczestnikom czym zajmują się fundusze promocji i jak różne działania prowadzą) zostały wypożyczone sztalugi. Pokazy kulinarne oraz prowadzona degustacja cieszyły się dużym powodzeniem i przyciągnęła tłumy zwiedzających, zwłaszcza, że potrawy przygotowane były na bazie mięsa wołowego najwyższej jakości; w ramach pokazu i degustacji przygotowano i wydano ok. 2 tys. porcji. W strefie edukacyjnej na dzieci czekały różnokolorowe frisbee oraz kredki do kolorowanek. W celu realizacji zadania wystawiono delegację.

Polska wołowina – po prostu smacznie

W ramach zadania zorganizowano i wzięto udział w dwóch wystawach zwierząt hodowlanych. 16 hodowców zaprezentowało łącznie 57 sztuk bydła różnych ras mięsnych. Najlepsze zwierzęta zdobyły tytuły czempionów i wiceczempionów, za które hodowcy otrzymali wyróżnienia: tablice pamiątkowe oraz flots i puchary (dot. wystawy w Sitnie). Wszyscy hodowcy zostali uhonorowani nagrodami rzeczowymi (klucze płasko oczkowe lub widły gospodarcze). Zwierzętom wykonano badania w kierunku IBR/IPV i BVD/MD; dokonano ubezpieczenia zwierząt - dot. wystawy w Sitnie. Przygotowane zostały stanowiska dla zwierząt wraz z tablicami informacyjnymi, wodą, paszą,

słomą; zapewniono ochronę i obsługę sanitarno-weterynaryjną. Przygotowano stoiska wystawowe, zaopatrzone w niezbędne artykuły do ich obsługi oraz materiały informacyjno-promocyjne (segregatory). Przeprowadzono degustację produktów z kulinarnego mięsa wołowego; przygotowano ok. 700 porcji degustacyjnych. Osobom organizującym oraz obsługującym wystawy wystawiono delegacje. Hodowcom oraz obsłudze wystaw zapewniono zakwaterowanie.

Polska wołowina – wybierz to co dobre

W ramach zadania zorganizowano i wzięto udział w dwóch wystawach zwierząt hodowlanych. 15 hodowców zaprezentowało 39 sztuk bydła różnych ras mięsnych. Za najlepsze zwierzęta, które zdobyły tytuły czempionów i wiceczempionów oraz za najpiękniejsze (wyłonione w konkursie) zwierzęta hodowcy otrzymali wyróżnienia: tablice pamiątkowe. Wszyscy hodowcy zostali uhonorowani nagrodami rzeczowymi. Przygotowane zostały: stanowiska dla zwierząt, tablice informacyjne na boksy, pasza, słoma; zapewniono obsługę weterynaryjną, obsługę zwierząt, dokonano ubezpieczenia zwierząt. Przygotowano stoiska wystawowe, zaopatrzone w niezbędne artykuły do ich obsługi oraz materiały informacyjno-promocyjne – gadżety. Przeprowadzono degustację produktów z kulinarnego mięsa wołowego; przygotowano ok. 700 porcji degustacyjnych. Osobom organizującym oraz obsługującym wystawy zostały wystawione delegacje. Hodowcom oraz obsłudze wystaw zapewniono zakwaterowanie oraz wyżywienie.

Dobrostan – Wołowina PL

Etap I

Uświadomiono grupie docelowej, jak istotne znaczenie ma polski sektor wołowiny na rynku krajowym

i europejskim oraz jakie wyzwania będzie musiał podjąć w związku ze zmianą przepisów w zakresie dobrostanu zwierząt. Jakie zagrożenia dla branży, które w obecnym kształcie i zapisach, mogą przyczynić się do zahamowania jej rozwoju, doprowadzić do upadku bardzo wielu rodzinnych gospodarstw rolnych, zarówno w naszym kraju jak i UE, a także ograniczyć produkcję. Dlatego konieczne jest budowanie i umacnianie wizerunku branży wśród liczących się ekspertów merytorycznych we wszystkich kwestiach legislacyjnych wśród decydentów. Zdobyć niezbędną do funkcjonowania na rynku UE wiedzy i zbudowanie relacji z postaciami do PE zajmującymi się zagadnieniami branż, celem budowy świadomości warunków ich rozwoju, z uwzględnieniem specyfiki wymogów produkcji mięsa wołowego w działaniach na forum unijnym i krajowym oraz we wszelkich inicjatywach ustawodawczych.

Przeprowadzono badania opinii publicznej w zakresie postrzegania dobrostanu zwierząt, jego roli w wyborach konsumenckich, oczekiwaniach konsumentów w tym zakresie. Badanie przeprowadzono w dniach: 11-18 maja 2023 r, metodą CATI, z udziałem pełnoletnich mieszkańców Polski, na próbie 1018 osób.

Do chwili obecnej przygotowano i przeprowadzono 2 konferencje (z 3 zaplanowanych w ramach zadania) z politykami, influencerami rolniczymi oraz dziennikarzami mające na celu przekazanie informacji o podejmowanych działaniach. Pierwsza konferencja #StopDezinformacjiŻywnościowej

odbyła się 29.05.2023 r. w MRiRW, w której udział wzięli Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Sekretarz Stanu w MRiRW, przedstawiciele zaproszonych organizacji rolniczych i spożywczych, dziennikarze oraz osoby związane z sektorem rolno-spożywczym (obecność potwierdziło 21 os.).

Polska wołowina – twój dobry wybór

W ramach zadania zorganizowano i wzięto udział w dwóch wystawach zwierząt hodowlanych. 22 hodowców zaprezentowało 96 sztuk bydła różnych ras mięsnych. Za najlepsze zwierzęta, które zdobyły tytuły czempionów, wiceczempionów i superczempiona oraz za najpiękniejsze zwierzę wystawy w Gryźlinach hodowcy otrzymali wyróżnienia: tablice pamiątkowe. Wszyscy hodowcy zostali uhonorowani nagrodami rzeczowymi: na Warmińsko-Mazurskiej Wystawie Zwierząt Hodowlanych były to wiertarko – wkrętarki, natomiast na XXXV Barzkowickich Targach Rolnych AGRO POMERANIA – widły ogrodowe. Przygotowane zostały: stanowiska dla zwierząt, pasza, słoma, woda, zapewniono obsługę sanitarno-weterynaryjną, ochronę i nadzór zwierząt, dokonano ubezpieczenia zwierząt. Ponadto zwierzętom wykonano badania w kierunku IBR/IPV i BVD/MD. Przygotowano stoiska wystawowe zaopatrzone w niezbędne artykuły do jego obsługi oraz materiały promocyjne – gadżety (60 szt. kapeluszy). Przeprowadzono degustację produktów z kulinarnego mięsa wołowego; przygotowano ok. 700 porcji degustacyjnych. Osobom organizującym oraz obsługującym wystawy zostały wystawione delegacje. Hodowcom oraz obsłudze wystaw zapewniono zakwaterowanie oraz wyżywienie.

Organizatorzy szacują, że:

Warmińsko-Mazurską Wystawę Zwierząt Hodowlanych w Gryźlinach odwiedziło ponad 40 tys. os., zaś XXXV Barzkowickie Targi Rolne AGRO POMERANIA ok. 120 tys. osób, przy czym ekspozycję z bydlęciem mięsnym oraz stoisko Związku odwiedziło kilka tysięcy osób.

Ponadto w ramach zadania wydano 1 300 szt. kalendarzy ściennych, które w większości zostały rozesłane do hodowców i producentów bydła mięsnego. Pozostała część trafiła do osób i instytucji powiązanych z branżą.

Polska wołowina – niepowtarzalny smak

W ramach zadania zorganizowano i wzięto udział w dwóch wystawach zwierząt hodowlanych. 26 hodowców zaprezentowało łącznie 82 sztuki bydła różnych ras mięsnych. Najlepsze zwierzęta zdobyły tytuły czempionów i wiceczempionów, za które hodowcy otrzymali wyróżnienia: tablice pamiątkowe, kotyliony, a za superczempiona dodatkowo wieniec. Wszyscy hodowcy zostali uhonorowani nagrodami w postaci wideł gospodarczych. Zwierzętom wykonano badania w kierunku IBR/IPV i BVD/MD, dokonano również ich ubezpieczenia (dot. wystawy w Szepietowie). Przygotowano stoiska wystawowe, zaopatrzone w niezbędne artykuły do ich obsługi oraz materiały informacyjno – promocyjne (segregatory). Przeprowadzono degustację produktów z kulinarnego mięsa wołowego; przygotowano i wydano ok. 680 porcji degustacyjnych. Osobom organizującym oraz obsługującym wystawy wystawiono delegacje.

Polska wołowina na polskim stole

Przedmiotem zadania była organizacja i udział w 2 regionalnych wystawach zwierząt z udziałem bydła ras mięsnych: w Sielinku oraz Wrocławiu. Na obu wystawach zaprezentowanych zostało 71 szt. bydła. Zwierzętom przygotowano stanowiska, zapewniono odpowiednie warunki, ubezpieczono, przebadano, zapewniono nadzór i ochronę. Najlepsze zwierzęta zdobyły tytuły czempionów i wiceczempionów, za które ich właściciele otrzymali nagrody: tablice pamiątkowe, kotyliony, puchary i wieniec (superczempion). Hodowcy otrzymali praktyczne nagrody w postaci wideł gospodarczych oraz siekier. Przygotowane zostały stoiska wystawowe, do obsługi których zakupiono niezbędne artykuły oraz materiały informacyjno-promocyjne (gadżety – pendrive'y).

Poznaj dobrą polską wołowinę

W ramach zadania przeprowadzono pokaz właściwego przygotowania i obróbki mięsa wołowego oraz degustację produktów z mięsa wołowego. Osoby zainteresowane miały możliwość zdobycia fachowej wiedzy na temat wołowiny, zaczynając od pochodzenia mięsa, poprzez proces dojrzewania, obróbki i przygotowania do spożycia. Pokazy kulinarne oraz prowadzone degustacje cieszyły się dużym powodzeniem i przyciągnęły rzesze zwiedzających; w ramach pokazu i degustacji przygotowano i wydano ok. 2 200 porcji degustacyjnych. Przygotowano stoiska i materiały informacyjno – promocyjne, w tym roll-upy (2 szt.), ulotki (w formacie A4 – 3 rodzaje – razem 2400 szt. i A5 – 600 szt.) oraz gadżety – fartuchy kucharskie (300 szt.). W celu realizacji zadania wystawiono delegacje. Nad prawidłową realizacją projektu czuwał koordynator. Do jego zadań należało m.in.: stały kontakt z organizatorami wydarzeń, z podwykonawcami, nadzór nad organizacją i prawidłowym funkcjonowaniem stoisk w trakcie wydarzeń, zgromadzenie dokumentacji zdjęciowej.

Bydło mięsne na Krajowej Wystawie Rolniczej

W ramach zadania przygotowano ekspozycję bydła mięsnego oraz wzięto udział w Krajowej Wystawie Rolniczej w Częstochowie. 10 hodowców zaprezentowało 39 sztuk bydła różnych ras mięsnych. Za najlepsze zwierzęta, które zdobyły tytuły czempionów, wiceczempionów i superczempiona oraz za najpiękniejsze zwierzę wystawy hodowcy otrzymali wyróżnienia: tablice pamiątkowe. Za czempionaty przyznano flots. Wszyscy hodowcy zostali uhonorowani nagrodami rzeczowymi – zestawami do pielęgnacji bydła. Przygotowane zostały: stanowiska dla zwierząt, tablice informacyjne na boksy, pasza, słoma, woda; zapewniono obsługę zwierząt, sanitarno-weterynaryjną, ochronę zwierząt, wywóz obornika i dezynfekcję terenu oraz nagłośnienie. Zwierzętom wykonano badania w kierunku IBR/IPV i BVD/MD. Przygotowano stoisko wystawowe wraz z wyposażeniem, zaopatrzone w niezbędne artykuły do jego obsługi oraz materiały promocyjne – gadżety (690 szt. kapeluszy). Przeprowadzono degustację produktów z kulinarnego mięsa wołowego; przygotowano ok. 650 porcji degustacyjnych. Osobom organizującym oraz obsługującym wystawę zostały wystawione delegacje. Hodowcom oraz obsłudze wystaw zapewniono zakwaterowanie.

Otwieramy się na Chiny

Przeprowadzono szkolenie/seminarium z zakresu wprowadzania na chiński rynek zagranicznych produktów spożywczych, zwłaszcza mięsa wołowego. Szkolenie odbyło się 7.11.2023 r. w Hotelu Novotel Airport w Warszawie i miało formę hybrydową: stacjonarnie uczestniczyło w nim 8 osób, 16 osób online. Byli to głównie przedstawiciele firm, zakładów ubojowych i przetwórczych zajmujących się eksportem wołowiny, posiadających zezwolenia eksportowe. Tematyka szkolenia obejmowała 3 bloki tematyczne: 1) sprzedaż wołowiny na chińskim rynku – praktyczny przewodnik, 2) specyfika prowadzenia biznesu w Chinach, 3) rejestracja w systemie CIFER – praktyczny przewodnik. Polska żywność w Chinach i wsparcie ze strony polskich władz.

W ramach zadania przeprowadzono następujące działania:

Stworzono raport z audytu chińskiego rynku wołowiny. Raport zawiera informacje na temat sytuacji rynku wołowiny w Chinach, przedstawia preferencje chińskich konsumentów, zawiera case studies dotyczący wejścia zagranicznych producentów do ChRL, przedstawia kanały dystrybucji mięsa wołowego, szanse i zagrożenia związane z udrożnieniem rynku dla polskich producentów wołowiny.

Stworzono i prowadzono konta promujące polską wołowinę na 2 największych chińskich platformach mediów społecznościowych: Weibo i Weixin (WeChat) oraz prowadzono na nich „wirtualne biuro”. Po okresie związanym z wymogami administracyjnymi, dotyczącymi zakładania kont promocyjnych przez podmioty spoza ChRL w serwisach Weibo i Weixin, umieszczono na nich po 40 wpisów promujących polskie mięso wołowe. W ramach promocji skoncentrowano się na dotarciu do chińskich importerów produktów spożywczych, zwłaszcza mięsa oraz przedstawicieli dużych sieci handlowych oraz środowiska F&B.

Stworzono bazę danych dystrybutorów i importerów mięsa w ChRL (ponad 150 rekordów) z określeniem ich lokalizacji, prowincji. Podczas weryfikacji kontaktów przekazywano informacje o polskim sektorze mięsa wołowego.

Koordinacja projektu. Do zadań koordynatora należało: przygotowanie briefu zadania, koncepcji/założeń szkolenia, wysyłka zaproszeń oraz rejestracja uczestników. Zaproszenia zostały wysłane drogą mailową.

W celu realizacji zadania wystawiono w 4 delegacje.

Promocja zrównoważonej produkcji wołowiny stymulatorem rozwoju sektora

Opis zadania:

Podniesienie wiedzy i umiejętności w zakresie produkcji żywca wołowego w sposób neutralny dla zmian klimatycznych i środowiska grupy docelowej, zwiększenie wiedzy uczestników w zakresie stosowania innowacyjnych rozwiązań w zarządzaniu produkcją bydła mięsnego w sposób zrównoważony.

Osiągnięte cele (stan na 31.12.2023 r.):

1. Kampania w social mediach i internecie "Promocja zrównoważonej produkcji wołowiny",

2. Zorganizowanie 2 spotkań dla przedstawicieli łańcucha wartości polskiej wołowiny,
3. Zadanie będzie kontynuowane w 2024 r.

Wołowina profesjonalnie

Opis zadania:

Stworzenie interaktywnej platformy materiałów promocyjnych i edukacyjnych dla branży mięsa wołowego zawierającej: zdjęcia mięsa wołowego wysokiej jakości w technologii 360, filmami instruktażowymi z rozbioru tuszy wołowej oraz z materiałami edukacyjnymi.

Osiągnięte cele (stan na 31.12.2023 r.):

1. Budowa interaktywnej platformy dla branży mięsa wołowego: strony <https://elementywołowe.pl/>,
2. Zamieszczenie zdjęć, filmów instruktażowych, materiałów edukacyjnych na stronie

Polska wołowina elementem zdrowego żywienia

Opis zadania:

Informowanie o zaletach i jakości mięsa wołowego w kontekście zasad zdrowego odżywiania oraz dokonywania świadomych wyborów konsumenckich co w efekcie pozwoli na zwiększenie spożycia promowanych produktów wołowych oraz ich sprzedaży. Działania informacyjno-promocyjne dla dziennikarzy oraz tematyką zdrowia i żywności, którzy nabytą wiedzę przekazywać będą swoim odbiorcom.

Osiągnięte cele (stan na 31.12.2023 r.):

1. Zorganizowanie 2 warsztatów dla dziennikarzy, influencerów, blogerów wraz z pokazem kulinarnym i degustacją wołowiny,
2. Samodzielne przygotowania dania z wołowiny wraz z promocją wołowiny w social mediach przez uczestników warsztatów,
3. Udział w 3 wydarzeniach, na których odbyła się promocja zalet mięsa wołowego wraz degustacją wołowiny

Polska Wołowina Zrównowazona

Opis zadania:

Promowanie, upowszechnianie i udostępnianie dobrych praktyk wykorzystywanych w produkcji żywca wołowego poprzez udział producentów żywca wołowego oraz doradców w szkoleniach i pokazach w zakresie poprawy sytuacji ekonomicznej gospodarstw opasających bydło, ukierunkowanego przede wszystkim na produkcji żywca wołowego wysokiej jakości, w tym również zmniejszającej wpływ na środowisko naturalne oraz zwiększającej poprawę dobrostanu zwierząt.

Osiągnięte cele (stan na 31.12.2023 r.):

1. Zorganizowanie 17 szkoleń dla producentów,
2. Zorganizowanie 2 pokazów w gospodarstwach opasających,
3. Kampanii w social mediach "Promowanie, upowszechnianie i udostępnianie dobrych praktyk wykorzystywanych w produkcji żywca wołowego"Stymulowanie podnoszenia jakości wołowiny

Organizacja stoiska wystawowego na trzech imprezach targowych – targach rolniczych w Polsce w celu promocji systemu jakości żywności Quality Meat Program (QMP).

Osiągnięte cele (stan na 31.12.2023 r.):

1. Kontynuacja działań z 2022 r.
2. Udział w wystawie targowej XXIII Mazowieckie Dni Rolnictwa w Płońsku 17-18.06.2023,
3. Promocja systemu QMP podczas targów wraz z informowaniem o zaletach mięsa wołowego podczas degustacji wołowiny. Analizy procesów w łańcuchu dostaw wołowiny

Opis zadania:

Przeprowadzanie prac rozwojowych i wykonanie pracochłonnych analiz obecnych przepisów prawnych, analizy przepływu informacji w łańcuchu dostaw żywca i mięsa, modeli biznesowych zarówno AS-IS jaki TO-BE, analizy raportów dotyczących technologii wraz z podaniem rekomendacji.

Osiągnięte cele (stan na 31.12.2023 r.):

1. Kontynuacja działań z 2022 r.
2. Analiza dokumentów legislacyjnych unijnych i polskich, systemów jakości żywności dla produkcji wołowiny

IX Forum Sektora Wołowiny z Konkursem Producenta Bydła Mięsnego Roku

Organizacja międzynarodowej konferencji dla sektora wołowego oraz organizacja konkursu Producenta Bydła Mięsnego Roku. Wydarzenia cykliczne, coroczne. Dla przedstawicieli łańcucha produkcji: producentów rolnych, zakłady mięsne, przedstawicieli handlu, organizacji branżowych oraz gastronomii, a także doradców, świata nauki, administracji.

Osiągnięte cele (stan na 31.12.2023 r.):

1. Organizacja międzynarodowej konferencji dla sektora wołowego IX Forum Sektora Wołowiny pt. "Zrównoważona wołowina - wysoka jakość, dobrostan zwierząt, czyste środowisko",
2. Przygotowanie strony beefforum.pl oraz promocja idee konferencji w social mediach, 3. Organizacja Konkursu Producent Bydła Mięsnego Roku 2022.
4. Wyłonienie laureatów i wyróżnionych w trzech kategoria: producent-hodowca, producent opasów, producent odsadków Informowanie o jakości i cechach, w tym zaletach, mięsa wołowego w internecie

Opis zadania:

Działania skupione na ochronie wizerunku polskiego sektora wołowiny w celu przeciwdziałanie zagrożeniom branży (głównie wizerunkowym), poprzez bieżącą analitykę internetową informacji na temat sektora wołowiny, aktywne działania antyhejterskie i poprawiające wizerunek branży, współpracę z influencerami działającymi w social mediach na rzecz sektora wołowiny, działalność na platformie Facebooku, Twitter.

Osiągnięte cele (stan na 31.12.2023 r.):

1. Kontynuacja działań z 2022 r.,
2. Bieżąca analityka i aktywne działania antyhejtersie oraz działania w social mediach

Warsztaty dla profesjonalnych sprzedawców

Opis zadania:

Informowanie o systemie jakości oraz wołowinie wysokiej jakości w ogóle, o korzyściach dla branży mięsa wołowego poprzez szkolenie dla handlowców połączone z warsztatami chef for chef oraz Trendy Dinner.

Osiągnięte cele (stan na 31.12.2023 r.):

1. Kontynuacja działań z 2022 r.,
2. Organizacja 1 szkolenia dwudniowego dla handlowców połączonego z warsztatami chef for chef oraz Trendy Dinner

Stymulowanie podnoszenia jakości wołowiny podczas wyjazdu do Włoch

Opis zadania:

Wyjazd o charakterze informacyjnym, podczas którego polscy producenci żywca wołowego informowali zakłady włoskie o jakości i cechach polskiego mięsa wołowego, a także w zakresie przykładów dobrych praktyk dotyczących informowania o jakości i cechach mięsa wołowego możliwych do przeniesienia na rynek polski.

Osiągnięte cele (stan na 31.12.2023 r.):

Organizacja kilkudniowego wyjazdu studyjnego do Włoch dla producentów bydła mięsnego

Promocja Polskiej Wołowiny podczas misji wysokiego szczebla Komisarza Janusza Wojciechowskiego w Japonii

Opis zadania:

Promocja polskiej wołowiny podczas misji wysokiego szczebla Komisarza ds. rolnictwa i rozwoju wsi Janusza Wojciechowskiego w Japonii w dniach 2-6.07.2023 r.

Osiągnięte cele (stan na 31.12.2023 r.):

1. Uczestnictwo w HLM Pana Prezesa Jerzego Wierzbickiego

Polska Wołowina

Opis zadania:

Opracowanie i wdrożenie nowej strategii dla sektora wołowiny w Polsce jako kontynuacja strategii „Polska Wołowina 2022”.

Osiągnięte cele (stan na 31.12.2023 r.):

1. Przygotowanie strategii "Polska Wołowina 2030",
2. Organizacja 4 spotkań dla interesariuszy zadania

Promocja systemu jakości wołowiny QMP podczas targów cz. 1

Opis zadania:

Organizacja stoiska wystawowego na dwóch imprezach targowych – targach rolniczych w Polsce w celu promocji systemu jakości żywności Quality Meat Program (QMP).

Osiągnięte cele (stan na 31.12.2023 r.):

1. Udział w dwóch wystawach targowych: XXIV AGRO SHOW 2023 Bednary 22-24.09.2023, CTR Hodowca Nadarzyn 8-10.12.2023,
2. Promocja systemu QMP podczas targów wraz z informowaniem o zaletach mięsa wołowego podczas degustacji wołowiny.

Promocja systemu jakości wołowiny QMP podczas targów cz. 2

Opis zadania:

Organizacja stoiska wystawowego na dwóch imprezach targowych – targach rolniczych w Polsce w celu promocji systemu jakości żywności Quality Meat Program (QMP).

Osiągnięte cele (stan na 31.12.2023 r.):

1. Udział w dwóch wystawach targowych: IV Krajowe Dni Pola 2023 Sielinko 3-5.06.2023, AGRO-TECH 2023 Minikowo 1-2.07.2023,

Promocja systemu QMP podczas targów wraz z informowaniem o zaletach mięsa wołowego podczas degustacji wołowiny.

Informowanie o jakości i cechach mięsa wołowego w Internecie oraz ochrona wizerunku polskiego sektora wołowiny

Opis zadania:

Działania skupione na ochronie wizerunku polskiego sektora wołowiny w celu przeciwdziałanie zagrożeniom branży (głównie wizerunkowym), poprzez bieżącą analitykę internetową informacji na temat sektora wołowiny, aktywne działania antyjejtarskie i poprawiające wizerunek branży, współpracę z influencerami działającymi w social mediach na rzecz sektora wołowiny, działalność na platformie Facebooku, Twitter, a także budowa biblioteki rzetelnej informacji dot. sektora produkcji wołowiny, obecność w mediach szeroko zasięgowych.

Osiągnięte cele (stan na 31.12.2023 r.):

1. Bieżąca analityka i aktywne działania antyjejtarsie oraz działania w social mediach
2. Zadanie będzie kontynuowane w 2024 r.

Konkurs Producenta Bydła Mięsnego Roku 2023

Opis zadania:

Organizacja konkursu Producenta Bydła Mięsnego Roku. Wydarzenie cykliczne, coroczne, dla producentów bydła mięsnego.

Osiągnięte cele (stan na 31.12.2023 r.):

1. Przygotowanie do organizacja oraz wyłonienie finalistów Konkursu Producent Bydła Mięsnego Roku 2023,
2. Zadanie będzie kontynuowane w 2024 r. - ogłoszenie finalistów 02.02.2024 r.

Promocja wołowiny kulinarnej wysokiej jakości

Opis zadania:

Promocja wołowiny o kontrolowanej stabilnej jakości oraz narzędzi, systemów zarządzania jakością kulinarną w łańcuchu wartości, a w szczególności systemów, które przyczyniają się do wzrostu popytu na wołowinę kulinarną o gwarantowanej jakości.

Osiągnięte cele (stan na 31.12.2023 r.):

1. Udział w wydarzeniu branżowym adresowane dla przemysłu mięsnego Forum Mięśne Technologie 2023 Cukrownia Żnin 21.11.2023,
2. Zadanie będzie kontynuowane w 2024 r. - m.in. udział w 4 wydarzeniach branżowych

Wołowina profesjonalnie kontynuacja

Opis zadania:

Kontynuacje prowadzenia interaktywnej platformy materiałów promocyjnych i edukacyjnych dla branży mięsa wołowego dedykowaną dla szkół branżowych, kucharzy, sprzedawców, ubojni, zakładów mięsnych jak i konsumentów.

Osiągnięte cele (stan na 31.12.2023 r.):

Zadanie będzie kontynuowane w 2024 r. - prowadzenie platformy

<https://elementywołowe.pl/>Nazwa zadania finansowanego z Funduszu Promocji Mięsa Wołowego

X Forum Sektora Wołowiny

Opis zadania:

Organizacja międzynarodowej konferencji dla sektora wołowego. Wydarzenie cykliczne, coroczne. Dla przedstawicieli łańcucha produkcji: producentów rolnych, zakłady mięsne, przedstawicieli handlu, organizacji branżowych oraz gastronomii, a także doradców, świata nauki, administracji.

Osiągnięte cele (stan na 31.12.2023 r.):

1. Przygotowanie do organizacji międzynarodowej konferencji dla sektora wołowego X Forum Sektora Wołowiny pt. "Produkcja zrównoważona - szanse i zagrożenia",
2. Zadanie będzie kontynuowane w 2024 r. - konferencja zaplanowana na 02.02.2024 r.

Wołowina najlepsza na zimę

Opis zadania:

Działania promocyjne w miejscach gromadzenia się konsumentów z grupy docelowej. Dotarcie do świadomości konsumentów poprzez degustacje i dostarczanie informacji za pomocą materiałów informacyjnych dystrybuowanych w miejscach działań.

Osiągnięte cele (stan na 31.12.2023 r.):

Zadanie będzie kontynuowane w 2024 r. - organizacja 5 akcji eventowych

Analizy procesów w łańcuchu dostaw wołowiny kontynuacja

Opis zadania:

Przeprowadzanie prac rozwojowych i wykonanie pracochłonnych analiz obecnych przepisów prawnych, analizy przepływu informacji w łańcuchu dostaw żywca i mięsa, modeli biznesowych zarówno AS-IS jak i TO-BE, analizy raportów dotyczących technologii wraz z podaniem rekomendacji.

Osiągnięte cele (stan na 31.12.2023 r.):

1. Analiza dokumentów legislacyjnych unijnych i polskich, systemów jakości żywności dla produkcji wołowiny,

Akcje promocyjno-informacyjne dla uczniów szkół gastronomicznych – STAWIAM NA WOŁOWINĘ

Zadanie pt. „Akcje promocyjno-informacyjne dla uczniów szkół gastronomicznych – STAWIAM NA WOŁOWINĘ” zostało zrealizowane w terminie od dnia 04 września 2023 r. do dnia 01 marca 2024 r.

Realizacja zadania obejmowała przeprowadzenie szkoleń w 10 placówkach oświatowych w następujących terminach:

1. Zespół Szkół Kształcenia Rolniczego im. Wincentego Witosa w Suwałkach, ul. Ogrodowa 49, 16-400 Suwałki – 08.01.2024 r.
2. Zespół Szkół Centrum Kształcenia Rolniczego w Janowie, ul. Białostocka 22, 16-130 Janów - 09.01.2024 r.
3. Zespół Szkół Technicznych i Ogólnokształcących Nr 4 im. Marii Skłodowskiej-Curie w Łomży, ul. Zielona 21, 18 - 400 Łomża - 10.01.2024 r.
4. Zespół Szkół nr 1 im. gen. Stefana Roweckiego "Grota" w Zambrowie, ul. Aleja Wojska Polskiego 31, 18-300 Zambrów - 11.01.2024 r.
5. Zespół Szkół nr 2 im. Aleksandra Świętochowskiego w Łukowie, ul. Warszawska 88, 21-400 Łuków - 12.01.2024 r.

6. Zespół Szkół im. ks. Jana Krzysztofa Kluka w Wojewodzinie, Wojewodzin 52, 19-200 Grajewo - 15.01.2024 r.
7. Zespół Szkół Zawodowych, ul. Tadeusza Kościuszki 16, 11-500 Giżycko - 16.01.2024 r.
8. Centrum Szkolenia Zawodowego i Ustawicznego w Mrągowie, ul. Mrongowiusza 65, 11-700 Mrągowo - 17.01.2024 r.
9. Zespół Szkół Gastronomiczno-Spożywczych w Olsztynie, ul. Żołnierska 49, 10-560 Olsztyn - 18.01.2024 r.
10. Zespół Szkół Ogólnokształcących i Zawodowych w Mońkach, ul. Szkolna 22, 19-100 Mońki - 19.01.2024 r.

łącznie w szkoleniach wzięło udział ok 1000 osób (w części merytorycznej ok 800 osób i w części praktycznej 200 osób).

Mięso z Polski – Promocja na targach Polagra Food

Podczas targów, stoisko odwiedziło około 500 gości, przy czym największą frekwencję odnotowano w dniach 27 i 28 września. Z rozmów przeprowadzonych z wystawcami obecnymi na stoisku wynika, że głównymi zainteresowanymi byli handlowcy i osoby zajmujące się importem i dystrybucją mięsa i produktów mięsnych poszukujący nowych dostawców oraz uczniowie szkół o profilu gastronomicznym.

Wszystkie z obecnych na stoisku firm podkreśliły ogromne znaczenie prezentacji swojej oferty na największych krajowych targach przemysłu spożywczego jakimi jest POLAGRA. Przedsiębiorcy zgodnie podkreślili, że dzięki promocji na stoisku organizowanym przez Związek POLSKIE MIĘSO, zdecydowanie łatwiej było im nawiązać kontakty biznesowe z potencjalnymi kontrahentami. Polscy wystawcy pozytywnie ocenili organizację przedsięwzięcia, zwracając szczególną uwagę na zabudowę stoiska oraz obsługę cateringową, oferującą wysokiej jakości polskie specjały kulinarne. Większa część firm zadowolona była z frekwencji odwiedzin i odbytych rozmów z potencjalnymi klientami. Wielokrotnie podkreślano konkretność spotkań i bardzo duże zainteresowanie polskimi produktami. Mając na uwadze opinie polskich firm, pozytywny odbiór krajowej oferty przez odwiedzających, rekomendowana jest realizacja podobnych przedsięwzięć w przyszłości na najważniejszych targach branży spożywczej nie tylko w kraju, ale też Europie i rynkach światowych uznanych za perspektywiczne.

Otwarcie chińskiego rynku wołowiny

W ramach przeprowadzonego audytu służb chińskich w dniach 19-28.04.2023 r. uczestnicy wzięli udział w 13 spotkaniach, w tym;

- 6 spotkaniach z przedstawicielami władz Polski oraz polskich agend rządowych z obszaru weterynarii, bezpieczeństwa żywności oraz rolnictwa;
- 1 wizycie w zakładzie paszowym;
- 1 wizycie w zakładzie utylizacyjnym;
- 2 wizytach w gospodarstwach rolnych utrzymujących bydło;
- 1 wizycie u pośrednika zajmującego się handlem bydłem;

- 1 wizycie w rzeźni i w zakładzie przetwórczym.

W każdym z tych miejsc przedmiotem rozmowy były zasady bezpieczeństwa weterynaryjnego oraz sanitarnego w zakresie zapobiegania i ochrony przed BSE oraz innymi chorobami zakaźnymi u bydła.

We wszystkich wymienionych powyżej miejscach audytu członkowie chińskiej delegacji zapoznali się z procedurami, dokumentacją, a następnie dokonywali wizji lokalnej wskazanych pomieszczeń.

W trakcie kontroli audytorzy na bieżąco zgłaszali prośby o przesłanie im źródeł prawa, dokumentów weterynaryjnych, formularzy urzędowych oraz innych dokumentów (np. raporty, wyniki badań), które – w ich ocenie – były ważne dla prawidłowego przebiegu audytu jak i późniejszej finałowej oceny. Te prośby członków chińskiej delegacji koordynator natychmiast przekazywał za pośrednictwem SMS lub wiadomości mailowej do dyrektora Biura do spraw Unii Europejskiej i Współpracy z Zagranicą Głównego Inspektoratu Weterynarii (GIW). Współpracę w tym zakresie, szef chińskiej delegacji, ocenił podczas spotkania zamykającego. Powiedział, że system zapobiegania BSE w Polsce jest bardzo efektywnym systemem i to w zakresie uwarunkowań prawnych. Podkreślił, że zapobieganie BSE dotyczy całego systemu i jest pod pełnym i wnikliwym nadzorem. Ponadto podczas spotkania zamykającego szef chińskiej delegacji wyraził uznanie dla wysokiego poziomu organizacji merytorycznej przygotowanej przez Główny Inspektorat Weterynarii jak i koordynacji misji.

Zarówno na spotkaniu otwierającym jak i zamykającym podsumowującym szef chińskiej delegacji powiedział, że celem wizyty jest jak najszybsze otwarcie chińskiego rynku, a po ich wizycie w Polsce będzie możliwe szybkie rozwiązanie kwestii eksportu polskiego mięsa

SKŁADKA CZŁONKOWSKA UECBV 2023

Planowanym rezultatem realizacji zadania było utrzymanie statusu członka UECBV, co umożliwi otrzymywanie na bieżąco informacji dotyczących procesu legislacyjnego w UE, dając przy tym możliwość uczestniczenia w procesie konsultacyjnym unijnego prawa. Członkostwo w UECBV umożliwia stale monitorować ceny i analizy rynku mięsa wołowego i wieprzowego oraz ich przetworów – zarówno unijnego, jak i światowego. Członkostwo w UECBV umożliwia uczestnictwo w grupach roboczych oraz licznych spotkaniach branżowych na szczeblu Komisji Parlament UE, co daje Związkowi Polskie Mięso możliwość zabezpieczenia interesów producentów i przetwórców mięsa wołowego i wieprzowego, lobbowania na rzecz polskiej branży mięsnej z wykorzystaniem struktur i kanałów współpracy UECBV.

Dzięki szerokiemu zasięgowi działania Związku Polskie Mięso z naszego członkostwa w UECBV korzysta cała polska branża mięsna. Bieżące informacje są kierowane do wszystkich polskich organizacji branżowych. Materiały publikowane są również na bezpłatnym serwisie www.polskie-mieso.pl oraz magazynie POLSKIE MIESO.

Składka członkowska została zapłacona, w związku z tym Związek Polskie Mięso utrzymał status członka UECBV, a tym samym zaplanowany cel został zrealizowany.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Janusz Zarecki". The signature is written in a cursive style with a long, sweeping underline.