

SPRAWOZDANIE RZECZOWE

**Komisji Zarządzającej Funduszem Promocji Mięsa Wołowego
z wykonania zadań w roku 2013**

Warszawa, 2014-03-31

**Zadania zaplanowane i realizowane w 2013 r. ze środków Funduszu Promocji
Mięsa Wołowego wraz z terminami realizacji**

Lp.	Tytuł zadania	Termin realizacji
1.	Tradycja jakość i europejski smak	7.03.2011-6.03.2013
2.	Tradycja i jakość europejskiego mięsa	24.07.2013-23.07.2016
3.	Smaki wołowiny	01.09.2013
4.	Program informacyjny "QMP - wołowina zawsze dobra"	26.09.2012-25.09.2015
5.	Bukaciarnia.pl	01.01-31.12.2013
6.	Katalog branżowy wołowiny w tuszach i elementach handlowych	01.01-30.06.2014
7.	Polska wołowina - wołowina z przyszłością	15.04-15.10.2013
8.	Promocja wołowiny kulinarnej na Wielkanocnym Kiermaszu produktów lokalnych, regionalnych i tradycyjnych	22-27.03.2013
9.	Promocja polskiej wołowiny wraz z Urzędem Patentowym w WEH	21.08-31.12.2013
10.	Konkurs kulinarny - "Polska wołowina- wołowina z przyszłością"	06.12.2013-10.06.2014
11.	Warsztat "Polska wołowina - wołowina z przyszłością	31.12.2013-29.06.2014
12.	Europejskie mięso - tradycja jakość i smak	12.02.2013-11.02.2016
13.	Mięsna Arena	19.04-20.05.2013
14.	Młoda wołowina dla naszych dzieci	31.05-07.06.2013
15.	Tradycja, jakość, smak - polska wołowina	13-24.06.2013
16.	Świętomięś Polski 2013	06.08-26.08.2013
17.	Dożynki Prezydenckie 2013	10-17.09.2013
18.	Mięso z Polski	20.09-04.10.2013
19.	Kuchnia w drodze	01.10.2013-31.08.2014
20.	Wołowina w kuchni	01.11.2013-31.05.2014
21.	Mięsna lekcja	13.12.2013-30.06.2014
22.	Piknik wołowy	01.03-15.11.2013
23.	Zdrowe bo wołowe	23-24.11.2013
24.	Refundacja kosztów składek członkowskich PZHBS za 2013 rok, zwrot kosztów kwalifikowanych uczestnictwa w Kongresie Europejskiej Federacji oraz z posiedzeniu Zarządu Światowej Federacji w 2013 r. w dniach 17-21 września 2013 w Słowenii	03.04-30.09.2013
25.	IX Krajowa Wystawa Bydła Simentalskiego w Rudawce Rymanowskiej	01.08-30.09.2013
26.	Festiwal Podkarpackiej Wołowiny	04.06-31.10.2013
27.	Polska wołowina na polskim stole	29.04.-28.10.2013
28.	Udział w Targach Hodowlanych Sommet de l'elevage 2013	30.09-05.10.2013
29.	Kwartalnik	03.10-31.12.2013
30.	Bydło mięsne gwarancją wysokiej jakości wołowiny kulinarnej	01.11.2013-31.12.2013
31.	Składka członkowska UECBV	15-31.05.2013

UNIA PRODUCENTÓW I PRACODAWCÓW PRZEMYSŁU MIĘSNEGO

1. TRADYCJA JAKOŚĆ I EUROPEJSKI SMAK

OCENA ZADANIA

- Stoisko kampanii podczas sześciu imprez targowych odwiedziło w sumie 90 tysięcy osób
- Program kampanii został pozytywnie przyjęty przez grupę docelową (dystrybutorów, dziennikarzy, konsumentów)
 - 90% odwiedzających stoiska kampanii wyraziło pozytywną opinię na temat ekspozycji
 - Serwis www.europeanmeat.eu w trakcie trwania kampanii odwiedziło 103 tysiące internautów

2. TRADYCJA I JAKOŚĆ EUROPEJSKIEGO MIĘSA

OCENA ZADANIA

Zadanie w trakcie realizacji.

3. SMAKI WOŁOWINY

OCENA ZADANIA

Dzięki otwartym degustacjom oraz prezentacjom przygotowanych produktów przez szefa kuchni, wydarzenie „smaki wołowiny” przyczyni się do zachęcenia konsumentów do częstego wykorzystania mięsa wołowego.

POLSKIE ZRZESZENIE PRODUCENTÓW BYDŁA MIĘSNEGO

4. PROGRAM INFORMACYJNY "QMP - WOŁOWINA ZAWSZE DOBRA"

OCENA ZADANIA

Zadanie w trakcie realizacji.

5. BUKACIARNIA.PL

OCENA ZADANIA

Portal Bukaciarnia.pl funkcjonował nieprzerwanie przez cały rok 2013. Prowadzony był z należytą starannością co zaowocowało znacznym wzrostem liczby użytkowników a także zwiększeniem ich aktywności na forum. Wprowadzenie nowych funkcji a także

udoskonalenie funkcji dotychczasowych sprawiło, że rejestracja na portalu stała się bardziej intuicyjna, korzystanie z map bardziej efektywne i ergonomiczne natomiast forum nabrało nowego wyglądu, zostało poszerzone i uzyskało wiele nowych treści, co dało użytkownikom jeszcze lepsze miejsce do wymiany poglądów, opinii i doświadczeń.

Na portalu publikowane były treści dotyczące aktualnej sytuacji na rynku wołowiny, porady dotyczące chowu i hodowli bydła, informacje dotyczące systemów jakości mięsa wołowego i wiele innych wartościowych treści, promujących produkcję żywca wołowego.

Działalność ekspertów przyczyniła się do utrzymania treści portalu na wysokim poziomie merytorycznym. Ich porady były praktyczne i pomagały w rozwiązaniu problemów użytkowników, którzy nadsyłali pytania a także pozostałych internautów, którzy dzięki tej działalności mogli zapoznać się z eksperckimi poradami.

Pozycjonowanie strony oraz kampania linków sponsorowanych przyczyniły się do łatwego wyszukiwania portalu w wyszukiwarkach internetowych. W kampanii brało udział wiele słów kluczowych, dzięki czemu na portal trafiali internauci poszukujący informacji na temat różnorodnych zagadnień związanych z prowadzeniem hodowli bydła bądź opasem* żywca wołowego.

Emisja reklam w czasopismach oraz portalach internetowych przyciągnęła uwagę wielu rolników, co odzwierciedla wzrost liczby użytkowników zarejestrowanych na portalu. Reklamy te informowały również o trwającym konkursie co stanowiło dodatkową zachętę do odwiedzenia portalu.

Szeroka kampania informacyjna pozwoliła na dotarcie informacji o portalu do szerokiego grona rolników: do wszystkich rolników ekologicznie produkujących żywiec wołowy oraz do osób mających kontakt z Ośrodkami Doradztwa Rolniczego bądź z Izbami Regionalnymi oraz wielu innych osób, którym bliska jest działalność rolnicza.

Promocja portalu oraz przeprowadzanego konkursu na imprezach targowych przyniosła niezaprzeczalne korzyści dla portalu. Zarejestrowało się wielu nowych użytkowników a każdy z nich osobiście instruowany był jak efektywnie korzystać z funkcji strony.

Zorganizowany konkurs, który polegał na zapraszaniu nowych osób do portalu zaowocował wzmożeniem ruchu na stronie (wzrostem ilości nowych użytkowników, nowych wpisów na forum, dziennych odsłon strony i dziennych wejść na portal), rozpropagowaniem Bukaciarni w szerokim gronie rolniczym oraz umacnianiem pozytywnego wizerunku strony co jest ważnym czynnikiem dla zwiększenia udziału osób powracających na stronę.

Ciągłość działania portalu, dbałość o jego funkcjonowanie a także szeroka kampania informacyjno-promocyjna zagwarantowały pełne wykonanie projektu Bukaciarnia.pl w roku 2013.

OCENA ZADANIA

Zadanie w trakcie realizacji.

7. POLSKA WOŁOWINA - WOŁOWINA Z PRZYSZŁOŚCIĄ

OCENA ZADANIA

Dzięki uczestnictwu na wystawach w Poznaniu, Płońsku, Szepietowie i Siedlcach mieliśmy okazję upowszechnić informację o systemie jakości QMP. Zdecydowana większość uczestników po raz pierwszy usłyszała o systemie gwarantującym jakość mięsa wołowego dzięki naszemu czynnemu udziałowi w wystawie.

Prezentacja przygotowywania wołowiny oraz możliwość oceny jej walorów smakowych przyczyniły się do obalenia przekonania, że wołowina jest mięsem twardym i trudnym w obróbce. Konsumenci zgodnie stwierdzili, że taka forma promocji obaliła ich stereotypy, ponadto zadeklarowali chęć spożywania większej ilości wołowiny. Często spotkaliśmy się z pytaniem, gdzie można kupić taką właśnie wołowinę. Degustacja przekonała do spożywania wołowiny zarówno konsumentów, jak i producentów. Producenci byli dodatkowo zainteresowani poznaniem specyfiki produkcji wołowiny wysokiej jakości. Nasi pracownicy udzielali wyczerpujących informacji na temat chowu bydła w Systemie QMP.

Zaprezentowane na wystawach cielęta przyciągnęły zainteresowanych hodowców. Rozmowa z właścicielem zwierząt przekonała ich do utrzymywania bydła ras mięsnych i ich mieszańców, co gwarantuje produkt wysokiej jakości.

Walory smakowe serwowanej wołowiny QMP przekonały odwiedzających do częstszego spożywania tego mięsa. Prowadzona przez nas promocja z jednej strony przekonała rolników do produkcji wołowiny wysokiej jakości a z drugiej strony poszerzyła grono miłośników wołowiny.

8. PROMOCJA WOŁOWINY KULINARNEJ NA WIELKANOCNYM KIERMASZU PRODUKTÓW LOKALNYCH, REGIONALNYCH I TRADYCYJNYCH

OCENA ZADANIA

Zadanie zostało zrealizowane zgodnie z przyjętymi założeniami. W Kiermaszu Wielkanocnym uczestniczyło tradycyjnie bardzo liczne grono warszawiaków oraz turystów. Degustacja cieszyła się bardzo dużym zainteresowaniem zarówno osób dorosłych jak i dzieci i młodzieży. Wielu odwiedzających było zainteresowanych informacjami na temat wołowiny kulinarnej.

9. PROMOCJA POLSKIEJ WOŁOWINY WRAZ Z URZĘDEM PATENTOWYM W WEH

OCENA ZADANIA

1. Międzynarodowe Targi Rolno Spożywcze Agrokomplex, Nitra, Słowacja (22.08.2013 - 25.08.2013).

Od ponad roku na rynkach Słowacji i Czech nagłaśniana była negatywna kampania dotycząca jakości polskiej żywności. Rynek naszych południowych sąsiadów jest rynkiem bardzo atrakcyjnym dla polskich producentów żywności. Jak podawał Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi Stanisław Kalemba do Czech od stycznia do sierpnia 2013 roku z polski zostały wyeksportowane towary rolno spożywcze za 738 mln euro (w analogicznym okresie 2012 r. było to 692 mln euro), a na Słowację za 436 mln euro (w porównaniu do 357 mln euro rok wcześniej) co stanowi łącznie około 9% eksportu produktów żywnościowych z Polski. Według czeskiego urzędu statystycznego Polska od wielu lat jest drugim co do wielkości dostawcą żywności do Czech z 16-proc. udziałem w rynku. Pierwsze mają Niemcy z ponad 23-proc. udziałem. Negatywna kampania medialna dotycząca polskiej żywności jest poważnym problemem któremu należy skutecznie zapobiegać.

Targi Agrokomplex w Nitrze na Słowacji są największymi targami rolno spożywczymi w tym Kraju. Było to znakomite miejsce do zaprezentowania wysokiej jakości produkty spożywcze z Polski. Pozytywny przekaz wzmocniła obecność polskiego Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi Pana Stanisława Kalemba.

Prezentacja polskiej wołowiny produkowanej w systemie jakości QMP jest wyjątkowo dobrym produktem do reprezentowania polskiej żywności. Produkt jest bardzo wysokiej jakości z pełnym kontrolowanym traceability. Udział na tych targach był więc jak najbardziej uzasadniony a nawet niezbędny. Promocja wołowiny promowana odbyła się poprzez:

1.1 Specjalnie opracowany folder promocyjny w którym główna akcenty położone były na :

1.1.1 Dlaczego warto wybrać wołowinę QMP?

System QMP to gwarantowana powtarzalna wysoka jakość!

- Wszystkie produkty oznaczone logiem QMP spełniają surowe kryteria jakości
- System QMP zapewnia kontrolę produkcji żywca wołowego, przetwórstwa pasz, transportu zwierząt, przetwórstwa mięsa. Każdy etap produkcji wołowiny podlega certyfikacji na zgodność z odpowiednimi wymogami zawartymi w aktualnych standardach systemu QMP
- System QMP gwarantuje pełną przejrzystość i niezależność kontroli łańcucha produkcyjnego,
- Wołowina QMP jest produkowane z wykorzystaniem ras mięsnych takich jak np. Limousine, Charolaise, Simentaler, Angus,
- System QMP warunków zapewnia wyższy poziom dobrostanu zwierząt np. w zakresie chowu wolnostanowiskowego
- Uczestnicy podlegają kontroli niezależnej jednostki certyfikującej [EKOGWARANCJA PTRE sp.z .o.o.] akredytowanej na zgodność z normą PN-EN 45011
- Oznaczenie QMP na etykiecie produktu to gwarancja jakości i pewność wyboru produktu
- Znak QMP to wspólny znak towarowy gwarancyjny zatwierdzony wraz z regulaminem decyzją Urzędu Patentowego RP nr UP RP Z – 337777
- Wołowina QMP dzięki spełnieniu wymagań systemu jest smaczna, krucha, soczysta, miękka i z pewnego źródła .

1.1.2 Wysokie walory odżywcze, prozdrowotne i smakowe polskiej wołowiny

- Wysoka zawartość dobrze przyswajalnego białka
- Średni poziom zawartości tłuszczu
- Bogate źródło nienasyconych kwasów tłuszczowych,
- Źródło witamin B1, B6, B12, będących m.in. składnikami enzymów
- Źródło fosforu, żelaza, cynku, ważnych w rozwoju i prawidłowym funkcjonowaniu organizmu
- Źródło przeciwutleniaczy pełniących istotną rolę w profilaktyce nowotworowej

- Wysoki poziom prekursorów, wpływających na smak oraz aromat przygotowywanych potraw

1.1.3 Wołowina QMP jest produkowana w tradycyjny sposób.

- Utrzymanie zwierząt oparte na obowiązującym prawie krajowym i unijnym, zapewniające zwierzętom dobrostan.

- Budynki w których utrzymywane jest bydło są czyszczone i dezynfekowane, zaleca się utrzymywanie zwierząt w oborach wolno-stanowiskowych ze swobodnym dostępem do wybiegu.

- Żywnienie jest zgodne z zaleceniami opasania Systemu QMP.

- Wszystkie zwierzęta otrzymują taką dawkę żywnościową, która gwarantuje utrzymanie dobrego zdrowia, jest odpowiednia dla ich stanu fizycznego i statusu produkcyjnego a producent posiada plan żywienia bydła.

- Pasze stosowane w żywieniu oparte są na tych wyprodukowanych w gospodarstwie, uzupełnione dodatkami mineralno – witaminowymi.

- Zaleca się utrzymywanie zwierząt w sezonie letnim na pastwisku, gdzie mają zapewnione miejsce do schronienia, wypoczynku oraz stały dostęp do wody.

- Producenci bydła mięsnego dbają o odpowiedni status zdrowotny swojego stada. Współpraca z lekarzem weterynarii, tworzenie planu kontroli zdrowia bydła, i ma na celu poprawę zdrowia i dobrostanu zwierząt.

1.1.4 Bardzo dobra relacja jakości do ceny

- Wołowina QMP to wysoka europejska jakość za atrakcyjną cenę

1.2 Udział ekspertów w targach na stoisku polskiego Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi.

Eksperci z dziedziny znających znakomicie zagadnienia z związane z systemem QMP , procesem produkcji mięsa wołowego w Polsce, oferty asortymentowej i cenowej mięsa wołowego jak również znających wymagania obrotu międzynarodowego mięsem udzielali wszechstronnych informacji wszystkim zainteresowanym.

Polska wołowina cieszyła się dużym zainteresowaniem. Wszystkie foldery promujące zostały rozdystrybuowane. Eksperci przeprowadzili szereg rozmów z zainteresowanymi wołowiną z polski podmiotami udzielając wyczerpujących informacji.

2. IX Międzynarodowe Sympozjum z cyklu „Własność przemysłowa w innowacyjnej gospodarce” w Krakowie. Międzynarodowe Centrum Kultury, Rynek Główny 25, 31-008 Kraków, Polska. (5 - 6 września 2013).

W dniach 5 – 6 września 2013 r. odbyło się IX Międzynarodowe Sympozjum „Własność Przemysłowa w Innowacyjnej Gospodarce” w Krakowie . Hasłem przewodnim Sympozjum było „Wdrażanie innowacji: przekształcanie wiedzy w zysk”. Podczas dwudniowych obrad zostało poruszone szereg tematów m.in.:

- perspektywy wzrostu innowacyjności – koncentracja na tworzeniu technologii czy analizie potrzeb rynku.
- finansowanie przedsięwzięć innowacyjnych wysokiego ryzyka,
- jak uzyskać publiczne fundusze na B+R,
- rola własności przemysłowej w biznesie,
- alternatywy rozwoju technologicznych start-upów; współpraca z funduszami wysokiego ryzyka,
- publiczne nakłady na B+R a innowacyjność gospodarki – poszukiwanie efektu synergii,
- zarządzanie portfelem patentowym oraz negocjacje w transferze technologii.

W trakcie Sympozjum zostaną przeprowadzone również warsztaty tematyczne związane ze skutecznym stosowaniem narzędzi komercjalizacji innowacji oraz związanej z nią nieodłącznie własnością przemysłową.

W Sympozjum wzięli udział przedsiębiorcy, rektorzy pracownicy naukowcy polskich i zagranicznych uczelni, prezesi urzędów patentowych państw członkowskich Europejskiej Organizacji Patentowej, przedstawiciele administracji centralnej i regionalnej oraz przedstawiciele instytucji zajmujących się tematyką transferu technologii. Organizatorem IX Sympozjum – Własność Przemysłowa w Innowacyjnej Gospodarce był Urząd Patentowy RP, przy współudziale Światowej Organizacji Własności Intelektualnej, Uniwersytetu Jagiellońskiego, Politechniki Krakowskiej, Akademii Górniczo-Hutniczej, Politechniki Świętokrzyskiej oraz Politechniki Wrocławskiej. Spotkanie było również wspierane organizacyjnie przez Małopolski Urząd Marszałkowski.

Prezentacja produktu jakim jest mięso wołowe produkowane w systemie QMP w opisanym powyżej środowisku legitymizuje i utrwala jego wizerunek jako produktu innowacyjnego.

Promocja wołowiny promowana odbyła się poprzez:

2.1 Specjalnie opracowany folder promocyjny w którym główna akcenty położone były na :

2.1.1 Polska wołowina jest konkurencyjna cenowo.

Cena wołowiny w Polsce jest mocno uzależniona od popytu z rynku Unii Europejskiej. W sierpniu 2013 r. cena wołowiny w Unii Europejskiej była 20% wyższa niż cena wołowiny w Polsce.

2.1.2 Polska jest znaczącym eksporterem wołowiny na świecie Polska eksportuje blisko 80% produkowanej wołowiny. Wg prognoz IERiGŻ eksport wołowiny i cielęciny z Polski wyniesie w 2013 r. ok 330 tys ton. CWE (Carcass Weight Equivalent). Z tym wynikiem Polska plasuje się w pierwszej dziesiątce największy eksporterów wołowiny na świecie.

2.1.3 Innowacyjne, holistyczne podejście do sektora wołowiny oparte na wiedzy Wspólna Polityka Rolna prowadzona w ramach Wspólnoty Europejskiej (WE), zmierza do całkowitego odłączenia dopłat od produkcji i do zmniejszania barier celnych importowych w przyszłości, co jest konsekwencją uzgodnień na forum World Trade Organization (WTO). Uwarunkowania te wskazują na potrzebę uruchomienia kolejnych działań wyprowadzonych z holistycznego podejścia do systemu produkcji wołowiny, jej dystrybucji i sprzedaży, oparcia o strategię „od widelca do zagrody” (from fork to farm) oraz wynikających z dostępnych i możliwych do zastosowania instrumentów wsparcia finansowego. Zgodnie ze Strategią Lizbońską, Wspólnota Europejska jednoznacznie rekomenduje reorientację produkcji rolnej w kierunku prorynkowym, odpowiadającym dzisiejszemu popytowi lub dającemu się przewidzieć w przyszłości. W tej sytuacji projektowanie produktu, jakim jest mięso wołowe i projektowanie procesu lokowania wołowiny na rynku, powinny wynikać z założeń opartych na rozpoznaniu zachowań konsumenta wołowiny i czynników kształtujących popyt na ten rodzaj mięsa.

Strategie przyszłości na rynku wołowiny to strategie o konsumenckiej orientacji, które dostosowują technologie produkcji do wymagań i oczekiwań konsumentów.

Nowe trendy europejskie mówią o potrzebie budowania i rozwijania prokonsumenckich strategii rozwoju w produkcji żywności, w tym wołowiny. Strategie należy budować w oparciu o badania naukowe, które sprawdzają korzyści i poziom satysfakcji konsumentów. Strategie przyszłości dla sektora wołowiny to strategie o konsumenckiej orientacji, które zakładają dostosowanie technologii produkcji do wymagań i oczekiwań konsumentów. Strategia „Od widelca do zagrody” zorientowana na konsumenta, gdzie celem jest jakość rozumiana jako satysfakcja konsumentów różni się zasadniczo od strategii „Od pola do

stołu”, gdzie celem jest bezpieczeństwo żywnościowe. Zasada budowy systemów HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points) i PACCP (Pallatability Assured Critical Control Points) jest podobna, ale różne są funkcje celu.

HACCP jest powszechnie znany, ale koncepcja PACCP może być nowa dla wielu osób. Koncepcja wywodzi się ze strategii zarządzania Total Quality Management (TQM) i zakłada, że organizacja, w tym wypadku sektor wołowiny tj wszyscy uczestnicy łańcucha dostaw przyjmują orientację na wysoki poziom satysfakcji ostatniego ogniwa tj. konsumenta. Funkcją celu w tej strategii jest wysoki poziom satysfakcji konsumenta. Koncepcje „Strategia od widelca do zagrody”, TQM, PACCP są silną podstawą systemu zapewniania jakości mięsa wołowego QMP.

Produkcja wołowiny QMP opiera się na wiedzy i badaniach naukowych rynku i konsumentów. To mocny filar opłacalności produkcji, a jego silnym wsparciem jest projekt „Optymalizacja produkcji wołowiny w Polsce zgodnie ze strategią od widelca do zagrody”.

2.1.4 Korzyści z wprowadzenia systemu QMP

System QMP daje sprzedawcom detalicznym i konsumentom gwarancję i podstawę do większego zaufania wobec jakości polskiej wołowiny.

Mięso QMP jest kruche, soczyste, w wysokim stopniu spełnia oczekiwania konsumenta. QMP to system jakości otwarty na wszystkich przedstawicieli łańcucha dostaw wołowiny. Mięso nim oznaczone jest produkowane w procesie kontrolowanym w gospodarstwie, wytwórni pasz, transporcie i ubojni, by zapewnić wyższą soczystość i kruchość mięsa - przekraczającą standardy jakości handlowej powszechnie stosowane na polskim rynku.

Standardy QMP stworzono, by osiągać wyższą jakość handlową niż obecnie w łańcuchu produkcji i przetwórstwa. Znakowanie QMP pozwala podkreślić pochodzenie produktu. Można rozwijać oznaczenia regionalne. Pochodzenie produktu nie będzie pierwszoplanową cechą przekazu, zgodnie z wytycznymi KE, lecz stanowić informację uzupełniającą. Jeśli dana sztuka bydła nie spełnia wymagań jakości, mięso z niej nie otrzyma znaku jakości QMP.

Proste logo QMP ma ułatwić klientowi kupno mięsa wyprodukowanego w systemie. Ma dać zaufanie oraz pewność, że oznaczone produkty spełniły surowe kryteria jakości i łatwo je zidentyfikować.

Niezależnie od warunków dotyczących żywności, wysoka jakość systemu to przejrzystość i niezależność kontroli łańcucha produkcyjnego. QMP tworzy wyższe standardy od wymaganych, ale pozostaje otwarta na producentów, by zwiększać ich szanse konkurencyjne

na rynkach. Producenci, którzy przystąpią do systemu pokazującego wymagane minimalne standardy i wyższe, robią to dobrowolnie. Uczestnictwo w programie pokazuje, że producent odpowiada za przyszłość produkcji. Jakość oznacza standardy żywności, kryteria są w systemie, by zapewnić odpowiednie cechy mięsa: soczystość, kruchość; wyłączyć starsze zwierzęta z cyklu produkcyjnego, obniżyć wiek ubojowy, kontrolując proces produkcji, wykorzystać osiągnięcia postępu biologicznego dla uzyskania wagi rzeźnej w młodszym wieku.

2.1.5 Innowacyjna gospodarka a produkcja wołowiny w Polsce

W celu m.in. zwiększenia poziomu innowacyjności polskiego sektora wołowiny jest realizowany Projekt „Optymalizacja produkcji wołowiny w Polsce, zgodnie ze strategią „od widelca do zagrody” ”, współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka.

Wdrożenie wyników badań naukowych do praktyki produkcyjnej ma na celu poprawę konkurencyjności sektora wołowiny poprzez optymalizację procesu produkcji wołowiny oraz jej dystrybucji.

Inwestowanie w działalność badawczo-rozwojową oraz przekazywanie jej wyników przedsiębiorcom ma znaczenie dla gospodarki, wpływa bowiem na wzrost ekonomii produkcji, a także generuje zyski producentów wołowiny.

2.2 Aktywny udział ekspertów z dziedziny (na stoisku Urzędu Patentowego) znających znakomicie zagadnienia związane z systemem QMP , procesem produkcji mięsa wołowego, znających środowiska naukowe i ich podejście do zagadnień innowacji w nauce. Eksperti wyjaśnili innowacyjne podejście do produkcji wołowiny w ramach systemu QMP.

2.3 Przygotowanie stoiska degustacyjnego i serwowanie wołowiny w trakcie uroczystej kolacji.

2.3.1 Stoisko degustacyjne zlokalizowane było na tle ścianki informacyjno promocyjnej, dodatkowe elementy wystroju stanowił rollap oraz wysokie flagi (skrzydła). 5 osób stanowiących obsługę stoiska degustacyjnego ubrane były w jednolite kitle kucharskie z logiem wołowiny QMP.

3.2.2 Na stanowisku degustacyjnym serwowane były różne dania z wołowiny QMP takie jak: żeberka wołowe, gulasz wołowy, tatar wołowy, udziec wołowy pieczony w całości. Wołowina cieszyła się olbrzymim zainteresowaniem oraz uzyskała bardzo wysokie oceny degustatorów. Dodatkowo przekaz dotyczący wołowiny QMP został wzmocniony przez prezentację Pani Dr Hab. Agnieszki Wierzbicką Prof. SGGW która w swoim wystąpieniu szeroko omawiała rolę współpracy B+R , owocującym uzyskaniem innowacyjnych rozwiązań w gospodarce na przykładzie produkcji wołowiny w systemie QMP.

Reasumując wołowina produkowana w systemie QMP została bardzo mocno wyeksponowana i wzbudziła olbrzymie zainteresowanie uczestników a w szczególności gości zagranicznych.

3. Promocja polskiej wołowiny poprzez rozesłanie materiałów promocyjno-informacyjnych (folderów) do placówek dyplomatycznych RP.

Działania Wydziałów Ekonomiczno Handlowych przy polskich placówkach dyplomatycznych nastawione są na promocję gospodarczą Polski na rynkach zagranicznych. Mając na uwadze iż nasze służby dyplomatyczne uczestniczą w licznych spotkaniach, konferencjach, targach i tym podobnych działaniach jak również uwzględniając sytuacje w których do naszych placówek zgłaszają się różni potencjalni partnerzy gospodarczy opracowano materiały promocyjno informacyjne dotyczące mięsa wołowego produkowanego w systemie QMP.

3.1 Opracowując folder promocyjno-informacyjny główne akcenty położone były na :

3.1.1 Polski sektor wołowiny – atrakcyjny partner dla dużych importerów z UE i krajów trzecich

Polska jest jednym ze światowych liderów w eksporcie wołowiny. Eksportujemy 330 tys. ton wołowiny a naszymi odbiorcami są m.in. Włochy czy Niemcy. Taki poziom eksportu plasuje nas w pierwszej dziesiątce światowych eksporterów wołowiny. Ponadto jesteśmy drugim eksporterem wołowiny w Unii Europejskiej.

Polski produkt jest konkurencyjny cenowo, ma bardzo dobry stosunek jakości do ceny. W lipcu 2013 r. cena referencyjna wołowiny (młode bydło kl. A R3) dla Unii osiągnęła pułap 372,33 EUR za 100 kg. W Polsce cena młodego bydła tej samej klasy kształtowała się na poziomie około 292 EUR za 100 kg – była o ok. 20% niższa niż cena w krajach UE.

3.1.2 Naturalne metody chowu, czyste pastwiska, woda powietrze.

Produkcja żywca wołowego w Polsce charakteryzuje się niskim zużyciem pasz przemysłowych. Chow jest prowadzony głównie w oparciu o pasze gospodarskie, w rejonach rolniczych, m.in. w krainie 1000 jezior. Czyste nieskażone nadmiernym nawożeniem pola i łąki, jeziora oraz lasy są podstawą czystego powietrza. Żywiec produkowany w tych warunkach w Polsce jest wysokiej jakości, o wysokich walorach odżywczych.

3.1.3 Nowoczesne zakłady przemysłowe

Polski sektor wołowiny to nowoczesne ubojnie i zakłady rozbioru. Zakłady, które zdecydowały się na przeprowadzenie certyfikacji systemu jakości zainwestowały w rozbudowę oraz modernizację swoich zakładów. Musiały dostosować się do standardów systemu QMP, tak, aby zapewnić odpowiednie warunki rozbioru, przechowywania oraz pakowania mięsa. Wszystko to wpływa na fakt, że zakłady te kwalifikują się pod względem technicznym do grupy firm nowoczesnych w branży. Oprócz inwestycji w sprzęt i hale zakłady podejmują się podnoszenia kwalifikacji swoich pracowników. Są świadomi, że mają oni wpływ na higienę i bezpieczeństwo produkcji i że często są ogniwem w którym notowane są największe błędy. Ubojnie wybierają ścieżkę specjalizacji, przez co przystosowują technicznie zakład w najlepszy możliwy sposób do uboju określonego gatunku zwierząt.

3.1.4 Jakość i uznana marka polskiej wołowiny na konkurencyjnym rynku Unii Europejskiej

Polskie ubojnie i zakłady rozbioru eksportują wołowinę spełniającą najwyższe europejskie normy bezpieczeństwa żywności. Wprowadzone są w nich Systemy Zarządzania Bezpieczeństwem Żywności zgodne z Codex Alimentarius, obowiązują normy ISO 22000. Każdy zakład wdraża system HACCP a także zasady Dobrej Praktyki Produkcyjnej (GMP) i Dobrej Praktyki Higienicznej (GHP). W ubojniach pracują tylko wykwalifikowani pracownicy. Wyznaczona jest osoba odpowiedzialna za dobrostan zwierząt. Dba, aby każde zwierzę ubijane było zgodnie z przepisami w zakresie dobrostanu.

Ponadto ubojnie spełniają europejskie normy środowiskowe. Utylizują odpady albo stosują technologię, pozwalającą stworzyć nawóz mineralno – organiczny.

Wszystko to, na przestrzeni ostatnich 10 lat zaowocowało dynamicznym rozwojem sektora polskiej wołowiny, szczególnie w zakresie produktu wysokiej jakości.

Prawie 80 % produkcji polskiej wołowiny jest eksportowane do krajów UE i do krajów trzecich.

3.1.5 Mięso z certyfikatem jakości (Quality Assured Scheme)

Dla najbardziej wymagających klientów w ofercie jest także mięso wołowe klasy Premium a w tym wołowina z certyfikatem ekologicznym oraz produkowana w systemie zapewniania jakości Quality Meat Program (QMP). Wachlarz oferowanych przez nas produktów umożliwia wybranie towaru najlepiej wpasowującego się w rynek Państwa kraju.

3.1.6 Dlaczego warto wybrać wołowinę QMP?

System QMP to gwarantowana wysoka jakość!

System QMP to pierwszy w Polsce, uznany w 2008 roku system gwarantowania jakości wołowiny w naszym kraju. Właścicielem Systemu jest Polskie Zrzeszenie Producentów Bydła Mięsnego. Znak QMP to wspólny znak towarowy gwarancyjny zatwierdzony wraz z regulaminem decyzją Urzędu Patentowego RP nr UP RP Z – 337777.

Systemem jest otwarty i dobrowolny, dostępny dla wszystkich chętnych. Warunkiem przystąpienia do niego jest uzyskanie certyfikatu na zgodność z wymaganiami standardów QMP. Standardy obejmują : QMP- bydło, QMP- transport, QMP- pasze, QMP- mięso. Zgodność z nimi kontrolowana jest przez niezależną jednostkę certyfikującą akredytowaną na zgodność z normą PN-EN 45011.

Jednostka certyfikująca na podstawie wyników kontroli wydaje certyfikat zgodności, na mocy którego produkty oznaczane są logo QMP.

Wołowina QMP produkowana jest z wykorzystaniem ras mięsnych takich jak np. Limousine, Charolaise, Simentaler czy Angus. System QMP zapewnia wyższy poziom dobrostanu zwierząt np. w zakresie chowu wolnostanowiskowego. Istotne jest także żywienie zwierząt paszami pochodzenia naturalnego a także zapewnienie im jak najdłuższego przebywania na pastwisku.

Cechy różnicujące wołowinę produkowaną w systemie QMP od standardowej produkcji dostępnej na polskim rynku to wysoki ponadstandardowy poziom dobrostanu zwierząt ale przede wszystkim wyższe walory sensoryczne. Oznaczenie QMP na etykiecie produktu to

gwarancja jakości i pewność wyboru produktu. Wołowina ta dzięki spełnieniu wymagań systemu jest smaczna, krucha, soczysta.

3.1.7 Kogo i dla czego szukamy

PZPBM to organizacja której celem jest promowanie wołowiny QMP.

Jesteśmy zainteresowani doprowadzaniem do bezpośrednich kontaktów zakładów sektora wołowiny z importerami oraz dystrybutorami zainteresowanymi importem produktu z Polski. Ponadto interesują nas projekty promocji polskiej wołowiny na wybranych rynkach, które chcielibyśmy wspierać.

3.2 Wysłka materiałów promocyjno-informacyjnych (folderów) do placówek dyplomatycznych RP w krajach UE.

Opracowane foldery zostały rozesłane do 13 krajów Unii Europejskiej. Działanie zaowocowało szerokim pozytywnym odzewem z polskich placówek dyplomatycznych.

3.3 Wysłka materiałów promocyjno-informacyjnych (folderów) do placówek dyplomatycznych RP w krajach trzecich.

Opracowane foldery zostały rozesłane do 11 z poza Unii Europejskiej. Działanie tak jak powyżej zaowocowało szerokim pozytywnym odzewem z polskich placówek dyplomatycznych.

10. KONKURS KULINARNY - "POLSKA WOŁOWINA- WOŁOWINA Z PRZYSZŁOŚCIĄ"

OCENA ZADANIA

Zadanie w trakcie realizacji.

11. WARSZTAT "POLSKA WOŁOWINA - WOŁOWINA Z PRZYSZŁOŚCIĄ"

OCENA ZADANIA

Zadanie w trakcie realizacji.

STOWARZYSZENIE RZEŹNIKÓW I WĘDLINIARZY RP

12. EUROPEJSKIE MIĘSO - TRADYCJA JAKOŚĆ I SMAK

OCENA ZADANIA

Zadanie w trakcie realizacji.

13. MIĘSNA ARENA

OCENA ZADANIA

Z uwagi na wysoką frekwencję podczas imprezy: 26 tys. osób oraz szeroki rozgłos medialny, skuteczną kampanię informacyjną i reklamową, bardzo dobre oceny w przekazach prasowych, relacje telewizyjne (ogłębność 50 - 70 tys.) oraz pozytywne reakcje na zaproponowany program artystyczny i atrakcje kulinarne (degustacje i poczęstunek), podczas których wydano ponad 25 000 porcji (z uwzględnieniem wszystkich atrakcji kulinarnych), a także na uznanie w środowisku producentów, przetwórców mięsa i hodowców, należą uznać imprezę Mięсна Arena za udaną.

Akcja promocyjna przyczyniła się do zwiększenia świadomości konsumentów dotyczących walorów smakowych i zdrowotnych mięsa drobiowego, wieprzowego i wołowego oraz ich przetworów. Dzięki wybranym metodom promocyjnym i działaniom konsumenci zostali zachęcani do częstszego wykorzystania w swoich gospodarstwach domowych różnych rodzajów mięsa oraz jego przetworów a co tym samym pozwoli na wzrost ich popytu.

Organizatorzy widzą zatem potrzebę doskonalenia takiego właśnie sposobu promocji i dotarcia do tzw. szerokiego odbiorcy.

14. MŁODA WOŁOWINA DLA NASZYCH DZIECI

OCENA ZADANIA

Stoisko promocyjne zostało odwiedzone przez ok. 5 000 osób i cieszyło się dużym powodzeniem wśród odwiedzających teren ogrodów Kancelarii Premiera Rady Ministrów.

Akcja promocyjna przyczyniła się do zwiększenia świadomości konsumentów dotyczących walorów smakowych i zdrowotnych mięsa wołowego i jego przetworów. Dzięki wybranym

metodom promocyjnym i działaniom konsumenci zostali zachęcani do częstszego wykorzystania w swoich gospodarstwach domowych wołowiny i jej przetworów a co tym samym pozwoli na wzrost popytu na ten rodzaj mięsa i jego wyrobów.

15. TRADYCJA, JAKOŚĆ, SMAK - POLSKA WOŁOWINA

OCENA ZADANIA

Stoisko promocyjne zostało odwiedzone przez ok. 18 000 osób i cieszyło się dużym powodzeniem wśród odwiedzających teren Pikniku Poznaj Dobrą Żywność.

Z uwagi na pozytywne reakcje na atrakcje kulinarne – wydano ponad 6 tys. porcji grillowanych potraw z mięsa wołowego oraz 4,5 tys. porcji gulaszu wołowego, widzimy dalszą potrzebę doskonalenia takiego właśnie sposobu promocji.

Jednocześnie akcja promocyjna przyczyniła się do zwiększenia świadomości konsumentów dotyczących walorów smakowych i zdrowotnych mięsa wołowego i jego przetworów. Dzięki wybranym metodom promocyjnym i działaniom konsumenci zostali zachęcani do częstszego wykorzystania w swoich gospodarstwach domowych wołowiny i jej przetworów a co tym samym pozwoli na wzrost popytu na ten rodzaj mięsa i jego wyrobów.

16. ŚWIĘTOMIĘS POLSKI 2013

OCENA ZADANIA

Z uwagi na wysoką frekwencję podczas imprezy: 65 - 70 tys. osób oraz szeroki rozgłos medialny, skuteczną kampanię informacyjną i reklamową, bardzo dobre oceny w przekazach prasowych, relacje telewizyjne (ogłębność 70 - 100 tys.) oraz pozytywne reakcje na zaproponowany program artystyczny i atrakcje kulinarne (degustacje i poczęstunek), podczas których wydano ponad 99 000 porcji (z uwzględnieniem wszystkich atrakcji kulinarnych), a także na uznanie w środowisku producentów, przetwórców mięsa i hodowców, należą uznać imprezę Świętomięs Polski 2013 za udaną.

Zwiększenie liczby uczestników Świętomięsa Polskiego z 36 - 40 tys. w roku 2012 do 65 - 70 tys. osób w roku bieżącym oraz zwiększenie ilości wydanych porcji podczas atrakcji kulinarnych (z 49 tys. w roku 2012 do 99 tys. w roku 2013) świadczy o tym, że impreza Świętomięs Polski cieszy się zainteresowaniem publiczności i jest godna kontynuacji.

Organizatorzy widzą zatem potrzebę doskonalenia takiego właśnie sposobu promocji i dotarcia do tzw. szerokiego odbiorcy.

17. DOŻYNKI PREZYDENCKIE 2013

OCENA ZADANIA

Stoisko promocyjne zostało odwiedzone przez ok. 5 000 osób i cieszyło się dużym powodzeniem wśród odwiedzających teren Centralnego Ośrodka Sportu w Spale.

Akcja promocyjna przyczyniła się do zwiększenia świadomości konsumentów dotyczących walorów smakowych i zdrowotnych mięsa wołowego i jego przetworów. Dzięki wybranym metodom promocyjnym i działaniom konsumenci zostali zachęcani do częstszego wykorzystania w swoich gospodarstwach domowych wołowiny i jej przetworów a co tym samym pozwoli na wzrost popytu na ten rodzaj mięsa i jego wyrobów.

18. MIĘSO Z POLSKI

OCENA ZADANIA

Międzynarodowe Targi Poznańskie Polagra Food to lider polskiego przemysłu targowego oraz największe targi branży spożywczej w Polsce. W roku bieżącym targi odwiedziło 54 000 zwiedzających.

Wspólna prezentacja branży mięsnej na Targach Polagra Food 2013 została nagrodzona nagrodą ACANTHUS AUREUS za stoisko najbardziej sprzyjające realizacji strategii marketingowej firmy na targach, przyznaną przez Międzynarodowe Targi Poznańskie.

Wspólne stoisko polskiej branży mięsnej na największych w Polsce targach spożywczych zwiększyło rozpoznawalność całej branży – przyciągało uwagę zwiedzających oraz przedstawicieli firm związanych z handlem i dystrybucją.

Udział w największych w Europie Środkowej Targach Spożywczych, odwiedzanych przez licznych przedstawicieli firm międzynarodowych był znakomitą okazją do zaprezentowania potencjału i innowacyjności oraz tradycji polskiej branży mięsnej.

Gala Mięsna ułatwiła handlowcom, w tym odbiorcom hurtowym, zacieśnić więzi handlowe z producentami.

Aby podtrzymać rozpoznawalność polskiej branży mięsnej udział w kolejnych edycjach Międzynarodowych Targów Poznańskich jest koniecznością.

19. KUCHNIA W DRODZE

OCENA ZADANIA

Zadanie w trakcie realizacji.

20. WOŁOWINA W KUCHNI

OCENA ZADANIA

Zadanie w trakcie realizacji.

21. MIĘSNA LEKCJA

OCENA ZADANIA

Zadanie w trakcie realizacji.

KRAJOWA RADA IZB ROLNICZYCH

22. PIKNIK WOŁOWY

OCENA ZADANIA

Zgodnie z założeniami projektu Piknik Wołowy, finansowanego ze środków Funduszu Promocji Mięsa Wołowego na podstawie decyzji ARR znak: PPfp-4151-UW-MWł-004/13-1-1067/2013, Krajowa Rada Izby Rolniczych zorganizowała w kraju 5 imprez o charakterze pikników, promujących spożycie wołowiny:

- 1) **25 sierpnia w Krasnymstawie** we współpracy z Lubelską Izłą Rolniczą na Pl. 3. Maja w trakcie ogólnopolskiego festiwalu „Chmielaki Krasnostawskie”,
- 2) **25 sierpnia w Bieruniu** we współpracy ze Śląską Izłą Rolniczą podczas XIV Dożynek Województwa Śląskiego,
- 3) **31 sierpnia w Łodzi** we współpracy z Izłą Rolniczą woj. łódzkiego na terenie Łódzkiego Rynku Hurtowego "Zjazdowa " S.A ul. Budy 4 podczas Dożynek Owocowo-Warzywnych.

- 4) **8 września w Bogorii** we współpracy ze Świętokrzyską Izbą Rolniczą w trakcie Świętokrzyskich Dożynek Wojewódzkich,
- 5) **4 października w Łagowie Lubuskim** we współpracy z Lubuską Izbą Rolniczą na terenie Zamku Joannitów ul. Kościuszki 3.

Informacje o Piknikach dotarły do szerokiego grona odbiorców poprzez umieszczanie zapowiedzi na stronach internetowych Izb Rolniczych, na stronach urzędów miast i gmin, w których odbywały się Pikniki oraz urzędów marszałkowskich. Rozpowszechniano informację o piknikach na plakatach oraz zaproszeniach, przekazywano w audycjach radiowych. Ponadto zaproszenia na Piknik ukazywały się w bezpłatnej prasie branżowej wydawanej i kolportowanej przez Izby Rolnicze.

Plakaty i materiały informacyjne z zaproszeniem do uczestnictwa w Pikniku rozesłano do starostw powiatowych, urzędów gmin oraz delegatów wojewódzkich Izb Rolniczych z powiatów przyległych do miejsc organizacji imprezy.

W czasie trwania Pikników konferansjerzy, hostessy oraz obsługa stoiska zachęcali uczestników do odwiedzenia stoisk z bezpłatną degustacją potraw i produktów z wołowiny, informowali o walorach zdrowotnych i odżywczych wołowiny wysokiej jakości, pochodzącej z ras mięsnych rozdawali ulotki, koszulki, gadżety oraz materiały informacyjne, przekazywali informacje o finansowaniu imprezy z Funduszu Promocji Mięsa Wołowego. Treści merytoryczne na temat walorów mięsa wołowego, chowu i hodowli bydła ras mięsnych oraz o funkcjonujących systemach jakości, wyświetlane były w prezentacji multimedialnej. Na stoiskach dostępne były bezpłatne materiały reklamowe i informacyjne, produkty do degustacji, zainteresowani mogli również porozmawiać z obsługą stoisk na tematy związane z walorami wołowiny oraz jej wyrobów, szczególnie wyrobów produkowanych w oparciu o uznane systemy jakości.

Na terenie imprez, umieszczone były informacje o sfinansowaniu Pikników ze środków Funduszu Promocji Mięsa Wołowego. Taka informacja znajdowała się również na wszystkich materiałach informacyjnych i promocyjnych, nagrodach, i ogłoszeniach w prasie, radio, podawana była również przez konferansjerów podczas trwania imprez.

W trakcie pikników przeprowadzono wiele różnorodnych konkursów dla dzieci i dorosłych z zakresu wiedzy o potrawach i walorach kulinarnych wołowiny, rasach bydła, rozbiorze

mięsa, właściwym odżywianiu oraz konkursów plastycznych i sprawnościowych. Np. ze względu na jesienną porę roku w Łagowie konkursy dla dzieci zostały zaplanowane i przeprowadzone w przylegającej do Zamku Joannitów szkole podstawowej. Uczestnicy konkursów otrzymali upominki i nagrody rzeczowe, na których umieszczono informację o sfinansowaniu ze środków finansowych Funduszu Promocji Mięsa Wołowego.

Uczestnicy Pikników mieli możliwość spróbowania produktów gotowych produkowanych przez różnych przetwórców mięsa w tym tradycyjnych oraz regionalnych. Poznali szeroką gamę produktów gotowych z wołowiny, jak; wędliny, kiełbasy, szynki, tatar, befsztyki oraz potraw przygotowanych specjalnie na te imprezy m.in. szynki dzianej ze słoniną, pieczeni z cielęciny potraw na ciepło takich jak, zrazy, bitki z kaszą, flaki, kołduny w barszczu i rosole, różnego rodzajów gulasze i pierogi z mięsem wołowym. Konsumenci uczestniczący w Piknikach poznali wiele nowych potraw i zostali zachęcani do kupowania produktów wysokiej i gwarantowanej, jakości wołowiny, w tym produkowanych w oparciu o systemy QMP i QAFP.

Przyjazną atmosferę tworzyły również występy artystyczne kapel ludowych i zespołów taneczno-muzycznych.

Działania założone we wniosku zostały zrealizowane. W niektórych piknikach uczestniczyło kilka, a w niektórych kilkanaście tysięcy osób. Dzięki reklamie w mediach lokalnych, relacjom z imprez emitowanych w radio, prasie lokalnej i specjalistycznej, materiałom reklamowym, a przede wszystkim bezpośredniemu przekazowi od uczestników imprez, możemy spodziewać się, że znacznie poszerzy się krąg konsumentów, którzy ze względu na walory wołowiny produkowanej z ras mięsnych lub ich krzyżówek będą stałymi klientami sklepów z wołowiną. Jak wskazują obserwacje i rozmowy przeprowadzone z uczestnikami imprez konsumenci coraz częściej pytają się w sklepach o wołowinę wysokiej jakości. Konsumenci poznali wiele nieznanych regionalnych potraw na bazie wołowiny, otrzymali przepisy kulinarne, które będą mogli zastosować we własnej kuchni.

Uczestnicy pikników wyrażali opinie, aby w następnych latach pikniki promujące spożycie mięsa wołowego były kontynuowane, a polska wołowina dobrej jakości z ras mięsnych była w większym stopniu dostępna w sklepach, a jej cena nie była barierą dla kupujących.

23. ZDROWE BO WOŁOWE

OCENA ZADANIA

Ponad 90% wołowiny produkowanej w Polsce pochodzi ze stad mlecznych. Chcąc zmniejszyć ten udział należy podejmować działania mające na celu poprawę umięśnienia, wykorzystania pasz, wydajności rzeźnej oraz jakości mięsa wołowego produkowanego w stadach mlecznych. Podlaskie Forum Bydła w Piątnicy było doskonałą okazją do zorganizowania konferencji połączonej z degustacją i oceną walorów kulinarnych wołowiny.

W ostatnich latach wyraźnie wzrasta liczba gospodarstw decydujących się, w celu zwiększenia dochodowości produkcji na dodatkowy, mięsny kierunek użytkowania bydła. Zainteresowanie hodowców kwestiami takimi jak: krzyżowanie towarowe bydła czy też racjonalnego żywienia przy opasaniu jest ogromne. Międzyrasowe krzyżowanie towarowe daje możliwość uzyskania dobrej jakości mięsa oraz innych pozytywnych efektów, jak zwiększenie przyrostów, ilości mięsa w tuszy. Konferencja, w której wzięło udział wielu wybitnych specjalistów z dziedziny hodowli i żywienia bydła mięsnego i mleczno-mięsnego z pewnością dostarczyła hodowcom wielu fachowych informacji. Podczas konferencji słuchacze mieli niepowtarzalną okazję dyskusji ze specjalistami. Mieli dzięki temu możliwość rozwiązania problemów z którymi borykają się w swoich stadach – co przy wysokich cenach usług doradców spotkało się z ogromnym zainteresowaniem.

Drugim celem przedsięwzięcia była popularyzacja spożycia wołowiny. Wołowina posiada opinię mięsa trudnego w przygotowaniu, twardego, drogiego – co wpływa na jej niskie spożycie. Planowana degustacja miła pokazać, że wołowina może być bardzo smacznym składnikiem codziennej diety.

Pod względem użytkowym wołowina przeznaczona jest przede wszystkim na mięso kulinarne. W ocenie konsumenckiej jakość wołowiny w punkcie sprzedaży określa barwa, ilość widocznego tłuszczu, konsystencja i zapach. O właściwościach kulinarnych wołowiny przeznaczonej do obróbki cieplnej decydują kruchość i smakowitość.

Duże zainteresowanie wzbudzały stoiska degustacyjne, dotyczące promocji mleka i przetworów mlecznych oraz mięsa wołowego. Mięsne stoisko degustacyjne, zaopatrzone w

różne smakołyki z wołowiny, cieszyło się dużym zainteresowaniem. Kociołki z zupą gulaszową czy strogonowem znikły błyskawicznie. Może dlatego, że pogoda była taka sobie, padało i było zimno, a one doskonale rozgrzewały.

Organizacja degustacji wołowiny przygotowanej przez znanego polskiego kucharza Karola Okrasę dowiodła, że wołowina może być bardzo smacznym składnikiem codziennej diety. Bardzo sympatyczny mistrz kuchni pokazał swój kunszt i przygotował kilka potraw z wykorzystaniem mięsa wołowego. Goście smakujący potem porcje degustacyjne prawie mlaskali z zachwytem.

Aby osiągnąć efekt większego spożycia wołowiny trzeba ją mocno promować. Na pokazie przygotowania wołowiny uczestnicy mogli wysłuchać wielu informacji dotyczących walorów mięsa wołowego.

Wołowiny jemy bardzo mało, tylko 2,10 kg na osobę rocznie (dane GUS za 2011 r.), a Polacy deklarują w badaniach, że jedliby jej więcej, gdyby tylko mieli łatwiejszy dostęp do dobrej wołowiny. Jest jej na rynku niewiele i kupując wołowinę często nie mamy pewności czy będzie smaczna, co z niej wyjdzie, czy nie będzie twarda.

Wizyta Pana Okrasy obok wykładów naukowych była najbardziej atrakcyjną częścią Konferencji a degustacja przyciągnęła rzeszę zainteresowanych.

POLSKI ZWIĄZEK HODOWCÓW BYDŁA SIMENTALSKIEGO

24. REFUNDACJA KOSZTÓW SKŁADEK CZŁONKOWSKICH PZHBS ZA 2013 ROK, ZWROT KOSZTÓW KWALIFIKOWANYCH UCZESTNICTWA W KONGRESIE EUROPEJSKIEJ FEDERACJI ORAZ Z POSIEDZENIU ZARZĄDU ŚWIATOWEJ FEDERACJI W 2013 R. W DNIACH 17-21 WRZEŚNIA 2013 W SŁOWENII

OCENA ZADANIA

Polski Związek Hodowców Bydła Simentalskiego jest od roku 1997 członkiem Europejskiej Federacji Hodowców Bydła Simentalskiego. P. Prezes Beneš został wybrany na członka Zarządu tejże Federacji. Co roku odbywa się posiedzenie Zarządu, zawsze w innym kraju członkowskim (w 2008 r w Polsce). Natomiast co dwa lata odbywają się Kongresy tejże organizacji. Od kilku lat dwie organizacje zrzeszające hodowców bydła simentalskiego, mianowicie: Europejska Federacja oraz Światowa Federacja doszły do porozumienia w sprawie wspólnej organizacji Posiedzeń Zarządów oraz Kongresów. A więc przemiennie co

dwa lata odbywają się Kongresy. Polski Związek został zaproszony do przystąpienia na członka Światowej Federacji otrzymując rekomendację Federacji Europejskiej, przyjęcie na członka Światowej Federacji nastąpiło we wrześniu 2012 r. podczas Kongresu w Monachium – Landshut.

Zarząd PZHBSim postanowił oddelegować do uczestnictwa na Kongresie 4 osoby – członków Zarządu. Delegatami zostali: Beneš Edgar – prezes Zarządu, Liga Józef – członek Zarządu, Bogumiła Choroszy – sekretarz, Zenon Choroszy – członek. Przedstawiciele polskiej delegacji uczestniczyli w obradach Zarządu Światowej Federacji, jak też w obradach Kongresu Europejskiej Federacji. Podczas Kongresu dokonano wyboru nowych władz Federacji, prezes Edgar Beneš został ponownie członkiem Zarządu EVF

Uważamy, że liczebność składu polskiej delegacji była najmniejsza z możliwych z uwagi na ważność wydarzeń, które na Kongresie miały miejsce.

Dla Polskiej hodowli bydła simentalskiego ma ogromne znaczenie możliwość korzystania z osiągnięć Europejskiej i Światowej hodowli na polskim gruncie tym bardziej w sytuacji, gdy krajowa populacja bydła simentalskiego nie pozwala na prowadzenie samodzielnej na wysokim poziomie hodowli krajowej. Rasa simentalska w Polsce osiąga coraz większe poważanie i rysują się duże perspektywy dla wykorzystania jej w rozwoju produkcji wołowiny b. wysokiej jakości.

25. IX KRAJOWA WYSTAWA BYDŁA SIMENTALSKIEGO W RUDAWCE RYMANOWSKIEJ

OCENA ZADANIA

Integracja środowiska hodowców bydła simentalskiego i innych ras bydła mlecznego z terenu całego kraju, promocja mleka i artykułów mleczarskich z terenów występowania rasy a głównie podkarpacia, wymiana poglądów i doświadczeń związanych z hodowlą bydła i produkcją mleka pomiędzy hodowcami. Przedstawienie sposobów promowania produktów mlecznych pochodzących od bardzo cennej rasy krów mlecznych. Nakreślenie wizji przyszłego sposobu użytkowania tych krów, charakteryzujących się doskonałą jakością mleka, jak również wysoką klasą mięsa wołowego. Rasa simentalska, jako rasa o dwukierunkowym użytkowaniu powinna być z powodzeniem wykorzystywana jak w kierunku mlecznym, tak w kierunku mięsnym. Po raz kolejny wprowadzenie do IX edycji elementu mięsnego zostało wysoko ocenione i cieszyło się wielkim zainteresowaniem jak hodowców

tak pozostałej publiczności. Przekazanie wiedzy z zakresu ekonomiki, o opłacalności produkcji wołowiny, otwiera nowy obszar zainteresowania dla części hodowców posiadających możliwości wszczęcia chowu bądź hodowli rasy simentalskiej w kierunku mięsnym wykorzystując posiadane lub dostępne użytki zielone.

26. FESTIWAL PODKARPACKIEJ WOŁOWINY

OCENA ZADANIA

Integracja środowiska hodowców bydła simentalskiego i innych ras bydła mlecznego z terenu całego kraju, promocja mleka i artykułów mleczarskich z terenów występowania rasy a głównie podkarpacia, wymiana poglądów i doświadczeń związanych z hodowlą bydła i produkcją mleka pomiędzy hodowcami. Przedstawienie sposobów promowania produktów mlecznych pochodzących od bardzo cennej rasy krów mlecznych. Nakreślenie wizji przyszłego sposobu użytkowania tych krów, charakteryzujących się doskonałą jakością mleka, jak również wysoką klasą mięsa wołowego. Rasa simentalska, jako rasa o dwukierunkowym użytkowaniu powinna być z powodzeniem wykorzystywana jak w kierunku mlecznym, tak w kierunku mięsnym. Wprowadzenie do edycji elementu mięsnego zostało wysoko ocenione i cieszyło się wielkim zainteresowaniem jak hodowców tak pozostałej publiczności. Przekazanie wiedzy z zakresu ekonomiki, o opłacalności produkcji wołowiny, otwiera nowy obszar zainteresowania dla części hodowców posiadających możliwości wszczęcia chowu bądź hodowli rasy simentalskiej w kierunku mięsnym wykorzystując posiadane lub dostępne użytki zielone.

Realizacja zadania polegała na zorganizowaniu 3 imprez masowych. Celem było dotarcie do jak najszerszej grupy: konsumentów, producentów wołowiny, dystrybutorów, restauratorów oraz młodzieży – uczniów szkół gastronomicznych, co spotkało się z bardzo wysoką oceną ekspertów i publiczności.

POLSKI ZWIĄZEK HODOWCÓW I PRODUCENTÓW BYDŁA MIĘSNEGO

27. POLSKA WOŁOWINA NA POLSKIM STOLE

OCENA ZADANIA

28. UDZIAŁ W TARGACH HODOWLANYCH SOMMET DE L'ELEVAGE 2013

OCENA ZADANIA

Dzięki wyjazdowi na Targi SOMMET DE L'ELEVAGE polscy hodowcy bydła ras mięsnych zrzeszeni w PZHiPBM uczestniczyli w wystawie należącej do największych międzynarodowych pokazów bydła mięsnego w Europie. Dzięki temu hodowcy poznali rasy mięsne, które nie są popularne bądź w ogóle nie występują w Polsce.

Hodowcy, którzy wzięli udział w targach zapoznali się z najnowszymi osiągnięciami w hodowli oraz technice, nawiązali kontakty oraz wymienili doświadczenia z hodowcami z całej Europy. Poszerzyli swoje informacje na temat żywienia, genetyki, warunków utrzymania, zdrowia zwierząt i mechanizacji w hodowli – dzięki stoiskom specjalistycznym znajdującym się na wystawie oraz uczestniczeniu w konferencjach i spotkaniach biznesowych, które miały miejsce podczas trwania targów.

Hodowcy wzięli udział w wyjeździe studyjnym do Limoges na farmę bydła ras mięsnych, dzięki czemu mieli możliwość pogłębienia wiedzy jak również porównania własnej hodowli z hodowlą francuską – uważaną za przodownika w hodowli ras mięsnych. Uczestnicy wyjazdu dzięki wycieczkom do okolicznych gospodarstw zaplanowanym przez organizatorów Targów zobaczyli hodowle specjalizujące się w poszczególnych rasach mięsnych. Odwiedzili hodowlę bydła rasy Charolaise w Le Bouchat koło Theilet, jak również mieli możliwość odwiedzić fermę rasy Blonde d'Aquitaine w Le Grand Pardon koło Saint Marcel De Felines, rasy Aubrac w L'Obstancie koło Celles-Sur-Durolle, a także dwie hodowle rasy Salers w Chavarot koło Saint-Jean-des-Ollières oraz Sacot koło Sauxillanges. Dzięki tym wyjazdom uczestnicy zdobyli wiedzę specjalistyczną ściśle związaną z utrzymywaniem poszczególnych ras mięsnych.

Udział w Targach SOMMET DE L'ELEVAGE i wyjeździe studyjnym do Krajowej Stacji Kwalifikacyjnej w Limoges dał hodowcom możliwość poszerzenia swojej wiedzy hodowlanej i praktycznej, co zapewne skutkuje poprawą jakości produkcji, a działania o takich skutkach należy oceniać pozytywnie.

Punkt stacyjny w Limoges, który hodowcy odwiedzili, pozwolił im poznać bliżej rasę Limousine, z której słynie Francja i która jest jednocześnie jedną z najstarszych ras w niej hodowaną oraz poznać program hodowlany tejże rasy. Wyjazd umożliwił hodowcom

odwiedzenie nie tylko jednej konkretnej hodowli, ale także dzięki organizatorom targów hodowcy zapoznali się także z kształtami innych hodowli – ras przodujących w Europie, a także tych mniej znanych.

Zdobywanie nowych doświadczeń oraz zgłębianie wiedzy wpływa nie tylko na samą hodowlę oraz produkcję, ale także poprawę jakości wołowiny kulinarnej, szczególnie tej występującej na polskim rynku. Dlatego udział w tego rodzaju targach należy uznać za ogromny sukces zwiastujący postęp w hodowli bydła mięsnego oraz produkcji wołowiny kulinarnej u hodowców zrzeszonych w PZHiPBM. Trzeba pamiętać, że czerpanie z wiedzy i doświadczenia najlepszych w danej dziedzinie jest pośrednią drogą do sukcesu, a hodowla francuska, jak również ogólnoeuropejska zebrana na tych największych europejskich targach hodowlanych na pewno do najlepszych należy.

29. KWARTALNIK

OCENA ZADANIA

„Kwartalnik” to poradnik z zakresu hodowli i chowu bydła mięsnego. Wydawane czasopismo zawierało fachowe informacje z zakresu osiągnięć w hodowli, a także relacje z wystaw hodowlanych oraz targów.

Znajdowały się w nim artykuły mające na celu pomoc hodowcom w prowadzeniu hodowli bydła mięsnego - o tematyce profilaktyki weterynaryjnej i sanitarnej, ekologicznego chowu bydła mięsnego, jak również wywiady z samymi hodowcami zawierające ich uwagi, opinie i doświadczenia przekazywane innym hodowcom. "Kwartalnik" z powodzeniem wypełnił lukę pism branżowych, wśród których do tej pory brakowało tych stricte mówiących o hodowli bydła mięsnego. Został z entuzjazmem przyjęty przez hodowców i producentów bydła mięsnego pełniąc wśród nich funkcję edukacyjną, informacyjną, doradczą, a przede wszystkim skutecznie promując hodowlę bydła mięsnego. "Kwartalnik" trafiając bezpośrednio do rąk hodowców bydła mięsnego w znacznym stopniu wpłynął na zasób ich wiedzy z zakresu hodowli.

"Kwartalnik" po przez artykuły, jakie były w nim zawarte dał hodowcom możliwość poszerzenia swojej wiedzy hodowlanej i teoretycznej, co zapewne poskutkuje poprawą jakości hodowli oraz produkcji, a działania o takich skutkach należy oceniać pozytywnie. Czerpanie z wiedzy i doświadczeń ekspertów w danej dziedzinie jest pośrednią drogą

do sukcesu, a właśnie takie osoby były autorami artykułów, które ukazały się w "Kwartalniku".

Wszystkie materiały zawarte w czasopiśmie przekazywały informacje niezbędne do rozpoczęcia i prowadzenia hodowli bydła mięsnego. Hodowcy z powodzeniem odszukali w nim porady jak utrzymywać zwierzęta, żywić, pielęgnować, dbać o ich zdrowie, dlatego wprowadzenie "Kwartalnika" jako pisma branżowego należy uznać za ogromny sukces zwiastujący postęp w hodowli bydła mięsnego oraz produkcji wołowiny kulinarnej.

30. BYDŁO MIĘSNE GWARANCJĄ WYSOKIEJ JAKIŚCI WOŁOWINY KULINARNEJ

OCENA ZADANIA

Zadanie w trakcie realizacji

ZWIĄZEK POLSKIE MIĘSO

31. SKŁADKA CZŁONKOWSKA UECEBV

OCENA ZADANIA

Przynależność Związku Polskie Mięso do organizacji UECEBV przyniosło wymierne rezultaty – umożliwiło otrzymywanie na bieżąco informacji dotyczących procesu legislacyjnego UE, dając przy tym możliwość uczestniczenia w procesie konsultacyjnym unijnego prawa. Udostępniane są nam także dane statystyczne i analizy rynku mięsa wołowego i jego przetworów – zarówno unijnego, jak i światowego. Członkostwo w UECEBV pozwala nam uczestniczyć w grupach roboczych oraz licznych spotkaniach branżowych na szczeblu Komisji i Parlamentu UE, co daje Związkowi Polskie Mięso możliwość zabezpieczania interesów polskich producentów i przetwórców mięsa wołowego, lobbowania na rzecz polskiej branży mięsnej z wykorzystaniem struktur i kanałów współpracy UECEBV.