

**Sprawozdanie rzeczowe z działań
zrealizowanych w ramach
Funduszu Promocji Mięsa
Wieprzowego
w roku 2017**

Lp.	Tytuł zadania	Nazwa podmiotu	Okres realizacji zadania	Ocena merytoryczna zadania
1.	XXVIII Krajowa Wystawa Zwierząt Hodowlanych - świnie	Polski Związek Hodowców i Producentów Trzody Chlewnej „POLSUS”	01.01.2017-14.07.2017	<p>Cel: Wystawa trzody chlewnej podczas XXVIII Krajowej Wystawy Zwierząt Hodowlanych</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Prezentacja trzody chlewnej ➤ Organizacja stoiska informacyjno-doradczego oraz edukacyjnego ➤ Opracowanie, produkcja i dystrybucja materiałów informacyjnych w postaci ulotek: „Co oferuje producentom świń PROW na 2014-2020?”, „Najlepszy partner w hodowli”, „Bioasekuracja chlewni”, „Mięso ze świń rasy puławskiej” oraz materiałów reklamowych <p>Sukces zadania:</p> <p>Działanie miało wymiar:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ biznesowy – nawiązanie licznych kontaktów branżowych ➤ informacyjno-edukacyjny uczestnicy odwiedzający stoisko wzbogacili swoją wiedzę z zakresu hodowli świń oraz otrzymali materiały merytoryczne dotyczące wartości dietetycznej wieprzowiny
2.	Promocja materiału hodowlanego podczas targów i wystaw w 2017 roku	Polski Związek Hodowców i Producentów Trzody Chlewnej „POLSUS”	01.01.2017-31.08.2017	<p>Cel: Udział i organizacja wydarzeń o charakterze targowo-wystawienniczym</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Udział w 17 imprezach o charakterze targowo-wystawienniczym ➤ Organizacja stoisk informacyjno-promocyjnych POLSUS ➤ Prezentacja na stoisku informacyjnym filmów promujących materiał hodowlany

				<p>z gospodarstw hodowców</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Produkcja i dystrybucja materiałów reklamowych (m.in. notesy magnetyczne, pendrivy do dystrybucji filmików promujących gospodarstwa hodowlane) ➤ Produkcja i dystrybucja materiałów informacyjnych (ulotka o bioasekuracji w chlewni; ulotka o programie PROW na lata 2014-2020; Publikacja: TOP GENETICS- Jak postępować z loszką i knurkiem hodowlanym) ➤ Organizacja konferencji: „Hodowla trzody chlewnej, jednostki chorobowe” ➤ Prace modernizacyjne związane z udoskonaleniem internetowego Katalogu Hodowców, który jest integralną częścią strony www.polsus.pl <p>Sukces zadania: Działanie miało wymiar informacyjno-edukacyjny, uczestnicy wystawy wzbogacili swoją wiedzę z zakresu hodowli świń oraz otrzymali informację z zakresu aktualnych programów pomocowy dla sektora hodowli i produkcji świń w Polsce.</p>
3.	Wieprzowina mięsem bezpiecznym dla konsumenta	Polski Związek Hodowców i Producentów Trzody Chlewnej „POLSUS”	01.06.2016-31.08.2017	<p>Cel: Przeprowadzenie badań i analiz oraz opracowanie materiału merytotycznego pod kątem bezpieczeństwa krajowego mięsa wieprzowego</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Opracowanie bazy literaturowej ➤ Przygotowanie bazy doświadczalnej (wybór zwierząt, wykonanie badania jakości mięsa na linii ubojowej) ➤ Opracowanie i wydruk książki „Wieprzowina mięsem bezpiecznym dla konsumentów” <p>Sukces zadania: Opracowanie i wydruk książki „Wieprzowina mięsem bezpiecznym dla konsumentów”</p>

4.	Realizacja strategii rozwoju Systemu PQS	Polski Związek Hodowców i Producentów Trzody Chlewnej „POLSUS	01.09.2016-31.05.2017	<p>Cel: Integracja pionowa i pozioma w zakresie współpracy w Systemie PQS</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Przeprowadzenie szkoleń grupowych dla rolników (20 szkoleń) ➤ Przeprowadzenie szkoleń indywidualnych wśród detalistów i przetwórców (20 szkoleń) ➤ Projekt, skład i druk materiałów informacyjno-promocyjnych (teczki, notesy, broszury) ➤ Działania reklamowe w prasie: Food Forum, Poradnik restauratora, Gospodarska mięsna, Szef Kuchni, Samo zdrowie <p>Sukces zadania: Zwiększenie wśród uczestników szkolenia (rolników, przetwórców i detalistów) wiedzy dotyczącej idei Systemu PQS, jego założeń, zasad certyfikacji oraz możliwości uzyskania wsparcia z PROW 2014-2020</p>
5.	Polacy gustują w wieprzowinie-kontynuacja	Krajowy Związek Rewizyjny Spółdzielni „Samopomoc Chłopska”	01.02.2017-31.08.2017	<p>Cel: Prezentacja wyrobów z mięsa wieprzowego podczas lokalnych i krajowych wystaw oraz targów</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Uczestnictwo spółdzielni w lokalnych, regionalnych i krajowych targach i wystawach ➤ Prowadzenie serwisu internetowego ➤ Zamieszczenie materiału informacyjnego w miesięczniku branżowym ➤ Produkcja i dystrybucja materiałów informacyjnych

				<p>Sukces zadania: Udział w targach i wystawach był szczególną okazją do zaprezentowania wspaniałych produktów z mięsa wieprzowego wyprodukowanych przez gminne spółdzielnie.</p>
6.	Polacy gustują w wieprzowinie- kontynuacja II	Krajowy Związek Rewizyjny Spółdzielni „Samopomoc Chłopska”	01.05.2017- 31.12.2017	<p>Cel: Prezentacja wyrobów z mięsa wieprzowego podczas lokalnych i krajowych wystaw oraz targów</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Uczestnictwo spółdzielni w lokalnych, regionalnych i krajowych targach i wystawach m.in.: <ul style="list-style-type: none"> • Mixer Regionalny Łódzkie 2017 • IX Targi Żywności Ekologicznej i Tradycyjnej • Jarmark Bożonarodzeniowy w Zduńskiej Woli • Kiermasz Świąteczny w Jezioranach ➤ Organizacja seminarium „Jakość i wiedza w promocji żywności” ➤ Zamieszczenie materiału informacyjnego w miesięczniku branżowym ➤ Prowadzenie serwisu internetowego ➤ Produkcja i dystrybucja materiałów informacyjnych <p>Sukces zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ W czasie seminariów przeszkolono 160 osób ➤ Udział w targach i wystawach był szczególną okazją do zaprezentowania wspaniałych produktów z mięsa wieprzowego wyprodukowanych przez gminne spółdzielnie
7.	Jakość i wiedza w promocji żywności	Krajowy Związek Rewizyjny Spółdzielni „Samopomoc	01.09.2016- 12.06.2017	<p>Cel: Organizacja seminariów nt. walorów mięsa wieprzowego</p>

		Chłopska”		<p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Przygotowanie i przeprowadzenie cyklu seminariów nt. wartości odżywczych mięsa wieprzowego, umiejętności jego promocji i sprzedaży oraz funkcjonowania systemów jakości ➤ Przeprowadzenie warsztatów praktycznych z zakresu sposobu przygotowania dań z mięsa wieprzowego ➤ Prowadzenie serwisu informacyjnego na stronie www.gs.oit.pl ➤ Produkcja materiałów reklamowych ➤ Reklama w prasie ➤ Zakup sprzętu i urządzeń do prowadzenia zajęć warsztatowych <p>Sukces zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ W ramach zadania zorganizowano seminaria z udziałem 328 osób. ➤ Uczestnicy wzbogacili swoją wiedzę i umiejętności z zakresu promocji, sprzedaży oraz walorów mięsa wieprzowego
8.	Jakość i wiedza w promocji żywności-kontynuacja	Krajowy Związek Rewizyjny Spółdzielni „Samopomoc Chłopska”	01.05.2017-31.12.2017	<p>Cel: Organizacja szkoleń i konferencji nt. walorów mięsa wieprzowego</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Przygotowanie i przeprowadzenie cyklu seminariów, dla przedstawicieli spółdzielni i młodzieży szkół rolniczych, dotyczących wartości odżywczych mięsa wieprzowego, umiejętności jego promocji i sprzedaży oraz funkcjonowania systemów jakości ➤ Przeprowadzenie warsztatów pt. „Wołowina i wieprzowina w handlu, gastronomii i kuchni” ➤ Prowadzenie serwisu informacyjnego na stronie www.gs.oit.pl ➤ Produkcja materiałów reklamowych ➤ Reklama w prasie

				<ul style="list-style-type: none"> ➤ Zakup sprzętu i urządzeń do prowadzenia zajęć warsztatowych <p>Sukces zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ W ramach zadania zorganizowano seminaria z udziałem 234 osób ➤ Uczestnicy wzbogacili swoją wiedzę i umiejętności z zakresu promocji, sprzedaży oraz walorów wieprzowiny
9.	Polska Wieprzowina Smakuje	Krajowa Rada Izb Rolniczych	02.05.2017- 30.10.2017	<p>Cel: Promocja spożycia wieprzowiny poprzez emisję programu „Alchemia zdrowia i urody”</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Kooprodukcja i emisja 6 odcinków i powtórek „Alchemii zdrowia i urody” w TVP <p>Sukces zadania: Odcinki programu emitowane były w TVP co umożliwiło dotarcie z komunikatem do szerokiego grona konsumentów. Dodatkowo siła oddziaływania programu została wzmocniona poprzez możliwość obejrzenia powtórek na stronie internetowej Telewizji Polskiej S.A.</p>
10.	Kiełbasa biała parzona wielkopolska w drodze po certyfikat Unii Europejskiej	Krajowa Rada Izb Rolniczych	01.06.2017 -30.10.2017	<p>Cel: Promocja polskiego mięsa wieprzowego i jego przetworów w oparciu o produkt regionalny Kiełbasa biała parzona wielkopolska</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Organizacja 10 imprez plenerowych promujących spożycie kiełbasy białej parzonej wielkopolskiej ➤ Uruchomienie strony internetowej www.bialawielkopolska.pl ➤ Wyprodukowanie filmu promocyjnego w postaci wideo-klipu ➤ Przygotowanie i dystrybucja materiałów informacyjno-promocyjnych

				<ul style="list-style-type: none"> ➤ Organizacja konferencji prasowej <p>Sukces zadania: Informacja dotycząca Kiełbasy Białej Parzonej Wielkopolskiej dotarła do szerokiego grona odbiorców</p>
11.	Piknik Wieprzowy	Krajowa Rada Izb Rolniczych	02.03.2017-15.11.2017	<p>Cel: Promocja mięsa wieprzowego i produktów z tego mięsa</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Organizacja 17 pikników na terenie całego kraju, podczas których promowano spożycie mięsa wieprzowego i przetworów ➤ Publikacja informacji o wydarzeniu na stronach izb rolniczych, lokalnej prasie oraz w mediach społecznościowych ➤ Degustacja produktów wieprzowych podczas pikników ➤ Dystrybucja ulotek i materiałów informacyjnych ➤ Przedstawienie prezentacji multimedialnej: „Polskie smaki, czyli wszystko co warto wiedzieć o wieprzowinie” ➤ Organizacja konkursów wiedzy oraz plastycznych dla dzieci i dorosłych <p>Sukces zadania: Dzięki zastosowaniu różnych narzędzi promocyjnych zarówno typowych materiałów informacyjnych, jak również poprzez konkursy i zabawę, szerokie grono konsumentów (dzieci i dorośli) miało okazję do poszerzenia swojej wiedzy z zakresu mięsa wieprzowego</p>
12.	Wieprza Pieprzem	Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy	01.12.2016-01.05.2017	<p>Cel: Przygotowanie filmów kulinarno-edukacyjnych dotyczących mięsa wieprzowego</p>

		Rzeczypospolitej Polskiej		<p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Przygotowanie 10 filmów promocyjnych dotyczących mięsa wieprzowego będących połączeniem kulinarnego show i programu edukacyjnego ➤ Stworzenie strony internetowej www.wieprzapieprzem.pl ➤ Utworzenie konta na Facebooku ➤ Organizacja konferencji prasowej związanej z projektem ➤ Przygotowanie gadżetów: pendrivy, deski do krojenia, torby <p>Sukces zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Prezentacja walorów wieprzowiny w programie kulinarnym przyczyniła się do poprawy wizerunku wieprzowiny ➤ Premierowe odcinki programu obejrzało 612 tys. widzów ➤ Strona internetowa miała ponad 68 tys. odsłon ➤ Liczba użytkowników odwiedzających konto na Facebooku 6 444
13.	Wielkanoc- Mięсне Święta –Polska Tradycja	Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy Rzeczypospolitej Polskiej	07.03.2017- 28.04.2017	<p>Cel: Promocja mięsa wieprzowego w okresie wielkanocnym</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Przeprowadzenie eventów: <ul style="list-style-type: none"> • Jarmark Wielkanocny, którego atrakcjami były: Kocioł Wielkanocny, Wielkanocna Scena Kulinarna, na której odbywały się prezentacje znanych szefów kuchni, Wielkanocna Wszechnica, Wielkanocna Zagroda Młodych Hodowców, Stół Wielkanocny dla Poznaniaków • Wieprzowina, Wołowina na Wielkanocnym Stole • Wielkanocny Stół dla Dziennikarzy Krajowych i Zagranicznych • Ogólnopolskie spotkanie Branży Mięsnej w ramach Targów „Warsaw Food 2017”

				<p>Sukces zadania: Dzięki zastosowaniu zróżnicowanych narzędzi promocyjnych (eventy, PR, reklamy) działanie miało szeroki rozgłos medialny, w wydarzeniu udział wzięło 17 tysięcy osób. Realizowana kampania miała wymiar edukacyjny, informacyjny oraz promocyjny.</p>
14.	Świętomięs Polski	Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy Rzeczypospolitej Polskiej	12.09.2017-02.10.2017	<p>Cel: Promocja mięsa wieprzowego i przetworów</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Pozyskanie patronów medialnych m.in.: TVP 3 Białystok, Polskie Radio Białystok, Mięsne Technologie, Gazeta Współczesna, Kurier Poranny, Top Agrar, Bilans Dodatni, Gospodarz.pl, Gospodarka Mięsna ➤ Organizacja konferencji prasowej zapowiadającej event ➤ Emisja spotów reklamowych w radio i telewizji, internecie ➤ Reklama typu outdoor ➤ Dystrybucja materiałów reklamowych i gadżetów ➤ Aktywacja strony internetowej imprezy „Świętomięs Polski” ➤ Organizacja Parady Mięsnej ➤ Rozstrzygnięcie konkursu dla publicysty promującego ideę zdrowego żywienia w oparciu o mięso ➤ Strefa Mięsa Wszelchnica gdzie odbywały się wykłady i prelekcje nt. mięsa wieprzowego ➤ Strefa Zagroda Młodych Hodowców- konkursy dla dzieci z nagrodami, warsztaty plastyczne ➤ Atrakcje kulinarne - Patelnia Świętomięsna i Kocioł Świętomięsny- w których przygotowywane były potrawy na bazie mięsa wieprzowego przeznaczone do degustacji ➤ Scena Kulinarne gdzie uczestnicy wydarzenia brali udział w przygotowywaniu

				<p>potraw przy udziale profesjonalnych szefów kuchni</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Stół Branickiego- rekonstrukcja historycznego stołu z zastawą i kulinariami z epoki <p>Sukces zadania: Wydarzenie cieszyło się dużym zainteresowaniem, uczestniczyło w nim 20 tys. osób. Dzięki zastosowaniu informacji w różnych formach (merytoryczna, zabawa, warsztaty kulinarne) komunikat na temat mięsa wieprzowego został przekazany do szerokiego grona konsumentów.</p>
15.	Mięso z Polski	Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy Rzeczypospolitej Polskiej	16.09.2017-20.10.2017	<p>Cel: Udział w Targach Polagra Food 2017 na wspólnym stoisku branżowym –Mięso z Polski</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Udział w targach Polagra Food, gdzie na wspólnym stoisku wystawienniczym prezentowały się zakłady mięsne, firmy zajmujące się handlem i dystrybucją mięsa oraz jego przetworów ➤ Organizacja Forum Rzeźników i Wędliniarzy oraz Ogólnopolskiego Konkursu Wędliniarskiego <p>Sukces zadania: Wspólne stoisko polskiej branży mięsnej na największych w Europie Środkowej Targach Spożywczych przyczyniło się do zwiększenia rozpoznawalności branży oraz było doskonałą okazją do zaprezentowania jej potencjału, tradycji i innowacyjności.</p>
16.	Mięsna Arena	Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy	14.06.2017-14.07.2017	<p>Cel: Promocja mięsa wieprzowego i produktów z tego mięsa podczas wydarzenia „Mięsna Arena”</p>

		Rzeczypospolitej Polskiej		<p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Pozyskanie patronatów medialnych: Bilans Dodatni, Gospodarz.pl, Gospodarka Mięsna, Ogólnopolski Informator Masarski, Kalejdoskop Branży Mięsnej, Mięsne Technologie, Bezpieczeństwo i Higiena Żywności ➤ Organizacja konferencji prasowej z udziałem mediów ogólnopolskich, lokalnych i branżowych ➤ Reklama w prasie ➤ Dystrybucja materiałów reklamowych i gadżetów promocyjnych: mięsny poradnik kulinarny i akcesoria kuchenne ➤ Strefa dla dzieci- „Arena dla dzieci” gdzie, pod kierunkiem animatorów odbywały się warsztaty plastyczne w wykorzystaniem profili zwierząt hodowlanych, konkursy z zagrodami, animacje dla dzieci, zabawy ruchowe i działania plastyczne ➤ Kocioł Mięsnej Areny oraz Mega Patelnia, w których przygotowywano potrawy na bazie mięsa wieprzowego, a następnie przekazano do degustacji uczestnikom wydarzenia ➤ Arena Smaków- gdzie odbyły się warsztaty kulinarne prowadzone przez profesjonalistów ➤ Opracowanie reportażu filmowego z imprezy, który została zamieszczony na stronie internetowej <p>Sukces zadania: W wydarzeniu udział wzięło 6 tysięcy osób, co umożliwiło zwiększanie wiedzy na temat walorów mięsa wieprzowego wśród szerokiego grona konsumentów.</p>
17.	Uczta u Neptuna. Mięso z Pomorza	Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy	21.07.2017- 25.08.2017	Cel: Promocja mięsa wieprzowego i produktów z tego mięsa podczas imprezy plenerowej

		Rzeczypospolitej Polskiej		<p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Organizacja konferencji prasowej poświęconej wydarzeniu „Uczta u Neptuna. Mięso z Pomorza” ➤ Organizacja specjalnej strefy dla dzieci „Wyspa Neptuna” ➤ Atrakcje kulinarne- „Patelnia Pomorska” i „Kocioł Pomorski”, „Grill Pomorski” ➤ Otwarte warsztaty kulinarne „Pomorska Kuchnia Neptuna” ➤ Promocja mięsa poprzez naukę-Mięsna Wszechnica konsultacje technologów żywienia, dietetyków oraz specjalistów ds. systemów jakości ➤ Dystrybucja materiałów promocyjno-informacyjnych ➤ Działania promocyjne w Radio Gdańsk <p>Sukces zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Akcja promocyjna przyczyniła się do zwiększenia świadomości konsumentów nt. walorów smakowych i zdrowotnych mięsa wieprzowego i jego przetworów ➤ Wydarzenie cieszyło się dużą popularnością, szacunkowa frekwencja wynosiła 7 tys. osób
18.	Wrzuc na ruszt wieprzowinę	Związek Polskie Mięso	10.06.2017- 10.06.2017	<p>Cel : Promocja mięsa wieprzowego podczas Pikniku Poznaj Dobrą Żywność</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Organizacja śniadania prasowego dt. wydarzenia ➤ Aranżacja stoiska promocyjno –informacyjno-edukacyjnego podczas Pikniku Poznaj Dobrą Warsztaty ➤ Degustacje oraz animacje i gadżety dla dzieci ➤ Dystrybucja materiałów edukacyjnych dotyczących wartości odżywczej wieprzowiny

				<p>Sukces zadania: Duże zainteresowanie stoiskiem wśród zwiedzających, którzy chętnie kosztowali przysmaków z grilla</p>
19.	Udział w Targach ANUGA 2017	Związek Polskie Mięso	07.10.2017-11.10.2017	<p>Cel: Udział w targach Anuga 2017</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Przygotowanie i ekspozycja stoiska o powierzchni 175 metrów na Targach Anuga, na którym zaprezentowało się 17 zakładów mięsnych ➤ Spotkania B2B podczas targów ➤ Pokazy kulinarne podczas, których prezentowane były walory polskiego mięsa wieprzowego i wołowego ➤ Organizacja eventu na stoisku z udziałem mediów, handlowców, przedstawicieli placówek i instytucji państwowych w Niemczech istotnych dla sektora rolno-spożywczego <p>Sukces zadania: Udział w jednych z najbardziej popularnych targów w Europie był doskonałą okazją do zaprezentowania oferty polskich zakładów oraz nawiązania długookresowych relacji biznesowych.</p>
20.	Akcje promocyjno-informacyjne dla uczniów szkół gastronomicznych –stawiam na wieprzwinę	Związek Polskie Mięso	06.03.2017-31.05.2017	<p>Cel: Przeprowadzenie 10 szkoleń dla uczniów szkół gastronomicznych z zakresu polskiego mięsa wieprzowego</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Przeprowadzenie szkoleń teoretyczno-praktycznych skierowanych do uczniów szkół gastronomicznych z zakresu jakości polskiego mięsa wieprzowego oraz przeprowadzenie instruktarzy z zakresu techniki przyrządzania tego mięsa

				<ul style="list-style-type: none"> ➤ Dystrybucja materiałów promocyjno-informacyjnych oraz gadżetów <p>Sukces zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Działanie przyczyniło się do zwiększenia wiedzy na temat jakości polskiego mięsa wieprzowego wśród uczniów szkół gastronomicznych oraz nauczycieli. W grupie docelowej zostały również podniesione umiejętności i kwalifikacje z zakresu przygotowywania potraw mięsnych
21.	Składka członkowska UECBV	Związek Polskie Mięso	01.05.2017-30.09.2017	<p>Cel: Uiszczenie opłaty członkowskiej w UECBV</p> <p>Sukces zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Przynależność do organizacji UECBV umożliwia na bieżąco otrzymywanie informacji dotyczących procesu legislacyjnego w UE, dając przy tym możliwość uczestniczenia w procesie konsultacyjnym unijnego prawa. Udostępniane są również dane statystyczne i analizy rynku wieprzowego i jego przetworów zarówno unijnego jak i światowego. Członkostwo w UECBV pozwala uczestniczyć w grupach roboczych oraz licznych spotkaniach branżowych na szczeblu Komisji i Parlamentu UE.
22.	Działalność na forum europejskim II	Federacja Branżowych Związków Producentów Rolnych	01.10.2016-31.08.2017	<p>Cel: Wsparcie działań na forum europejskim</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Udział ekspertów w posiedzeniach organizowanych przez COPA oraz inne instytucje UE ➤ Współpraca z europejskimi organizacjami rolniczymi ➤ Udział w konsultacjach społecznych

				<p>Sukces zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Aktywny udział ekspertów Federacji Branżowych Związków Producentów Rolnych w pracach Copa Coga i innych instytucji UE oraz możliwość zaprezentowania opinii i stanowisk polskich producentów rolnych.
23.	Smaki Polskiej Wieprzowiny	Krajowy Związek Grup Producentów Rolnych- Izba Gospodarcza	09.08.2016-20.04.2017	<p>Cel: Przygotowanie i emisja programów kulinarno-naukowych dt. mięsa wieprzowego</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Przygotowanie i emisja 22 odcinków programu kulinarno-edukacyjnego dotyczącego hodowli świń, wartości odżywczych mięsa wieprzowego, przepisów na przygotowanie znakomitej wieprzowiny <p>Sukces zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Działanie cieszyło się dużym zainteresowaniem wśród odbiorców, program oglądało jednorazowo od 367 195 do 709 316 osób.
24.	Program promocji mięsa wieprzowego	Krajowy Związek Grup Producentów Rolnych- Izba Gospodarcza	16.09.2016-30.09.2017	<p>Cel: Promocja mięsa wieprzowego poprzez organizację imprez plenerowych</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Organizacja pięciu imprez plenerowych pod wspólnym tytułem: „Festiwal Wieprzowiny” na terenie całej Polski: <ul style="list-style-type: none"> • Olsztyn woj. warmińsko-mazurskie • Działdowie woj. warmińsko-mazurskie • Łasin woj. kujawsko-pomorskie • Koźmin Wielkopolski woj. wielkopolskie • Czemiń woj. wielkopolskie ➤ Pokazy i konkursy kulinarne ➤ Działania medialne w rozgłośniach regionalnych, prasie regionalnej, Internecie ➤ Organizacja konferencji branżowych z udziałem ekspertów ➤ Przygotowanie publikacji: „Wieprzowina na talerzu” i ich dystrybucja do szkół

				<p>gastronomicznych</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Utworzenie fanapage na Facebooku <p>Sukces zadania: Dzięki prowadzonym działaniom w różnych regionach Polski oraz intensywnym kampaniom medialnym komunikat o wyjątkowych walorach kulinarnych i odżywczych mięsa wieprzowego dotarł do szerokiego grona konsumentów</p>
25.	Historia pochodzenia jakości	Unia Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego	20.04.2017-30.11.2017	<p>Cel: Działania informujące o wpływie produkcji trzody chlewnej na wysoką jakość mięsa wieprzowego</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Przeprowadzono sesję zdjęciową z ambasadorami marki QAFP- producentami trzody chlewnej scertyfikowanymi w Systemie QAFP ➤ Działania informacyjno-promocyjne w prasie branżowej „Tygodnik Poradnik Rolniczy”, TopAgrar ➤ Działania informacyjno-promocyjne na portalach branżowych www.farmer.pl, www.portalspozywczy.pl ➤ Kampania promocyjna w Internecie z wykorzystaniem filmików w udziale znanych aktorów ➤ Punkt informacyjny na Targach AgroShow 2017 ➤ Organizacja konferencji „Historia pochodzenia jakości” ➤ Przygotowanie graficzne i merytoryczne przewodnika po hodowli trzody chlewnej QAFP w formie elektronicznej oraz jego prezentacja na przygotowanej, dedykowanej podstronie w serwisie QAFP ➤ Kampania OOH <p>Sukces zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Wzmocnienie świadomości oraz wiedzy nt. certyfikowanej produkcji mięsa oraz

				<p>łańcucha powiązań w procesie produkcji wysokiej jakości produktów</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Kampania OOH kontakt widowni kampanii z nośnikami na poziomie 2 070 000 osób
26.	Polska Smakuje Jakością	Unia Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego	01.03.2017-30.09.2017	<p>Cel: Przyczynienie się do wzrostu grona zwolenników „mody na polskość” w koszyku zakupowym i wywołanie zwiększonego popytu wśród konsumentów na wytwarzane przez polskich producentów mięso wieprzowe oraz wędliny wysokiej jakości.</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Udział w targach śniadaniowych, plenerowych wydarzeniach kulinarnych i imprezach sportowych z Food Truckiem ➤ Degustacja kanapek przygotowanych na bazie mięsa i wędlin QAFP ➤ Działania reklamowe w Internecie (FB + FB Ads / Google AdWords), prasie (KUKBUK /wizerunek/ + Nasze Miasto Wrocław, Nasze Miasto Warszawa) oraz w social media akcje promujące road show z degustacją na profilu Kampanii oraz profilach Partnerów (organizatorów eventów). ➤ Działania informacyjno - promocyjne (PR) promujące road show z degustacją na fanpage’u Facebook oraz Pinterest Kampanii, Instagram, informujące o wydarzeniach Kampanii zapowiadające obecność foodtrucka „Polska Smakuje Jakością. Taste It!” ➤ Działania reklamowe w prasie <p>Sukces zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Udział w 11 eventach o charakterze kulinarnym i sportowym ➤ Komunikat o wysokiej jakości mięsa wieprzowego i wędlinach QAFP podczas imprez dotarł do 150 000 osób ➤ Działania reklamowe w internecie_polubiło i obserwuje prawie 1 700 osób

				<ul style="list-style-type: none"> ➤ Kampania banerowa Google Adwords dotarła z informacją o projekcie do ponad 2 milionów potencjalnych konsumentów ➤ W okresie trwania projektu na różnych serwisach internetowych pojawiło się łącznie ponad 100 wzmianek i artykułów prasowych o prowadzonej kampanii
27.	Z wieprzowiną za Pan brat	Związek Zawodowy Centrum Narodowe Młodych Rolników	01.05.2017-31.10.2017	<p>Cel: Kształtowanie świadomości konsumenckiej nt. polskich produktów wysokiej jakości (przede wszystkim mięsa wieprzowego i jego przetworów)</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Organizacja warsztatów merytoryczno-praktycznych dla uczniów szkół zawodowych i średnich o profilu gastronomicznym nt. mięsa wieprzowego (źródła jego pochodzenia, wartości odżywczych i walorów kulinarnych) ➤ Pokazy kulinarne ➤ Wyjazdy do gospodarstw rolnych specjalizujących się w hodowli trzody chlewnej ➤ Produkcja i dystrybucja gadżetów promocyjnych ➤ Działania promocyjne podczas wydarzeń regionalnych i pikników <p>Sukces zadania: Dotarcie z komunikatem nt. wysokiej jakości polskiej wieprzowiny do szerokiego grona odbiorców zarówno dorosłych jak i dzieci, które są na etapie kształtowania swojej wiedzy konsumenckiej, a dzięki zdobytym informacjom mogą w przyszłości dokonywać świadomych wyborów produktów spożywczych.</p>
28.	Kampania promocyjna „Polska smakuje”	Krajowy Związek Grup Producentów Owoców i Warzyw-Spółdzielnia Osób Prawnych	01.04.2017-31.05.2017	<p>Cel: Informowanie i promowanie o wysokiej jakości polskich produktów rolno-spożywczych</p>

				<p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Przeprowadzenie viralowej kampanii w Internecie o zasięgu krajowym: <ul style="list-style-type: none"> • Produkcja i emisja filmu promującego • Strona internetowa • Współpraca z osobami opinotwórczymi (bloggerzy, influencerzy) • Działania w mediach ogólnopolskich, regionalnych, branżowych i handlowych <p>Sukces zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Wygenerowano 763 191 obejrzeń spotu promocyjnego ➤ Ukazały się 123 publikacje dotyczące kampanii ➤ 32 tysiące odsłon strony internetowej
29.	Ogólnopolskie Porozumienie Związków Zawodowych Rolników i Organizacji Rolniczych	II Festiwal Z Gruntu Polska	08.10.2017-08.10.2017	<p>Cel: Prezentacja produktów sektora rolno-spożywczego</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Prezentacja walorów polskiej wieprzowiny ➤ Prezentacja platformy sprzedażowej „Z Gruntu Polska” przeznaczoną do sprzedaży produktów rolnictwa lokalnego i regionalnego ➤ Promocja trwałych powiązań pomiędzy konsumentami a lokalnymi i regionalnymi producentami ➤ Pokazy kulinarne i degustacja produktów <p>Sukces zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Działanie było spójne z celami założonymi w „Strategii na rzecz Odpowiedzialnego Rozwoju” ➤ W wydarzeniu uczestniczyło 10 tysięcy osób ➤ Wydarzenie odniosło duży sukces medialny

30.	Ogólnopolskie Stowarzyszenie Przetwórców i Producentów Produktów Ekologicznych „Polska Ekologia”	Dobre Smaki Wieprzowiny	18.08.2017-20.08.2017	<p>Cel: Promocja mięsa wieprzowego podczas Festiwalu Kultur i Pogranicza Karpackie Klimaty</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Pokazy kulinarne podczas, których prezentowano dzieciom i rodzicom sposoby na przygotowanie wieprzowiny ➤ Degustacje potraw z wieprzowiny i jej przetworów ➤ Warsztaty kulinarne ➤ Konkursy dla dzieci i młodzieży <p>Sukces zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Stoisko promocyjne cieszyło się dużym zainteresowaniem –zostało odwiedzone przez 9 tysięcy osób ➤ Akcja promocyjna przyczyniła się do zwiększenia świadomości konsumentów dotyczących walorów smakowych i odżywczych wieprzowiny ➤ Prezentacje kulinarne i degustacje mięsa wieprzowego
31.	Gwarancja jakości QAFP	Unia Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego	04.02.2016-03.02.2017	<p>Cel: Poinformowanie o walorach wysokojakościowego kulinarnego mięsa wieprzowego i wędlin sygnowanych znakiem QAFP konsumentów, przedstawicieli branży HoReCa oraz dziennikarzy i liderów opinii</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Pozycjonowanie zakładki na stronie www.qafp.pl ➤ Przeprowadzenie konkursów „Prześlij przepis” ➤ Kampania w prasie kobiecej, „Świat kobiety”, „Olivia”, „Prześlij przepis”, „Kobieta i życie” „Przyjaciółka” „Pani Domu” ➤ Kampania w TV lokowanie produktu w „Dzień Dobry TVN” i „Ewa gotuje” ➤ Kampania spotowa przy programie „Ewa gotuje”

				<ul style="list-style-type: none"> ➤ Kampania outdoorowa ➤ Kampania w internecie smakre.pl, przepisy.net, interia.pl, wielkiezarcie.com, gazeta.pl (pakiet kulinarny), gotujemy.pl ➤ Warsztaty kulinarne dla konsumentów i szefów kuchni <p>Sukces zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Zwiększenie świadomości znaku/marki QAFP wśród konsumentów jak również branży HoReCa
32.	EkoEuropa-jakość i tradycja	Ogólnopolskie Stowarzyszenie Przetwórców i Producentów Ekologicznych „Polska Ekologia”	22.01.2016-22.10.2017	<p>Cel: Promocja mięsa wieprzowego i przetworów z tego mięsa na rynku krajów trzecich: Japonia, USA, Singapur</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Uczestnictwo w Międzynarodowych Targach Foodex Japan ➤ Produkcja materiałów promocyjnych ➤ W ramach działań PR odbyło się spotkanie z przedstawicielami grup docelowych oraz konferencja w Singapurze ➤ Udział w Międzynarodowych Targach Summer Fancy Food Show w Nowym Jorku ➤ Promocja w kanałach elektronicznych ➤ Reklama outdoor ➤ Promocja w prasie <p>Sukces zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Wzrost zainteresowania europejską wieprzowiną na rynkach docelowych

33.	Smaki Europy – jakość i tradycja	Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy Rzeczypospolitej Polskiej	21.10.2016- 20.07.2017	<p>Cel: Promocja mięsa wieprzowego i wołowego oraz przetworów z tego mięsa na rynkach krajów trzecich (Białoruś, Algieria Chiny)</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Produkcja filmu reklamowego ➤ Organizacja stoiska i udział w: <ul style="list-style-type: none"> • Międzynarodowych Targach DJZAGRO w Algierii • Międzynarodowych Targach Spożywczych Podexpo w Mińsku • Międzynarodowych Targów Anufood China ➤ Organizacja imprez PR: spotkanie o charakterze biznesowym dla grup docelowych oraz konferencji prasowej ➤ Opracowanie, produkcja i dystrybucja materiałów informacyjno-promocyjnych ➤ Reklama outdoor ➤ Promocja w prasie i kanałach elektronicznych <p>Sukces zadania: Wzrost zainteresowania europejską wieprzowiną na rynkach docelowych</p>
34.	Smak jakości i tradycji prosto z Europy	Unia Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego	21.10.2016- 20.07.2017	<p>Cel: Promocja mięsa wieprzowego i wołowego oraz przetworów z tego mięsa na rynku Nowej Zelandii, Kazachstanu, Singapuru, RPA oraz Tajwanu</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Produkcja filmu promocyjnego ➤ Produkcja gadżetów i materiałów promocyjnych ➤ Opracowanie, redagowanie i zamieszczanie cyklicznych informacji na stronie serwisu www.meatfromeurope.eu ➤ Organizacja stoiska i udział w targach:

				<ul style="list-style-type: none"> • InterFood Astana w Kazachstanie • Food Taipei <p>Sukces zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Wzrost zainteresowania europejską wieprzowiną na rynkach docelowych ➤ Nawiązanie relacji biznesowych z przedstawicielami rynków docelowych
35.	Rozsmakuj się w Europie	Związek Polskie Mięso	16.10.2016-15.10.2017	<p>Cel: Kampania promocyjno-informacyjna dot. mięsa wieprzowego świeżego, schłodzonego, mrożonego oraz przetworów spożywczych wytwarzanych na bazie tych produktów realizowanego na rynku Japonii i Kanady</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Organizacja stoiska i udział w: <ul style="list-style-type: none"> • Międzynarodowych Targach Foodex Japan 2017 • Targach SIAL Canada 2017 ➤ Opracowanie, produkcja i dystrybucja materiałów informacyjno-promocyjnych ➤ Organizacja pokazów wraz z degustacjami ➤ Organizacja spotkań B2B w ramach misji gospodarczych <p>Sukces zadania: Wzrost zainteresowania europejską wieprzowiną na rynku Japonii i Kanady</p>