

**OCENA RZECZOWA ZADAŃ DOFINANSOWANYCH ZE ŚRODKÓW FUNDUSZU
PROMOCJI MIĘSA DROBIOWEGO ZREALIZOWANYCH W 2010 ROKU.**

TYTUŁ ZADANIA	OPIS
<ul style="list-style-type: none"> Opracowanie strategii promocji branży mięsa drobiowego w Polsce. 	<p>Strategia promocji branży obejmuje aktualny stan branży drobiarskiej oraz cele, główne kierunki działań promocyjnych, które mogą być wskazówką dla wszystkich podmiotów branży przy projektach promocji.</p> <p>Strategia przygotowana została dla przedstawicieli branży w całym łańcuchu produkcji do wykorzystania w grupowych czy indywidualnych działaniach promocyjnych.</p> <p>W wyniku prac zespołu w kwietniu 2010 roku opublikowany został dokument zatytułowany „Strategia promocji branży mięsa drobiowego w Polsce”, nakreślający pięcioletnią strategię promocji branży.</p> <p>Założenia strategii promocji mięsa drobiowego dotyczą generalnie 2 kierunków działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prowadzenia czynności dążących do utrzymania dynamiki rozwoju branży; • Stworzenia dla mięsa i przetworów drobiowych szans promocji (w konsekwencji ustawy z dnia 22 maja 2009 roku o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych). <p>Założenia strategii promocji będą realizowane przez:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Informowanie i propagowanie walorów i zalet wynikających ze specyfiki wartości odżywczych i prozdrowotnych mięsa oraz przetworów drobiowych. • Wpływanie na zwiększenie konsumpcji mięsa drobiowego w kraju i UE dzięki działaniom reklamowym i promocyjnym. • Działania mające na celu dalszy wzrost eksportu mięsa i przetworów drobiowych przez poszukiwanie nowych rynków zbytu poza krajami UE. • Tworzenie w społeczeństwie „mody na drób”. • Czynności mające na celu doskonalenie jakości mięsa i przetworów drobiowych przez promowanie najlepszych i najnowszych systemów kontroli jakości produkcji oraz



	<p>organizowanie prac badawczo-naukowych i szkoleń.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prowadzenie czynności dotyczących monitoringu wielkości mięsa drobiowego oraz analitycznych badań rynkowych.
<ul style="list-style-type: none"> • Promocja mięsa gęsiego. 	<p>Założeniem zadania było zorganizowanie imprezy promującej gęsinę. Z tej okazji została wydana książka promująca walory, tradycje i przepisy kulinarne na gęsinę. Broszurę rozprowadzono wśród gości odwiedzających Święta Gęsi, głównie na stoiskach prowadzących sprzedaż tuszek i wyrobów z gęsi.</p> <p>Działania rozpoczęło „Święto Gęsi” w Biskupcu Pomorskim w dniu 25 lipca 2010. Imprezę tę odwiedziło ok. 8 tysięcy gości z całej Polski, uczestniczyli w niej Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi Marek Sawicki, Wiceminister Włodkowski, posłowie, przedstawiciele MRiRW, Urzędu Marszałkowskiego, Urzędu Wojewódzkiego, instytucji i organizacji rolniczych.</p> <p>W ramach święta przeprowadzono konkursy kulinarne dla osób prywatnych oraz zakładów gastronomicznych na najlepszą potrawę z gęsi oraz najlepsze półgęski. Jury konkursowe wyłoniono spośród publiczności i gości. Zorganizowane były stoiska z wyrobami i tuszkami gęsi, osoby dokonujące zakupów na tych stoiskach otrzymywały prezenty w postaci książek.</p> <p>Prowadzący przeprowadził liczne konkursy dla publiczności z wiedzy na temat gęsi, degustacje oraz wspólnie z kucharzem pokazy kulinarne – którym hasłem przewodnim była gęsiną. Uczestnicy tych działań otrzymywali w prezencie gadzety i książki.</p> <p>Drugie Święto Gęsi odbyło się w Dębogórze, gmina Kosakowo w województwie pomorskim. Patronat nad nią objął Wiceminister Rolnictwa Pan Kazimierz Plocie. W trakcie imprezy zorganizowano stoisko z gęsiną, na którym osoby dokonujące zakupów otrzymywały książki. Przeprowadzono także degustację gęsiny dla gości oraz konkursy dla publiczności, w których jako nagrody rozdawano gadzety reklamowe.</p> <p>Przy okazji obu imprez zorganizowano konferencje na temat zagadnień związanych z promocją produktów rolno-spożywczych oraz walorów gęsiny. Uczestnikami tych konferencji byli przedstawiciele organizacji rolniczych, samorządów i instytucji z branży rolniczej.</p>

	<p>Oba działania zostały szeroko nagłośnione w mediach – TVP 2 – w programie „Pytanie na śniadanie” , Polskim Radio – w Sygnałach dnia, wiadomościach, w audycji Lato z Radiem, w Internecie , w Interaktywnej TV, Regionalne TV – Olsztyn i Gdańsk, w prasie – Gazeta Olsztyńska, Dziennik Elbląski, dzienniku Bałtycki, Radio Kaszeby, Top Agrar, Rolni Cze ABC.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Udział w organizacji Association of Poultry Processors and Poultry Trade in the EU countries. 	<p>Głównym celem zadania jest kontynuacja członkostwa w europejskiej organizacji drobiarskiej AVEC (Association of Poultry Processors and Poultry Trade in the EU countries).</p> <p>Członkowie wyżej wymienionej organizacji otrzymują na bieżąco informacje dotyczące branży, a także unijnych przepisów prawa. Biorą udział w opiniowaniu aktów prawnych dotyczących branży. Mają dostęp do analiz rynkowych związanych z branżą. Członkowie organizacji z poszczególnych państw UE wymieniają się poglądami i doświadczeniami związanymi z problemami i perspektywami, jakie niesie branża.</p> <p>W obrębie opisywanego działania dokonano opłaty należnej składki przez Krajową Radę Drobiarstwa – Izbę Gospodarczą na rzecz organizacji AVEC w miesiącu lipcu 2010 roku. Składka w wysokości 29.311,00 EUR przy średnim kursie Euro – 4,20 zł.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Kampania promocyjna mięsa gęsiego w Polsce. 	<p>Celem kampanii była budowa wizerunku mięsa gęsiego jako mięsa o wyjątkowych walorach smakowych. Podkreślenie tradycji konsumpcji – mocne akcenty odnoszące się do wyjątkowych rodzinnych chwil będących okazją do spożywania szczególnego dania, którym jest gęsina.</p> <p>Udostępnienie konsumentom przepisów przyrządzania mięsa gęsiego celem przekonania ich o możliwościach przygotowania go we własnym zakresie.</p> <p>Zakres wykonanych działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Opracowanie konceptu kreatywnego spotu telewizyjnego (koncept kreatywny, nadzór autorski nad produkcją, prawa autorskie do konceptu na okres 3 lat na wszystkich polach eksploatacji). • Produkcja spotu telewizyjnego (produkcja dwóch odcinków spotu, prawa autorskie do spotu na okres 2 lat, pola eksploatacji: telewizja oraz Internet).



	<ul style="list-style-type: none"> • Emisje w telewizji: TVN, TVP , AT Media, TVN MIX (TVN STYLE, TVN METEO, TVN24), TVP Info, Polsat News – 2 flighty: 3-21.11 oraz 13-26.12. • Product placement. Pokazanie mięsa gęśiego w programach i serialach: – programy: „Pytanie na śniadanie“, „Dzień dobry TVN“, „Smaki czasu“, seriale: „Klan“, „M jak miłość“. • Insert folderu z przepisami do prasy („Poradnik domowy“ data emisji 25.11 oraz „Viva“ data emisji 9.12). • Produkcja folderu z przepisami. Opracowanie projektu oraz produkcja w nakładzie 1.050.000 szt., format A5, 8 stron. • Strona internetowa. Rejestracja domeny, opracowanie graficzne strony, przygotowanie techniczne strony, utrzymanie strony na serwerze. • Kampania w Internecie. Działania zsynchronizowane obejmujące blogi, promocja na „jejkuchnia“, youtube – przepisy, marketing szeptany. • Wsparcie sprzedaży – produkcja oraz dystrybucja pakietów informacyjnych o mięsie gęsim – nakład: 100 szt. Dotarcie do kupców sieci handlowych i dużych dystrybutorów w kraju. • Press kit. Dotarcie do dziennikarzy, ze specjalnymi zestawami informacyjnymi. • Opracowanie strategii komunikacji przez agencję reklamową, kompleksowa obsługa i zarządzanie projektem.
<ul style="list-style-type: none"> • Trzydniowa akcja promocyjna wszystkich rodzajów mięs podczas Targów Polagra-Food 2010. 	<p>Pozostawiony bez rozpoznania.</p>

Skład Komisji Zarządzającej					
1	Szałkowski Mirosław Jan Krajowa Rada Drobiarstwa Izba Gospodarcza	Przewodniczący	ul. Czackiego 3/5 00-043 Warszawa	502 220 678 24 355 3101 22 828 2389	prezes@exdrob.pl; krd-ig@krd-ig.com.pl
2	Ziejewska Krystyna Krajowy Związek Grup Producentów Rolnych Izba Gospodarcza	Z-ca Przewodniczącego	Szwarcenewo 90 13-340 Biskupiec	662 008 593 56 474-54-01	k.ziejewska@interia.pl
3	Piasecki Władysław Krajowa Rada Izb Rolniczych	Sekretarz	ul. Wspólna 30 00-930 Warszawa	601 986 990 683 514 129 22 623 2165	sekretariat@krir.pl wpiasecki@bomadek.com.pl
4	Danielak Andrzej Polski Związek Zrzeszeń Hodowców i Producentów Drobiu	Członek	ul. Grójecka 204 02-390 Warszawa	602 650 317 22 849 3232	pzzhipd@wp.pl andaco@wp.pl
5	Kulikowski Piotr Krajowa Rada Drobiarstwa Izba Gospodarcza	Członek	ul. Czackiego 3/5 00-043 Warszawa	22 828 2389	
6	Jędrzejka Krystyna Stanisława Polski Związek Zrzeszeń Hodowców i Producentów Drobiu	Członek	Wrząca, ul. Łanowa 7 95-083 Lutomiersk	600 480 304 698 796 341 22 849 3232	pzzhipd@wp.pl
7	Nydziański Stanisław Polski Związek Zrzeszeń Hodowców i Producentów Drobiu	Członek	ul. F. Szreńskiego 1 06-550 Szreńsk	608 501 589 22 849 3232	pzzhipd@wp.pl
8	Pawelczak Andrzej Związek „Polskie Mięso”	Członek	ul. Chałubińskiego 8 00-613 Warszawa	696 483 071 22 830 1648 22 334 5934	andrzej.pawelczak@animex.pl info@polskie-mieso.pl
9	Rodziewicz Janusz Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy RP	Członek	ul. Miodowa 14 00-246 Warszawa	501 296 400 502 705 276 22 635 0394	biuro@srw.org.pl

Zestawienie zaplanowanych i realizowanych zadań w 2010 roku

Lp.	Tytuł	Wnioskodawca	Cel ustawy	Nr uchwały	Nr wniosku	Kwota planowana
1	Opracowanie strategii promocji branży mięsa drobiowego w Polsce	KRD-IG	b	01/2010	FP-MD-b-001/2010	60 000,00
2	Promocja mięsa gęsiego	ISPG	b	02/2010	FP-MD-b-002/2010	220 000,00
3	Udział w organizacji Association of poultry processors and poultry trade in the EU countries	KRD-IG	g	03/2010	FP-MD-g-003/2010	123 106,00
4	kampania promocyjna mięsa gęsiego w Polsce	KRD-IG	b	03/2010	FP-MD-b-004/2010	2 500 000,00
5	trzydniowa akcja promocyjna wszystkich rodzajów mięs podczas Targów Polagra-Food 2010	SRW	c	03/2010	FP -MWI/MD-c-007/005/2010	150 000,00

RAZEM:**3 053 106,00**

ISPG Iłwskie Stowarzyszenie Producentów Gęsi
 KRD-IG Krajowa Rada Drobiarstwa - Izba Gospodarcza
 SRW Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy Rzeczypospolitej Polskiej

Lp.	Cel	Kwota [zł]	%
a	Działania mające na celu informowanie o jakości i cechach, w tym zaletach, mięsa drobiowego	-	-
b	Działania mające na celu promocję spożycia mięsa drobiowego oraz jego przetworów	2 780 000,00	91,05
c	Udział w wystawach i targach związanych z chowem lub hodowlą drobiu oraz produkcją lub przetwórstwem mięsa drobiowego	150 000,00	4,91
d	Badania rynkowe dotyczące spożycia mięsa drobiowego oraz jego przetworów	0,00	
e	Badania naukowe i prace rozwojowe mające na celu poprawę jakości mięsa drobiowego oraz jego przetworów, a także prowadzące do wzrostu jego spożycia	0,00	-
f	Szkolenia producentów i przetwórców mięsa drobiowego	0,00	-
g	Działalność krajowych organizacji branżowych, w tym ich przedstawicieli, biorących udział w pracach specjalistycznych stałych i roboczych komitetów organizacji międzynarodowych lub będących członkami statutowych organów tych organizacji, zajmujących się problemami rynku mięsa drobiowego	123 106,00	4,03
Razem Plan Finansowy na rok 2010		3 053 106,00	100,00