

**Sprawozdanie rzeczowe z działań
zrealizowanych w ramach
Funduszu Promocji Mięsa
Wieprzowego
w roku 2019**

Lp.	Tytuł zadania	Nazwa podmiotu	Okres realizacji zadania	Ocena merytoryczna zadania
1	Polskie specjały z lasu i zagrody- jakość i bezpieczeństwo	Krajowa Rada Izb Rolniczych	01.04.2019 - 14.10.2019	<p>Cel: Działania informacyjne dt. bioasekuracji oraz promocja mięsa wieprzowego</p> <p>Zakres działań: Realizacja 5 imprez plenerowych o charakterze pikników mających na celu promocję mięsa wieprzowego oraz informowanie o przeciwdziałaniu rozprzestrzeniania się AFS</p> <p>W tym:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ wydruk plakatów i zaproszeń informujących o wydarzeniu, materiałów reklamowych i merytorycznych (ulotki, broszury) ➤ degustacja potraw przygotowanych na bazie wieprzowiny ➤ przygotowanie animacji i zabaw dla dzieci ➤ przygotowanie nagród konkursowych, upominków i gadżetów dla dzieci i dorosłych ➤ akcja edukacyjna dt. zasad bioasekuracji ➤ organizacja punktów informacyjnych nt. ASF i wartości odżywczej wieprzowiny <p>Sukces zadania: Zwiększenie wiedzy na temat zasad bioasekuracji ASF oraz świadomości nt. walorów mięsa wieprzowego.</p>
2	Akcja Promocyjna Mięsa Wieprzowego – Wieprzowina na co dzień	Krajowa Rada Izb Rolniczych	01.09.2019 - 30.11.2019	<p>Cel: Zwiększenie wiedzy nt. zalet mięsa wieprzowego i jego przetworów</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Organizacja stoiska informującego o mięsie wieprzowym podczas konferencji: „Wieś jako obszar produkcji rolniczej” realizowanej w Szkole Głównej Gospodarstwa Wiejskiego ➤ Produkcja i dystrybucja materiałów promocyjno-informacyjnych

				<ul style="list-style-type: none"> ➤ Przygotowanie degustacji na bazie mięsa wieprzowego ➤ Przeprowadzenie konkursów „Test wiedzy o wieprzowinie”, „Wieprzowina wiem co jem” <p>Sukces zadania: Zwiększenie wiedzy nt. zalet mięsa wieprzowego i jego przetworów</p>
3	Wieprzowe na ferie zimowe	Związek Zawodowy Rolników Ojczyzna	25.01.2019 - 28.02.2019	<p>Cel: Zwiększenie wiedzy nt. zalet mięsa wieprzowego i jego przetworów wśród dzieci i młodzieży</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Organizacja 2 warsztatów dla dzieci i młodzieży połączonych z prelekcją dietetyka i udziałem sportowca Radosława Paczulskiego ➤ Opracowanie graficzne i wykonanie materiałów promocyjnych ➤ Druk broszur, materiałów promocyjnych, zakup gadżetów ➤ Emisja filmów promocyjnych na kanale YouTube ➤ Organizacja konkursu z nagrodami <p>Sukces zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Przeprowadzenie warsztatów w grupie 400 dzieci ➤ Zwiększenie wiedzy dt. udziału mięsa wieprzowego w zbilansowanej diecie
4	Biofach 2019- Promocja polskich produktów rolnictwa ekologicznego w Europie	Ogólnopolskie Stowarzyszenie Przetwórców i Producentów Produktów Ekologicznych „Polska Ekologia”	13.02.2019 - 22.02.2019	<p>Cel: Promocja polskich produktów rolnictwa ekologicznego</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Organizacja stoiska informacyjno-promocyjnego na Międzynarodowych Targach BIOFACH 2019 w Norymberdze w tym: <ul style="list-style-type: none"> • Organizacja pokazów kulinarnych z degustacją potraw • Uczestnictwo w Gali Polskich Produktów Wysokiej Jakości • Organizacja na stoisku „Wieczoru polskiego” z udziałem przedsiębiorców, firm handlowych, producentów przedstawicieli samorządów.

				<p>Sukces zadania: Zwiększenie świadomości na temat korzyści wynikających ze spożywania produktów ekologicznych w tym ekologicznej wieprzowiny</p>
5	<p>Wielkanoc- Mięśne Święta Polska Tradycja Wieprzowina na Wielkanocnym Stole</p>	<p>Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy Rzeczypospolitej Polskiej</p>	<p>01.03.2019 - 06.05.2019</p>	<p>Cel: Promocja mięsa wieprzowego w okresie wielkanocnym Zakres działań: Organizacja następujących eventów:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 1 marca 2019 roku Międzynarodowe Targi Poznańskie - Targi Edukacyjne ➤ 6 kwietnia 2019 roku Jarmark Wielkanocny, Łódź <ul style="list-style-type: none"> • Wielkanocny Kocioł Wieprzowy, poczęstunek i degustacje • Wielkanocna Scena Kulinarna, prezentacje znanych kucharzy, degustacje • Wielkanocna Wszechnica Wieprzowa, konsultacje • Zagroda Młodych hodowców, animacje i zabawy dla dzieci • Wieprzowina na wielkanocnym stole, prezentacja tradycyjnego stołu wielkanocnego zastawionego potrawami przygotowanymi na bazie mięsa wieprzowego ➤ 10 kwietnia 2019 roku „Wielkanocny Wieprzowy Stół dla Dziennikarzy Krajowych i Zagranicznych”, Polska Agencja Prasowa, Warszawa <ul style="list-style-type: none"> • Briefing dla dziennikarzy • Poczęstunek w ramach specjalnie przygotowanego Wieprzowego Stołu Wielkanocnego <p>Sukces zadania: Dzięki zastosowaniu zróżnicowanych narzędzi promocyjnych (eventy, PR,) działanie miało szeroki rozgłos medialny, komunikaty przekazywane w czasie wydarzenia dotarły do 10 tysięcy osób. Realizowana kampania miała wymiar edukacyjny, informacyjny oraz promocyjny.</p>

6	<p>Wieprzowina wizytówką Polski na Targach the International Food and Drink Event w Londynie</p>	<p>Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy Rzeczypospolitej Polskiej</p>	<p>04.03.2019 - 03.04.2019</p>	<p>Cel: Zwiększenie zainteresowania polską wieprzowiną wśród europejskich importerów</p> <p>Zakres działań: Organizacja podczas Targów International Food and Drink Event w Londynie, na stoisku Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi, pokazów kulinarnych i degustacji</p> <p>Sukces zadania: Wzrost wiedzy wśród odwiedzających Targi (targi odwiedziło 30 000 zwiedzających) nt. polskiego mięsa wieprzowego oraz oferty eksportowej w tym zakresie.</p>
7	<p>Jakość i optymalizacja podstawą budowania polskiej konkurencyjności</p>	<p>Unia Producentów Pracodawców Przemysłu Mięsnego</p>	<p>01.04.2019 - 30.06.2019</p>	<p>Cel: Zwiększenie świadomości producentów trzody chlewnej nt. produkcji wysokiej jakości</p> <p>Zakres działań: Organizacja wydarzenia o charakterze pikniku rodzinnego z udziałem producentów trzody chlewnej, zakładów ubojowych i rozbiorowych, a w tym:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organizacja stoiska informacyjnego z atrakcjami, gdzie promowany był System QAFP • Konkursy dla dzieci i dorosłych • Punktu edukacyjno-degustacyjnego z pokazami kulinarnymi • Prezentacja aplikacji mobilnej z informacjami skierowanymi do producentów trzody chlewnej • Dystrybucja ulotek informacyjnych i gadżetów <p>Sukces zadania: Wzrost wiedzy nt. możliwości i zalet prowadzenia certyfikowanej produkcji trzody chlewnej. Wzmocnienie współpracy w łańcuchu dostaw i produkcji.</p>

8	Polska wieprzowina mięsem bezpiecznym dla konsumenta	Polski Związek Hodowców i Producentów Trzody Chlewnej „POLSUS”	01.06.2019 - 31.12.2019	<p>Cel: Przekazanie informacji o wynikach badań z zakresu bezpieczeństwa mięsa wieprzowego</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Organizacja konferencji; „Polska wieprzowina mięsem bezpiecznym dla konsumentów” ➤ Przygotowanie reklam oraz artykułów sponsorowanych i ich emisja w prasie: Food Forum, Super Express, Poradnik Resteuratora ➤ Przygotowanie i wydrukowanie kalendarzy ➤ Przygotowanie materiałów informacyjnych folderu i broszury <p>Sukces zadania: Zwiększenie wiedzy z zakresu bezpieczeństwa mięsa wieprzowego, co powinno przełożyć się na sposób postrzegania mięsa wieprzowego, a przede wszystkim zwiększenie zainteresowania polskim mięsem wieprzowym.</p>
9	Promocja świń z programów hodowlanych realizowanych przez „POLSUS” podczas wystaw w Modliszewicach i Sitnie	Polski Związek Hodowców i Producentów Trzody Chlewnej „POLSUS”	18.03.2019 - 18.07.2019	<p>Cel: Przedstawienie oferty materiału hodowlanego w ramach programów hodowlanych</p> <p>Zakres działań: Uczestnictwo w wydarzeniach wystawowych:</p> <ul style="list-style-type: none"> • XIV Świętokrzyska Wystawa Zwierząt Hodowlanych- Modliszewice • XXXIII Wystawa Zwierząt Hodowlanych, Maszyn i Urzędzeń Rolniczych w Sitnie <p>podczas których na stoisku informacyjnym zaprezentowana została oferta hodowlana w tym:</p> <ul style="list-style-type: none"> •Dystrybucja ulotek informacyjnych •Dystrybucja materiałów promocyjnych m.in. torby na zakupy, rękawice kuchenne; magnesy na lodówkę •Organizacja konkursu dla hodowców z woj. świętokrzyskiego i lubelskiego <p>Sukces zadania: Zwiększenie świadomości wśród hodowców nt. materiału hodowlanego</p>

10	Wieprza pieprzem	Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy Rzeczypospolitej Polskiej	11.03.2019 - 01.09.2019	<p>Cel: Promocja mięsa wieprzowego</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Realizacja 4 odcinków programu telewizyjnego emitowanego w TVP3 Bydgoszcz i TVP3 o charakterze edukacyjno-kulinarnym, gdzie prezentowano sposób przygotowania dań z wieprzowiny. Tematem przewodnim było wykorzystanie mięsa z ras rodzimych. Odcinki emitowane były również w internecie pod linkiem http://wieprzapieprzem.pl/obejrzyj-online.html oraz na Youtube ➤ Stworzenie konta na Facebooku <p>Sukces zadania:</p> <p>Zadanie przyczyniło się do poszerzenia wiedzy z zakresu obróbki i przygotowania mięsa wieprzowego i wzrostu zainteresowania konsumpcją wieprzowiny.</p>
----	------------------	--	-------------------------------	---

11	Polska wieprzowina na widelcach	Ogólnopolskie Stowarzyszenie Przetwórców i Producentów Produktów Ekologicznych „Polska Ekologia”	11.04.2019 - 30.04.2019	<p>Cel: Promowanie polskiego mięsa wieprzowego i jego przetworów oraz popularyzacja ich spożycia wśród młodzieży</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Przygotowanie spotów reklamowych i ich emisja na antenach radiostacji Eska Przemysł, Eska Rzeszów oraz „VIA” Katolickiego Radia Rzeszów ➤ Przeprowadzenie działań promocyjnych na stronie internetowej Facebooku Stowarzyszenia Polska Ekologia ➤ Przygotowanie strefy promocyjnej gdzie przeprowadzono prezentację i degustację potraw opartych o polskie ekologiczne mięso wieprzowe ➤ Dystrybucja ulotek i książek kucharskich <p>Sukces zadania:</p> <p>Projekt przyczynił się do zwiększenia wiedzy konsumentów na temat walorów odżywczych i prozdrowotnych wieprzowiny w zrównoważonej diecie.</p> <p>W czasie trwania eventu wydano 12 000 porcji degustacyjnych; 3000 książek kucharskich; 2000 ulotek ;przeprowadzono 434 ankiet.</p>
12	Juwenalia. Promocja Polskiego Mięsa Wieprzowego	Ogólnopolski Cech Rzeźników Wędliniarzy Kucharzy	01.04.2019 - 30.09.2019	<p>Cel: Zwiększenie wiedzy konsumentów o jakości i cechach mięsa wieprzowego i jego przetworów i przełamanie negatywnych stereotypów dotyczących mięsa wieprzowego</p> <p>Zakres działań:</p> <p>Organizacja 3 dniowego eventu w ramach poznańskich Juwenaliów podczas, gdzie została przygotowana specjalna strefa:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Akademia Kulinarna –warsztaty z udziałem zawodowych kucharzy, pokazy i degustacje 2. Grill z Kiełbasą Białą Parzoną Wielkopolską- degustacje 3. Kocioł z Wieprzowiną – stawa gulaszowa na bazie mięsa wieprzowego, poczęstunek

				<p>4. Igraszki Studenckie- animacje, konkursy tematyczne z nagrodami</p> <p>5. Mięsna Wszechnica –konsultacje dietetyków i technologów żywienia, dyskusje panelowe</p> <p>Sukces zadania: Zwiększono wiedzę konsumentów nt. jakości polskiego mięsa wieprzowego i jego przetworów co powinno przyczynić się do wzrostu sprzedaży (komunikat miał szansę dotrzeć do 20 tys. uczestników wydarzenia)</p>
13	<p>Stół Wielkanocny z wieprzowiną. Program Telewizyjny</p>	<p>Ogólnopolski Cech Rzeźników Wędliniarzy Kucharzy</p>	<p>08.04.2019 - 31.05.2019</p>	<p>Cel: Działania promocyjne mające na celu wzrost sprzedaży wieprzowiny na polskim rynku</p> <p>Zakres działań: Przygotowanie programu telewizyjnego „Wielkanocny stół z wieprzowiną” i jego emisja w ośrodkach telewizji publicznej TVP3 oddziały regionalne: Łódź, Katowice, Bydgoszcz</p> <p>Program telewizyjny promowany był na Facebooku i stronie internetowej</p> <p>Sukces zadania: Telewizja publiczna jest najważniejszym nośnikiem w polskich mediach, dlatego informacja o mięsie wieprzowym dotarła do szerokiego grona konsumentów</p>
14	<p>Dieta wieprzowa dla wszystkich zdrowa</p>	<p>Stowarzyszenie Innowatorów Wsi</p>	<p>01.04.2019 - 30.06.2019</p>	<p>Cel: Promocja mięsa wieprzowego</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Organizacja 3 eventów (Uniejów, Krośniewice „Paradyż”) o tematyce przewodniej „dieta wieprzowa dla wszystkich zdrowa” <ul style="list-style-type: none"> • Przeprowadzenie konkursów nagrodami • Organizacja zabaw i zajęć edukacyjne dla dzieci • Pokazy kulinarne profesjonalnych szefów kuchni • Degustacja potraw z wieprzowiną • Konsultacje dietetyczne ➤ Działania promocyjne na Facebooku

				<ul style="list-style-type: none"> ➤ Przygotowanie i emisja spotu na Youtube ➤ Przygotowanie filmu z wydarzenia i jego 3 krotna emisja na antenie TVP Łódź. <p>Sukces zadania: Zwiększenie świadomości nt. zalet mięsa wieprzowego, informacja dotarła do 126 834 odbiorców na Facebooku. W projekcie udział wzięło 9000 osób</p>
15	Smaki GEESU czyli Spółdzielnie na Wystawach i Targach	Krajowy Związek Rewizyjny „Samopomoc Chłopska”	01.04.2019 - 30.09.2019	<p>Cel: Promocja wyrobów z mięsa wieprzowego podczas imprez lokalnych i krajowych</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Organizacja stoisk promujących produkty wieprzowe podczas wystaw i targów: <ol style="list-style-type: none"> 1. Międzynarodowy Festiwal Tańców Godel 2019 w Baranowie 2. XIII Targi Żywności Ekologicznej i Tradycyjnej w Skierniewicach 3. „Na kulinarnym szlaku wschodniej Polski w Nałęczowie” 4. Festiwal Smaku w Biskupcu 5. Festiwal Smaku w Gruczynie ➤ Działania promocyjne na stronie www.kzrs.pl ➤ Przygotowanie artykułu promocyjno-informacyjnego ➤ Przygotowanie i wydruk kalendarzy ➤ Przygotowanie plansz promujących wydarzenie <p>Sukces zadania: Zainteresowanie konsumentów produktami z mięsa wieprzowego wytwarzanych tradycyjnymi metodami</p>
16	Piknik Wieprzowy Świętokrzyski	Krajowa Rada Izb Rolniczych	01.05.2019 - 31.07.2019	<p>Cel: Organizacja imprezy plenerowej promującej spożycie mięsa wieprzowego</p> <p>Zakres działań: Przygotowanie pikniku podczas którego odbywały się:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Degustacje potraw z wieprzowiny • Konkursy dla dzieci i dorosłych z nagrodami • Dystrybucja broszur informacyjnych

				<ul style="list-style-type: none"> • Przygotowanie plakatów, banerów, roll-upów, ulotek, gadżetów <p>Sukces zadania: Informacja o walorach mięsa wieprzowego dotarła do szerokiego grona odbiorców, ponieważ w ewencie udział wzięło 2000 osób</p>
17	Dolnośląski Festiwal Wieprzowiny	Krajowa Rada Izb Rolniczych	05.04.2019 - 14.10.2019	<p>Cel: Organizacja imprezy plenerowej promującej spożycie mięsa wieprzowego</p> <p>Zakres działań: Przygotowanie pikniku podczas którego odbywały się:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Degustacje potraw z wieprzowiny • Konkursy dla dzieci i dorosłych z nagrodami • Dystrybucja broszur informacyjnych, ulotek, gadżetów <p>Sukces zadania: Informacja o walorach mięsa wieprzowego dotarła do szerokiego grona odbiorców, ponieważ w ewencie udział wzięło 2000 osób</p>
18	Kiełbasa Parzona Wielkopolska na Śniadanie	Ogólnopolski Cech Rzeźników Wędliniarzy Kucharzy	08.04.2019 - 31.07.2019	<p>Cel: Wzrost sprzedaży produktów z wieprzowiny w tym kiełbasy parzonej wielkopolskiej na polskim rynku</p> <p>Zakres działań: Promocja kiełbasy białej parzonej wielkopolskiej poprzez:</p> <ul style="list-style-type: none"> • udział w Programie telewizyjnym: „Pytanie na śniadanie” • emisję audycji sponsorowanych w wybranych stacjach (Radio Poznań, Radio Złote Przeboje, Radio Pogoda) • witrynę internetową i media społecznościowe <p>Sukces zadania: Dzięki zastosowanym narzędziom marketingowym przekaz o walorach kiełbasy parzonej wielkopolskiej dotarł do szerokiego grona odbiorców.</p>

19	Wieprzowina na polskim stole	Krajowa Rada Izb Rolniczych	05.04.2019 - 31.08.2019	<p>Cel: Zwiększenie świadomości społeczeństwa o walorach odżywczych i zdrowotnych mięsa wieprzowego, promowanie wśród konsumentów zdrowego stylu życia, świadomego wyboru produktów gwarantujących wysoką jakość oraz produktów pochodzących od polskich producentów</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Realizacja w 3 odcinkach Programu „Pytanie na śniadanie” kącika kulinarnego gdzie kucharz prezentowała proste dania do przygotowania ➤ Magazyn Rolniczy (2 odcinki) ➤ Działania on-line ➤ Jedz Zdrowo- stworzenie dedykowanej strony na serwisie TVP VOD , gdzie zebrano różne kulinarne materiały ➤ Ekskluzywna zakładka – to działanie objęło emisję/udostępnienie 8 materiałów w dedykowanej zakładce www.pytanienasniadanie.tvp.pl <p>Sukces zadania: Dzięki emisjom programów „Pytanie na śniadanie” i „Magazyn Rolniczy (oglądalność od 400 000 do 900 000 odbiorców) jak również działania on-line udało się dotrzeć z informacjami do szerokiego grona konsumentów/ rolników.</p>
20	Z wieprzowiną za pan brat	Krajowa Rada Izb Rolniczych	05.04.2019 - 30.11.2019	<p>Cel: Zwiększenie wiedzy nt. mięsa wieprzowego</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Organizacja stoiska degustacyjno-informacyjnego ➤ Przygotowanie plakatów, banerów, roll-upów, ulotek, gadżetów ➤ Przygotowanie konkursów z nagrodami <p>Sukces zadania: Zwiększenie wiedzy nt. mięsa wieprzowego i budowa patriotyzmu konsumenckiego.</p>

21	Polska Akademia Certyfikowanego Mięsa QAFP- 2019	Unia Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego	01.08.2019 - 31.10.2019	<p>Cel: Promocja mięsa wieprzowego wytworzonego w Systemie QAFP w sklepach sieci Kaufland</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dwie edycje reklam w gazetce promocyjnej • Badanie jakościowe „Ocena konceptu kampanii” oraz 1 tura badania ilościowego „Badania rozpoznawalności oraz wiedzy nt. certyfikowanego mięsa QAFP” <p>Sukces zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Emisja 10 mln sztuk gazetek promocyjnych/reklamowych ➤ Realizacja działań w sieci, która posiada w swojej ofercie mięso wieprzowe oraz mięso drobiowe scertyfikowane w Systemie QAFP pozwala skutecznie dotrzeć z informacją o znaczeniu jakości tworzonej w ramach polskiego Systemu QAFP i wspiera ją dostępnością produktu, którą można od razu sprawdzić. Pozwala to osiągnąć bezpośredni efekt powiązania konsumenta z produktem.
22	Z mięsem wieprzowym zawsze dobiędziesz do celu	Związek Zawodowy Rolników Ojczyzna	15.04.2019 - 15.08.2019	<p>Cel: Wzrost świadomości konsumentów w zakresie wykorzystania mięsa wieprzowego w gospodarstwach domowych</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Regaty Youtuberów ➤ Przygotowanie materiałów promocyjnych ➤ Druk broszury ➤ Emisja reklamy prasowej <p>Sukces zadania: Wzrost świadomości nt. walorów mięsa wieprzowego wśród uczestników regat</p>
23				<p>Cel: Zwiększenie wiedzy wśród rolników i myśliwych nt. bioasekuracji oraz zahamowanie rozprzestrzeniania się wirusa ASF na terenie Polski</p>

	Integracja wiedzy i doświadczeń w obliczu zagrożenia ASF w woj. lubuskim	Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy Rzeczypospolitej Polskiej	08.04.2019 - 23.04.2019	Zakres działań: <ul style="list-style-type: none"> • Przeprowadzenie szkolenia dla rolników i myśliwych dt. zasad bioasekuracji • Dystrybucja pakietów bioasekuracyjnych wśród rolników i myśliwych Sukces zadania: Uczestnicy szkolenia zwiększyli swoją wiedzę dotyczącą metod zabezpieczania gospodarstw hodowlanych przed wirusem ASF
24	Z wieprzowiną za pan brat	Związek Zawodowy Centrum Narodowe Młodych Rolników	01.06.2019 - 31.10.2019	Cel: Edukacja dzieci i młodzieży nt. wysokiej jakości mięsa wieprzowego Zakres działań: Przeprowadzenie warsztatów dla dzieci i młodzieży w województwach: lubelskim, małopolskim, pomorskim, zachodniopomorskim, podlaskim, z zakresu walorów mięsa wieprzowego <ul style="list-style-type: none"> • Quizy i gry logiczne dt. mięsa wieprzowego • Degustacja potraw • Dystrybucja upominków w postaci gadżetów informacyjno-promocyjnych • Dystrybucja książeczek z przepisami Sukces zadania: Zwiększenie wśród dzieci i młodzieży świadomości dt. mięsa wieprzowego.
25	Wieprzowina tylko z Polski, dania główne i przekąski	Ogólnopolskie Stowarzyszenie Przetwórców i Producentów Produktów Ekologicznych „Polska Ekologia”	22.04.2019 - 25.05.2019	Cel: Promocja polskiej wieprzowiny w środowisku zagranicznym Zakres działań: Działania promocyjne oraz degustacje oparte o polskie ekologiczne mięso wieprzowe w środowisku zagranicznym podczas organizowanego w Brukseli Polskiego Bankietu upamiętniającego rozszerzenie UE w 2004 roku <ul style="list-style-type: none"> • Dystrybucja książek informacyjno-kucharskich Sukces zadania: Zwiększenie wiedzy dt. ekologicznego mięsa wieprzowego i ras rodzimych

26	Kujawsko-pomorska wieprzowina bez GMO	Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy Rzeczypospolitej Polskiej	29.04.2019 - 20.05.2019	<p>Cel: Promocja wieprzowiny wytworzonej bez zastosowania pasz GMO</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Organizacja punktu informacyjnego oraz degustacja mięsa wieprzowego wyprodukowanego bez GMO podczas obchodów 3-maja w Bydgoszczy ➤ Organizacja konferencji w Ośrodku Doradztwa Rolniczego w Minikowie ➤ Przygotowanie spotu telewizyjnego ➤ Dystrybucja plakatów <p>Sukces zadania: Zwiększenie wiedzy nt. polskiego mięsa wieprzowego wyprodukowanego na paszach bez GMO</p>
27.	Smak tradycji- promocja polskiej wieprzowiny	Krajowa Rada Izb Rolniczych	02.05.2019 - 18.07.2019	<p>Cel: Promocja spożywania wyrobów z mięsa wieprzowego wśród konsumentów</p> <p>Zakres działań: Organizacja imprezy plenerowej</p> <ul style="list-style-type: none"> • Produkcja i dystrybucja plakatów, zaproszeń i gadżetów • Degustacja potraw przygotowanych na bazie mięsa wieprzowego • Dystrybucja broszur informacyjnych • Konkursy dla dzieci i dorosłych i z narodami <p>Sukces zadania: Zwiększenie wiedzy nt. polskiej wieprzowiny i budowanie postawy patriotyzmu konsumentckiego</p>
28	Skosztuj najlepszą polską wieprzowinę	Związek Zawodowy Rolnictwa „Samoobrona”	07.06.2019 - 26.07.2019	<p>Cel: Promocja mięsa wieprzowego wśród konsumentów</p> <p>Zakres działań: Działania promocyjne przy okazji plenerowych imprez (w Grabkowie, Łasinie, Kazimierzy Wielkiej)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Degustacja mięsa i przetworów mięsnych • Dystrybucja gadżetów wśród dzieci

				<ul style="list-style-type: none"> • Przygotowanie bannerów oraz roll-upów • Dystrybucja ulotek <p>Sukces zadania: Zwiększenie wiedzy nt. mięsa wieprzowego oraz zachęcenie do jego częstszego spożywania</p>
29	Jak rozpocząć rolniczy handel detaliczny	Związek Zawodowy Rolnictwa „Samoobrona”	01.05.2019 - 17.05.2019	<p>Cel: Zwiększenie wiedzy nt. prowadzenia Rolniczego Handlu Detalicznego</p> <p>Zakres działań: Szkolenie z zakresu Rolniczego Handlu Detalicznego</p> <ul style="list-style-type: none"> • Degustacja mięsa rasy rodzimej (rasy złotnickiej) <p>Sukces zadania: Zwiększenie wiedzy nt. Rolniczego Handlu Detalicznego i zachęcenie do prowadzenia tego typu działalności</p>
30	Polska Smakuje w Regionach	Ogólnopolskie Stowarzyszenie Przetwórców i Producentów Produktów Ekologicznych „Polska Ekologia”	01.05.2019 - 30.05.2019	<p>Cel: Promocja wieprzowiny podczas Pikniku Poznaj Dobrą Żywność</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Organizacja konferencji prasowej z poczęstunkiem w Ministerstwie Rolnictwa i Rozwoju Wsi ➤ Stworzenie strefy promocyjnej produktów wieprzowych z różnych rejonów ➤ Przygotowanie materiałów promocyjnych, folderów, fartuchów i szczypcy do grilla ➤ Działania promocyjne w prasie i portalach internetowych ➤ Degustacja potraw przygotowanych na bazie mięsa wieprzowego <p>Sukces zadania: Zwiększenie świadomości wśród odwiedzających Piknik Poznaj Dobrą Żywność o wysokiej jakości polskiej wieprzowiny oraz o korelacji pomiędzy walorami smakowymi, a certyfikowaną produkcją</p>

31	<p align="center">Branżowa Misja na Targi Summer Fancy Food Show w Javits Center w NY-USA</p>	<p align="center">Związek Polskie Mięso</p>	<p align="center">10.05.2019 - 15.07.2019</p>	<p>Cel: Organizacja misji handlowej towarzyszącej Targom Summer Fancy Food Show</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Udział w targach Summer Fancy Food Show ➤ Spotkanie z przedstawicielami Meat Import Council of America oraz North American Meat Institute ➤ Wizyta studyjna w sklepach dystrybuujących mięso i jego przetwory <p>Sukces zadania: Zapoznanie się z potrzebami rynku docelowego, nawiązanie relacji biznesowych i kontaktów handlowych, co ułatwi dalsze działania na rynku USA.</p>
32	<p align="center">Zdemaskuj swoje jedzenie podczas Lubelskich Dni Kultury Studenckiej w Lublinie</p>	<p align="center">Niezależny Samorządny Związek Zawodowy Rolników Indywidualnych „Solidarność”</p>	<p align="center">18.05.2019 - 01.06.2019</p>	<p>Cel: Wzrost sprzedaży i konsumpcji mięsa wieprzowego na rynku krajowym podczas Lubelskich Dni Kultury Studenckiej w Lublinie</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Degustacja potraw przygotowanych na bazie mięsa wieprzowego ➤ Działania informacyjne (w specjalnie przygotowany punkcie) nt. ras rodzimych trzody chlewnej walorów oraz jakości mięsa wieprzowego <p>Sukces zadania: Zwiększenie wiedzy konsumentów dotyczącej przetworów wieprzowych pochodzących w polskiej wieprzowiny oraz zachęcenie do kupowania polskich wyrobów wędliniarskich, a co za tym idzie wsparcie polskich producentów</p>
33	<p align="center">Integracja wiedzy i doświadczeń w obliczu zagrożenia ASF w woj. opolskim</p>	<p align="center">Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy Rzeczypospolitej Polskiej</p>	<p align="center">20.05.2019 - 05.06.2019</p>	<p>Cel: Zwiększenie wiedzy wśród rolników i myśliwych nt. bioasekuracji oraz zahamowanie rozprzestrzeniania się wirusa ASF na terenie Polski</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Przeprowadzenie szkolenia dla rolników i myśliwych dt. zasad bioasekuracji • Dystrybucja pakietów bioasekuracyjnych wśród rolników i myśliwych <p>Sukces zadania:</p>

				Uczestnicy szkolenia zwiększyli swoją wiedzę dotyczącą metod zabezpieczania gospodarstw hodowlanych przed wirusem ASF
34	Integracja wiedzy i doświadczeń w obliczu zagrożenia ASF w woj. dolnośląskim	Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy Rzeczypospolitej Polskiej	20.05.2019 - 13.06.2019	<p>Cel: Zwiększenie wiedzy wśród rolników i myśliwych nt. bioasekuracji oraz zahamowanie rozprzestrzeniania się wirusa ASF na terenie Polski</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Przeprowadzenie szkolenia dla rolników i myśliwych dt. zasad bioasekuracji • Dystrybucja pakietów bioasekuracyjnych wśród rolników i myśliwych <p>Sukces zadania: Uczestnicy szkolenia zwiększyli swoją wiedzę dotyczącą metod zabezpieczania gospodarstw hodowlanych przed wirusem ASF</p>
35	Zdrowo jesz, zdrowo żyjesz- w sporcie sukces gwarantujesz. Polskie produkty rolne	Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy Rzeczypospolitej Polskiej	20.05.2019 - 24.06.2019	<p>Cel: Promocja mięsa wieprzowego</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Organizacja pikniku promocyjnego <ul style="list-style-type: none"> • Stoisko informacyjne • Dystrybucja gadżetów reklamowych ➤ Artykuł sponsorowany w czasopiśmie „Bilans Dodatni” ➤ Wydruk i dystrybucja plakatów informacyjnych ➤ Degustacja produktów z mięsa wieprzowego ➤ Organizacja konkursu kulinarnego ➤ Animacje i konkursy dla dzieci z nagrodami <p>Sukces zadania: Działanie przyczyniło się do zwiększenia świadomości konsumentów nt. walorów smakowych i zdrowotnych polskiego mięsa wieprzowego.</p>
36				<p>Cel: Zwiększenie wiedzy wśród rolników i myśliwych nt. bioasekuracji oraz zahamowanie rozprzestrzeniania się wirusa ASF na terenie Polski</p> <p>Zakres działań:</p>

	Integracja wiedzy i doświadczeń w obliczu zagrożenia ASF w woj. śląskim	Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy Rzeczypospolitej Polskiej	20.05.2019 - 09.07.2019	<ul style="list-style-type: none"> • Przeprowadzenie szkolenia dla rolników i myśliwych dt. zasad bioasekuracji • Dystrybucja pakietów bioasekuracyjnych wśród rolników i myśliwych Sukces zadania: Uczestnicy szkolenia zwiększyli swoją wiedzę dotyczącą metod zabezpieczania gospodarstw hodowlanych przed wirusem ASF
37	Dzień Dziecka w ogrodach Prezesa Rady Ministrów	Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy Rzeczypospolitej Polskiej	20.05.2019 - 15.06.2019	Cel: Promowanie spożycia mięsa wieprzowego jako głównego składnika zrównoważonej diety dzieci, młodzieży oraz osób dorosłych Zakres działań: Przygotowanie stoiska informującego o zaletach mięsa wieprzowego <ul style="list-style-type: none"> • Degustacja potraw przygotowanych na bazie wieprzowiny • Animacje dla dzieci • Dystrybucja gadżetów dla dzieci Sukces zadania: Wydarzenie cieszyło się dużym zainteresowaniem rodzin z dziećmi, dlatego komunikat o walorach mięsa wieprzowego i jego znaczeniu w diecie najmłodszych trafił do szerokiego grona odbiorców.
38	Integracja wiedzy i doświadczeń w obliczu zagrożenia ASF w woj. małopolskim	Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy Rzeczypospolitej Polskiej	27.05.2019 - 11.07.2019	Cel: Zwiększenie wiedzy wśród rolników i myśliwych nt. bioasekuracji oraz zahamowanie rozprzestrzeniania się wirusa ASF na terenie Polski Zakres działań: <ul style="list-style-type: none"> • Przeprowadzenie szkolenia dla rolników i myśliwych dt. zasad bioasekuracji • Dystrybucja pakietów bioasekuracyjnych wśród rolników i myśliwych Sukces zadania: Uczestnicy szkolenia zwiększyli swoją wiedzę dotyczącą metod zabezpieczania gospodarstw hodowlanych przed wirusem ASF

39	Integracja wiedzy i doświadczeń w obliczu zagrożenia ASF w woj. świętokrzyskim	Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy Rzeczypospolitej Polskiej	27.05.2019 - 23.06.2019	<p>Cel: Zwiększenie wiedzy wśród rolników i myśliwych nt. bioasekuracji oraz zahamowanie rozprzestrzeniania się wirusa ASF na terenie Polski</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Przeprowadzenie szkolenia dla rolników i myśliwych dt. zasad bioasekuracji • Dystrybucja pakietów bioasekuracyjnych wśród rolników i myśliwych <p>Sukces zadania: Uczestnicy szkolenia zwiększyli swoją wiedzę dotyczącą metod zabezpieczania gospodarstw hodowlanych przed wirusem ASF</p>
40	Pamiętaj o Wołyniu- promocja tradycyjnych wędlin	Niezależny Samorządowy Związek Zawodowy Rolników Indywidualnych „Solidarność”	08.06.2019 - 30.08.2019	<p>Cel: Promocja mięsa wieprzowego</p> <p>Zakres działań: Promocja mięsa wieprzowego i przetworów wieprzowych podczas spotkań Kresowiaków</p> <ul style="list-style-type: none"> • Degustacja wędlin • Dystrybucja paczek z przetworami <p>Sukces zadania: Zwrócenie uwagi i zainteresowanie konsumentów produktami wieprzowymi wysokogatunkowymi oraz oznaczonymi znakiem Produkt Polski</p>
41	Mięso z Polski-ANUGA 2019	Unia Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego	01.07.2019 - 15.10.2019	<p>Cel: Wzrost popytu na polską wieprzowinę na rynku wspólnotowym jak i u odbiorców krajów trzecich</p> <p>Zakres działań: Przygotowanie stoiska targowego reprezentującego polską branżę mięsną – na stoisku byli obecni przedstawiciele 16 firm mięsnych z Polski. Stoisko koncentrowało się wokół strefy spotkań, w której przedstawiciele branży mogli odbywać rozmowy nt. mięsa wieprzowego i jego przetworów</p>

				<p>Sukces zadania: Targi zanotowały 170 000 odwiedzających z 201 krajów i około 7500 wystawców. Podczas targów zostały nawiązane liczne kontakty biznesowe i relacje handlowe.</p>
42	<p>Polski Kabanos w Jamboree 2019</p>	<p>Ogólnopolskie Stowarzyszenie Przetwórców i Producentów Produktów Ekologicznych „Polska Ekologia”</p>	<p>15.07.2019 - 15.08.2019</p>	<p>Cel: Promocja polskich przetworów wieprzowych szczególnie kabanosów Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Promocja w mediach społecznościowych na stronach Stowarzyszenia i www.jamboree2019.zhp.pl • Dystrybucja ulotek informacyjnych • Organizacja punktu promocyjno-degustacyjnego w czasie programu Home-Hospitality w Nowym Jorku • Organizacja punktu promocyjno-degustacyjnego w trakcie World Scout Jamboree w polskim namiocie promocyjnym w ramach promocji polskiej żywności • Organizacja punktu promocyjno-degustacyjnego w trakcie World Scout Jamboree w czasie „polish reception” polskiego przyjęcia dyplomatycznego, na które zaproszeni byli przedstawiciele służb dyplomatycznych oraz władze organizacji harcerskich z Europy oraz USA <p>Sukces zadania: Przeprowadzone degustacje i promocje zachęcały do zwiększenia spożycia polskiego mięsa wieprzowego. Dzięki podjętym działaniom nastąpił wzrost zainteresowania polskimi przetworami wieprzowymi na rynkach zagranicznych, a co za tym idzie spodziewać się można zwiększenia eksportu przetworów wieprzowych w przyszłości.</p>
43				<p>Cel: Uiszczenie opłaty członkowskiej w UECEV Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Uczestnictwo w spotkaniach grup roboczych dotyczących rynku mięsa

	Składka członkowska UECBV	Związek Polskie Mięso	15.07.2019 - 15.08.2019	<p>wieprzowego oraz w grupach dialogu społecznego</p> <ul style="list-style-type: none"> • Przekazywanie bieżących informacji dotyczących rynku mięsa UE otrzymanych ze strony UECBV • Dostęp do grona wybitnych ekspertów <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.
44	Wieprzowina wizytówką Polski na Targach HKTDC Food Expo w Hongkongu	Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy Rzeczypospolitej Polskiej	15.07.2019 - 02.09.2019	<p>Cel: Wzrost wiedzy nt. polskiego mięsa wieprzowego i dostępności polskiej oferty eksportowej</p> <p>Zakres działań: Pokazy kulinarne i degustacja potraw z wieprzowiny na stoisku Krajowego Ośrodka Wsparcia Rolnictwa podczas Targów HKTDC Food Expo w Hongkongu</p> <p>Sukces zadania: Odwiedzający targi 3 900 osób mogło zapoznać się z ofertą degustacyjną przygotowaną na bazie polskiej wieprzowiny. Zwiększenie wiedzy wśród odwiedzających nt. polskiej wieprzowiny oraz jej dostępności eksportowej, a przez to zwiększenie sprzedaży polskiego mięsa wieprzowego .</p>
45				<p>Cel: Promocja mięsa wieprzowego podczas uroczystości 100- lecia Powstania Śląskiego</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Organizacja Festynu Kulinarnego w ramach obchodów rocznicowych 100 -lecia

	<p>Polska Wieprzowina na 100 lecie I Powstania Śląskiego. Obchody Państwowe i Program TVP</p>	<p>Ogólnopolski Cech Rzeźników Wędliniarzy Kucharzy</p>	<p>30.07.2019 - 30.11.2019</p>	<p>Powstania Śląskiego</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kuchnia Powstańcza z Wieprzowiną – pokazy i degustacje • Wszecznicza Powstańcza – punkt konsultacyjny z udziałem naukowców, technologów i dietetyków • Strażnica Powstańcza – z udziałem rekonstruktorów historycznych <p>Produkcja materiałów promocyjnych (zaproszeń, plakatów, informacji, materiałów prasowych, banerów, tablic)</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Reportaż telewizyjny dla TVP3 Katowice – „Kuchnia Powstańcza z Wieprzowiną” ➤ Program telewizyjny dla TVP3 Katowice „Kuchnia Powstańcza z Wieprzowina” jako edycja audycji „Rączka gotuje” ➤ Utworzenie strony internetowej http://wieprzowina100lecie.pl <p>Sukces zadania: Zwiększenie świadomości nt. wysokiej jakości polskich produktów wieprzowych, mięsa jego przetworów i związku z tradycyjną kuchnią śląską</p>
46	<p>Marka Polskie Mięso/Polska Smakuje – kontynuacja</p>	<p>Związek Polskie Mięso</p>	<p>01.09.2019 - 30.11.2019</p>	<p>Cel: Promocja polskiego mięsa wieprzowego jego znaczenia w diecie oraz edukacja konsumentów</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Aktualizacja strony internetowej www.pewnejestjedno.pl ➤ Organizacja konferencji prasowej dla dziennikarzy z udziałem ambasadorów kampanii: tj. dietetyczki, kucharza/dziennikarza kulinarnego oraz eksperta merytorycznego ➤ Stały monitoring mediów (serwis prasowy) <p>Sukces zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ W konferencji udział wzięło 34 dziennikarzy i kilku fotoreporterów ➤ Ukazało się 45 publikacji w mediach ➤ Działania przyczyniły się do wzrostu sprzedaży i konsumpcji wieprzowiny oraz

				zwiększenia wiedzy i świadomości nt. walorów mięsa wieprzowego
47	Uczta u Neptuna. Mięso z Pomorza	Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy Rzeczypospolitej Polskiej	12.08.2019 - 02.09.2019	<p>Cel: Promocja mięsa wieprzowego i produktów z tego mięsa podczas imprezy plenerowej w Gdańsku</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Organizacja specjalnej strefy dla dzieci „Wyspa Neptuna” ➤ Atrakcje kulinarne-„Wieprzowa strefa kulinarna”, „Kocioł Neptuna” ➤ Warsztaty kulinarne dla dzieci ➤ Promocja mięsa poprzez naukę- konsultacje ze specjalistami związanymi z mięsem wieprzowym ➤ Dystrybucja materiałów promocyjno-informacyjnych <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 7,5 tys. osób
48	Mięsna Arena z wieprzowiną	Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy Rzeczypospolitej Polskiej	12.08.2019 - 09.09.2019	<p>Cel: Promocja mięsa wieprzowego i produktów z tego mięsa podczas wydarzenia „Mięsna Arena z wieprzowiną ” w Przemysłu</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Dystrybucja ulotek informacyjnych ➤ Atrakcje kulinarne: „Kocioł Mięsnej Areny” oraz „Patelnia mięsnej stawy” i degustacja potraw ➤ „Mięsna wszechnica” konsultacje technologów żywienia oraz specjalistów ds. bezpieczeństwa mięsa i systemów jakości ➤ Arena Smaków- warsztaty kulinarne prowadzone przez profesjonalistów <p>Sukces zadania:</p> <p>W wydarzeniu udział wzięło 6 tysięcy osób, co umożliwiło zwiększanie wiedzy na temat</p>

				walorów mięsa wieprzowego wśród szerokiego grona konsumentów, co w efekcie powinno wywrzeć dalszy wpływ na wzrost sprzedaży polskiego mięsa wieprzowego
49	Poznaj smak wieprzowiny z ras polskich	Zdemaskuj swoje jedzenie podczas Lubelskich Dni Kultury Studenckiej w Lublinie	23.08.2019 - 15.10.2019	<p>Cel: Promocja mięsa wieprzowego z ras rodzimych podczas Dożynek w Ciechocinku</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Degustacja potraw z grilla oraz przetworów przygotowanych z mięsa wieprzowego z ras rodzimych ➤ Dystrybucja gadżetów dla dzieci ➤ Organizacja punktu informacyjnego nt. ras rodzimych <p>Sukces zadania: Zwiększenie wiedzy wśród konsumentów nt. mięsa wieprzowego z ras rodzimych oraz wieprzowiny oznaczonej logiem „Produkt Polski”</p>
50	Forum Polagra 2019	Ogólnopolski Cech Rzeźników Wędliniarzy Kucharzy	30.09.2019 - 03.10.2019	<p>Cel: Wzrost wiedzy nt. mięsa wieprzowego</p> <p>Zakres działań: Organizacja podczas Targów Polagra Food 2019 przestrzeni na której odbywały się:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pokazy kulinarne mistrzów kuchni • Konkursy tematyczne • Seminaria i panele dyskusyjne • Warsztaty kulinarne <p>Sukces zadania: Zwiększenie wiedzy konsumentów nt. jakości polskiego mięsa wieprzowego. Dzięki stworzeniu odpowiednich warunków do spotkania branżowego oraz wymianie poglądów działanie przyczyniło się do pogłębienia integracji środowiska polskich przedsiębiorców branży mięsnej w tym hodowców, producentów i przetwórców wieprzowiny.</p>

51	Polska wieprzowina jest najlepsza –degustacja podczas Dożynek Jasnogórskich	Związek Zawodowy Rolnictwa „Samoobrona”	30.08.2019 - 30.09.2019	<p>Cel: Promocja mięsa wieprzowego</p> <p>Zakres działań:</p> <p>Działania promocyjne podczas Dożynek Jasnogórskich:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Degustacja mięsa wieprzowego i wędlin • Organizacja stoiska informacyjnego • Dystrybucja gadżetów dla dzieci <p>Sukces zadania:</p> <p>Zwiększenie świadomości nt. mięsa wieprzowego i jego znaczenia w zbilansowanej diecie</p>
52	Zajmujemy się ASF. W trosce o bezpieczeństwo sanitarne gospodarstw województwa łódzkiego	Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy Rzeczypospolitej Polskiej	02.09.2019 - 03.10.2019	<p>Cel: Zwiększenie wiedzy wśród rolników nt. bioasekuracji oraz zahamowanie rozprzestrzeniania się wirusa ASF na terenie Polski</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organizacja szkolenia dla rolników i myśliwych dt. zasad bioasekuracji • Dystrybucja pakietów bioasekuracyjnych wśród rolników -600 sztuk <p>Sukces zadania:</p> <p>Uczestnicy szkolenia zwiększyli swoją wiedzę dotyczącą metod zabezpieczania gospodarstw hodowlanych przed wirusem ASF oraz zostali wyposażeni w pakiety bioasekuracyjne.</p>
53				<p>Cel: Promocja mięsa wieprzowego i przetworów podczas wydarzenia „Świętomięs Polski z Wieprzowiną” w Kielcach</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Organizacja Parady Świętomięsnej ➤ Rozstrzygnięcie konkursu dla publicysty promującego ideę zdrowego żywienia w oparciu o mięso ➤ Mięsa Wszechnica, strefa naukowa Mięso dla Zdrowia, Bezpieczeństwo mięsa

	Świętomięś Polski z Wieprzowiną	Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy Rzeczypospolitej Polskiej	02.09.2019 - 07.10.2019	<p>w Polsce - prezentacje i wykłady naukowców związane z żywieniem oraz rolą mięsa w codziennej diecie</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Atrakcje kulinarne – „Patelnia Świętomięsna”, „Kociot Świętomięsny”, „Grill Świętomięsny”- w których przygotowywane były potrawy na bazie mięsa wieprzowego przeznaczone do degustacji ➤ Scena Kulinarne –pokazy kulinarne, warsztaty i porady praktyczne z degustacjami prowadzone przez znanych mistrzów sztuki kulinarnej ➤ Artykuł sponsorowany w czasopiśmie „Bilans Dodatni” <p>Sukces zadania: Wydarzenie cieszyło się dużym zainteresowaniem, uczestniczyło w nim 5 tys. osób. Dzięki zastosowaniu informacji w różnych formach (merytoryczna, zabawa, warsztaty kulinarne) komunikat na temat mięsa wieprzowego został przekazany do szerokiego grona konsumentów.</p>
54	Smaki Regionów- Polagra 2019. Promocja polskiej wieprzowiny	Ogólnopolski Cech Rzeźników Wędliniarzy Kucharzy	25.09.2019 - 05.10.2019	<p>Cel: Wzrost wiedzy nt. mięsa wieprzowego</p> <p>Zakres działań: Organizacja podczas Targów Polagra Food 2019 przestrzeni na której odbywały się:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pokazy kulinarne mistrzów kuchni i degustacje prowadzone na Scenie Kulinarnej Smaków Regionów • Konkursy tematyczne • Seminaria i panele dyskusyjne • Igraszki Kulinarne dla Dzieci –warsztaty i animacje • Warsztaty kulinarne <p>Sukces zadania: Zwiększenie wiedzy konsumentów nt. jakości polskiego mięsa wieprzowego wśród odwiedzających imprezę (około 15 tys. uczestników). Dzięki stworzeniu odpowiednich warunków do spotkania branżowego oraz wymianie</p>

				<p> poglądów działanie przyczyniło się do pogłębienia integracji środowiska polskich przedsiębiorców branży mięsnej w tym hodowców, producentów i przetwórców wieprzowiny.</p>
55	Mięso z Polski	Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy Rzeczypospolitej Polskiej	16.09.2019 - 17.10.2019	<p>Cel: Udział w Targach Polagra Food 2019 na wspólnym stoisku branżowym –Mięso z Polski</p> <p>Zakres działań: Udział w targach Polagra Food, gdzie na wspólnym stoisku wystawienniczym prezentowały się zakłady mięsne, firmy zajmujące się handlem i dystrybucją mięsa oraz jego przetworów</p> <p>Sukces zadania: Wspólne stoisko polskiej branży mięsnej na największych w Polsce targach spożywczych przyczyniło się do zwiększenia rozpoznawalności branży oraz było doskonałą okazją do zaprezentowania jej potencjału, tradycji i innowacyjności.</p>
56	Jakość z polskim certyfikatem – kontynuacja	Unia Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego	01.10.2019 - 31.12.2019	<p>Cel: Wzrost rozpoznawalności oraz wiedzy nt. Systemu QAFP i produktów wytwarzanych w tym systemie</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ <u>Media społecznościowe</u> <ul style="list-style-type: none"> • Prowadzenie i promowanie profilu „Gwarancja Jakości QAFP” w 4 serwisach społecznościowych, tj. Facebooku, Instagramie, LinkedInie oraz na kanale YouTube poprzez zamieszczanie postów i filmów. • Utworzono dedykowany kampanii kanał na You Tube • Prowadzenie moderacji profili, czyli stymulowanie aktywności użytkowników, analiza wpisów, odpisywanie na komentarze, moderacja dyskusji, usuwanie/zakrywanie treści niezgodnych z założeniami Kampanii. Prowadzona jest aktywizacja użytkowników z wykorzystaniem konkursów. • Przygotowano 1 film wideo, ➤ <u>Badania opinii – pre-test i post-test</u>

				<ul style="list-style-type: none"> • W przeciągu 1 etapu Kampanii przeprowadzono badanie ilościowe opinii publicznej – pre-test wykonane przez niezależny podmiot badawczy ➤ <u>Promocja strony internetowej www.qafp.pl jako źródła wiedzy nt. polskiego systemu jakości</u> <p>Sukces zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Facebook - działania prowadzone były na profilu już istniejącym i dotyczącym jakości QAFP, który posiadał na dzień 31.12.2019 – 8 299 fanów. W trakcie 1 etapu zamieszczono 42 posty, o łącznym zasięgu dotarcia na poziomie 1 020 432 osoby oraz pozyskano 1 036 nowych fanów. ➤ Instagram – działania prowadzone na profilu założonym na potrzeby 1 edycji kampanii, który posiadał na dzień 31.12.2019 – 887 fanów. W trakcie 1 etapu zamieszczono 36 postów, o zasięgu dotarcia 457 591 osób oraz pozyskano 17 nowych followersów. ➤ LinkedIn – działania prowadzone były na profilu założony na potrzeby 1 edycji kampanii, który posiadał na dzień 31.12.2019 – 80 followersów. W trakcie 1 etapu zamieszczono 25 postów, o zasięgu dotarcia 77 228 osób
57	Akcje promocyjno-informacyjne dla uczniów szkół gastronomicznych –stawiam na wieprzowinę	Związek Polskie Mięso	01.10.2019 - 20.12.2019	<p>Cel: Przeprowadzenie 6 profesjonalnych 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 obróbki technologicznej tego mięsa ➤ Dystrybucja materiałów 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
58	Działalność na forum europejskim 2019-II	Federacja Branżowych Związków Producentów Rolnych	03.10.2019 - 31.12.2019	<p>Cel: Wsparcie działań na forum europejskim</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Udział w posiedzeniu Prezydencji Copa ➤ Udział w posiedzeniu Grupy Roboczej Copa „Środowisko” ➤ Udział w Biznes Forum Cogeca oraz Prezydium Copa-Cogeca <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 oraz kontynuowanie stałej współpracy z Copa-Cogeca i innymi europejskimi organizacjami poprzez zaangażowanie stałego przedstawiciela w biurze w Brukseli.
59	Integracja sektora produkcji mięsa wieprzowego i drobiowego oraz wędlin z sieciami sprzedaży detalicznej	Unia Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego	07.10.2019 - 30.11.2019	<p>Cel: Zainteresowanie przedstawicieli sieci handlowych wieprzowiną i wędlinami wieprzowymi wytworzonymi w systemie jakości</p> <p>Zakres działań:</p> <p>Organizacja stoiska promocyjno-informacyjnego w strefie kupców podczas I Kongresu Nowoczesnej Dystrybucji</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prezentacja merytoryczna nt. systemu jakości • Dystrybucja ulotek i gadżetów • Rozmowy handlowe z przedstawicielami sieci <p>Sukces zadania:</p> <p>Wynikiem spotkań oraz rozmów prowadzonych podczas kongresu było dotarcie z informacją oraz ofertą dt. produktów wytworzonych w systemie QAFP do nowych sieci dystrybucji</p>

60	Jakość z polskim certyfikatem	Unia Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego	10.01.2019 - 31.03.2019	<p>Cel: Ukazanie wyznaczników jakościowych produktów ze znakiem QAFP i poinformowanie o tym, skąd się bierze jakość oraz jak jest kształtowana w systemie</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kampania reklamowa w social media FB, IG, IN • Kampania SEM/SEO • Administrowanie strony www <p>Sukces zadania: W ramach założonych we wniosku zasięgów dla kampanii reklamowej prowadzonej w social mediach na wszystkich 3 kanałach promocji Facebook, Instagram i LinkedIn zakładane wartości zostały przekroczone. W przypadku FB zasięg większy od planowanego o 150 tys, na IG o 198 tys., a na LI o 150 tys. Oznacza to, że więcej niż planowano osób zetknęło się z kampanią i zapoznało się z promowanymi treściami</p>
61	Polska Akademia Certyfikowanego Mięsa QAFP	Unia Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego	10.10.2018 - 09.01.2019	<p>Cel: Promocja mięsa wieprzowego i drobiowego wytworzonego w Systemie QAFP w sklepach sieci Kaufland</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Emisja reklam w gazetce promocyjnej ➤ Ekspozycja billboardów w 80 lokalizacjach ➤ II tura „Badania rozpoznawalności oraz wiedzy nt. certyfikowanego mięsa QAFP” <p>Sukces zadania: Na poziomie zapamiętywania wspomaganego znak QAFP osiągnął w II turze odsetek rozpoznawalności równy 59,2%.</p> <p><u>Wiedza nt. certyfikowanego mięsa i odbiór kampanii:</u></p>

				<ul style="list-style-type: none"> ➤ 45,9% osób rozpoznających certyfikat QAFP potrafi poprawnie przypisać go do mięsa, ➤ 65,6% osób poprawnie rozpoznających symbol QAFP kupiło mięso wyróżnione tym certyfikatem. ➤ 69,3% badanych poprawnie identyfikujących znak QAFP zetknęło się z kampanią pt. Polska Akademia Certyfikowanego Mięsa QAFP” ➤ 52,2% osób rozpoznających kampanię potrafiło z pamięci poprawnie przywołać co najmniej jeden rodzaj mięsa objętego kampanią (wieprzowinę i/lub drób). ➤ Skuteczność kampanii w odniesieniu do stałych klientów sieci sklepów Kaufland potwierdza fakt, że ponad 70% spośród stałych klientów, którzy kupili mięso oznaczone znakiem QAFP, zostało do zakupu przekonanych prowadzoną kampanią.
62	Działalność na forum europejskim 2018-II	Federacja Branżowych Związków Producentów Rolnych	24.09.2018 - 23.03.2019	<p>Cel: Wsparcie działań na forum europejskim</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Kongres Rolników Europejskich ➤ Posiedzeniu Grupy Roboczej Copa ds. Btexit ➤ Posiedzenie Prezydencji Copa oraz Prezydium Copa-Cogeca ➤ Posiedzeniu Grupy Roboczej Copa „Badania i innowacje” <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.
63	Polska certyfikowana produkcja trzody chlewnej	Unia Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego	16.12.2018 - 15.04.2019	<p>Cel: Promocja produkcji trzody chlewnej w krajowym systemie jakości QAFP</p> <p>Zakres działań:</p> <p>Organizacja stoiska promocyjno-informacyjnego podczas Targów Agrotech-Kielce</p> <ul style="list-style-type: none"> • Degustacja wędlin wytworzonych w ramach systemu QAFP

				<p>Sukces zadania: Zwiększenie świadomości wśród hodowców nt. produkcji trzody chlewnej w certyfikowanym systemie jakości</p>
64	<p>Szukaj i pytaj o polskie produkty</p>	<p>Związek Zawodowy Rolników Ojczyzna</p>	<p>01.11.2018 - 28.02.2019</p>	<p>Cel: Zwiększenie zainteresowania produktami wieprzowymi oznaczonymi logiem „PRODUKT POLSKI”</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Przygotowanie i emisja spotu telewizyjnego ➤ Reklama banerowa na portalach ogólnopolskich takich jak Onet. WP, TVN 24- 2 mln odston ➤ Działania na Facebooku ➤ Wysyłka gadżetu promującego polskie wyroby do grupy HoReCa ➤ Emisja 70 billboardów na terenie całego kraju <p>Sukces zadania: Działania przyczyniły się do zwiększenia świadomości i zainteresowania zakupem produktów polskich (mięsa wieprzowego i jego przetworów)</p>
65	<p>Projekt pilotażowy od pola do stołu Kujawsko-Pomorska Wieprzowina- tucz bez GMO</p>	<p>Niezależny Samorządny Związek Zawodowy Rolników Indywidualnych „Solidarność”</p>	<p>01.01.2019 - 31.03.2019</p>	<p>Cel: Przeprowadzenie pilotażowego projektu –tucz bez GMO</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Zorganizowanie 3 hodowców trzody chlewnej z województwa kujawsko-pomorskiego, którzy posiadają polskie rasy trzody chlewnej i tuczą swoje zwierzęta paszami bez GMO, na bazie krajowych źródeł białka ➤ Wytypowanie ubojni i małych zakładów mięsnych(przetwórczych) z województwa kujawsko-pomorskiego ➤ Przeprowadzenie badań jakościowych pasz stosowanych przez rolników uczestniczących w projekcie a laboratorium Wydziału Hodowli Zwierząt <p>Sukces zadania: Zwiększenie wiedzy nt. polskiego mięsa wieprzowego wyprodukowanego na paszach</p>

				bez GMO
66	Kampania promocyjna Kujawsko-pomorska wieprzowina – tucz bez GMO	Niezależny Samorządny Związek Zawodowy Rolników Indywidualnych „Solidarność”	01.01.2019 - 30.06.2019	<p>Cel: Promocja kujawsko-pomorskiej wieprzowiny pozyskanej z trzody chlewnej żywionej paszami bez GMO</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Zorganizowano 4 imprezy promocyjne: <ul style="list-style-type: none"> • Targi turystyczne „Wypoczynek” i Toruński Festiwal Smaków • Lato na Wsi w Minikowie • Kujawsko-Pomorskie Dni Pola w Grubnie • XLII Międzynarodowe Targi Rolno-Spożywcze Agro-Tech Minikowo ➤ Aktualizacja strony internetowej www.kujawskopomorskawieprzowina.pl ➤ Degustacja potraw przygotowanych na bazie kujawsko-pomorskiej wieprzowiny ➤ Przygotowanie i dystrybucja materiałów informacyjno-promocyjnych ➤ Reklama w radio ➤ Reklama w prasie ogólnopolskiej –Miesięcznik Rolniczy „Nasza Ziemia” <p>Sukces zadania: Zwiększenie wiedzy wśród konsumentów nt. kujawsko-pomorskiej wieprzowiny pozyskanej z trzody chlewnej żywionej paszami bez GMO</p>
67	Marka Polskie Mięso/Polska Smakuje	Związek Polskie Mięso	01.02.2019 - 30.04.2019	<p>Cel: Promocja polskiego mięsa wieprzowego jego znaczenia w diecie oraz edukacja konsumentów</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Lokowanie w programach TV np. „Pierwsza miłość”, „Sztuka mięsa”, Dzień dobry TVN”, „Pytanie na śniadanie” ➤ Lokowanie w 10 tytułach prasowych ➤ Budowa strony internetowej ➤ Budowa i aktywna moderacja kanałów w Social Media

				<ul style="list-style-type: none"> ➤ Organizacja aktywności dla dziennikarzy w formie spotkania promocyjno-informacyjnego ➤ Zaangażowanie w kampanię ekspertów <p>Sukces zadania: Działania przyczyniły się do wzrostu sprzedaży i konsumpcji wieprzowiny oraz zwiększenia wiedzy i świadomości nt. walorów mięsa wieprzowego</p>
68	Szlakiem bojowym z gulaszem wieprzowym	Związek Zawodowy Rolników Ojczyzna	13.01.2019 - 31.05.2019	<p>Cel: Promocja mięsa wieprzowego</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Utworzenie Fun page • Wydruk książek • Przygotowanie i zorganizowanie eventu • Degustacja potraw z mięsem wieprzowym <p>Sukces zadania: Wzrost wiedzy nt. walorów odżywczych mięsa wieprzowego</p>
69	Promocja materiału hodowlanego pochodzącego z Krajowego Programu Hodowlanego podczas Centralnych Targów Rolniczych w Nadarzynie	Polski Związek Hodowców i Producentów Trzody Chlewnej „POLSUS”	04.10.2018 - 10.02.2019	<p>Cel: Zwiększenie wiedzy nt. hodowli trzody chlewnej</p> <p>Zakres działań: Udział w Centralnych Targach Rolniczych w Nadarzynie poprzez:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organizację Forum dla Młodych hodowców w formie debaty łączącej doświadczenie hodowlane z najnowszymi inicjatywami i pomysłami młodych hodowców • Przygotowanie stoiska informacyjnego • Dystrybucja materiałów informacyjnych i promocyjnych <p>Sukces zadania: Działanie miało wymiar informacyjno-edukacyjny, uczestnicy wzbogacili swoją wiedzę z zakresu hodowli świń oraz otrzymali informację z zakresu aktualnych programów pomocowy dla sektora hodowli i produkcji świń w Polsce.</p>

70	Wieprzowina zimą czy latem to zawsze zdrowie	Związek Zawodowy Rolników Ojczyzna	01.12.2018 - 31.07.2019	<p>Cel: Promocja polskiego mięsa wieprzowego</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Organizacja warsztatów kulinarnych, połączonych z prelekcją dietetyka, skierowanych do dzieci i młodzieży • Konkurs z nagrodami • Dystrybucja materiałów informacyjno-promocyjnych ➤ Emisja filmów na kanale Youtube <p>Sukces zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Organizacja eventów dla 400 uczestników turnusów ➤ Wzrost wiedzy nt. walorów odżywczych mięsa wieprzowego wśród dzieci i młodzieży
71	Paczka dla bohatera	Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy Rzeczypospolitej Polskiej	29.11.2018 - 07.01.2019	<p>Cel: Wzrost i utrzymanie sprzedaży i spożycia wieprzowiny na rynku polskim</p> <p>Zakres działań:</p> <p>Przekazanie paczek z wędlinami dla 1250 kombatantów</p> <p>Sukces zadania:</p> <p>Promocja mięsa wieprzowego poprzez specjalnie przygotowane paczki</p>
72	Promocja na rynku czeskim	Związek Zawodowy Rolników Ojczyzna	15.12.2018 - 15.07.2019	<p>Cel: Promocja mięsa wieprzowego na rynku czeskim</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Stworzenie profilu kampanii na Facebooku ➤ Reklamy promocyjno-informacyjne w czeskiej prasie ➤ Lokowanie produktu w czeskim serialu ➤ Organizacja polsko-czeskiego forum gastronomicznego ➤ Organizacja „tygodnia polskiej kuchni” w mediach społecznościowych <p>Sukces zadania:</p> <p>Kampania nt. jakości polskiego mięsa dotarła do kilku milionów Czechów co powinno</p>

				przyczynić się do odbudowy wizerunku polskiej żywności
73	Wykwintne Wędliny Wielkopolskie	Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy Rzeczypospolitej Polskiej	26.11.2019 - 07.01.2019	<p>Cel: Promocja wędlin wieprzowych</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organizacja akcji promocyjnej w Pile z degustacją wędlin wieprzowych • Przeprowadzenie konkursu na deskę wędlin <p>Sukces zadania: Zachęcenie do kupna lokalnych wędlin wieprzowych</p>
74	Wykwintne Wędliny Kujawsko-Pomorskie	Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy Rzeczypospolitej Polskiej	26.11.2019 - 07.01.2019	<p>Cel: Promocja wędlin wieprzowych</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organizacja akcji promocyjnej w Przysieku z degustacją wędlin wieprzowych • Przeprowadzenie konkursu na deskę wędlin <p>Sukces zadania: Zachęcenie do kupna lokalnych wędlin wieprzowych</p>
75	Mięso o europejskiej jakości	Unia Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego	01.05.2018 - 30.04.2019	<p>Cel: Promocja mięsa wieprzowego i jego produktów na rynku USA i Kanady</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Opracowanie identyfikacji wizualnej kampanii • Badanie rynku USA i Kanady np. zakup baz danych importerów mięsa , opracowanie raportów • Stałe działania PR • Opracowanie strony internetowej kampanii • Zaprojektowanie i wprowadzenie kanału na Youtube • Reklama prasowa w USA i Kanadzie • Reklama internetowa w USA i Kanadzie • Produkcja materiałów informacyjnych i gadżetów reklamowych

				<ul style="list-style-type: none"> • Organizacja stoisk i wyjazd delegacji na Targi SIAL CANADA 2019 • Organizacja seminarium i warsztatów • Wizyty studyjne • Misje wyjazdowe do USA i Kanady • Misja-przyjazd dziennikarzy/blogerów/liderów opinii z USA i Kandy do Polski <p>Sukces zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 55 721 wyświetleń filmów na Youtube • Dotarcie z reklamą prasową do 3 030 120 kontaktów • Kampania reklamowana na Youtube 81 622 wyświetleń • Udział w seminarium wzięło 60 osób • W warsztatach uczestniczyło 40 osób • W wizycie uczestniczyło 10 ekspertów i przedsiębiorców z USA i Kanady • Prowadzone działania przyczyniły się do zainteresowania kanadyjskich i amerykańskich importerów polską wieprzowiną oraz jej produktami, nawiązaniu relacji handlowych i kontaktów biznesowych
--	--	--	--	--