

**Sprawozdanie rzeczowe z działań
zrealizowanych w ramach Funduszu
Promocji Mięsa Wieprzowego
w roku 2014**

2015-03-30

Lp.	Nazwa podmiotu	Tytuł zadania	Okres realizacji zadania	Ocena merytoryczna zadania
1.	Krajowy Związek Rewizyjny Spółdzielni „Samopomoc Chłopska”	Cykl seminariów-uczymy się promocji mięsa wieprzowego i jego przetworów w teorii i praktyce-kontynuacja	01.09.2013-13.06.2014	<p>Cel: Organizacja seminariów teoretyczno-praktycznych dotyczących promocji mięsa wieprzowego i jego przetworów</p> <p>Zakres działań: Organizacja szkoleń z następujących zakresów:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Promocja żywności i uczestnictwo w systemach jakości żywności ➤ Mechanizmy marketingowe i psychologiczne działań promocyjnych w punktach sprzedaży ➤ Znakowanie mięsa i jego przetworów ze szczególnym uwzględnieniem zmian w przepisach prawnych w tym zakresie ➤ Stoisko- bezpośrednia promocja produktu ➤ Wyjazd studyjny na Kiermasz Wyrobów Regionalnych <p>Sukces zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Organizacja 3 seminariów ➤ Przeszkolonych zostało 150 uczestników ➤ Zwiększenie wiedzy teoretycznej oraz umiejętności praktycznych z zakresu działań promocyjnych związanych z mięsem wieprzowym i jego przetworami, wśród pracowników zajmujących się obrotem i sprzedażą wyrobów z mięsa
2.	Krajowy Związek Rewizyjny Spółdzielni „Samopomoc Chłopska”	Promocja wyrobów z mięsa wieprzowego poprzez udział w pokazach i targach-kontynuacja	01.01.2014-30.09.2014	<p>Cel: Udział w targach i pokazach branżowych- związanych z promocją mięsa wieprzowego</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Promocja tradycyjnych wyrobów z mięsa wieprzowego na stoisku MRiRW podczas Międzynarodowych Targów Gospodarki Żywnościowej, Rolnictwa i Ogrodnictwa Grüne Woche w Berlinie ➤ Wyjazd studyjny na XIX Targi Żywności, napojów oraz Przetwórstwa i Pakowania Żywności w Rydze- Ryga Food 2014

				<ul style="list-style-type: none"> ➤ Organizacja seminarium dotyczącego uczestnictwa w systemach jakości żywności z zakresu mięsa wieprzowego i produktów z mięsa wieprzowego ➤ Promocja mięsa wieprzowego na stronie www.gs.oit.pl <p>Sukces zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Uczestnictwo spółdzielni w dużych prestiżowych targach i wystawach międzynarodowych ➤ Poprawa konkurencyjności podmiotów spółdzielczych poprzez udział w systemach jakości żywności
3.	Krajowa Rada Izb Rolniczych	Smaki Polskie-wieprzowina-polska tradycja	28.09.2013-13.10.2014	<p>Cel: Promocja spożycia wieprzowiny poprzez portal www.wieprzopedia.pl</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Promocja portalu w następujących czasopismach „Pani Domu”, „Przyjaciółka” „Poradnik Domowy” ➤ Wydruk broszur z przepisami z wieprzowiny ➤ Wydruk ulotek promujących portal www.wieprzopedia.pl ➤ Stworzenie aplikacji konkursowych mających na celu promocję portalu ➤ Nawiązanie współpracy pomiędzy portalem a sklepami, zakładami przetwórczymi barami restauracjami zajmującymi się sprzedażą produktów z wieprzowiny ➤ Promocja portalu na blogach kulinarnych: www.prosteportawy.blogspot.com www.kasiagotuje.pl ➤ Organizacja mini-degustacji wraz z dystrybucją gadżetów reklamowych, broszur i ulotek ➤ Realizacja kolejnych odcinków programu „Alchemia Zdrowia i Urody”, w których prezentowano walory mięsa wieprzowego ➤ Zrealizowano odcinki programu „Agrobiznes” oraz „Dzień dobry w Sobotę” ➤ Emisja spotu reklamowego portalu www.wieprzopedia.pl w telewizji TVN Player <p>Sukces zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Wzrost zainteresowania stroną internetową promującą wieprzowinę i jej walory- www.wieprzopedia.pl na portalach społecznościowych Facebook, Youtube ➤ Do portalu www.wieprzopedia.pl przystąpiło 2 185 podmiotów zajmujących się

				dystrybucją i sprzedażą mięsa wieprzowego
4.	Unia Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego	QAFP na obcasach	01.10.2013-30.06.2014	<p>Cel: Promocja mięsa wieprzowego i wędlin z mięsa wieprzowego produkowanych w ramach Systemu QAFP</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Event z okazji Dnia Babci i Dziadka – impreza w formie warsztatów kulinarnych połączonych z wykładami dietetyków, dedykowana ok. 80 seniorom z województwa mazowieckiego ➤ Wydanie książeczki „QAFP-najlepszy przyjaciel seniora”- która była dystrybuowana wśród jednostek terenowych Ligi Kobiet Polskich i Uniwersytetu Trzeciego Wieku ➤ Ewet z okazji dnia Kobiet, na którym gościły kobiety ze świata nauki, biznesu, organizacji kobiecych i mediów podczas którego serwowano dania z mięsa i wędlin wyprodukowanych w ramach systemu QAFP ➤ Organizacja cyklu imprez w przedszkolach pt. Akademia Małego Kuchcika mający na celu zapoznanie najmłodszych z tematyką produktów QAFP ➤ Wydanie książeczek „Kolorowanki i Bajeczki” <p>Sukces zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Zwiększenie wiedzy na temat mięsa wieprzowego i wędlin produkowanych w Systemie QAFP w różnych grupach konsumentów zarówno przedszkolaków, kobiet jak również seniorów.
5.	Krajowy Związek Rewizyjny Spółdzielni „Samopomoc Chłopska”	Mięso i jego przetwory w świątecznej tradycji”	01.11.2013-30.04.2014	<p>Cel: Promocja mięsa wieprzowego i jego wyrobów poprzez organizację seminariów i udział w imprezach wystawienniczych</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Organizacja 2 seminariów „Mięso i jego przetwory w świątecznej tradycji” gdzie na temat mięsa wieprzowego i potrzeby jego promowania wypowiedali się eksperci ➤ Udział w imprezach wystawienniczych – festynach „Kiermasz produktów regionalnych i tradycyjnych” <p>Sukces zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Duże zainteresowanie wydarzeniem: w seminarium udział wzięło 88 osób, w

				festynach uczestniczyło 11 wystawców
6.	Krajowy Związek Rewizyjny Spółdzielni „Samopomoc Chłopska”	Budujemy markę polskiej wieprzowiny	01.04.2014-31.12.2014	<p>Cel: Zwiększenie wiedzy z zakresu mięsa wieprzowego</p> <p>Zakres zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Przeprowadzenie cyklu seminariów dla przetwórców, handlowców oraz organizacji konsumenckich z zakresu jakości mięsa wieprzowego oraz jego promocji ➤ Promocja wydarzenia w mediach i prasie branżowej <p>Sukces zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ W seminariach wzięło udział 192 uczestników, prowadzone działania przyczyniły się do wzrostu wiedzy na temat właściwości oraz promocji mięsa wieprzowego wśród takich grup odbiorców jak handlowcy, konsumenci
7.	Unia Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego	Smak Jakości QAFP	06.12.2013-15.07.2014	<p>Cel: Zwiększenie wśród konsumentów wiedzy na temat Systemu Jakości QAFP</p> <p>Zakres działania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Produkcja spotu reklamowego i kampania telewizyjna –emisja w TVP Regionalna we wszystkich 16 ośrodkach regionalnych oraz TV Rolnicza ➤ Udział w kampanii BlogerChef- blogerzy kulinarni pracowali na mięsie wieprzowym i wędlinach stworzonych w ramach Systemu QAFP ➤ Działania informacyjno-promocyjne w punktach sprzedaży –Identyfikacja wizualna w punktach dystrybucji ➤ Produkcja materiałów informacyjno-promocyjnych dt. Systemu QAFP ➤ Przeprowadzenie szkoleń dla kierowników sklepów- w ramach działania odbyły się dwudniowe szkolenia mające na celu zwiększenie wiedzy z zakresu produkcji w Systemie QAFP oraz walorów jakościowych mięsa i wędlin wytworzonych w tym systemie <p>Sukces zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Spot został wyemitowany w TVP Regionalnej 1 104 razy zaś w TVP Rolniczej 210 razy dzięki czemu kampania miała szeroki oddźwięk wśród konsumentów ➤ Poprzez udział w konkursie BlogerChef informacja nt. Systemu QAFP dotarła do specjalistycznej grupy konsumentów a także liderów opinii

				<ul style="list-style-type: none"> ➤ Dystrybucja materiałów informacyjno-promocyjnych wśród konsumentów dokonujących zakupów produktów QAFP przyczyniła się do zbudowania pozytywnych skojarzeń i relacji z klientami oraz utrwalenia w świadomości kupujących znaku Systemu QAFP ➤ Szkolenia dla kierowników sklepów zarówno teoretyczne jak również praktyczne pozwoliło na przekazanie wiedzy merytorycznej na temat Systemu QAFP
8.	Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy RP	Mięsna Lekcja	13.12.2013-30.06.2014	<p>Cel: Zachęcenie uczniów szkół gimnazjalnych do kształcenia się w zawodzie wędliniarza</p> <p>Zakres działania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Przygotowanie filmu promocyjnego dotyczącego mięsa wieprzowego oraz zachęcającego do nauki zawodu wędliniarza <p>Sukces zadania</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Spotkanie z uczniami 170 szkół gimnazjalnych w całej Polsce ➤ Zwiększenie wśród młodzieży gimnazjalnej wiedzy na temat jakości mięsa wieprzowego oraz wzrost zainteresowania wśród gimnazjalistów zawodem wędliniarza
9.	Krajowy Związek Grup Producentów Rolnych-Izba Gospodarcza	Kompleksowa platforma szkoleniowa kluczem do odbudowy stada podstawowego przez małe i średnie fermy trzody chlewnej- przygotowanie producentów do aplikowania o środki pomocowe 2014-2020	27.12.2013-31.08.2014	<p>Cel: Organizacja platformy szkoleniowej</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Opracowanie zakresu szkoleń i przygotowanie materiału szkoleniowego <p>Sukces zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Został zrealizowany etap przygotowawczy do realizacji projektu
10.	Związek Polskie Mięso	Działania promocyjne związane z Systemem	01.01.2014-30.09.2014	Cel: Promocja Systemu PQS w punktach sprzedaży bezpośredniej

		PQS w punktach sprzedaży bezpośredniej		<p>Zakres działania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Udział w gazetkach promocyjnych w sieci Sobsmak-Deli, Olewnik, Frisco.pl, Hurt i Detal, Janex, Poradnik Restauratora ➤ Promocje mięsa PQS z udziałem hostess w delikatesach Olewnik oraz Sobsmak-Deli w Warszawie, Piasecznie, Otwocku <p>Sukces zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Zwiększenie działań sprzedażowych związanych z Kampanią informacyjną na temat Systemu Jakości PQS ➤ Wzmocnienie siły działań marketingowych związanych z Systemem PQS
11.	Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy RP	Europejskie Mięso-Tradycja, Jakość i Smak	12.02.2013-11.11.2014	<p>Cel: Promocja mięsa wieprzowego i wołowego oraz przetworów z tego mięsa na rynkach krajów trzecich (Chiny, Hongkong, Zjednoczone Emiraty Arabskie, Rosja)</p> <p>Zakres zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Promocja w prasie ➤ Reklama outdoor ➤ Udział w Międzynarodowych Targach Spożywczych PRODEXPO MOSCOW 2014 ➤ Udział w Międzynarodowych Targów SIAL China 2014 ➤ Udział w Targach Food Expo 2014 ➤ Udział w Międzynarodowych Targach Sial Middle East w Abu Dhabi ➤ Promocja w kanałach elektronicznych ➤ Produkcja materiałów promocyjnych ➤ Organizacja konferencji prasowej podczas targów Food Expo 2014 <p>Sukces zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Nawiązanie kontaktów handlowych ➤ Zwiększenie wiedzy, wśród odbiorców na rynkach docelowych, na temat walorów europejskiego mięsa wieprzowego i wołowego
12.	Unia Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego	Tradycja i jakość europejskiego mięsa	24.10.2013-23.10.2014	<p>Cel: Promocja mięsa wieprzowego i wołowego oraz przetworów z tego mięsa na rynkach krajów trzecich (USA, Korea Południowa, Wietnam)</p> <p>Zakres zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Kontynuacja działań w ramach 3-letniej kampanii promocyjno-informacyjnej dt.

				<p>mięsa wieprzowego i przetworów z mięsa wieprzowego</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ USA Chicago-organizacja konferencji, seminarium dla importerów i dystrybutorów, spotkanie B2B oraz wizyta w Polsko-Amerykańskiej Izbie Gospodarczej ➤ Udział w Targach Korea Seoul Food&Hotel <ul style="list-style-type: none"> • Seminarium i bankiet dla importerów i dystrybutorów • Organizacja bankietu i seminarium branżowego podczas targów w Hanoi, Wietnamie <p>Dodatkowo:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Aktualizacja strony internetowej www.europeanmeat.eu ➤ Działania public relations ➤ Kampanie reklamowe w prasie ➤ Emisja spotu reklamowego na antenie amerykańskiej stacji ➤ Organizacja Study tour dla przedstawicieli Korei Południowej, Wietnamu i USA <p>Sukces zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Nawiązanie kontaktów handlowych ➤ Zwiększenie wiedzy, wśród odbiorców na rynkach docelowych, na temat walorów europejskiego mięsa wieprzowego i wołowego
13.	Unia Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego	Gwarancja Jakości QAFP	04.02.2014-03.11.2014	<p>Cel: Promocja mięsa wieprzowego i wędlin z mięsa wieprzowego wytworzonych w ramach systemu QAFP</p> <p>Zakres zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Przygotowanie Strony internetowej www.dobrywybor.qafp.pl ➤ Kampania w prasie w kwietniu i grudniu (m.in. Moje Gotowanie, Sól i Pieprz, Kobieta i Zycie) ➤ Kampania OOH (outdoor, city lighty) na terenie całej Polski w ponad 400 lokalizacjach w czerwcu ➤ Kampania internetowa - miesięczna emisja banerów reklamowych na kilkunastu najbardziej liczących się portalach ➤ Emisja 30 sekundowego spotu reklamowego w kinach Multikino na terenie całej Polski w okresie od 1 do 30 maja ➤ Przeprowadzenie warsztatów dla szefów kuchni, dziennikarzy, mam z dziećmi,

				<p>mężczyzn</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Organizacja konkursów „Prześlij przepis” ➤ Działania Product Placement w telewizji śniadaniowej TVP i TVN ➤ Emisja plansz sponsorskich ➤ Organizacja konferencji prasowej <p>Sukces zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Spot reklamowy w kinie obejrzało 532 175 osób ➤ Zwiększenie wśród konsumentów wiedzy na temat walorów mięsa wieprzowego i wędlin produkowanych w Systemie QAFP
14.	Polski Związek Hodowców i Producentów Trzody Chlewnej „POLSUS”	Program szkoleniowy z zakresu uzyskiwania pozwoleń na budowę i/lub rozbudowę chlewni	10.01.2014-31.12.2014	<p>Cel: Szkolenia z zakresu uzyskiwania pozwoleń na budowę i/lub rozbudowę chlewni</p> <p>Zakres zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Opracowanie merytoryczne i wydrukowanie poradnika pt. „Szkolenie z zakresu procedur uzyskiwania pozwoleń na budowę i rozbudowę chlewni” ➤ Przeprowadzenie szkoleń <p>Sukces zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Przeprowadzono 16 szkoleń, w których udział wzięło 355 rolników ➤ Szkolenie cieszyło się dużym zainteresowaniem i umożliwiło zwiększenie wśród hodowców wiedzy z zakresu dofinansowania do rozbudowy chlewni w zakresie nowego PROW na lata 2014-2020
15.	Krajowa Rada Izb Rolniczych	Piknik Wieprzowy	01.03.2014-15.11.2014	<p>Cel: Organizacja Pikników Wieprzowych</p> <p>Zakres zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Degustacja potraw z wieprzowiny ➤ Organizacja konkursów kulinarnych ➤ Dystrybucja materiałów promocyjno-informacyjnych ➤ Pokaz prezentacji multimedialnej „Polskie Smaki czyli wszystko co warto wiedzieć o wieprzowinie”

				<p>Sukces zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Organizacja 17 eventów pt. „Piknik Wieprzowy” ➤ Zwiększenie wiedzy na temat walorów mięsa wieprzowego wśród uczestników eventów
16.	Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy RP	Wakacyjna Kuchnia z wieprzowiną	21.07.2014-21.08.2014	<p>Cel: Zwiększenie świadomości na temat mięsa wieprzowego wśród konsumentów z woj. zachodniopomorskiego</p> <p>Zakres zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Organizacja konferencji prasowej poprzedzającej wydarzenie ➤ Promocja medialna wydarzenia w prasie branżowej telewizji regionalnej oraz telewizji rolnej ➤ Opracowanie i wydruk materiałów promocyjno-informacyjnych ➤ Podczas wydarzenia odbywały się prezentacje kulinarne, konkursy dla publiczności, występy artystyczne ➤ Degustacja dań z wieprzowiny ➤ Działania promocyjno-naukowe z udziałem dietetyków, technologów żywności i technologów mięsa ➤ Animacje plastyczne dla dzieci ➤ Dystrybucja materiałów promocyjno-informacyjnych <p>Sukces zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ W wydarzeniach organizowanych na terenie woj. zachodniopomorskiego (3 eventy) udział wzięło około 30 tysięcy osób ➤ Zadanie cieszyło się dużym rozgłosem medialnym (60 tysięcy odbiorców)
17.	Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy RP	Mięso z Pomorza	30.07.2014-13.08.2014	<p>Cel: Promocja mięsa wieprzowego</p> <p>Zakres zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Promocja medialna wydarzenia w prasie branżowej telewizji regionalnej oraz telewizji rolnej ➤ Podczas eventu prowadzono porady kulinarne ➤ Degustacja dań z wieprzowiny

				<ul style="list-style-type: none"> ➤ Warsztaty plastyczne dla dzieci ➤ Działania promocyjno-naukowe z udziałem dietetyków, technologów żywności i technologów mięsa <p>Sukces zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ W wydarzeniu udział wzięło ponad 10 tysięcy osób ➤ Zadanie cieszyło się dużym rozgłosem medialnym (60 tysięcy odbiorców) oraz pozytywnymi reakcjami na atrakcje kulinarne
18.	Związek Polskie Mięso	Promocja Polskiego Mięsa Czerwonego na Targach Sial 2014 w Paryżu	18.08.2014-31.10.2014	<p>Cel: Organizacja stoiska promującego polskie mięso na Specjalistycznych Międzynarodowych Targach Przemysłu Spożywczego SIAL</p> <p>Zakres zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Organizacja stoiska wystawienniczego ➤ Organizacja eventu na Targach ➤ Pokazy „live cooking” na stoisku <p>Sukces zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Stoisko cieszyło się dużym zainteresowaniem wśród zwiedzających targi ➤ Polskie firmy uczestniczące w targach nawiązały liczne kontakty handlowe
19.	Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy RP	Świętomięś Polski 2014	23.08.2014-15.09.2014	<p>Cel: Promocja mięsa wieprzowego</p> <p>Zakres zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Uzyskanie patronatów medialnych prasy branżowej ➤ Powołanie Komitetu Honorowego ➤ Organizacja konferencji prasowej promującej wydarzenie ➤ Reklama w radio, telewizji i internecie ➤ Dystrybucja materiałów informacyjnych i gadżetów ➤ Organizacja konferencji branżowej „Polska Branża Mięsna – trudna droga do sukcesu” ➤ Organizacja happeningu promującego mięso wieprzowe ➤ Pokazy kulinarne i degustacja potraw ➤ Występy artystyczne i konkursy dla publiczności

				<ul style="list-style-type: none"> ➤ Promocja mięsa poprzez naukę – prelekcje i seminaria na temat mięsa wieprzowego <p>Sukces zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ W wydarzeniu udział wzięło 23 tysiące osób ➤ Projekt cieszył się dużym zainteresowaniem ze strony mediów ➤ Zwiększenie wśród uczestników eventu świadomości nt. mięsa wieprzowego i jego przetworów
20.	Związek Polskie Mięso	Udział w Targach Polagra Food 2014	15.09.2014-31.10.2014	<p>Cel: Udział w Targach Polagra Food 2014</p> <p>Zakres zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Budowa wspólnego stoiska wystawienniczego dla branży mięsnej gdzie prezentowali się przedstawiciele poszczególnych firm ➤ Pokazy kulinarne <p>Sukces zadania: Targi były okazją do potrzymania i nawiązania nowych kontaktów handlowych</p>
21.	Polski Związek Hodowców i Producentów Trzody Chlewnej „POLBUS”	Promocja materiału hodowlanego trzody chlewnej podczas regionalnych targów i wystaw w 2014 roku	13.01.2014-31.10.2014	<p>Cel: Promocja materiału hodowlanego trzody chlewnej</p> <p>Zakres zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Opracowanie i wydruk ulotek informacyjnych ➤ Opracowanie i druk „Top Genetics” ➤ Zakup materiałów reklamowych ➤ Udział w targach i wystawach <p>Sukces zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Udział w 21 targach i wystawach podczas, których prezentowano materiał hodowlany trzody chlewnej i dystrybuowano materiały promocyjno-informacyjne
22.	Związek Polskie Mięso	Promocja Polskiego Mięsa na Pikniku Poznaj Dobrą	14.06.2014-14.06.2014	<p>Cel: Promocja mięsa wieprzowego podczas Pikniku Poznaj Dobrą Żywność</p>

		Żywność		<p>Zakres zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Organizacja stoiska, na który odbywały się pokazy kulinarne, porady dietetyków oraz degustacje ➤ Dystrybucja materiałów informacyjno-promocyjnych dla odwiedzających piknik <p>Sukces zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Działania pozwoliły na przekazanie rzetelnych informacji na temat mięsa wieprzowego
23.	Związek Polskie Mięso	Składka członkowska w UECBV (European livestock and meat trading union)	10.04.2014-30.05.2014	<p>Cel: Związek Polskie Mięso uiszczył opłatę wynikającą z przynależności do unijnej organizacji UECBV za rok 2014</p> <p>Zakres i sukces zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Opłacenie składki członkowskiej na poczet organizacji UECBV umożliwiło Związkowi Polskie Mięso przynależność przez rok 2014 do unijnej organizacji branżowej uboju oraz handlu żywcem i mięsem
24.	Krajowa Rada Izb Rolniczych	Ochrona wizerunku branży mięsa wieprzowego	04.04.2014-30.06.2014	<p>Cel: Kampania medialna dotycząca obalenia mitów na temat wieprzowiny</p> <p>Zakres zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Działania medialne w następujących programach: „Pytanie na śniadanie”, „Okrasa łamie przepisy”, „Dzień dobry w sobotę” ➤ Wyprodukowanie i emisja spotu reklamowego <p>Sukces zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Emisja 31 spotów reklamowych ➤ Zwiększenie świadomości wśród konsumentów na temat mięsa wieprzowego ➤
25.	Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy RP	X Poznańskie Forum Zootechniczno-Weterynaryjne nt. „Poprawa zdrowotności świń drogą do wzrostu	08.04.2014-15.04.2014	<p>Cel: Promocja świni złotnickiej podczas X Poznańskiego Forum Zootechniczno-Weterynaryjnego</p> <p>Zakres zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Określenie grupy docelowej zadania pracownicy naukowcy uczelni przyrodniczych i rolniczych, zootechnicy weterynarze, hodowcy i przetwórcy

		opłacalności produkcji trzody chlewnej”		<ul style="list-style-type: none"> ➤ Wystąpienie naukowe prof. Włodzimierza Dolaty dotyczące naukowych aspektów hodowli świnii złotnickiej <p>Sukces zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Zwiększenie świadomości wśród uczestników konferencji na temat walorów mięsa pochodzącego ze świnii rasy złotnickiej
26.	Związek Polskie Mięso	Działania promocyjne związane z Systemem PQS	02.05.2014-30.09.2014	<p>Cel: Zwiększenie świadomości wśród konsumentów na temat mięsa wieprzowego produkowanego zgodnie z Systemem Jakości PQS</p> <p>Zakres zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Projekt strony internetowej oraz profilu na Facebooku ➤ Kampania na nośnikach outdoorowych ➤ Ogólnopolskie działania reklamowe i promocyjne w internecie <p>Sukces zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Zwiększenie świadomości na temat mięsa wieprzowego wytwarzanego w Systemie PQS ➤ Reklamę na portalach internetowych obejrzało 4,6 mln użytkowników ➤ Kampania reklamowa w sieci wyszukiwarka Google była wyświetlana 433 tys. razy ➤ Dedykowane mailingi trafiły do 2,2 mln osób ➤ Znajomość spontaniczna marki PQS wzrosła z 1,6% do 3,5% ➤ Z 36% do 45% wzrosła liczba osób, dla których posiadanie certyfikatu decyduje o wyborze produktu
27.	Związek Zawodowy Centrum Narodowe Młodych Rolników	Mięso wieprzowe na pewno jest zdrowe	01.07.2014-31.08.2014	<p>Cel: Szkolenie dla dzieci i młodzieży dt. mięsa wieprzowego i jego walorów</p> <p>Zakres zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Organizacja 8 spotkań dla dzieci i młodzieży z dietetykami oraz animatorami zabaw, podczas, których przekazywano informacje na temat zalet mięsa wieprzowego ➤ Dystrybucja materiałów promocyjno-informacyjnych <p>Sukces zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Zwiększenie wiedzy na temat mięsa wieprzowego wśród młodych konsumentów

28.	Krajowy Związek Grup Producentów Rolnych-Izba Gospodarcza	Program promocji mięsa wieprzowego	01.04.2014- 30.09.2014	<p>Cel: Promocja mięsa wieprzowego</p> <p>Zakres zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Organizacja 5 imprez plenerowych pt. „Festiwal Wieprzowiny” ➤ Działania medialne (2 programy telewizyjne, Internet, prasa) ➤ Dystrybucja książeczki promującej mięso wieprzowe ➤ Organizacja konkursów kulinarnych i degustacja potraw z wieprzowiny ➤ W przeddzień festiwalu odbyły się konferencje nt. mięsa wieprzowego <p>Sukces zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Działania przyczyniły się do zmiany postrzegania mięsa wieprzowego przez polskich konsumentów ➤ Działania medialne pozwoliły dotrzeć z przekazem nt. mięsa wieprzowego do kilku milionowego grona odbiorców
29.	Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy RP	Wielkanoc-Mięsne Święta-Polska Tradycja 2014	01.03.2014- 30.04.2014	<p>Cel: Promocja mięsa wieprzowego w okresie około wielkanocnym</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Działania promocyjne w prasie, internecie, radio i telewizji ➤ Przygotowanie Stołu Wielkanocnego ➤ Prezentacje kulinarne połączone z degustacją ➤ Opracowanie strony internetowej www.wielkanocmiesneswieta.pl ➤ Organizacja konferencji prasowych promujących wydarzenie ➤ Przygotowanie „Jarmarku Wielkanocnego” ➤ Promocja poprzez naukę z udziałem dietetyków, technologów żywienia i technologów mięsa ➤ Organizacja wydarzenia „Stół Wielkanocny dla Dziennikarzy Krajowych i Zagranicznych” –mającego formułę śniadania wielkanocnego połączonego z konferencją prasową i show kulinarnym <p>Sukces zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ W wydarzeniu uczestniczyło 30 tysięcy osób, dzięki czemu informacja na temat właściwości mięsa wieprzowego dotarła to szerokiego grona odbiorców

30.	Krajowy Związek Rewizyjny Spółdzielni „Samopomoc Chłopska”	Smaki z geesu	01.03.2014- 31.10.2014	<p>Cel: Organizacja działań promocyjno-degustacyjnych w pawilonie handlowym</p> <p>Zakres zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Przygotowanie materiałów informacyjno-promocyjnych ➤ Zakup wyposażenia niezbędnego do przeprowadzenia kampanii ➤ Opracowanie i prowadzenie strony internetowej ➤ Opracowanie i publikacja materiałów prasowych ➤ Zakup wystandaryzowanych pakietów promocyjnych <p>Sukces zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ W ramach działania odbyło się 67 akcji promocyjnych, które przyczyniły się do zwiększenia wśród uczestników wiedzy na temat mięsa wieprzowego i jego przetworów
-----	------------------------------------------------------------------------	---------------	---------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------