

## SPRAWOZDANIE RZECZOWE KOMISJI ZARZĄDZAJĄCEJ FUNDUSZU PROMOCJI MIĘSA WOŁOWEGO ZA ROK 2018

### **Federacja Branżowych Związków Producentów Rolnych**

Działalność na forum europejskim

#### OCENA ZADANIA

Dzięki wsparciu z Funduszu eksperci Federacji mogli uczestniczyć w wielu spotkaniach organizowanych przez Copa-Cogeca (m.in. grupy: wołowina i cielęcina, hodowla bydła, zdrowie i dobrostan zwierząt, promocja produktów rolnych, zapewnienie jakości w rolnictwie, łańcuch żywnościowy, prezydium Copa-Cogeca), gdzie prezentowane były stanowiska polskich producentów żywności wołowej.

### **Krajowy Związek Rewizyjny Spółdzielni „Samopomoc Chłopska”**

„Polska Wołowina wraca na stoły”

#### OCENA ZADANIA

Projekt obejmował ok. 100 osobową grupę młodzieży szkół średnich z obszarów wiejskich uczestniczącą w seminariach o wołowinie – jej produkcji, przetwórstwie, znaczeniu dla konsumentów i funkcjonowaniu tego trudnego rynku. Grupa wchodzącej niebawem w życie zawodowe młodzieży jest dobrym propagatorem tej wiedzy i informacji wśród szerszej grupy konsumentów i producentów wołowiny. Realizacja zadania całkowicie potwierdziła powyższe założenia – zainteresowanie zadaniem było duże a jego ocena dokonana przez uczestników – pozytywna.

### **Krajowa Rada Izb Rolniczych**

Piknik Wołowy

#### OCENA ZADANIA

Pikniki Wołowe zostały przeprowadzone podczas większych imprez jako imprezy towarzyszące, w których uczestniczyło kilka tysięcy osób. Jak wskazują obserwacje i rozmowy przeprowadzone z konsumentami potwierdziły, że konsumenci coraz częściej sięgają po produkty polskie, polecane jako zdrowsze. Uczestnicy Pikniku poznali wiele smacznych potraw i dań z mięsa wołowego. Cykl imprez cieszył się dużym zainteresowaniem i należy stwierdzić, że jest skutecznym sposobem promowania polskiej żywności. Skierowanie akcji bezpośrednio do polskich odbiorców pozwoliło maksymalnie wykorzystać środki na kampanię promującą spożycie mięsa wołowego.

## **Polska Federacja Producentów Żywności**

„Wsparcie promocji polskiej żywności poprzez niwelowanie barier w eksporcie w 2017 roku – kontynuacja kampanii”

### **OCENA ZADANIA**

Kampania miała na celu przeciwdziałanie protekcjonizmowi w Unii Europejskiej oraz promowanie prawdziwie wspólnego rynku wewnętrznego. Działania prowadzone były pod hasłem „Single Europe – Vareid Food” i były realizowane w Polsce i Brukseli (w Instytucjach Unijnych) przy współpracy 7 organizacji branżowych. W ramach kampanii udało się wzbudzić dyskusję nt. protekcjonizmu wśród najbardziej wpływowych Europosłów m.in. wśród Przewodniczących komisji parlamentarnych właściwych merytorycznie. W debatę udało się także zaangażować urzędników wysokiego szczebla Komisji Europejskiej, uwzględniając w tym Komisarzy Unijnych. Obecnie wiedza na temat problemu w UE jest duża, a świadomość konieczności wprowadzenia regulacji przeciwdziałających barierom jest powszechna.

## **Polski Związek Hodowców i Producentów Bydła Mięsnego**

Szkolenia dla producentów mięsa wołowego

### **OCENA ZADANIA**

W trakcie realizacji zadania przeprowadzono dwanaście szkoleń na terenie całej Polski w których, uczestniczyło około tysiąc osób, zainteresowanych zagadnieniami związanymi z produkcją wołowiny najwyższej jakości. Zaproszeni wykładowcy poruszali zagadnienia związane z produkcją wysokiej jakości wołowiny od pozyskania środków z funduszy Unii Europejskiej poprzez właściwe przygotowanie bazy paszowej, odpowiednie żywienie zwierząt oraz profilaktykę weterynaryjną do omówienia systemu kwalifikacji tusz EUROP.

W trakcie dwunastu przeprowadzonych szkoleń wystąpiło ponad dwudziestu specjalistów. Byli to pracownicy wyższych uczelni rolniczych, lekarze weterynarii, pracownicy Ośrodków Doradztwa Rolniczego oraz Agencji Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa.

Dzień Dziecka w Kancelarii Premiera

### **OCENA ZADANIA**

Stoisko PZHiPBM oraz stoisko degustacyjne cieszyło się dużym zainteresowaniem. Dzięki atrakcjom dla najmłodszych, przyciąga całe rodziny. W rozmowach z uczestnikami wydarzenia zauważono zmianę w postrzeganiu mięsa

wołowego, kojarzonego dotąd z mięsem twardym, wymagającym długiej obróbki termicznej. Rozmówcy deklarowali również chęć częstszych zakupów wołowiny, jako produktu dla całych rodzin

### III Krajowa Wystawa Bydła Mięsnego

#### OCENA ZADANIA

Centrum całego zadania było zorganizowanie i przeprowadzenie wystawy zwierząt hodowlanych, w jej ramach, które swoje zwierzęta zaprezentowało 22 hodowców. Czterech z nich reprezentowało Polskie Zrzeszenie Producentów Bydła Mięsnego, a pozostałych 18 Polski Związek Hodowców i Producentów Bydła Mięsnego. Zaprezentowano 81 sztuk zwierząt w tym 62 czystorasowe. W trakcie wystawy nadano 14 tytułów championa oraz 7 tytułów vicechampiona. W pierwszym dniu wystawy przeprowadzono konferencję pod tytułem „Polska Wołowina 2022”. W jej trakcie specjaliści z dziedziny wygłosili trzy wykłady: „Ekonomia opasu bydła mięsnego”, „Uwarunkowania ekonomiczne w hodowli bydła mięsnego”, „Organizacja hodowli bydła mięsnego”. Przeprowadzona wystawa zwierząt hodowlanych pozwoliła zgromadzić w jednym miejscu hodowców z różnych części kraju, było ono okazją do konsolidacji środowiska związanego z produkcją wołowiny.

#### Kwartalnik

#### OCENA ZADANIA

Zadanie „Kwartalnik” jest kontynuacją zadania o tym samym tytule, w ramach którego wydawany jest specjalistyczny kwartalnik „Bydło Mięsne”. W trakcie czwartego kwartału 2018 roku wydany został 23 numer pisma. Pismo pełni istotną rolę czasopisma branżowego. Obecny nakład kwartalnika to 2500 szt. Jest on dystrybuowany drogą pocztową oraz bezpośrednio dostępny dla zwiedzających wystawy hodowlane bydła mięsnego. Fachowa i rzetelna wiedza teoretyczna przekazana w sposób dostępny czyni ją łatwą do wykorzystania w praktyce, co przełoży się również na zwiększeniu produkcji wołowiny kulinarnej najwyższej jakości.

#### Z wołowiną na Dożynki Prezydenckie

#### OCENA ZADANIA

Polski Związek Hodowców i Producentów Bydła Mięsnego, dzięki środkom przyznanych w ramach Funduszu Promocji Mięsa Wołowego, od wielu lat uczestniczy w Dożynkach Prezydenckich w Spale. Krajowe obchody święta plonów, przyciągają tłumy oraz uwagę licznych mediów. Rozmowy z osobami degustującymi mięso wołowe wskazywały na to, że są pozytywnie zaskoczeni smakiem oraz jakością oferowanego mięsa, jak również deklarowali, że częściej będą sięgać po ten rodzaj mięsa.

#### Narodowa wystawa zwierząt

## OCENA ZADANIA

W trakcie Narodowej Wystawy Zwierząt w Poznaniu, zaprezentowano 20 szt. zwierząt w tym jedną krowę z cielęciem rasy Polskiej Czerwonej. Zgromadziła ona ponad 200 wystawców z branż zajmujących się żywnością, hodowlą zwierząt, produkcją maszyn rolniczych oraz jednostki naukowe. W związku z tak dużym wydarzeniem, promowanych w różnych mediach, Narodowa Wystawa Rolnicza skupiła uwagę i przyciągnęła wiele zainteresowanych osób. Wzmocniło to efekt promocyjny polskiej żywności.

### Polska wołowina na polskim stole

## OCENA ZADANIA

W ramach niniejszego zadania odbyło się 16 wystaw. W ramach wystaw zaprezentowanych zostało ponad trzysta zwierząt. Występująca w ramach wystaw ocena zwierząt przyczyniała się do wskazania im jaki materiał jest preferowany w hodowli bydła mięsnego, a także pobudziła ducha zdrowej rywalizacji wśród hodowców. Wystawy były nieocenionym forum wymiany informacji pomiędzy hodowcami, a także dawały możliwość osobom zainteresowanym rozpoczęciem produkcji w tym kierunku, zaciągnięcia porad od praktyków. Atrakcyjność prezentowanego bydła mięsnego oraz przeprowadzona degustacja kulinarnego mięsa wołowego przyciągnęła tłumy. Dzięki temu, możliwe jest zwiększenie spożycia mięsa wołowego w Polsce, a jednocześnie pobudzenie rynku krajowego, przez zwiększenie podaży, a tym samym zmotywuje to hodowców i producentów bydła mięsnego do jeszcze bardziej wyętej pracy.

### **Polski Związek Hodowców Bydła Simentalskiego.**

Mleko i Mięso od bydła simentalskiego z górskich łąk i pastwisk.

## OCENA ZADANIA

Wystawa corocznie od 2004r w Rudawce Rymanowskiej pod patronatem Polskiego Związku Hodowców Bydła Simentalskiego (PZHBS), organizowane są wystawy bydła simentalskiego. Organizowane Wystawy i Pokazy Zwierząt Hodowlanych są okazją do przedstawienia dorobku hodowlanego a zarazem produkcyjnego oraz efektów doskonalonych cech użytkowych. Wystawy są okazją do wymiany myśli, poglądów oraz doświadczeń w trakcie prowadzonych spotkań i dyskusji w których biorą udział rolnicy, hodowcy i przedstawiciele związków hodowlanych, służby rolnej a także pracownicy naukowcy instytutów i uczelni związanych z rolnictwem. Dyskusje dotyczą zarówno aktualnych problemów jak również perspektyw dalszego rozwoju produkcji zwierzęcej. Udział hodowców - rolników w tych Wystawach i Pokazach, prezentowanie najlepszych

i najładniejszych zwierząt oraz zdobyte wyróżnienia i nagrody działają mobilizująco i dopingująco do osiągania coraz to lepszych wyników.

## **Polskie Zrzeszenie Producentów Bydła Miesnego**

### **V Forum Sektora Wołowiny**

#### **OCENA ZADANIA**

Konferencja miała miejsce w dniach 3 - 4 grudnia 2018 r. Tematem przewodnim Forum był „Pakt na rzecz przyszłości sektora wołowiny i cielęciny wychodzący naprzeciw oczekiwaniom społeczeństwa i konsumentów”. Sektor wołowiny i cielęciny odgrywa ważną rolę w rolnictwie jak i całej gospodarce Unii Europejskiej, jednocześnie stoi przed szeregiem wyzwań gospodarczych, społecznych i środowiskowych. Tegoroczne Forum Sektora Wołowiny przybrało zatem charakter wydarzenia międzynarodowego, podczas którego pojawiło się wielu przedstawicieli różnych krajów europejskich, funkcjonujących tam spółdzielni rolniczych oraz organizacji producenckich, przedstawicieli międzynarodowej administracji publicznej. Poza gośćmi z zagranicy uczestnikami Forum jak co roku byli hodowcy, producenci żywca wołowego, przedstawiciele ubojni, zakładów rozbioru, przedstawiciele administracji szczebla krajowego i samorządowego, przedstawiciele handlu, dostawcy produktów oraz usług dla przemysłu mięsnego, przedstawiciele świata nauki, branżowych stowarzyszeń, rządowych agencji i ośrodków doradztwa rolniczego. Podczas dwudniowej Konferencji wzięło udział około 400 uczestników. Dzięki tak skomponowanemu gronie uczestników, V-te Forum Sektora Wołowiny stało się doskonałą okazją do podjęcia świadomej dyskusji na temat przyszłości europejskiego sektora wołowiny oraz pozycji jaką zajmuje w nim Polska. Jest to szczególnie ważne w świetle wyzwań pojawiających się w wyniku podpisania umowy z krajami Mercosur oraz Brexit'u na reprezentowany przez nas sektor, a także celów nowej, ambitnej Wspólnej Polityki Rolnej.

Biorąc pod uwagę program Unii Europejskiej oraz jego znaczenie dla sektora wołowiny, V-te Forum zostało podzielone na następujące obszary tematyczne: polityka (z naciskiem na WPR), handel, badania/innowacje i marketing.

Forum organizowane było pod patronatem honorowym Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi.

System QMP, profesjonalne doradztwo szansą zwiększenia dochodowości produkcji  
bydła opasowego

## OCENA ZADANIA

Podjęto szereg aktywności ukierunkowanych na działalność edukacyjną, zwiększającą dostęp producentów do fachowej wiedzy eksperckiej z zakresu produkcji żywca wołowego. Działania realizowane były na terenie całego kraju. Organizowane szkolenia odbywały się w województwach: pomorskim, warmińsko-mazurskim, podlaskim, mazowieckim, lubelskim, podkarpackim, świętokrzyskim, małopolskim, dolnośląskim, lubuskim, kujawsko-pomorskim oraz na Wielkopolsce. Szkolenia eksperckie, odbywały się na terenie całej Polski, udział w nich wzięli doradcy z całego kraju. Wizyty ekspertów terenowych swym zasięgiem objęły całą Polskę.

W ramach zadań założonych w projekcie zorganizowano 25 szkoleń. Zgodnie z założeniami projektu, szkolenia zorganizowano w Ośrodkach Doradztwa Rolniczego, Terenowych Ośrodkach Doradztwa Rolniczego, Izbach Rolniczych oraz przy ich współpracy. Współdziałanie są instytucjami, które w terenie odpowiadają za rozpowszechnianie wiedzy specjalistycznej z zakresu produkcji zwierzęcej oraz wspieranie działań mających na celu rozwój gospodarstw rolnych okazało się rozwiązaniem optymalnym. Szkolenia cieszyły się ogromnym zainteresowaniem. Przeszkolono łącznie 754 osoby. Szkolenia były szeroko promowane w prasie. W wiodących pismach oraz na portalach rolniczych ukazały się informacje o organizowanych ze środków Funduszu Promocji Mięsa Wołowego szkoleniach. Podczas szkoleń przeprowadzane były także ankiety ewaluacyjne z analizy których wynika że podczas szkoleń poruszone zostały interesujące z pkt. widzenia producentów tematy, przydatne w praktyce produkcyjnej a sposób ich przekazu był interesujący i przystępny. Uczestnicy szkoleń wyrażali zainteresowanie udziałem w kolejnych szkoleniach. Zgodnie z założeniem w szkoleniach eksperckich udział wzięło 100 osób, które ze względu na prowadzoną pracę zawodową w terenie, mają kontakt bezpośredni z producentami żywca wołowego. Zadaniem objęci zostali: eksperci ds. produkcji żywca wołowego związani z doradztwem państwowym tj. pracownicy ośrodków doradztwa rolniczego. Działanie to zapewniło łatwiejszy dostęp do fachowej wiedzy z zakresu produkcji żywca wołowego.

### Naturalnie Dobra Wołowina z certyfikatem QMP

## OCENA ZADANIA

Działanie składało się z dwóch zasadniczych elementów- części ukierunkowanej na działania prokonsumenckie oraz proproducentkie. Działania ukierunkowane na wzrost zainteresowania wołowiną

Zorganizowano szkolenia dla sprzedawców w ramach których odbyły się między innymi wykłady Ekspertów, Warsztat kulinarny - zastosowanie kulinarne poszczególnych elementów wołowych, dobieranie właściwej techniki kulinarnej do wybranego elementu wołowego, praktyczne porady kulinarne dotyczące różnorodnego przygotowania

wołowiny – zajęcia praktyczne ze znanym mistrzem kuchni. Warsztat z technik przygotowania atrakcyjnej ekspozycji mięsa wołowego w ladzie tradycyjnej - praktyczne zajęcia z przygotowania i ułożenia mięsa w ladzie, techniki porcjowania, podstawowe zasady i "sztuczki" ekspozycji zachęcającej klientów do zakupu mięsa wołowego. Zorganizowano cykl spotkań dla szefów kuchni. Ekskluzywne spotkania organizowane były we współpracy z Makro Cash and Carry w ramach cyklu „Trendy Dinner”. Motywem przewodnim była prezentacja teraźniejszych trendów panujących w świecie gastronomicznym.

Działania ukierunkowane na wzrost kompetencji producentów żywca wołowego

#### OCENA DZIAŁANIA

Zaproszeni producenci, wysłuchali prelekcji dotyczących ekonomiki produkcji żywca wołowego, krzyżowania towarowego, żywienia bydła opasowego oraz Systemu QMP. Podczas spotkań odbywał się także audyt pokazowy gospodarstwa. Producenci uczestniczący w spotkaniach mogli zobaczyć rozwiązania opasające w Systemie QMP- rozwiązania, technologie jakie zostały zastosowane. Organizowane spotkania stały się doskonałą okazją do wymiany wiedzy i doświadczeń między ekspertami oraz producentami. Celem eventów u producentów było promowanie dobrych praktyk zastosowanych w gospodarstwach opasujących w Systemie QMP- wskazanie rozwiązań umożliwiających optymalizację prowadzonego opasu oraz propagowanie wiedzy na temat produkcji opartej o systemy jakości żywności. Podczas spotkań przeszkolono ponad 160 osób związanych z produkcją. W prasie branżowej pojawiły się liczne, szeroko komentowane informacje na temat organizowanych spotkań co wzmacnia zainteresowanie produkcją żywca wołowego wysokiej jakości

#### Polska Wołowina

#### OCENA DZIAŁANIA

Stała obsługa portalu Bukaciarnia.pl polegająca na publikacji treści branżowych, administracji, moderacji, weryfikacji użytkowników, obsługa techniczna w celu utrzymania ciągłego i sprawnego funkcjonowania portalu. Celem podjętych działań było doprowadzenie do dalszej integracji grupy społeczności branżowej i sukcesywne jej poszerzanie. Portal cieszy się sporą popularnością zarówno na serwisie (Bukaciarnia.pl) jak i na Facebook'u (Funpage Bukaciarnia.pl). propagowanie wiedzy i doświadczeń wśród producentów bydła mięsnego skutkuje poprawą ekonomiki produkcji żywca wołowego oraz sprawia, że ten sektor produkcji staje się coraz bardziej popularny. Portal umożliwia hodowcom i producentom bydła mięsnego dostęp do uzyskania

fachowych porad, które są dopasowane indywidualnie do ich potrzeb. Dostęp do bezpłatnych porad eksperckich, forum oraz najnowszych wiadomości z sektora jest szczególnie istotny w przypadku młodych producentów żywca wołowego oraz osób, które dopiero rozpoczynają pracę w tym sektorze produkcji. Głównym celem zadania była popularyzacja portalu Bukaciarnia.pl oraz jego profilu na Facebook'u poprzez prowadzenie serwisu oraz uczestnictwo w różnych wydarzeniach branżowych. Portal stanowi bardzo ważne źródło wiedzy dla producentów żywca wołowego. Jest cennym źródłem ogłoszeń, aktualności, wydarzeń rolniczych, porad i artykułów eksperckich oraz najnowszych notowań cen z rynku mięsa wołowego w Polsce i Unii Europejskiej.

### Polska Wołowina- Wołowina z przyszłością

#### OCENA ZADANIA

Osiągniętym celem uczestnictwa w wydarzeniach było bezpośrednio dotarcie do grupy rolników, hodowców i przedsiębiorców oraz przekonywano ich do produkcji opasów bydła ras mięsnych oraz mieszańców mięsnych, w tym również zgodnie ze Standardami Systemu QMP. Pracownicy PZPBM informowali o aktualnych trendach cenowych oraz koniunkturze w branży. Przekazywano informacje o tym, jakie możliwości daje produkcja w danym systemie: możliwość sprzedaży do certyfikowanych ubojni w wyższej cenie. Podczas wystaw prezentowano bydło krzyżówkowe polskiego HF, PCB z wybranymi buhajami ras mięsnych. Równolegle odbywała się degustacja wołowiny QMP, której celem było przedstawienie osobom odwiedzającym targi punktu widzenia konsumenta, który większym zaufaniem i zainteresowaniem darzy produkty certyfikowane. Podczas wystaw Polskie Zrzeszenie Producentów Bydła Mięsnego dysponowało dużą powierzchnią. Stoiska cieszyły się ogromnym zainteresowaniem hodowców i producentów bydła mięsnego, licznym gościom z branży oraz konsumentom wołowiny, którzy brali udział w degustacji.

Promocja polskiej wołowiny podczas Misji Wysokiego Szczębla Komisarza Phila Hogana

#### OCENA ZADANIA

W ramach realizacji zadania reprezentant sektora wołowiny wziął udział w misji wysokiego szczębla Komisarza Phila Hogana. Podczas Misji odbyły się seminaria biznesowe, wizyty w sieciach handlowych oraz spotkania B2B. Podczas licznych sesji konferencyjnych poruszone zostały tematy związane z trendami konsumenckimi, przyszłością i rozwojem handlu czy też kwestiami dotyczącymi bezpieczeństwa żywności w Chinach. Celem tej wizyty było ułatwienie wymiany i zawierania umów



między europejskimi i chińskimi przedsiębiorstwami działającymi w sektorze rolno-spożywczym, przy jednoczesnym czerpaniu korzyści z istniejącej obecności europejskich produktów rolno-spożywczych na chińskim rynku. Ważnym elementem wizyty w Chinach był udział w targach SIAL 2018 w Szanghaju. SIAL China to największa wystawa w branży spożywczej w Azji, jej edycja 2016 przyciągnęła 101 134 odwiedzających i 3200 wystawców z 67 krajów. Celem było umożliwienie towarzyszącym producentom europejskim spotkania nie tylko z potencjalnymi partnerami z lokalnego rynku, ale także z przedstawicielami sektora rolno-spożywczego z całego kontynentu. Program zajęć obejmował seminaria poświęcone charakterystyce lokalnego rynku i trendom konsumenckim, w tym e-commerce, kanałom dystrybucji, wizytom handlowym, możliwościom nawiązywania kontaktów B2B i odwiedzinom SIAL.

#### Analiza możliwości szerszego wykorzystania polskich buhajów ras mięsnych w krzyżowaniu towarowym w oparciu o badania DNA

##### OCENA ZADANIA

Polskie Zrzeszenie Producentów Bydła Mięsnego przy współpracy z Polskim Związkiem Hodowców i Producentów Bydła Mięsnego realizuje projekt „Analiza możliwości szerszego wykorzystania polskich buhajów ras mięsnych w krzyżowaniu towarowym w oparciu o badania DNA”.

Projekt ten zakłada określenie potencjału genetycznego uprzednio wyselekcjonowanych buhajów ras mięsnych poprzez przeprowadzenie badań DNA. Celem projektu było określenie potencjału genetycznego buhajów hodowanych w Polsce i udowodnienie, iż nie ustępują jakością towarowi importowanemu. Na podstawie przeprowadzonej analizy wyselekcjonowanych zostało 30 buhajów. Po otrzymaniu pisemnej zgody od właścicieli zwierząt umówione zostały wizyty w gospodarstwach, gdzie pod nadzorem pracownika PZPBM pobrany został od buhajów materiał w postaci sierści z ogona zwierzęcia wraz z cebulkami do analizy DNA. Próbkki zostały wysłane do laboratorium Neogen Corporation w Wielkiej Brytanii. Wyniki badań dostępne będą w roku 2019.

#### Wzmocnienie mocy marketingowych w sektorze wołowiny poprzez dobrowolne standardy rozbioru, bezpieczeństwa i higieny część II

##### OCENA ZADANIA

W ramach dotychczas prowadzonych prac i już ukończonych prac na forum Organizacji Narodów Zjednoczonych został przyjęty dokument “Eating quality - draft guidelines for eating quality research referring to the UNECE bovine standard”, w opracowaniu

którego Zrzeszenie było liderem. Dokument został opublikowany na stronie Organizacji Narodów Zjednoczonych pod adresem <https://www.unece.org/index.php?id=47825>.

Wsparcie promocyjne polskiej wołowiny kulinarnej na rynkach eksportowych Francji i Niemiec.

#### OCENA ZADANIA

W ramach zadania wykonano działania informacyjno- promocyjne dla dystrybutorów w kraju i za granicą:

Podczas międzynarodowych targów SIAL delegacja Polskiego Zrzeszenia Producentów Bydła Mięsnego tworzyła polskie stoisko na prestiżowych targach w Paryżu, w ramach którego zaprezentowana została certyfikowana wołowina QMP oraz rozdystrybuowano foldery o mięsie QMP, udzielono informacji o promocji itp.

Na rynku Niemieckim nawiązano kontakty z dystrybutorem, zainteresowanym promocją certyfikowanej jakości mięsa wołowego QMP.

W czasie trwania zadania pozyskano dystrybutora na nowych rynkach zbytu, zbudowano pozytywny wizerunek mięsa wołowego wysokiej gwarantowanej jakości QMP poprzez spotkania z dystrybutorami . Kreowano również modę na wołowinę produkowaną z bydła ras mięsnych i mieszańców w krajowym systemie jakości QMP a także upowszechniano wiedzę na temat systemu QMP oraz zalety wołowiny produkowanej w systemie QMP;

Kampania Medialna QMP – HORECA, HANDEL & Konsument

#### OCENA ZADANIA

W ramach zadania przeprowadzona została seria akcji informacyjno-promocyjnych:

Opracowana została koncepcja kampanii w tym: big idea kampanii, strategia działania, grupy docelowe oraz rynki docelowe kampanii. Główne cele do zrealizowania w ramach kampanii, metody i narzędzia pozyskania uczestników kampanii, działania promocyjne dedykowane poszczególnym grupom docelowym HoReCa. Pozyskano do udziału w kampanii osoby opiniotwórczej, uznanej w branży HoReCa, eksperta do wywiadów oraz advertoriali – Pana Jarosława Uścińskiego. Dokonano również publikacji w magazynach branżowych.

## **Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy RP**

### **Wołowina wizytówką polski na targach Agrobalt na Litwie**

#### **OCENA ZADANIA**

Podczas Targów Agrobalt, na stoisku Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi odbywały się pokazy kulinarne promujące wysokiej jakości polską wołowinę. Odwiedzający stoisko Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi mogli na własne oczy zobaczyć i nauczyć się w jaki sposób przygotowywać pyszne oraz smakowite dania oparte na polskiej wołowinie. Po przygotowaniu potraw, były one przekazywane do degustacji.

Celem działań promocyjnych podczas Targów Agrobalt był wzrost wiedzy grup docelowych na temat polskiego mięsa wołowego oraz dostępności polskiej oferty eksportowej w tym zakresie poprzez informowanie o wysokiej jakości polskim mięsie wołowym i degustacji produktów oraz zwiększenie sprzedaży polskiego mięsa wołowego oraz przetworów z wołowiny za granicę, w tym do Unii produktów.

Ponadto 7 200 osób odwiedzających Targi miało możliwość dokonać degustacji dań przygotowanych na bazie polskiej wołowiny.

Z danych uzyskanych z Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi wynika że ponad 128 osób będących gośćmi na stoisku Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi było zainteresowanych nawiązaniem kontaktów handlowych związanych z mięsem wołowym.

### **Wołowina wizytówką Polski na targach Grune Woche w Berlinie**

#### **OCENA ZADANIA**

Podczas Międzynarodowych Targów GruneWoche w Berlinie, na stoisku Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi odbywały się pokazy kulinarne promujące wysokiej jakości polską wołowinę. Odwiedzający stoisko Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi mogli na własne oczy zobaczyć i nauczyć się w jaki sposób przygotowywać pyszne oraz smakowite dania oparte na polskiej wołowinie. Po przygotowaniu potraw, były one przekazywane do degustacji.

Celem działania promocyjnego podczas Targów GruneWoche był wzrost wiedzy grup docelowych na temat polskiego mięsa wołowego oraz dostępności polskiej oferty eksportowej w tym zakresie poprzez informowanie o wysokiej jakości polskim mięsie wołowym i degustacji produktów oraz zwiększenie sprzedaży polskiego mięsa wołowego oraz przetworów z wołowiny za granicę, w tym do Unii Europejskiej oraz do krajów trzecich, poprzez rozmowy handlowe połączone z degustacją polskich produktów.

Z danych uzyskanych z Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi wynika że ponad 500 osób będących gośćmi na polskim stoisku było zainteresowanych nawiązaniem kontaktów handlowych związanych z mięsem wołowym.

#### Mięsna Arena z wołowiną

##### OCENA ZADANIA

Impreza promocyjna „Mięsna Arena z wołowiną” zorganizowana została przez Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy RP w dniu 24 sierpnia 2018 roku w Kołobrzegu na skwerze przy Latarni Morskiej.

Z uwagi na wysoką frekwencję podczas imprezy: około 1 - 1,5 tys. osób oraz bardzo dobre oceny w przekazach prasowych jak i pozytywne reakcje na atrakcje kulinarne, podczas których wydano 700 porcji, a także na uznanie w środowisku producentów, przetwórców mięsa i hodowców, należy uznać imprezę „Mięsna Arena z wołowiną” za udaną.

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

#### Wołowina wizytówką Polski na targach Polagra food 2018

##### OCENA ZADANIA

Podczas Międzynarodowych Targów Poznańskich, na stoisku Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi odbywały się pokazy kulinarne promujące wysokiej jakości polską wołowinę. Odwiedzający stoisko Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi mogli na własne oczy zobaczyć i nauczyć się w jaki sposób przygotowywać pyszne oraz smaczne dania oparte na polskiej wołowinie. Po przygotowaniu potraw, były one przekazywane do degustacji.

Celem działań promocyjnych podczas Targów Polagra Food 2018 był wzrost wiedzy grup docelowych na temat polskiego mięsa wołowego oraz dostępności polskiej oferty eksportowej w tym zakresie poprzez informowanie o wysokiej jakości polskim mięsie wołowym i degustacji produktów oraz zwiększenie sprzedaży polskiego mięsa wołowego oraz przetworów z wołowiny za granicę, w tym do Unii Europejskiej oraz do krajów trzecich, poprzez rozmowy handlowe połączone z degustacją polskich produktów.

#### Wołowina wizytówką Polski na targach Alimentaria w Barcelonie oraz Food & Hotel Asia w Singapurze

##### OCENA ZADANIA

Podczas Międzynarodowych Targów Alimentaria w Barcelonie, na stoisku Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi odbywały się pokazy kulinarne promujące wysokiej jakości polską wołowinę. Odwiedzający stoisko Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi mogli na własne oczy zobaczyć i nauczyć się w jaki sposób przygotowywać pyszne oraz smakowite dania oparte na polskiej wołowinie. Po przygotowaniu potraw, były one przekazywane do degustacji.

Celem działań promocyjnych podczas Targów Alimentaria w Barcelonie oraz Food & Hotel Asia w Singapurze był wzrost wiedzy grup docelowych na temat polskiego mięsa wołowego oraz dostępności polskiej oferty eksportowej w tym zakresie poprzez informowanie o wysokiej jakości polskim mięsie wołowym i degustacji produktów oraz zwiększenie sprzedaży polskiego mięsa wołowego oraz przetworów z wołowiny za granicę, w tym do Unii Europejskiej oraz do krajów trzecich, poprzez rozmowy handlowe połączone z degustacją polskich produktów.

Tegoroczne Targi Alimentaria w Barcelonie oraz Food & Hotel Asia w Singapurze, według informacji uzyskanych z Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi odwiedziło:

Targi Alimentaria w Barcelonie – 140 524 osób ze 157 krajów,

Targi Food & Hotel Asia w Singapurze – 81 896 osób ze 100 krajów.

Szacuje się, że 70% osób odwiedzających poszczególne targi odwiedziło również stoisko Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi, na którym mieli możliwość obejrzenia pokazów kulinarnych oraz zetknięcia się z informacjami o wysokiej jakości polskim mięsie wołowym. Ponadto 8 000 osób odwiedzających Targi Alimentaria w Barcelonie oraz 7 200 osób odwiedzających Targi Food & Hotel Asia w Singapurze miało możliwość dokonać degustacji dań przygotowanych na bazie polskiej wołowiny. Z danych uzyskanych z Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi wynika że ponad 298 osób będących gośćmi na polskim stoisku podczas Targów Food & Hotel Asia oraz ponad 302 osoby będące gośćmi na polskim stoisku podczas Targów Alimentaria w Barcelonie było zainteresowanych nawiązaniem kontaktów handlowych związanych z mięsem wołowym.

Lato z wołowiną na talerzu

#### OCENA ZADANIA

W ramach kampanii promującej mięso wołowe zrealizowana została produkcja 4 odcinków „Magazyn rolniczy – lato z wołowiną na talerzu” o następującej tematyce:

1. Historia hodowli bydła mięsnego w Polsce. Krowy mleczne i woły dały początek. Jakość, walory i smaki.
2. Wołowina kiedyś a dziś. Jak odbudować spożycie z lat osiemdziesiątych.

3. Tajemnica sukcesu polskiej wołowiny. O jakości wołowiny decydują sposoby żywienia.

4. Wielkie grillowanie. Od producenta do stołu.

Emisje w/w odcinków odbyły się w dniach 5 lipca, 19 lipca, 9 sierpnia oraz 23 sierpnia 2018 na antenie TVP 1 o godzinie 12:25. W trakcie realizacji zadania zrealizowany został również kącik kulinarny w jednym wydaniu programu śniadaniowego – „Pytanie na śniadanie” w dniu 28 czerwca 2018 roku.

W ramach „Pytania na śniadanie” informacje promujące polskie mięso wieprzowe umieszczone zostały również na fun pagach w/w programu (stronie internetowej [www.pytanienasniadanie.tvp.pl](http://www.pytanienasniadanie.tvp.pl), facebooku oraz Instagramie).

Po emisji odcinków na antenie TVP 1 zostały one umieszczone na stronie internetowej [www.vod.tvp.pl](http://www.vod.tvp.pl).

Oglądalność poszczególnych odcinków "Lato z wołowiną na talerzu" przedstawiała się następująco:

<b>odcink i</b>	<b>oglądalność</b>
1	320 360
2	435 419
3	465 039
4	474 395

Sztuka z mięsa, czyli wół z wolna ale porządnie.

#### OCENA ZADANIA

Program „Sztuka z mięsa, czyli wół z wolna ale porządnie” był połączeniem kulinarnego show i programu edukacyjnego. Prowadzącą program była Iwona Komisarek – dziennikarka telewizyjna i radiowa a w kuchni gotowali: Agata Jędraszczak – blogerka kulinarna, Bartłomiej Witkowski – profesjonalny kucharz, uczestnik programu „Top

Chef". W ramach akcji promocyjnej powstało 5 odcinków, które trwały około 23 minut, w których pokazywany był sposób przyrządzania potraw z różnych części wołowiny:

Odcinek 1 – rozbratel

Odcinek 2 – antrykot

Odcinek 3 – cielęcina

Odcinek 4 – polędwica wołowa

Odcinek 5 – podroby wołowe

Nagrania do programu odbywały się w marcu i kwietniu 2018 roku. Odcinki zostały wyemitowane na antenie TVP 3 Bydgoszcz w następujących terminach:

Odcinki były publikowane w internecie tuż po emisji. Można je zobaczyć pod następującym linkiem:

<http://wieprzapieprzem.pl/obejrzyj-online.html>

W celu zwiększenia zainteresowania akcją promocyjną zostało utworzone konto na Facebooku oraz na YouTube, na którym były umieszczane ciekawostki o programie oraz przepisy wykorzystane w poszczególnych odcinkach.

Oglądalność odcinków "Sztuka z mięsa, czyli wół z wolna ale porządnie" przekroczyła 1 326 tyś

Zadanie udostępniło mieszkańcom Polski sprawdzone informacje z zakresu konsumpcji mięsa wołowego, poszerzyło wiedzę uczniów ponadgimnazjalnych szkół spożywczych z zakresu obróbki i konsumpcji mięsa wołowego; rozbudziło zainteresowania widzów regionalnej telewizji TVP3 audycjami o charakterze edukacyjno-informacyjnym w dziedzinie konsumpcji mięsa wołowego, oraz zwiększyło zainteresowania internautów odwiedzających stronę internetową materiałami o charakterze edukacyjno-informacyjnym w dziedzinie konsumpcji mięsa wołowego.

Uczta u Neptuna. Mięso wołowe z Pomorza

#### OCENA ZADANIA

Impreza promocyjna „Uczta u Neptuna. Mięso wołowe z Pomorza” zorganizowana przez Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy RP odbyła się w dniu 18 sierpnia 2018 roku w Gdańsku na Targu Węglowym w ramach Jarmarku Św. Dominika. Działania związane z przygotowaniem i realizacją imprezy obejmowały m.in. opracowanie koncepcji imprezy, opracowanie scenariusza imprezy, opracowanie działań promocyjnych, przygotowanie oprawy wizualnej oraz projektów wydawnictw.

Z uwagi na wysoką frekwencję podczas imprezy: około 7 tys. osób oraz bardzo dobre oceny w przekazach prasowych jak i pozytywne reakcje na atrakcje kulinarne, podczas których wydano 5 000 porcji, a także na uznanie w środowisku producentów, przetwórców mięsa i hodowców, należy uznać imprezę „Uczta u Neptuna. Mięso wołowe z Pomorza” za udaną.

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

### Wielkanoc Mięsne Święta Polska Tradycja – wołowina na polskim stole

#### OCENA ZADANIA

Akcja promocyjna „Wielkanoc Mięsne Święta Polska Tradycja – Wołowina na wielkanocnym stole” zorganizowana przez Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy RP odbyła się w dniach: 23-25 marca 2018 Międzynarodowe Targi Poznańskie, podczas Targów Edukacyjnych, 26 marca 2018 siedziba Polskiej Agencji Prasowej, przy ul. Brackiej w Warszawie.

W Poznaniu akcja promocyjna była zlokalizowana na zewnątrz przy pawilonie nr 15 na terenie Międzynarodowych Targów Poznańskich. Jej najważniejszym elementem był Wołowy Stół Wielkanocny odpowiednio udekorowany świątecznie, z zastawą, zaopatrzony w tradycyjne polskie produkty wielkanocne.

II część Projektu „Wielkanocny Wołowy Stół dla Dziennikarzy Krajowych i Zagranicznych”, 26 marca 2018 siedziba Polskiej Agencji Prasowej, przy ul. Brackiej w Warszawie. Działanie zostało zorganizowane w formule śniadania wielkanocnego połączonego z Konferencją Prasową. Z jednej strony było to podsumowanie całej akcji „Wielkanoc Mięsne Święta Polska Tradycja. Wołowina na wielkanocnym stole” dla mediów, z drugiej zaś - swoista promocja polskich wołowych wyrobów wędliniarskich związanych z naszą tradycją wielkanocną. Adresatem działań byli dziennikarze i korespondenci z zagranicy akredytowani w Polsce.

### Wołowina wizytówką Polski na targach World Food w Kazachstanie.

#### OCENA ZADANIA

Podczas Targów World Food Kazachstan, na stoisku Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi odbywały się pokazy kulinarne promujące wysokiej jakości polską wołowinę. Odwiedzający stoisko Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi mogli na własne oczy



zobaczyć i nauczyć się w jaki sposób przygotowywać pyszne oraz smaczne dania oparte na polskiej wołowinie. Po przygotowaniu potraw, były one przekazywane do degustacji.

Podczas targów zwiedzający mogli spróbować następujących potraw: gulasz wołowy z udźca z kaszą gryczaną, tatar wołowy z polędwicy wołowej, ogórkiem, pieczarką i cebulką, rosół z wołowiną na kości, stek z antrykotu b/k lub rostbefu b/k z kaszą gryczaną i warzywami, burger wołowy. Celem działań promocyjnych podczas Targów World Food Kazachstan był wzrost wiedzy grup docelowych na temat polskiego mięsa wołowego oraz dostępności polskiej oferty eksportowej w tym zakresie poprzez informowanie o wysokiej jakości polskim mięsie wołowym i degustacji produktów oraz zwiększenie sprzedaży polskiego mięsa wołowego oraz przetworów z wołowiny za granicę, w tym do krajów trzecich, poprzez rozmowy handlowe połączone z degustacją polskich produktów. Targi World Food Kazachstan, według informacji uzyskanych z Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi odwiedziło – 20 000 osób.

Szacuje się, że 85% osób odwiedzających targi odwiedziło również stoisko Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi, na którym mieli możliwość obejrzenia pokazów kulinarnych oraz zetknięcia się z informacjami o wysokiej jakości polskim mięsie wołowym. Ponadto 7 200 osób odwiedzających Targi World Food Kazachstan miało możliwość dokonać degustacji dań przygotowanych na bazie polskiej wołowiny. Z danych uzyskanych z Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi wynika że ponad 172 osoby będące gośćmi na polskim stoisku podczas Targów World Food Kazachstan było zainteresowanych nawiązaniem kontaktów handlowych związanych z mięsem wołowym.

### Złota Polska jesień z wołowiną

#### OCENA ZADANIA

W ramach kampanii promującej mięso wołowe zrealizowana została produkcja 4 odcinków „Magazyn rolniczy – złota polska jesień z wołowiną” o następującej tematyce:

1. Współczesne rasy bydła mięsnego w Polsce. Jakie rasy dobrać do naszych warunków. Z wizytą u hodowców.
2. Rozbiór tuszy to podstawa. Na co przeznaczyć poszczególne elementy i dlaczego.

3. Sezonowanie i dojrzewanie mięsa wołowego. Jak to wpływa na jakość.
4. Gdzie szukać dobrej wołowiny. Na co zwracać uwagę by potrawa spełniała nasze oczekiwania.

Emisje w/w odcinków odbyły się w dniach 17 września, 24 września, 15 października oraz 12 listopada 2018 na antenie TVP 1 o godzinie 12:25.

W trakcie realizacji zadania zrealizowany został również kącik kulinarny w jednym wydaniu programu śniadaniowego – „Pytanie na śniadanie” w dniu 13 listopada 2018 roku.

W ramach „Pytania na śniadanie” informacje promujące polskie mięso wieprzowe umieszczone zostały również na fun pagach w/w programu (stronie internetowej [www.pytanienasniadanie.tvp.pl](http://www.pytanienasniadanie.tvp.pl), facebooku).

Po emisji odcinków na antenie TVP 1 zostały one umieszczone na stronie internetowej [www.vod.tvp.pl](http://www.vod.tvp.pl).

Oglądalność poszczególnych odcinków "Złota polska jesień z wołowiną" przedstawiała się następująco:

<b>odcinki</b>	<b>oglądalność</b>
1	273 380
2	532 559
3	376 342
4	429 597

## **STOWARZYSZENIE INNOWATORÓW WSI**

Promocja mięsa wołowego podczas XXIV Regat o Błękitną Wstęgę Jeziorska.

### **OCENA ZADANIA**

Zadanie zostało zrealizowane zgodnie z harmonogramem. Promocję wołowiny wspierał dietetyk, który udzielał informacji na temat spożywania mięsa wołowego oraz

przedstawiał zalety i wartości odżywcze diety opartej o mięsie wołowym. W ramach zadania zorganizowano konkursy, warsztaty plastyczne dla dzieci, których motywem przewodnim był świat zwierząt. W czasie imprezy rozdawano materiały promocyjne. Zdaniem organizatorów udało się zmienić świadomość odwiedzających, iż mięso wołowe nie jest trudne w przygotowaniu oraz jak je dobrać do poszczególnych potraw aby uzyskać walory smakowe.

Zdrowe Nawyki Żywieniowe kształtujemy od najmłodszych lat

#### OCENA ZADANIA

Zadanie zrealizowano na terenie ZOO SAFARI w Borysewie, gdzie zorganizowano degustację potraw z grilla na bazie mięsa wołowego dla uczestników obchodów Dni Zdrowej Wołowiny Ziemi Łódzkiej. Celem zadania było utrzymanie wysokiego wskaźnika konsumpcji mięsa wołowego. W tym celu odbyła się degustacja polskiej wołowiny. Uczestnicy mogli dowiedzieć się od kucharza dlaczego należy włączyć mięso wołowe do swojej diety i dlaczego warto kupować wołowinę od producentów z Polski.

#### **Związek Polskie Mięso**

Polagra 2018

#### OCENA ZADANIA

W ramach realizacji zadania zbudowano stoisko wystawiennicze o powierzchni 432 m<sup>2</sup>, gdzie zaprezentowano wyroby polskich producentów. Przez trzy dni targowe zorganizowano 6 pokazów kulinarnych na żywo, które prowadził szef kuchni (każdego dnia po dwa pokazy). Podczas pokazów kucharz wyjaśniał z jakiej tuszy pochodził dany element, do czego może zostać wykorzystany oraz w jaki sposób go przygotować. Po pokazach przeprowadzono degustację przygotowanych potraw. Podczas targów zorganizowano na stoisku spotkanie z przedstawicielami zagranicznych mediów, którym przekazano informacje na temat polskiej wołowiny, a także zaserwowano degustacje dań opartych na polskiej wołowinie. Zrealizowano cele zadania poprzez zacieśnienie współpracy handlowej z klientami, nawiązano nowe relacje handlowe z firmami krajowymi oraz kupcami z zagranicy.

Akcje promocyjno- informacyjne dla uczniów szkół gastronomicznych stawiam na  
wołowinę

#### OCENA ZADANIA

Celem zadania było doksztalcanie uczni6w szk61 gastronomicznych w zakresie wykorzystania polskiego mi6sna wo1owego. „Stawiam na wo1owin6!” to cykl warsztat6w zrealizowanych w szko1ach gastronomicznych na terenie naszego kraju, w systemie jednolnolowym. Pod okiem Marcina Budyneka, do1wiadczonego szefa kuchni, specjalizuj6cego si6 w przygotowywaniu potraw z mi6sna, uczniowie zdobywali wiedz6 i do1wiadczenie przydatne w p61niejszej pracy zawodowej. Ka1de kulinarne spotkanie podzielone zosta1o na dwa etapy: teoretyczny wyk1ad dotycz6cy jako1ci i warto1ci od1ywczej mi6sna wo1owego oraz praktyczne warsztaty kulinarne.

W trakcie wyk1ad6w uczniowie mogli zapozna1 si6 z charakterystyk61 wysokiej jako1ci wo1owiny kulinarnej. Om6wione zosta1y r6wnie1 najpopularniejsze rasy byd1a, charakterystyczne dla polskich hodowli. Ponadto, merytoryczna prelekcja podkre1i1a od1ywcze w1a1ciwo1ci mi6sna wo1owego oraz przybli1y1a istot61 jego obr6bki kulinarnej. Podczas wyk1adu szef kuchni Marcin Budynek zaprezentowa1 uczniom poszczególne, kulinarne elementy wo1owe, omawiaj6c szerzej ka1dy z nich. W cz61ci warsztatowej udzia1 brali najlepsi uczniowie danej plac6wki, podzieleni na zespo1y. Dla niekt6rych m16dych kucharzy by1a to pierwsza okazja do pracy z polsk61 wo1owin61. Pokazuje to jak wa1ne jest szkolenie m16dzie1y gastronomicznych szk61 1rednich, tak by w przysz1o1ci mog1a ona budowa1 restauracyjny potencja1 Polski oraz przyrz6dza1 mi6sno w odpowiedni spos6b, wydobywaj6c z niego zar6wno warto1ci od1ywcze jak i unikalne walory smakowe. W ramach filmiku podsumowuj6cego cykl szkole1 „Stawiam na wo1owin6!” uczniowie opowiedzieli o wra1eniach z warsztat6w oraz wyniesionych umiej6tno1ciach. Warto1c1 projektu podkre1ili r6wnie1 nauczyciele wskazuj6c, 1e by1 to merytoryczny wk1ad w wiedz6 oraz kreatywno1c1 uczni6w.

#### UECBV

#### OCENA ZADANIA

Dzi6ki szerokiemu zasi6gowi dzia1ania z cz1onkostwa w UECBV korzysta ca1a bran1a mi6sna. Sta1y kontakt umo1liwia nawi6zywanie sta1ych relacji, dzi6ki kt6rym reprezentacja szczebla europejskiego jest obecna w1r6d polskiej bran1y mi6snej. Dzi6ki temu nast6puje podniesienie konkurencyjno1ci polskiej wo1owiny oraz budowania na rynkach zagranicznych pozycji Polski jako silnego partnera.

#### **Og6lnopolskie Stowarzyszenie Przetw6rc6w i Producent6w Produkt6w Ekologicznych "Polska Ekologia**

"BIOFACH 2018 - Promocja polskich produkt6w rolnictwa ekologicznego w Europie

#### OCENA ZADANIA

Ważna impreza promocyjna, w czasie której prezentowano zintegrowaną promocję polskich produktów rolnictwa ekologicznego w formie nowoczesnego stoiska informacyjnego połączoną z pokazami, degustacjami oraz spotkaniami z grupami docelowymi projektu.

### Polska jakość od morza do Tatr

#### OCENA ZADANIA

Organizacja 16 imprez promocyjnych w każdym z 16 województw, gdzie promowana była polska żywność z danego regionu, głównie z systemów jakości i PDŻ. Właściwe wykonanie założonych zadań.

### Niepodległa Polska Smakuje

#### OCENA ZADANIA

Cykl imprez z cyklu Niepodległa Polska Smakuje pokazał jakim wielkim zainteresowaniem cieszy się polska żywność wysokiej jakości, a zwłaszcza polska kuchnia. Na wszystkich sześciu imprezach na gości czekały podobne atrakcje, m.in. konkurs kulinarny dla uczniów szkół o profilu gastronomicznym. Projekt „Niepodległa Polska Smakuje” miał za zadanie pokazanie zarówno Polakom, jak też zagranicznym odbiorcom polskich produktów, a uświadamiając o ich wysokiej jakości i tradycyjnych recepturach, skłonić do decyzji o zakupie. Polski Pawilon Historyczny Niepodległa; jak i za granicą przez goszczenie na pokładzie słynnego i przepięknego żaglowca „Dar Młodzieży”.

„Dar Młodzieży” pełnił rolę niejako ambasadora Rzeczypospolitej, urządzając polskie przyjęcia narodowe pod nazwą Polska Niepodległa.

Działania promujące zalety polskiego rolnictwa i przetwórstwa zostały w szczególności oparte na pokazaniu produktów posiadającym certyfikaty wysokiej jakości z wielu sektorów gospodarki żywnościowej, między innymi wyrobów pochodzące z upraw ekologicznych. Po raz pierwszy doskonały rezultat dało zjednoczenie sześciu funduszy promocji: mięsa wołowego, owczego, wieprzowego, drobiowego, owoców i warzyw, które finansowo wsparły to wieloetapowe przedsięwzięcie.

W Polsce przeprowadzono kampanię promującą historię polskiego rolnictwa oraz polskiej kuchni podczas najważniejszych plenerowych imprez krajowych, w tym:

1. Już wspaniale przeprowadzony piknik Poznaj Dobrą Żywność w Warszawie;
2. XXV Regionalna Wystawa Zwierząt Hodowlanych i Dni z Doradztwem Rolniczym Szepietowo;
3. Narodowa Wystawa Rolnicza na Służewcu;
4. Międzynarodowe Targi Rolno-Przemysłowe AGRO-TECH w Minikowie;
5. Krajowe Wystawy Bydła Simentalskiego w Rudawce Rymanowskiej;

6. Targi Agro Eko Turystyczne w Augustowie;
7. Dożynki Jasnogórskie w Częstochowie.

„Bycie fit jest git”

#### OCENA ZADANIA

„Bycie fit jest git” to projekt współfinansowany przez Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa oraz Fundusz Promocji Mięsa Wieprzowego, Fundusz Promocji Mięsa Wołowego, Fundusz Promocji Ryb oraz Fundusz Promocji Owoców i Warzyw. Akcja była skierowana do ludzi młodych, aby zwiększyć ich świadomość z zakresie odżywiania. W czasie warsztatów uczniowie dowiedzieli się, jak powinna wyglądać prawidłowo zbilansowana dieta, jakie wartości odżywcze możemy znaleźć w poszczególnych gatunkach ryb, mięsa, owoców i warzyw, jak prawidłowo poddawać te produkty obróbce termicznej, by zachowały zawarte w nich witaminy i minerały oraz czym się kierować przy ich zakupie. Uczestnicy warsztatów, słuchając wykładów, jednocześnie mogli się przekonać, jak smakują polecane produkty. Uczniowie mieli okazję zjeść wysokoenergetyczną, śniadaniową sałatkę, wołowe kabanosy, ekologiczne jabłka oraz wypić sok z aronii. Głównym założeniem projektu było zorganizowanie akcji profilaktycznych dających możliwość monitoringu stanu zdrowia społeczeństwa oraz edukacji w kierunku zdrowego żywienia. Akcje odbyły się w Pieniążkowie 18 listopada oraz w Wildze 9 grudnia i były promowane artykułami w lokalnych mediach. Oba spotkania cieszyły się dużą popularnością i wielu mieszkańców skorzystało z możliwości bezpłatnego ocenienia stanu zdrowia oraz uzyskania porady lekarskiej i żywieniowej.

Dietetycy oraz lekarze stworzyli specjalne algorytmy oraz gotowe jadłospisy oparte na lokalnych produktach, które promowano wśród pacjentów. Kształtowano patriotyzm konsumencki oraz udzielano merytorycznych porad. Przeprowadzono wykłady dla mieszkańców na temat roli modyfikacji stylu życia oraz sposobach na wprowadzenie skutecznych zmian skutkujących poprawą stanu ogólnego. W trakcie badań profilaktycznych monitorowano BMI, WHR, wykonywano EKG, pomiary ciśnienia tętniczego oraz glikemii i cholesterolu we krwi. Obecni w trakcie obu akcji lekarze stawiali diagnozy oraz kierowali do dietetyka, jeśli uznali, że nieprawidłowości mogą być korygowane dietą.

Edukacja studentów medycyny z zakresu zdrowego odżywiania.

## OCENA ZADANIA

W ramach projektu zorganizowano 3 warsztaty kulinarno-edukacyjne w różnych miejscach w Polsce, które cieszyły się ogromnym zainteresowaniem wśród studentów. Warsztaty odbyły się w Warszawie (23 listopada), Łodzi (26 listopada) oraz Poznaniu (15 grudnia). Każdorazowo wydarzenie odbywało się pod opieką lekarza, doświadczonego dietetyka i kucharzy. Warsztaty praktyczne poprzedzone były półtoragodzinną prelekcją lekarza i dietetyka, którzy tłumaczyli studentom zasadność modyfikacji jadłospisów pacjentów, wprowadzania wartościowych produktów wysokiej jakości do diety oraz przedstawiali natychmiastowe i długofalowe pozytywne skutki zmian dla zdrowia. W trakcie warsztatów przygotowywano potrawy ze specjalnie na każdą z okazji przygotowanego menu, przy użyciu świeżych, łatwo dostępnych produktów polskiego pochodzenia.

„Dni Polskiej żywności wysokiej jakości w Singapurze”

## OCENA ZADANIA

W ramach Projektu „Dni Polskiej Żywności Wysokiej Jakości w Singapurze w terminie 22-26 kwietnia 2018 r. zorganizowano 2 spotkania z grupami docelowymi, połączone z prezentacją i degustacją polskich produktów wysokiej jakości, w tym polskiego rolnictwa ekologicznego.

Pierwsze ze spotkań odbyło się w dniu 24 kwietnia o godzinie 19:00 w Hotelu Fullerton z udziałem przedstawicieli przedsiębiorstw handlowych i dystrybucyjnych z obszaru branży rolno-spożywczej, w szczególności zorientowane na rolnictwo ekologiczne, dystrybutorów, importerów, organizacje przedsiębiorców i stowarzyszenia gospodarcze ogólne i branżowe, restauratorów, gastronomię oraz z dziennikarzami.

Drugie spotkanie odbyło się w dniu 25 kwietnia. W spotkaniu uczestniczyli przedstawiciele środowiska biznesu oraz organizacji biznesowych. Przeprowadzone zostały prezentacje i degustacje produktów w formie bufetu obsługiwanego przez 2 szefów kuchni. Główne komunikaty kierowane do uczestników podczas spotkania zawierały informacje o sposobach produkcji ekologicznej w Polsce oraz dane wskazujące możliwości dokonywania zakupów tych produktów jak i informacje na temat wysokiej jakości polskich produktów rolnictwa ekologicznego, ich identyfikowalności, metod przygotowania i przyrządzania potraw na bazie tych produktów.

W ramach Projektu odwiedzono dwie sieci handlowe: Cold Storage oraz Fair Price. Spotkania w sieciach umożliwiły przeprowadzenie badania rynku. Rozmowy z przedstawicielem sieci pozwoliły na zrozumienie i głębsze poznanie warunków

dotyczących możliwości handlowych. Spotkania w sieciach stanowiły szkolenie merytoryczne na temat możliwości negocjacji cen, obwarowań co do opakowań.

## **Unia Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego.**

### Święto Wołowiny

#### OCENA ZADANIA

Celem zadania było zwiększenia wiedzy o walorach mięsa wołowego i prostych sposobach jego przyrządzenia, pozytywne skojarzenia na temat mięsa wołowego. Jak również wywołanie merytorycznej dyskusji z hodowców bydła i producentów wołowiny nt. możliwości rozwoju produkcji polskiej wołowiny oraz kulinarnej jakości wytwarzanego surowca. W czasie zadania przeanalizowano sytuację hodowców bydła rozmawiano o trendach na rynkach międzynarodowych omówiono tendencje koncentracji produkcji bydła. Przeprowadzono pokazy kulinarne wraz z pogadanką na temat przyrządzania potraw z mięsa wołowego.