

**Sprawozdanie rzeczowe z działań
zrealizowanych w ramach
Funduszu Promocji Mięsa
Wieprzowego
w roku 2020**

Lp.	Tytuł zadania	Nazwa podmiotu	Okres realizacji zadania	Ocena merytoryczna zadania
1	Marka Polskie Mięso/Polska Smakuje – kontynuacja	Związek POLSKIE MIĘSO	01.12.2019 – 31.12.2020	<p>Cel: Budowanie świadomości, że pochodzenie mięsa ma znaczenie i zachęcanie do zakupu polskiego mięsa</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Publikacja artykułów i lokowań w prasie, Internecie, a także w programach TV ➤ Opracowanie graficzne kampanii i jej koncepcji, nawiązującej do poprzednich edycji ➤ Konferencja prasowa otwierająca kampanię ➤ Prowadzenie strony www, będącej kontynuacją strony z poprzednich edycji projektu, w tym przedłużenie domeny, aktywna moderacja, prowadzenie kanałów social mediach w nawiązaniu do poprzednich edycji ➤ Organizacja aktywności dla dziennikarzy w formie spotkań promocyjno-informacyjnych ➤ Udział ekspertów i ambasadorów kampanii ➤ Badanie efektywności kampanii <p>Sukces zadania: Zwiększenie wiedzy i świadomości wśród konsumentów nt. zalet polskiego mięsa</p>
2	Udział w Targach SIAL Paryż 2020	Związek POLSKIE MIĘSO	1.08.2020 – 30.10.2020	<p>Cel: Promocja polskich producentów branży mięsnej na rynku europejskim</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Dzierżawa powierzchni wystawienniczej (201,87 m2) <p>Sukces zadania:</p>

				Wydzierżawienie powierzchni wystawienniczej w jednej z najlepszych dostępnych lokalizacji (pozostałe cele nie zostały osiągnięte w związku z rozprzestrzenianiem się wirusa SARS-COVID-19 i przełożeniem organizacji wydarzenia na rok 2022).
3	Mięso z Polski – Promocja na Targach Polagra Food	Związek POLSKIE MIĘSO	25.09.2020 – 31.10.2020	<p>Cel: Promocja producentów branży mięsnej</p> <p>Zakres działań: Organizacja wspólnej przestrzeni wystawienniczej „Mięso z Polski” podczas Targów Polagra Food umożliwiającej skuteczną promocję producentów z branży mięsnej. Organizacja objęła takie działania jak:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Wynajęcie powierzchni wystawienniczej ➤ Rejestracja wystawców ➤ Wniesienie opłat obowiązkowych za rejestrację ➤ Przygotowanie projektu zabudowy stoiska ➤ Zapewnienie obsługi cateringowej ➤ Organizacja gotowania na żywo połączona z degustacją ➤ Wynajęcie Asystentek do udzielania informacji i dystrybuowania materiałów promocyjnych <p>Sukces zadania: Dzięki realizacji zadania zostały podtrzymane relacje pomiędzy podmiotami z branży mięsnej oraz relacje handlowe z kontrahentami. Odwiedzający targi mieli okazję zapoznania się z szerokim asortymentem różnorodnych produktów. W wydarzeniu uczestniczyło 4 500 odwiedzających targi.</p>
4	Konferencja „Bezpieczeństwo żywności – nadzór, podział kompetencji oraz doświadczeń we współpracy pomiędzy służbami weterynaryjnymi a branżą mięsną”	Związek POLSKIE MIĘSO	02.11.2020 – 31.03.2021	<p>Cel: Organizacja cyklu trzech konferencji z zakresu bioasekuracji</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Organizacja dwóch wideokonferencji ➤ Organizacja jednej konferencji stacjonarnej

				<p>➤ Zakup pakietów bioasekuracyjnych dla rolników i myśliwych</p> <p>Sukces zadania: W ramach zadania zostało przeszkolonych 494 osób z zakresu bioasekuracji.</p>
5	Bycie Fit jest Git	Ogólnopolskie Stowarzyszenie Przetwórców i Producentów Produktów Ekologicznych „Polska Ekologia”	15.09.2019 - 29.02.2020	<p>Cel: Edukacja młodzieży dotycząca zalet systematycznego spożywania wieprzowiny</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Przeprowadzenie warsztatów w 30 szkołach podstawowych w czasie których: <ul style="list-style-type: none"> • informowano młodzież o walorach mięsach wieprzowego, produktach wytworzonych w ramach systemów jakości, • prowadzono degustacje innowacyjnych przetworów spożywczych • uczono jak komponować zbilansowaną dietę ➤ Przygotowanie i dystrybucja materiałów promujących ➤ Prowadzenie Fanpage-e projektu <p>Sukces zadania: Zwiększenie świadomości wśród młodzieży nt. zalet spożywania mięsa wieprzowego oraz podniesienie umiejętności komponowania zbilansowanej diety</p>
6	BIOFACH 2020- Promocja polskich produktów rolnictwa ekologicznego w Europie	Ogólnopolskie Stowarzyszenie Przetwórców i Producentów Produktów Ekologicznych „Polska Ekologia”	12.02.2020 - 15.02.2020	<p>Cel: Promocja mięsa wieprzowego produkowanego w systemie rolnictwa ekologicznego podczas targów Biofach 2020</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Organizacja stoiska informacyjno-promocyjnego na Międzynarodowych Targach BIOFACH 2020 w Norymberdze w tym: <ul style="list-style-type: none"> • organizacja pokazów kulinarnych z degustacją potraw • uczestnictwo w Gali Polskich Produktów Wysokiej Jakości • dystrybucja materiałów informacyjno-promocyjnych

				<ul style="list-style-type: none"> • organizacja na stoisku „Polskiego Wieczoru Wystawców” z udziałem przedsiębiorców, firm handlowych, producentów przedstawicieli samorządów, dziennikarzy <p>Sukces zadania: Zwiększenie świadomości wśród odwiedzających targi na temat korzyści wynikających ze spożywania produktów ekologicznych w tym ekologicznej wieprzowiny</p>
7	Rozwój i utrzymanie platformy internetowej wspierającej zdrowe odżywianie pacjentów	Ogólnopolskie Stowarzyszenie Przetwórców i Producentów Produktów Ekologicznych „Polska Ekologia	19.09.2019 - 31.05.2020	<p>Cel: Zwiększanie wiedzy konsumentów na temat racjonalnego odżywiania</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Prowadzenie portalu internetowego www.waznadieta.pl informującego o racjonalnym odżywianiu w tym: <ul style="list-style-type: none"> • opracowano kolejne jadłospisów dla konkretnych grup chorych • opracowano kolejne wytyczne dotyczące postępowania z pacjentami w oparciu o informacje dotyczące produktów wysokiej jakości • wdrożono kalkulatory i interaktywne skale • przygotowano serię 5 materiałów video do wykorzystania w ramach promocji portalu <p>Sukces zadania: Zwiększenie wiedzy wśród użytkowników portalu na temat zdrowego odżywiania</p>
8	Lubię to! Promocja polskiej wieprzowiny	Krajowa Rada Izb Rolniczych	01.07.2020 - 30.09.2020	<p>Cel: Promocja mięsa i przetworów w 100% pochodzących z polskich gospodarstw, zwrócenie uwagi konsumentów, na istotę właściwego i zdrowego odżywiania oraz rolę mięsa wieprzowego w codziennej diecie człowieka.</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Organizacja eventu promocyjnego w tym:

				<ul style="list-style-type: none"> • przygotowanie materiałów informacyjnych i promocyjnych, opracowanie i wykonanie plakatów, zaproszeń, materiałów reklamowych, banerów, • druk i dystrybucja - zaproszeń, plakatów, • przeprowadzenie konkursów tematycznych dotyczących wieprzowiny dla dzieci i dorosłych, • degustacja potraw przyrządzonych z polskiego mięsa wieprzowego, • wynajem terenu do realizacji zadania, <p>Sukces zadania: Zwiększenie wiedzy nt. zalet mięsa wieprzowego i jego przetworów</p>
9	Wieprzowina smaczna zdrowa dla każdego	Krajowa Rada Izb Rolniczych	01.08.2020 - 14.10.2020	<p>Cel: Promocja mięsa i przetworów w 100% pochodzących z polskich gospodarstw, zwrócenie uwagi konsumentów, na istotę właściwego i zdrowego odżywiania oraz rolę mięsa wieprzowego w codziennej diecie człowieka</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Organizacja dwóch eventów promocyjnych w tym: <ul style="list-style-type: none"> • opracowanie plakatów, banerów, rollupa, zaproszeń, ulotek. • druk plakatów, zaproszeń, broszur informacyjnych, rollupa oraz banerów. • przygotowanie produktów do degustacji oraz sama degustacja. • przeprowadzenie konkursów dla dzieci i dorosłych oraz zakup nagród. <p>Sukces zadania: Zwiększenie wiedzy nt. zalet mięsa wieprzowego i jego przetworów</p>
10				<p>Cel: Wzrost sprzedaży i konsumpcji wieprzowiny oraz zwiększenie świadomości i wiedzy wśród konsumentów (poprzez działania mające na celu informowanie o jakości i cechach/zaletach mięsa wieprzowego, w tym o systemach jakości uznanych przez Ministra Rolnictwa.</p>

	Wieprzowina na polskim stole	Krajowa Rada Izb Rolniczych	01.07.2020 - 31.12.2020	<p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Przeprowadzenie kampanii medialnej obejmującej: <ul style="list-style-type: none"> • 3x Program Pytanie na śniadanie • 2x Program Magazyn rolniczy • działania online: Jedz zdrowo (kolekcja VOD), Ekskluzywna zakładka Pytanie na śniadanie.tvp.pl <p>Sukces zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Zwiększenie zaufania do spożycia produktów wieprzowych ➤ wzrost zainteresowania konsumentów mięsem wieprzowym uzyskanym ze świń wyprodukowanych na terytorium Polski i utrzymanie poziomu sprzedaży wieprzowiny w 2020. ➤ Działania medialne pozwoliły na dotarcie z informacją do szerokiego grona odbiorców, zarówno do konsumentów, jak również do producentów trzody chlewnej w Polsce.
11	Pomorskie Pikniki Wieprzowe	Krajowa Rada Izb Rolniczych	04.05.2020 - 15.10.2020	<p>Cel: Promocja produktów oznaczonych znakiem Produkt Polski oraz zwiększenie świadomości i wiedzy konsumentów na temat wieprzowiny, poprzez działania mające na celu informowanie o jakości, cechach/ zaletach mięsa wieprzowego, w tym o systemach jakości uznanych przez Ministra Rolnictwa</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Organizacja dwóch imprez plenerowych, których celem była promocja produktów z wieprzowiny i zwiększenie świadomości i wiedzy nt. temat wieprzowiny w tym: <ul style="list-style-type: none"> • opracowanie i przygotowanie do druku oraz druk: ulotek, plakatów, zaproszeń, banerów, rollupów • wykonanie materiałów reklamowych • dystrybucja zaproszeń, ulotek, broszur

				<ul style="list-style-type: none"> • wykonanie/zakup produktów do degustacji • oprawa muzyczno-artystyczna, nagłośnienie • konkursy (organizacja, prowadzenie, zakup nagród) <p>Sukces zadania: Zwiększenie wiedzy nt. zalet mięsa wieprzowego i jego przetworów</p>
12	Wieprzomania	Krajowa Rada Izb Rolniczych	01.06.2020 - 17.09.2020	<p>Cel: Promocja mięsa i przetworów mięsnych w 100% pochodzących z polskich gospodarstw</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Organizacja eventu promocyjnego w tym: <ul style="list-style-type: none"> • przygotowanie materiałów informacyjnych i promocyjnych opracowanie i wykonanie plakatów, zaproszeń, materiałów reklamowych, banerów, rollup-ów • druk i dystrybucja publikacji, broszur, materiałów promocyjnych, zaproszeń, plakatów • przeprowadzenie konkursów dla dzieci i młodzieży • przeprowadzenie degustacji <p>Sukces zadania: Zwiększenie wiedzy nt. zalet mięsa wieprzowego i jego przetworów</p>
13	Szukaj i pytaj o polskie produkty II	Związek Zawody Rolników Ojczyzna	01.05.2020 - 30.09.2020	<p>Cel: Zwiększenie zainteresowania produktami wieprzowymi oznaczonymi logiem „PRODUKT POLSKI”</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Stoisko informacyjne kampanii na Targach Polagra Food ➤ Reklama na portalu społecznościowym Facebook ➤ Opracowanie graficzne i merytoryczne informatora/poradnika

				<ul style="list-style-type: none"> ➤ Opracowanie graficzne materiałów promocyjnych: gadżety/bilbordy, reklamy prasowej ➤ Prowadzenie i aktualizacja strony internetowej ➤ Sesja zdjęciowa polskich wyrobów, produktów w kompozycjach dla HoReCa i poradnika/informatora <p>Sukces zadania: Pierwszy etap zadania był etapem przygotowawczym i polegał głównie na przygotowaniu materiałów do kolejnego etapu.</p>
14	<p>Działania szkoleniowe w zakresie zapobiegania i ograniczenia rozprzestrzeniania ASF</p>	<p>Związek Zawody Rolników Ojczyzna</p>	<p>01.09.2020 - 31.12.2020</p>	<p>Cel: Zapobieganie i ograniczenie rozprzestrzeniania się ASF</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Opracowanie logotypu i hasła kampanii: Bioasekuracja. Zdrowa trzoda wolna od ASF ➤ W mediach społecznościowych –Facebook został uruchomiony fanapage kampanii promocyjnej ➤ Opracowano i uruchomiono stronę internetową www.trzodawolnaodasf.pl ➤ Zakup pakietów bioasekuracyjnych -400 sztuk ➤ Konsultacje eksperckie <p>Sukces zadania: Pierwszy etap zadania był etapem przygotowawczym i polegał głównie na przygotowaniu materiałów do kolejnego etapu.</p>

15	Promocja na rynku czeskim	Związek Zawody Rolników Ojczyzna	01.09.2020 - 31.12.2020	<p>Cel: Promocja mięsa wieprzowego na rynku czeskim</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Kampania Adwords ➤ Kampania Facebook ➤ Kreacja i projektowanie keyvisuali oraz propozycji materiałów graficznych i audiowizualnych do kanałów przekazu (prasa, radio, internet w tym również kanały social mediowe, tv, eventy lub wydarzenia) ➤ Organizacja szkoleń dla czeskich Influencerów na potrzeby promowania kampanii ➤ Prowadzenie strony internetowej i kanału FB social media ➤ Wydruk broszury promującej kuchnię polską <p>Sukces zadania:</p> <p>Dotarcie z przekazem kampanii w Internecie do grupy docelowej Republiki Czeskiej Kampania informacyjno-promocyjna na kanale Facebook dotarła do użytkowników w najbardziej zaangażowanej demografii</p>
16	Promocja wieprzowiny i jej przetworów wytwarzanych w ramach systemów jakości	Związek Zawody Rolników Ojczyzna	01.11.2020 - 31.01.2021	<p>Cel: Wzrost sprzedaży i konsumpcji wieprzowiny oraz zwiększenie świadomości i wiedzy wśród konsumentów o wieprzowinie i jej przetworach produkowanych w standardach systemów jakości: QAFP, PQS, Jakość Tradycja, Ekologia, GTS, ChOG.</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Opracowanie graficzne szablonu FB, broszury informacyjnej, obrendowania food trucka ➤ Uruchomienie profilu Facebook ➤ Zakup domeny internetowej https://wybornawieprzowina.pl ➤ Wynajem foodtruck z wyposażeniem oraz jego obrendowanie do kampanii ➤ Realizacja 6 eventów z promocją i degustacją wyrobów certyfikowanych ➤ Skład i druk broszury informacyjnej

				<p>Sukces zadania: Zwiększenie wiedzy konsumentów nt. mięsa wieprzowego i produktów z mięsa wieprzowego produkowanych w systemach jakości.</p>
17	Poznaj bogactwo smaków jakości QAFP	Unia Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego	07.01.2020 - 31.01.2020	<p>Cel: Promocja mięsa wieprzowego i wędlin QAFP</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Organizacja stoiska informacyjno-degustacyjnego podczas festiwalu Jedz Pij Warszawa w tym: <ul style="list-style-type: none"> • degustacja wędlin i potraw przygotowanych na wieprzowinie wyprodukowanej w Systemie QAFP • dystrybucja materiałów informacyjno-promocyjnych • udzielania informacji dt. walorów produktów (mięsa wieprzowego i wędlin) wyprodukowanych w Systemie QAFP <p>Sukces zadania: Budowanie świadomości marki QAFP wśród szerokiego grona konsumentów oraz przekazanie informacji nt. oferty QAFP potencjalnym partnerom biznesowym</p>
18	Jakość z polskim certyfikatem - kontynuacja	Unia Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego	01.01.2020 - 30.09-2020	<p>Cel: Promocja mięsa wieprzowego i wędlin wyprodukowanych w Systemie QAFP</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Prowadzenie działań promocyjnych związanych z Systemem QAFP w internecie: <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 • prowadzenie moderacji profili, czyli stymulowanie aktywności użytkowników, analiza wpisów, odpisywanie na komentarze, moderacja dyskusji,

				<ul style="list-style-type: none"> • przygotowano filmów wideo • nawiązanie współpracy z mikroinfluencerami i influencerem promującymi zdrowy styl życia. • promocja strony internetowej www.qafp.pl jako źródła wiedzy nt. polskiego systemu jakości <p>Sukces zadania:</p> <p>Zwiększenie rozpoznawalności znaku Systemu QAFP oraz wzrost liczby osób, które zdecydowały się na zakup produktu z certyfikatem QAFP, a zdecydowana większość z nich kupiłaby ponownie produkt oznaczony tym certyfikatem.</p>
19	Certyfikowana jakość na polskim stole – 2019	Unia Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego	01.12.2019 - 15.04.2020	<p>Cel: Zwiększenie dostępności mięsa wieprzowego i wędlin QAFP</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Przeprowadzono działania promocyjne na platformie sprzedaży internetowej FRISCO.PL, poprzez realizację następującego pakietu działań: <ul style="list-style-type: none"> • Baner główny na landing page z grafiką i opisem oraz listą produktów SKU • Reklama full page w gazetce drukowanej • Banery reklamowe na www: <ul style="list-style-type: none"> ○ rotator główny na Home Page linkujący do Landing Page ○ newsletter Frisco ○ baner na Home Page ○ duży baner w kategoriach mięsnych <p>Sukces zadania:</p> <p>Zwiększenie dostępności certyfikowanego mięsa wieprzowego i/lub wędlin ze znakiem QAFP oraz dotarcie do konsumentów z informacją na ich temat poprzez promocję w sprzedaży internetowej.</p>
20	Certyfikowana jakość na polskim stole"- 2020	Unia Producentów i Pracodawców	01.05.2020 - 31.10.2020	<p>Cel: Zwiększenie dostępności mięsa wieprzowego i wędlin QAFP</p> <p>Zakres działań:</p>

		Przemysłu Mięsnego		<p>➤ Promocja na stronie frisco.pl poprzez dedykowany QAFP landing page, na który składa się baner główny, grafiki, opisy i lista SKU, czyli produktów QAFP Rotator główny na home page frisco.pl;</p> <ul style="list-style-type: none"> • 2 posty na profilu facebook Frisco; • baner na home page frisco.pl • duży baner w wybranych kategoriach; • przygotowanie plików graficznych <p>Sukces zadania: Zwiększenie dostępności certyfikowanego mięsa wieprzowego i/lub wędlin ze znakiem QAFP oraz dotarcie do konsumentów z informacją na ich temat poprzez promocję w sprzedaży internetowej. Odnotowano ponad 170 tys. odsłon reklam (banerami czy rotatorami) na stronie głównej, landing pagu czy podstronach platformy sprzedażowej Frisco.</p>
21	Polska Akademia Certyfikowanego Mięsa QAFP	Unia Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego	01.02.2020 - 31.05.2020	<p>Cel: Promocja mięsa wieprzowego i wędlin QAFP w sieci handlowej</p> <p>Zakres działań:</p> <p>➤ Projekt reklamy w gazetce reklamowej KAUF LAND i 2 projekty billboardów.</p> <ul style="list-style-type: none"> • edycja reklamy w gazetce reklamowej w terminie od 20.02.2020 – 26.02.2020 • 2 edycje reklam na billboardach przy sklepach w terminach od 06.02.2020 do 04.03.2020 oraz od 07.04.2020 do 29.04.2020 <p>Sukces zadania: Świadomość produktów objętych certyfikacją QAFP - w porównaniu do jesieni ub. roku znacząco wzrosła (z 34% do 48%) liczba osób kojarzących QAFP z mięsem, wśród tych którzy przynajmniej raz zetknęli się ze znakiem. Jest to bardzo dobry i ważny wynik, świadczący o tym, że prowadzona kampania i inne działania umocniły prawidłowe skojarzenia z marką/ znakiem. Co ważne kampania umocniła nie tylko skojarzenia znaku QAFP z mięsem jako takim ale z konkretnymi jego rodzajami – już nie 2/5 ale połowa osób, które zetknęły się ze znakiem QAFP potrafi spontanicznie wskazać jakie rodzaje mięsa są nim objęte. Umocniły się skojarzenia konsumentów z mięsem wieprzowymi QAFP – co jest powiązane wprost z prowadzoną komunikacją.</p>

				<p>Skojarzenia z mięsem certyfikowanym QAFP – w długim okresie kampania wpłynęła na wzrost skojarzeń z delikatnością mięsa oraz korzyścią z kupowania polskich produktów.</p>
22	Mięso o europejskiej jakości	Unia Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego	01.05.2019 - 30.04.2020	<p>Cel: Promocja mięsa wieprzowego i produktów z tego mięsa na rynku USA i Kanady</p> <p>Zakres zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Badanie rynku USA i Kanady w tym: <ul style="list-style-type: none"> • Zakup aktualnych danych, raportów, zestawień importerów i przetwórców - 6 opracowań • Opłaty członkowskie w organizacjach branżowych wspierających europejskich importerów w dostępie do rynku lub firmach / wydawnictwach oferujących swoim członkom i partnerom dostęp do aktualnych danych ➤ Stałe działania public relations ➤ Prowadzenie strony internetowej kampanii ➤ Zaprojektowanie i prowadzenie kanału na Youtube wraz z kampanią reklamową ➤ Reklama prasowa w USA i Kanadzie ➤ Reklam internetowa w USA i Kanadzie ➤ Produkcja materiałów informacyjnych i gadżetów reklamowych ➤ Organizacja stoiska i wyjazd delegacji na Targi SILA Canada 2019 ➤ Organizacja warsztatów ➤ Misje wyjazdowe do USA i Kanady <p>Sukces zadania: Ponad 97 525 wyświetleń filmów na Youtub. Dotarcie z reklamą prasową do 3 030 120 kontaktów. Dotarcie z mailingie do 54 563 odbiorców. Nawiązanie relacji biznesowych i relacji handlowych i importerami i przedsiębiorcami z rynku USA i Kanady. Zwiększenie zainteresowania wieprzowiną i przetworami wytworzonymi na jej bazie wśród odbiorców z USA i Kanady</p>

23	Uczta u Neptuna. Mięso z Pomorza	Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy Rzeczypospolitej	08.08.2020 - 31.08.2020	<p>Cel: Promocja mięsa wieprzowego pochodzącego z polskich gospodarstw, promocja produktów oznaczonych znakiem „Produkt polski”.</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Organizacja eventu promocyjnego: <ul style="list-style-type: none"> • Konferencja prasowa z udziałem ekspertów • Stworzenie strony internetowej • Organizacja strefy degustacyjnej • Organizacja punktu konsultacyjnego • Organizacja strefy dla dzieci • Organizacja Parady Neptuna <p>Sukces zadania: Zwiększenia świadomości konsumentów dotyczących walorów smakowych i zdrowotnych mięsa wieprzowego oraz ich przetworów.</p>
24	Świętomięś polski z wieprzowiną	Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy Rzeczypospolitej	03.09.2020 - 01.10.2020	<p>Cel: Promocja produktów oznaczonych znakiem „Produkt polski” oraz poinformowanie konsumentów o systemach jakości w jakich produkowane jest w Polsce mięso wieprzowe.</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ dystrybucja plakatów i ulotek ➤ dystrybucja gadżetów ➤ organizacja konferencji prasowej ➤ organizacja akcji promocyjnej – parada mięsna, część oficjalna, występy muzyczne, pokazy kulinarne, porady praktyczne, degustacje: grill, kocioł, strefa dla dzieci, konsultacje specjalistów, punkt informacyjny, nagroda dla dziennikarzy <p>Sukces zadania: Zwiększono wiedzę konsumenta na temat jakości polskiego mięsa wieprzowego i jego przetworów, jego wartości odżywczych, co w efekcie powinno wywrzeć wpływ na dalszy wzrost sprzedaży polskiego mięsa wieprzowego i jego przetworów. Przez stworzenie</p>

				odpowiednich warunków do promocji z bogatą oprawa artystyczną i kulinarną oraz prezentacji i zajęć warsztatowych oraz prowadzenia konsultacji - przyczyniono się do pogłębienia zainteresowania produktem - mięsem wieprzowym i jego przetworami.
25	Dzień Dziecka dla podopiecznych domów dziecka	Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy Rzeczypospolitej	04.06.2020 - 19.06.2020	<p>Cel: Promocja produktów oznaczonych znakiem „Produkt polski” oraz podniesienie świadomości młodego pokolenia co do wartości odżywczej wieprzowiny.</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Organizacja eventu Dzień Dziecka w tym: <ul style="list-style-type: none"> • degustacja potraw z mięsa wieprzowego • animacje dla dzieci • przygotowanie relacji filmowej • dystrybucja gadżetów <p>Sukces zadania: Podniesienie świadomości młodego pokolenia co do wartości odżywczej wieprzowiny, promowanie spożycia mięsa wieprzowego jako głównego składnika zrównoważonej diety dzieci, młodzieży.</p>
26	Rasa puławska w konkursie kulinarnym szkół gastronomicznych	Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy Rzeczypospolitej	08.02.2020 - 27.02.2020	<p>Cel: Promocja mięsa wieprzowego pochodzącego z polskich gospodarstw, promocja produktów oznaczonych znakiem „Produkt polski” oraz promocja wykorzystania mięsa pochodzącego z rodzimych ras trzody chlewnej w restauracjach</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Konkurs dla uczniów szkół gastronomicznych ➤ Pokaz kulinarny – zaprezentowano potrawy przygotowane na bazie mięsa z rasy puławskiej ➤ Degustacja potraw przygotowanych z mięsa świń rasy puławskiej <p>Sukces zadania: Uczniowie szkół gastronomicznych poznali różnicę pomiędzy rodzimymi rasami trzody chlewnej a rasami ogólnodostępnymi. Wiedza na temat ras rodzimych może wpłynąć na ich przyszłe decyzje zawodowe, a tym samym zwiększeniu popytu na rasy rodzime.</p>

27	Tradycyjne wieprzowe wędliny z ras polskich z Pomorza i Kujaw	Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy Rzeczypospolitej	02.01.2020 - 27.01.2020	<p>Cel: Promocja mięsa wieprzowego pochodzącego z polskich gospodarstw, promocja produktów oznaczonych znakiem „Produkt polski” oraz promocja wykorzystania mięsa pochodzącego z rodzimych ras trzody chlewnej</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Podczas Gali Rolnik Pomorza i Kujaw przeprowadzono akcję promocyjną – stoisko degustacyjne z tradycyjnymi polskimi wyrobami wędliniarskimi <p>Sukces zadania: Zwiększenie świadomości konsumentów dotyczących walorów smakowych i zdrowotnych przetworów z mięsa wieprzowego</p>
28	Europa pełna smaków Tradycja i Jakość	Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy Rzeczypospolitej	01.07.2019 - 30.06.2020	<p>Cel: Promocja mięsa wieprzowego oraz przetworów z tego mięsnych na rynkach Wietnamu, Chin, Hongkongu, Japonii i Korei Południowej</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Ciągłe działania PR ➤ Emisja artykułów sponsorowanych oraz reklam w Saigon Times Weekly, City Magazine ➤ Organizacja konferencji prasowej w Wietnamie ➤ Organizacja konferencji prasowej w Hong Kongu ➤ Stworzenie i prowadzenie strony internetowej projektu ➤ Założenie i prowadzenie funpage’ów na Facebooku ➤ Prowadzenie kampanii reklamowych w następujących kanałach: Facebook, Google, YouTube, WeChat oraz Baidu ➤ Reklama outdoor w Wietnamie i Hong Kongu ➤ Publikacja materiałów reklamowych w Wietnamie i Hong Kongu ➤ Stworzenie filmu promocyjnego ➤ Udział w Targach VietFood & Beverage 2019 ➤ Udział a Targach Food Expo HongKong 2019 ➤ Organizacja spotkania biznesowego w Wietnamie ➤ Organizacja spotkania biznesowego w Hong Kongu <p>Sukces zadania: Wyniki osiągnięte w 1 roku realizacji zadania.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Emisja 6 artykułów sponsorowanych w Wietnamie – dotarcie do 120 000 osób • Emisja 2 artykułów sponsorowanych w Hong Kongu – dotarcie do 160 000 osób

				<ul style="list-style-type: none"> • Udział 40 dziennikarzy w konferencjach prasowych • 455 095 kontaktów wygenerowanych przez stronę internetową • 927 608 kontaktów wygenerowanych przez funpage i posty • 58 339 996 kontaktów wygenerowanych przez kampanie reklamowe • 486 524 kontaktów wygenerowanych przez reklamę outdoor • 994 836 kontaktów wygenerowanych przez film promocyjny • 486 524 osób odwiedzających targi • W spotkaniach biznesowych uczestniczyło 190 osób • 60 653 wyświetleń reklamy w wersji elektronicznej oraz dotarcie do 198 000 odbiorców reklamy w wersji drukowanej
29	Targi żywności regionalnej i ekologicznej. Promocja polskiej wieprzowiny 26-27 września 2020	Ogólnopolski Cech Rzeźników Wędliniarzy Kucharzy	25.09.2020 - 30.11.2020	<p>Cel: Promocja wieprzowiny poprzez uczestnictwo w Targach Żywności Regionalnej i Ekologicznej</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Przeprowadzenie Rodzinnych warsztatów kulinarnych ➤ Targowa Scena Kulinarna- gotowanie na żywo ➤ Panele dyskusyjne i konsultacje ➤ Emisja reportażu w TVP3 „Polski produkt eksportowy” ➤ Opracowanie i przygotowanie materiałów promocyjno-informacyjnych ➤ Przygotowanie gadżetów (drobne akcesoria kuchenne: deski do krojenia, kosz piknikowy) ➤ Degustacja wędlin i potraw przygotowanych na bazie surowca wieprzowego <p>Sukces zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Stoisko: Targi Żywności Regionalnej i Ekologicznej odwiedziło 2 tysiące uczestników ➤ Zwiększenie wiedzy konsumentów nt. jakości polskiego mięsa wieprzowego oraz jego wartości odżywczych co docelowo może przyczynić się do wzrostu sprzedaży polskiego mięsa wieprzowego i jego przetworów

				<ul style="list-style-type: none"> ➤ Integracja środowiska polskich przedsiębiorców branży mięsnej w tym hodowców, producentów i przetwórców wieprzowiny
30	<p>Produkt Polski Wieprzowina Kampania informacyjna prasa, radio telewizja</p>	<p>Ogólnopolski Cech Rzeźników Wędliniarzy Kucharzy</p>	<p>29.02.2020 - 30.09.2020</p>	<p>Cel: Zwiększenie wiedzy konsumentów w zakresie oznaczenia wieprzowiny znakiem PRODUKT POLSKI</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Zrealizowano działania w następujących mediach • Prasa: TopAgrar, Polska Metropolia Warszawa, Głos Wielkopolski, Gazeta Pomorska • Program Telewizyjny- emisja w TVP3 Warszawa, TVP 3 Poznań TVP3 Bydgoszcz, TVP3 Katowice, TVP3 Gorzów Wielkopolski, TVP Szczecin • Emisja cyklu spotów radiowych w Rock Radio, Radio Złote Przeboje, Radio Pogoda ➤ Uruchomienie strony internetowej ➤ www.produktpolskiwieprzowina.pl <p>Sukces zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Kształtowanie postaw patriotyzmu gospodarczego i zachęcanie do zakupu towarów oznaczonych znakiem PRODUKT POLSKI ➤ Zachęcenie konsumentów do zakupu polskiego mięsa wieprzowego ➤ Nakłonienie restauratorów do umieszczenia w swoich jadłospisach dań przygotowanych wg zapomnianych polskich przepisów kulinarnych z ukierunkowaniem na polskie produkty z mięsa wieprzowego
31	<p>Regionalne pomysły na wieprzowinę. Program telewizyjny</p>	<p>Ogólnopolski Cech Rzeźników Wędliniarzy Kucharzy</p>	<p>15.09.2020 - 30.11.2020</p>	<p>Cel: Zwiększenie wiedzy konsumentów nt. jakości polskiego mięsa wieprzowego</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Przygotowanie programu telewizyjnego: „Regionalne pomysły na Wieprzowinę” (program podkreślał atrakcyjną w danym regionie recepturę przygotowania

				<p>wieprzowiny) i jego emisja w oddziałach telewizji regionalnej: TVP3 Gorzów Wielopolski, TVP3 Szczecin, TVP3 Wrocław</p> <p>➤ Zapowiedź emisji programu telewizyjnego „Regionalne pomysły na Wieprzowinę” w serwisie internetowym www.regionalnepomysly.pl oraz w ogłoszeniach prasowych w dziennikach (Gazeta Lubuska, Głos Szczeciński, Gazeta Wroclawska)</p> <p>Sukces zadania: Zwiększenie wiedzy wśród konsumentów nt. zalet mięsa wieprzowego i różnej możliwości jego przygotowania wynikającej z tradycji panujących w różnych regionach Polski.</p>
32	<p>Kiełbasa biała parzona wielkopolska nasz regionalny przysmak</p>	<p>Ogólnopolski Cech Rzeźników Wędliniarzy Kucharzy</p>	<p>10.08.2020 - 30.10.2020</p>	<p>Cel: Zwiększenie świadomości wśród konsumentów nt. wysokiej jakości produktu regionalnego wyróżnionego certyfikatem UE</p> <p>Zakres działań:</p> <p>➤ Działania promocyjne podczas następujących wydarzeń:</p> <ul style="list-style-type: none"> • XIV Festiwal Dobrego Smaku, Poznań • XIII Jarmark Św. Bartłomieja, Konin • Działanie indywidualne Leszno, Rynek <p>➤ Podczas każdego z eventowa zorganizowana była:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Scena Kulinarne na której odbywały się degustacje, prezentacje i warsztaty kulinarne z udziałem zawodowych kucharzy Punkt konsultacyjny z dietetykiem/technologiem mięsa • Konkursy tematyczne • Przygotowanie i dystrybucja materiałów informacyjnych <p>Sukces zadania: Zwiększenie wiedzy konsumentów z terenu wielkopolski oraz turystów uczestniczących w imprezach plenerowych nt. kiełbasy białej parzonej wielkopolskiej (produktu regionalnego wyróżnionego certyfikatem UE).</p>

33	Pyszna wieprzowina z województwa lubelskiego	NSZZ Rolników Indywidualnych „Solidarność”	01.08.2020 - 01.09.2020	<p>Cel: Promocja polskiego mięsa wieprzowego poprzez lokalne wyroby wieprzowe – wędliny; zachęcenie do kupna lokalnych wyrobów wędliniarskich a co za tym idzie wsparcie lokalnych producentów oraz promocja produktów oznaczonych znakiem „Produkt Polski”.</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Promocja wieprzowiny z województwa lubelskiego podczas Jarmarku Sitarskiego (8-9.08.2020 r.): <ul style="list-style-type: none"> • degustacja: mięsa i przetworów wieprzowych • prowadzenie kulinarnego show (przyrządzanie na żywo potraw połączone z degustacją przygotowywanych dań) • atrakcje kulinarne dla najmłodszych • dystrybucja broszur informacyjnych (w niej m.in. o zaletach mięsa wieprzowego, o mitach dotyczących wieprzowiny, o sposobach na przechowywanie wieprzowiny, znaku Produkt Polski) • relacja z wydarzenia w magazynie rolniczym • promocja wydarzenia w prasie, radiu, Internecie i w mediach społecznościowych <p>Sukces zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Zwiększenie wiedzy konsumentów na temat walorów zdrowotnych i odżywczych mięsa wieprzowego ➤ Zwiększenie wiedzy na temat produktów oznaczonych znakiem Produkt Polski ➤ Promocja patriotyzmu konsumenckiego poprzez zachęcenie do zakupywania lokalnych produktów ➤ Edukacja w kierunku prawidłowych nawyków żywieniowych poprzez bogatą ofertą kierowaną do najmłodszych
34	Promocja wieprzowiny podczas IV Wojewódzkiego Dnia Pola „Lubelszczyzna Spichlerzem Polski”	NSZZ Rolników Indywidualnych „Solidarność”	16.10.2020 - 23.10.2020	<p>Cel: Promocja produktów oznaczonych znakiem Produkt Polski; promocja wykorzystania rodzimych ras trzody chlewnej w gospodarstwach domowych; zachęcenie do kupna lokalnych wyrobów wędliniarskich a co za tym idzie wsparcie lokalnych producentów</p>

				<p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Działania promocyjne podczas IV Wojewódzkiego Dnia Pola ➤ Degustacja potraw przygotowanych na bazie mięsa wieprzowego ➤ Druk i kolportaż folderu informacyjnego z uwzględnieniem ras rodzimych ➤ Promocja znaku Produkt Polski ➤ Relacja z wydarzenia w magazynie rolniczym ➤ Promocja wydarzenia w prasie, radiu, Internecie i w mediach społecznościowych <p>Sukces zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Zwiększenie wiedzy konsumentów na temat walorów zdrowotnych i odżywczych mięsa wieprzowego ➤ Zwiększenie wiedzy na temat produktów oznaczonych znakiem Produkt Polski ➤ Zwiększenie wiedzy na temat ras rodzimych i ich wykorzystywania w hodowli i w gospodarstwach domowych
35	Z wieprzowiną za Pan Brat	Związek Zawodowy Centrum Narodowe Młodych Rolników	01.06.2020 - 31.10.2020	<p>Cel: Edukacja dzieci i młodzieży nt. wysokiej jakości mięsa wieprzowego</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Przeprowadzenie warsztatów dla dzieci i młodzieży podczas kolonii, półkolonii i pikników rodzinnych w tym: <ul style="list-style-type: none"> • quizy dt. mięsa wieprzowego • degustacja potraw • zajęcia z animatorami • przedstawienie prezentacji merytorycznej • dystrybucja upominków w postaci gadżetów informacyjno-promocyjnych • dystrybucja książeczek z przepisami <p>Sukces zadania: Zwiększenie wśród dzieci i młodzieży świadomości z zakresu wartości odżywczych i jakościowych mięsa wieprzowego.</p>

36	Promocja wieprzowiny wśród młodzieży	Stowarzyszenie Innowatorów Wsi	01.04.2020 - 30.09.2020	<p>Cel: Organizacja eventu promującego polską wieprzowinę</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Degustacje lokalnych potraw ➤ Animacje i zabawy dla dzieci ➤ Pokazy kulinarne na bazie mięsa wieprzowego przygotowane przez profesjonalnego szefa kuchni ➤ Prelekcja dotycząca zdrowego odżywiania ➤ Opracowanie merytoryczne i graficzne broszury informacyjnej dla dzieci <p>Sukces zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Zwiększenie świadomości konsumentów dotyczącej wykorzystania mięsa wieprzowego w gospodarstwach domowych: ➤ Zainteresowanie zakupem polskiej wieprzowiny ➤ Wskazanie grupie docelowej korzyści płynących z zakupu polskiej wieprzowiny nad importowaną ➤ Zwiększenie konsumpcji polskiej wieprzowiny ➤ Promocja pozytywnego wizerunku Polski jako producenta zdrowej i smacznej wieprzowiny
37	Mięso wieprzowe w codziennej diecie	Stowarzyszenie Innowatorów Wsi	01.04.2020 - 10.07.2020	<p>Cel: Promocja polskiej wieprzowiny</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Organizacja eventu promującego polską wieprzowinę w tym: <ul style="list-style-type: none"> • degustacja potraw • pokazy kulinarne z udziałem znanego szefa kuchni • konkursy z nagrodami dotyczące wiedzy na temat mięsa wieprzowego • konferencja „Mięso wieprzowe- potrzeby i oczekiwania grupy HoReca” • emisja spotów radiowych i telewizyjnych promujących wydarzenie • opracowanie i wydanie broszury informacyjnej <p>Sukces zadania:</p>

				<ul style="list-style-type: none"> ➤ Zainteresowanie zakupem polskiej wieprzowiny ➤ Wskazanie grupie docelowej korzyści płynących z zakupu polskiej wieprzowiny nad importowaną ➤ Zwiększenie konsumpcji polskiej wieprzowiny ➤ Promocja pozytywnego wizerunku Polski jako producenta zdrowej i smacznej wieprzowiny
38	Jak w dobie ASF zwiększyć konkurencyjność polskiej wieprzowiny	Polski Związek Hodowców i Producentów Trzody Chlewnej „POLSUS”	08.07.2020 - 31.12.2020	<p>Cel: Przeprowadzenie warsztatów dotyczących zapobiegania rozprzestrzeniania się ASF</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Zamieszczenie materiałów informacyjnych dt. organizacji warsztatów w czasopiśmie Top Agrar ➤ Przygotowanie i wydruk ulotki informacyjnej ➤ Przygotowanie i wydruk banerów ➤ Zakup materiałów reklamowych dla uczestników warsztatów ➤ Zakup materiałów bioasekuracyjnych (tj. kombinezon, para butów, virkon, 2 rodzaje miarek), maty dezynfekcyjne <p>Sukces zadania: W I etapie działania zostały wykonane wszelkie prace przygotowujące do przeprowadzenia warsztatów, niestety sytuacja związane z COVID-19 wydłużyła w czasie realizację warsztatów z zakresu bioasekuracji ASF.</p>
39	Promocja dobrej polskiej wieprzowiny Od Pola do Stołu wybieramy „Produkt Polski”	Ogólnopolskie Stowarzyszenie „Wieprz Polski”	21.08.2020 - 30.09.2020	<p>Cel: Zwiększenie patriotyzmu konsumenckiego</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Działania informacyjne dt. produktów wieprzowych wyprodukowanych bez stosowania GMO, oznakowanych znakiem „Rasy Rodzime” i „PRODUKT POLSKI” • Degustacja potraw przygotowanych na bazie wieprzowiny • Dystrybucja gadżetów <p>Sukces zadania:</p>

				Zwiększenie świadomości konsumentów na temat produktów oznaczonych znakiem PRODUKT POLSKI a tym samym zwiększenie patriotyzmu konsumenckiego
40	Smaki GEESU czyli Spółdzielnie na Wystawach i Targach	Krajowy Związek Rewizyjny „Samopomoc Chłopska”	01.10.2019 - 31.03.2020	<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: <ul style="list-style-type: none"> • Międzynarodowe Święto Chleba • Targi Natura Food • XXVII Międzynarodowe Targi Żywności, Napojów Maszyn i Sprzętu do Przetwórstwa ➤ Organizacja seminarium „Funkcjonowanie rynku wieprzowiny w Polsce i krajach UE” ➤ Opracowanie i wydruk 2 artykułów prasowych: ➤ Działania promocyjne na stronie www.kzrs.pl ➤ Przygotowanie artykułu promocyjno-informacyjnego <p>Sukces zadania: Zainteresowanie konsumentów produktami z mięsa wieprzowego wytwarzanych tradycyjnymi metodami</p>
41	Młodzież szkół rolniczych jako przyszłość rynku wieprzowiny w Polsce	Krajowy Związek Rewizyjny „Samopomoc Chłopska”	01.05.2020 - 31.12.2020	<p>Cel: Promocja polskiej wieprzowiny wśród młodzieży szkół rolniczych</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Zakup materiałów dla uczestników seminarium (torby, deski kuchenne, teczki, długopisy) ➤ Zamieszczenie informacji o realizowanym projekcie na stronie internetowej oraz w czasopiśmie „Rolnik Spółdzielczy” <p>Sukces zadania:</p>

				W I etapie działania zostały wykonane wszelkie prace przygotowujące do przeprowadzenia seminariów, niestety sytuacja związane z COVID-19 wydłuża w czasie realizację działania.
42	Polska wieprzowina gwarancją jakości i smaku	Polska Izba Produktu Regionalnego i Lokalnego	14.12.18 - 29.02.2020	<p>Cel: Promocja polskiej wieprzowiny</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Organizacja 8 konferencji medialnych ➤ Organizacja 8 spotkań producentów i restauratorów/hotelarzy/handlowców ➤ Organizacja seminarium dla producentów/restauratorów/hotelarzy ➤ Kampania promocyjna w internecie (6 miesięcy) ➤ Opracowanie i wydanie folderu Polska wieprzowina gwarancją jakości i smaku ➤ Ekspozycje promocyjne wieprzowiny i wyrobów wieprzowych na 10 finałach regionalnych konkursu Nasze Kulinarne Dziedzictwo ➤ Zorganizowanie 30 stoisk dla producentów wyrobów wieprzowych na 3 eventach promocyjno-targowych <p>Sukces zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Zwiększenie ilości produktów wieprzowych objętych systemem Jakość Tradycja ➤ Nawiązanie kontaktów między producentami wyrobów wieprzowych, a branżą restauracyjno-hotelerską ➤ Zwiększenie świadomości wśród konsumentów nt. wartości polskiej wieprzowiny i wyrobów wieprzowych, a tym samym zwiększenie popytu na te wyroby ➤ Zwiększenie konsumpcji polskiej wieprzowiny i jej przetworów wysokiej jakości
43		Związek Zawodowy	27.07.2020 -	<p>Cel: Promocja mięsa wieprzowego i przetworów z tego mięsa</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Podczas dwóch eventów plenerowych na terenie woj. kujawsko-pomorskiego zorganizowano:

	<p>Oto polska pyszna wieprzowina – zachęcamy do patriotyzmu konsumenckiego</p>	<p>Rolnictwa Samoobrona</p>	<p>31.08.2020</p>	<ul style="list-style-type: none"> • degustację potraw przygotowanych z mięsa wieprzowego • dystrybucję gadżetów i materiałów informacyjnych (ulotek) • stoisko, na którym przekazywano informacje nt. mięsa wieprzowego i produktów oznaczonych znakiem PRODUKT POLSKI <p>Sukces zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Kształtowanie postaw patriotyzmu gospodarczego i zachęcanie do zakupu towarów oznaczonych znakiem PRODUKT POLSKI ➤ Zachęcenie uczestników eventów do zakupu polskiego mięsa wieprzowego ➤ Zwiększenie świadomości konsumentów nt. walorów mięsa wieprzowego i przetworów przygotowanych na jego bazie
<p>44</p>	<p>Święto wieprzowiny z Produktem Polskim w województwie świętokrzyskim</p>	<p>Związek Zawodowy Rolnictwa Samoobrona</p>	<p>27.08.2020 - 15.09.2020</p>	<p>Cel: Promocja mięsa wieprzowego oznaczonego znakiem PRODUKT POLSKI</p> <p>Zakres działań:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Podczas eventu XXV-lecie Powstania Gminy Łączna zorganizowano: <ul style="list-style-type: none"> • show kulinarne • degustacje potraw przygotowanych na bazie mięsa wieprzowego • dystrybucję materiałów informacyjnych (ulotki) • stoisko, na którym przekazywano informacje nt. mięsa wieprzowego i produktów oznaczonych znakiem PRODUKT POLSKI <p>Sukces zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Kształtowanie postaw patriotyzmu gospodarczego i zachęcanie do zakupu towarów oznaczonych znakiem PRODUKT POLSKI ➤ Zachęcenie uczestników eventów do zakupu polskiego mięsa wieprzowego ➤ Zwiększenie świadomości konsumentów nt. walorów mięsa wieprzowego i przetworów przygotowanych na jego bazie

