



**SPRAWOZDANIE RZECZOWE**  
Z DZIAŁAŃ ZREALIZOWANYCH W RAMACH  
**FUNDUSZU PROMOCJI MIĘSA WIEPRZOWEGO**  
W 2024 R.

**WARSZAWA, 31 MARCA 2025 R.**



## INFORMACJE OGÓLNE

Zgodnie z Uchwałą nr 18/2024 z dn. 16 grudnia ub. roku w planie finansowym na 2024 roku Komisja Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego przydzieliła środki finansowe na realizację 83 zadań. W 2024 roku organizacje realizowały i rozliczały 51 zadania zatwierdzone przez Komisję, realizowane zadania były wpisane nie tylko w plan finansowy 2024 roku ale pochodziły także z planów z lat poprzednich.


Zadania realizowane były przez 15 organizacji:

- OGÓLNOPOLSKIE STOWARZYSZENIE PRZETWÓRCÓW I PRODUCENTÓW PRODUKTÓW EKOLOGICZNYCH „POLSKA EKOLOGIA” (3)
- STOWARZYSZENIE RZEŹNIKÓW I WĘDLINIARZY RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ (5)
- ZWIĄZEK POLSKIE MIĘSO (6)
- UNIA PRODUCENTÓW I PRACODAWCÓW PRZEMYSŁU MIĘSNEGO (10)
- POLSKI ZWIĄZEK HODOWCÓW I PRODUCENTÓW TRZODY CHLEWNEJ „POLSUS” (6)
- OGÓLNOPOLSKI CECH RZEŹNIKÓW WĘDLINIARZY KUCHARZY (2)
- STOWARZYSZENIE INNOWATORÓW WSI (1)
- KRAJOWY ZWIĄZEK REWIZYJNY ROLNICZYCH SPÓŁDZIELNI PRODUKCYJNYCH (1)
- ZWIĄZEK ZAWODOWY ROLNICTWA SAMOOBRONA (1)
- ZWIĄZEK ZAWODOWY ROLNIKÓW OJCZYZNA (1)
- KRAJOWA RADA IZB ROLNICZYCH (11)
- POLSKA IZBA PRODUKTU REGIONALNEGO I LOKALNEGO (2)
- PODLASKI ZWIĄZEK ROLNICZYCH ZRZESZEŃ BRANŻOWYCH PRODUCENTÓW TRZODY CHLEWNEJ (1)
- POLPIG KRAJOWY ZWIĄZEK PRACODAWCÓW - PRODUCENTÓW TRZODY CHLEWNEJ (1)




**OGÓLNOPOLSKIE STOWARZYSZENIE PRZETWÓRCÓW  
I PRODUCENTÓW PRODUKTÓW EKOLOGICZNYCH  
„POLSKA EKOLOGIA”**

1	Tytuł zadania	BIOFACH 2024 PROMOCJA POLSKICH PRODUKTÓW ROLNICTWA EKOLOGICZNEGO W EUROPIE
	Okres realizacji	01.02.2024 – 13.05.2024
	Plan finansowy	2024
	Cel zadania	PROMOCJA POLSKIEGO MIĘSA WIEPRZOWEGO PRODUKOWANEGO W SYSTEMIE ROLNICTWA EKOLOGICZNEGO NA MIĘDZYNARODOWYCH TARGACH ŻYWNOSCI EKOLOGICZNEJ
	Zakres działań	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Targi BIOFACH w Norymberdze w Niemczech w dniach 13-16 lutego 2024 - organizacja stoiska targowego/promocyjnego wraz ze strefą degustacyjną, stanowiskami do live cookingu oraz strefą spotkań biznesowych. W ramach projektu zorganizowano również wyjazdy studyjne dla rolników i przetwórców w celu odwiedzenia gospodarstw ekologicznych w innych krajach.</li><li>✓ 3 wyjazdy studyjne do gospodarstw ekologicznych w Niemczech, Włoszech i Rumunii – 5 dniowe wyjazdy dla 18 rolników i przetwórców każdy w celu porównania rozwiązań dla gospodarstw ekologicznych w innych krajach EU.</li></ul>
	Ocena merytoryczna	Zapoznanie konsumentów, handlowców i importerów z polskimi produktami ekologicznymi i pogłębienie wiedzy nt. wysokiej jakości polskich wyrobów poparte bezpośrednimi spotkaniami z ekspertami na stoisku oraz degustacjami.
2	Tytuł zadania	KUCHNIA STRAŻACKA Z OGNISTĄ WIEPRZOWINĄ
	Okres realizacji	01.04.2024 – 30.09.2024
	Plan finansowy	2024
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW WZROST PATRIOTYZMU KONSUMENCKIEGO
	Zakres działań	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ 20 pokazów kulinarnych z degustacjami w ramach 20 lokalnych wydarzeń na terenie całego kraju związanych z Ochotniczą Strażą Pożarną</li><li>✓ Opracowanie i przygotowanie materiałów informacyjno - promocyjnych (rollupy, ulotki, gadżety)</li><li>✓ Badanie efektywności</li></ul>
Ocena merytoryczna	Zaprezentowanie szerokiemu gronu konsumentów produktów wieprzowych zwłaszcza regionalnych i lokalnych wysokiej jakości. Upowszechnianie wiedzy na temat jakości, cech i zalet mięsa	

		wieprzowego, systemów jakości żywności i zrównoważonej produkcji oraz wspieranie patriotyzmu konsumenckiego. Stoisko promocyjne odwiedziło na wszystkich eventach ponad 8 tys.
3	Tytuł zadania	WIEPRZOWINA POLSKA – W PODRÓŻY PRZEKĄSKA
	Okres realizacji	01.10.2023 – 31.08.2024
	Plan finansowy	2023
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Reklama na stronie przewoźnika MIŚ i Travel.pl</li> <li>✓ Reklama na autokarach przewoźników</li> <li>✓ Emisja spotu informacyjnego we flocie przewoźników</li> <li>✓ Dystrybucja przekąsek wieprzowych na wybranych trasach przewoźników</li> <li>✓ Zorganizowanie konkursu z nagrodami</li> <li>✓ Prowadzenie strony internetowej zadania</li> <li>✓ Opracowanie, opublikowanie i dystrybucja wśród pasażerów ulotek informacyjnych</li> <li>✓ Badanie efektywności</li> </ul>
	Ocena merytoryczna	Zaprezentowanie szerokiemu gronu konsumentów produktów wieprzowych i upowszechnienie wiedzy z zakresu zbilansowanej i zrównoważonej diety, w której mięso stanowi ważną pozycję. Upowszechnianie wiedzy na temat jakości, cech i zalet mięsa wieprzowego, systemów jakości żywności i zrównoważonej produkcji oraz wspieranie patriotyzmu konsumenckiego.
		<b>STOWARZYSZENIE RZEŹNIKÓW I WĘDLINIARZY RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ</b>
4	Tytuł zadania	KAMPANIA PROMOCYJNA ZACHĘCAJĄCA DO SPOŻYWANIA MIĘSA WIEPRZOWEGO I WOŁOWEGO
	Okres realizacji	02.10.2023 – 04.05.2024 (2 ETAP)
	Plan finansowy	2023
	Cel zadania	<ul style="list-style-type: none"> <li>• DZIAŁANIA MAJĄCE NA CELU ZABEZPIECZENIE BRANŻY PRZED KRYZYSAMI WIZERUNKOWYMI ORAZ KREOWANIE POZYTYWNEGO WIZERUNKU HODOWCÓW I PRZETWÓRCÓW WIEPRZOWINY ORAZ MIĘSA WIEPRZOWEGO</li> <li>• PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO</li> <li>• PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW</li> </ul>
	Zakres działań	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Administrowanie i aktualizowanie strony internetowej</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Administrowanie i aktualizowanie profili społecznościowych TT/FB</li> <li>✓ Prowadzenie biura prasowego – codzienny monitoring prasy i tygodniowe raporty dla branży</li> <li>✓ Publikacja 22 artykułów prasowych w internecie</li> <li>✓ Konferencje prasowe PAP 15.12.2023 i 12.03.2024</li> </ul>
	Ocena merytoryczna	Upowszechnianie wiedzy na temat jakości, cech i zalet mięsa wieprzowego, systemów jakości żywności i zrównoważonej produkcji oraz dobrostanie zwierząt i ochronie środowiska. Zaprezentowanie szerokiemu gronu konsumentów produktów wieprzowych i upowszechnienie wiedzy z zakresu zbilansowanej i zrównoważonej diety, w której mięso stanowi ważną pozycję.
5	Tytuł zadania	ŚWIĘTO KRUPNIOKA
	Okres realizacji	22.04.2024 – 03.06.2024
	Plan finansowy	2024
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Organizacja imprezy plenerowej promującej spożycie śląskiego krupnioka i innych regionalnych potraw na bazie mięsa wieprzowego. Podczas wydarzenia zrealizowano pokazy kulinarne oraz degustację dań z mięsa wieprzowego, a także atrakcje dla dzieci. Na wydarzeniu było stoisko informacyjne, gdzie można było uzyskać informacje na temat wartości odżywczych wieprzowiny, a także dystrybuowane były materiały informacyjne.
	Ocena merytoryczna	Zaprezentowanie szerokiemu gronu konsumentów produktów wieprzowych i upowszechnienie wiedzy z zakresu zbilansowanej i zrównoważonej diety, w której mięso stanowi ważną pozycję. Podczas degustacji wydano ok. 10 tys. porcji.
6	Tytuł zadania	WIEPRZOWINA NA OPAK, CZYLI PO GÓRALSKU
	Okres realizacji	24.05.2024 – 14.06.2024
	Plan finansowy	2024
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Organizacja imprezy plenerowej promującej spożycie mięsa wieprzowego. Podczas wydarzenia zrealizowano pokazy kulinarne oraz degustację dań z mięsa wieprzowego, a także atrakcje dla dzieci. Na wydarzeniu było stoisko informacyjne, gdzie można było

		uzyskać informacje na temat wartości odżywczych wieprzowiny, a także dystrybuowane były materiały informacyjne.
	Ocena merytoryczna	Zaprezentowanie szerokiemu gronu konsumentów produktów wieprzowych i upowszechnienie wiedzy z zakresu zbilansowanej i zrównoważonej diety, w której mięso stanowi ważną pozycję. Podczas degustacji wydano ok. 10 tys. porcji.
7	Tytuł zadania	WIEPRZOWINA PO ŻEGLARSKU – DNI MORZA W WOJ. ZACHODNIOPOMORSKIM
	Okres realizacji	25.06.2024 – 26.07.2024
	Plan finansowy	2024
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Organizacja imprezy plenerowej promującej spożycie mięsa wieprzowego. Podczas wydarzenia zrealizowano pokazy kulinarne oraz degustację dań z mięsa wieprzowego, a także atrakcje dla dzieci. Na wydarzeniu było stoisko informacyjne, gdzie można było uzyskać informacje na temat wartości odżywczych wieprzowiny, a także dystrybuowane były materiały informacyjne.
	Ocena merytoryczna	Zaprezentowanie szerokiemu gronu konsumentów produktów wieprzowych i upowszechnienie wiedzy z zakresu zbilansowanej i zrównoważonej diety, w której mięso stanowi ważną pozycję. Podczas degustacji wydano ok. 10 tys. porcji.
8	Tytuł zadania	WIEPRZOWINA WIZYTÓWKĄ POLSKI NA TARGACH W NOWYM JORKU
	Okres realizacji	20.05.2024 – 30.06.2024
	Plan finansowy	2024
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Organizacja pokazów kulinarnych na stoisku MRiRW w ramach targów Summer Fancy Food Show w Nowym Jorku z wykorzystaniem mięsa wieprzowego. Dystrybuowane były także materiały informacyjne. Podczas degustacji wydano ok. 9 tys. porcji.
	Ocena merytoryczna	Zaprezentowanie szerokiemu gronu importerów, dystrybutorów i hurtowników polskich produktów wieprzowych i upowszechnienie wiedzy z zakresu jakości i walorów polskiej wieprzowiny, dobrostanu zwierząt i zrównoważonej hodowli i ochrony środowiska.
		<b>ZWIĄZEK POLSKIE MIĘSO</b>

9	Tytuł zadania	CECHY JAKOŚCIOWE JAKO ATUTY I ZALETY POLSKIEJ WIEPRZOWINY
	Okres realizacji	01.01.2024 – 30.06.2024 (2 ETAP)
	Plan finansowy	2023
	Cel zadania	BADANIA NAUKOWE I PRACE ROZWOJOWE MAJĄCE NA CELU POPRAWĘ JAKOŚCI MIĘSA WIEPRZOWEGO ORAZ JEGO PRZETWORÓW, A TAKŻE PROWADZĄCE DO WZROSTU ICH SPOŻYCIA
	Zakres działań	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Prezentacja badań analizy jakości mięsa wieprzowego na kongresie branżowym Meating 2024</li> <li>✓ Artykuły sponsorowane w prasie branżowej</li> </ul>
	Ocena merytoryczna	Prowadzenie prac nad zmianami legislacyjnymi dotyczącymi występowania naturalnego wycieku z mięsa w opakowaniach jednostkowych. Spotkanie merytoryczne branży mięsnej z przedstawicielami GIHARS i MRiRW.
10	Tytuł zadania	DZIAŁANIA WIZERUNKOWE W SEKTORZE MIĘSA WIEPRZOWEGO I DROBIOWEGO
	Okres realizacji	02.03.2024 – 03.06.2024 (4 ETAP)
	Plan finansowy	2023
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO INFORMOWANIE O JAKOŚCI I CECHACH W TYM ZALETACH MIĘSA WIEPRZOWEGO
	Zakres działań	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Kampanie reklamowe w social mediach</li> <li>✓ Działania marketingowe w internecie, prasie, mediach branżowych</li> <li>✓ Biuro prasowe i monitoring mediów</li> <li>✓ Analizy i opinie eksperckie oraz obsługa prawna</li> </ul>
	Ocena merytoryczna	Upowszechnienie wiedzy o bezpieczeństwie produkcji i wysokiej jakości wieprzowiny gwarantowanej odpowiednim pochodzeniem zwierząt i prowadzonym badaniami. Dementowanie fałszywych informacji o szkodliwości mięsa wieprzowego dla zdrowia człowieka. Zaprezentowanie szerokiemu gronu konsumentów produktów wieprzowych i upowszechnienie wiedzy z zakresu zbilansowanej i zrównoważonej diety, w której mięso stanowi ważną pozycję.
11	Tytuł zadania	KULINARNY PUCHAR POLSKIEGO MIĘSA WOŁOWEGO I WIEPRZOWEGO
	Okres realizacji	06.11.2023 – 30.03.2024
	Plan finansowy	2023
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW

	Zakres działań	Organizacja konkursu dla uczniów szkół gastronomicznych przy wsparciu profesjonalnych kucharzy.
	Ocena merytoryczna	Upowszechnienie wiedzy o walorach mięsa wieprzowego i wykorzystaniu go w gastronomii wśród uczniów szkół branżowych gastronomicznych. Wsparcie systemu edukacji zawodowej.
12	Tytuł zadania	MARKA POLSKIE MIĘSO POLSKA SMAKUJE – KONTYNUACJA VI EDYCJA
	Okres realizacji	24.02.2024 – 01.06.2024
	Plan finansowy	2023 (2 ETAP)
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPOŻYCIA MIĘSA WIEPRZOWEGO PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ organizacja konferencji prasowej</li> <li>✓ lokowanie produktu w telewizji i prasie</li> <li>✓ działania internetowe na stronie www i w social mediach</li> <li>✓ spotkania z dziennikarzami</li> </ul>
	Ocena merytoryczna	Upowszechnienie wiedzy wśród konsumentów i producentów na temat walorów odżywczych polskiej wieprzowiny, co bezpośrednio przełożyło się na wzrost publikacji, artykułów i pozytywnych komentarzy oraz wzmianek na temat polskiego mięsa wieprzowego oraz wspomogło edukację szerokiego grona odbiorców prasy i telewizji. Działania przyczyniły się do zacieśnienia kontaktów grupy opiniotwórczej z przedstawicielami sektora mięsa wieprzowego.
13	Tytuł zadania	MIĘSNE FAKTY 2022
	Okres realizacji	01.12.2023 – 30.04.2024 (4 ETAP)
	Plan finansowy	2022
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO INFORMOWANIE O JAKOŚCI I CECHACH W TYM ZALETACH MIĘSA WIEPRZOWEGO
	Zakres działań	Wydawnictwo internetowe – bezpłatny biuletyn poświęcony branży mięsnej. W etapie końcowym wydano 20 numerów.
	Ocena merytoryczna	Biuletyn informacyjny w formie elektronicznego tygodnika dla osób zarejestrowanych przekazuje wiadomości o branży mięsnej polskiej i zagranicznej w formie analiz rynkowych przydatnych dla hodowców i przetwórców. Dziennikarze z branży rolno spożywczej wykorzystują opracowania do publikacji prasowych.
14	Tytuł zadania	MIĘSNE FAKTY 2023
	Okres realizacji	01.05.2024 – 30.09.2024




	Plan finansowy	2023
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO INFORMOWANIE O JAKOŚCI I CECHACH W TYM ZALETACH MIĘSA WIEPRZOWEGO
	Zakres działań	Wydawnictwo internetowe – bezpłatny biuletyn poświęcony branży mięsnej. Wydano 11 numerów i zaktualizowano pod kątem technicznym serwis internetowy.
	Ocena merytoryczna	Biuletyn informacyjny w formie elektronicznego tygodnika dla osób zarejestrowanych przekazuje wiadomości o branży mięsnej polskiej i zagranicznej w formie analiz rynkowych przydatnych dla hodowców i przetwórców. Dziennikarze z branży rolno spożywczej wykorzystują opracowania do publikacji prasowych.
		<b>UNIA PRODUCENTÓW I PRACODAWCÓW PRZEMYSŁU MIĘSNEGO</b>
15	Tytuł zadania	BRANŻA MIĘSNA SZANSE I WYZWANIA
	Okres realizacji	28.03.2024 – 30.06.2024
	Plan finansowy	2024
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY
	Zakres działań	Organizacja konferencji branżowej dotyczącej m.in. sytuacji branży mięsnej w obliczu skutków społeczno gospodarczych spowodowanych sytuacją ekonomiczną w kraju i wojną na Ukrainie oraz chorobami epidemicznymi zwierząt. Konferencje połączono z degustacjami produktów wieprzowych wysokiej jakości.
Ocena merytoryczna	Wydarzenia było okazją do wymiany poglądów i doświadczeń, dyskusji o rzeczywistości w jakiej funkcjonuje obecnie branża mięsna oraz do nawiązywania relacji biznesowych.	
16	Tytuł zadania	MIĘSO Z POLSKI W REPUBLICIE KOREI POŁUDNIOWEJ 2023
	Okres realizacji	01.12.2023 – 07.08.2024
	Plan finansowy	2023
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY
	Zakres działań	Organizacja misji gospodarczej do Korei przy okazji targów Seoul Food& Hotel w sprawie przyspieszenia uzgodnień procedur eksportu mięsa wieprzowego z Polski.
Ocena merytoryczna	Prowadzono rozmowy z przedstawicielami biznesu koreańskiego przy wsparciu MRiRW, PAIH i ambasadora Polski i przedstawiciela PAIH. Omawiano najważniejsze problemy i utrudnienia w	

		skutecznym przepływie dokumentów weterynaryjnych po obu stronach.
17	Tytuł zadania	MINIMALIZACJA STOSOWANIA ANTYBIOTYKÓW W SYSTEMIE QAFP-KORZYŚCI DLA PRODUCENTÓW TRZODY CHLEWNEJ
	Okres realizacji	01.08.2024 – 30.09.2024
	Plan finansowy	2024
	Cel zadania	SZKOLENIA PRODUCENTÓW I PRZETWÓRCÓW MIĘSA WIEPRZOWEGO
	Zakres działań	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Opracowanie materiałów merytorycznych w postaci elektronicznej dotyczących korzyści dla producentów trzody chlewnej wynikających z uczestnictwa w systemie QAFP oraz możliwości rozwiązań w zakresie działań wartych i koniecznych do podjęcia przez rolników, aby produkcja podnosiła dobrostan zwierząt poprzez minimalizację stosowania antybiotyków.</li> <li>✓ Kampania ad words google i w mediach społecznościowych</li> <li>✓ Mailing do hodowców</li> </ul>
Ocena merytoryczna	<p>Ograniczenie stosowania antybiotyków na poziomie gospodarstw utrzymujących trzodę chlewną, wymaga szeroko zakrojonych działań w zakresie określenia zasad wprowadzania nowych i zarządzania stosowaniem już zarejestrowanych weterynaryjnych produktów leczniczych, stosowania odpowiednich działań w zakresie zintegrowanej opieki lekarsko-weterynaryjnej, jak również wdrożenia dobrych praktyk hodowli zwierząt, które zapewnią wyższy poziom zdrowia i dobrostanu zwierząt.</p> <p>Podjęcie działań na rzecz zwiększenia jakości oferowanej przez naszych producentów wieprzowiny i lepszego jej dopasowania do wymagań poszczególnych rynków zwiększy zdecydowanie szanse w rywalizacji o rynki zbytu dla drogiego segmentu wieprzowiny - najbardziej dochodowego dla sektora oraz producentów.</p>	
18	Tytuł zadania	MIĘSO Z POLSKI NA TARGACH SIAL PARYŻ 2023
	Okres realizacji	01.05.2024 – 30.11.2024
	Plan finansowy	2024
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST EKSPORTU WIEPRZOWINY
	Zakres działań	Organizacja stoiska targowego/promocyjnego wraz ze strefą degustacyjną, stanowiskami do live cookingu oraz strefą spotkań biznesowych.
	Ocena merytoryczna	Zapoznanie konsumentów, handlowców i importerów oraz dystrybutorów z polskimi mięsem wieprzowym i pogłębienie wiedzy nt. wysokiej jakości polskich wyrobów poparte

		bezpośrednimi spotkaniami z ekspertami na stoisku oraz degustacjami.
19	Tytuł zadania	NIE WSTYD CI? STAWIAM NA JAKOŚĆ Z POLSKI
	Okres realizacji	01.03.2024 – 31.09.2024
	Plan finansowy	2024
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Płatna kampania informacyjno – promocyjna na profilach społecznościowych FB, IG, You Tube oraz opracowanie i administrowanie landing page zadania.
	Ocena merytoryczna	Upowszechnienie wśród szerokiego grona konsumentów wiedzy o zaletach mięsa wieprzowego wysokiej jakości w zrównoważonej i zbilansowanej diecie. Kreowanie odpowiedzialnych postaw konsumenckich opartych na patriotyzmie konsumenckim, zaufaniu do polskiej żywności i wybieraniu wysokiej jakości produktów.
20	Tytuł zadania	CERTYFIKOWANA JAKOŚĆ NA POLSKIM STOLE – 4 EDCYJA
	Okres realizacji	01.04.2024 – 31.08.2024 (3 ETAP)
	Plan finansowy	2023
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Płatna kampania reklamowa na stronach / podstronach internetowych sklepu on-line FRISCO.PL – BANNERY, ROTATORY, LANDING PAGE z celowaną akcją mailingową NEWSLETTERY oraz publikacją postów na profilach społecznościowych platformy sprzedażowej.
	Ocena merytoryczna	Dotarcie bezpośrednio do klientów sklepu internetowego posiadającego w swojej ofercie szeroki asortyment produktów certyfikowanych QAFP z informacją o walorach tychże produktów. Kreowanie odpowiedzialnych postaw konsumenckich opartych na patriotyzmie konsumenckim, zaufaniu do polskiej żywności i wybieraniu lokalnych producentów.
21	Tytuł zadania	POLSKA SMAKUJE JAKOŚCIĄ QAFP
	Okres realizacji	01.11.2021 – 31.05.2024 (6 ETAP)
	Plan finansowy	2021
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW

	Zakres działań	Organizacja 3 spotkań tematycznych QAFP w restauracjach z menu QAFP.
	Ocena merytoryczna	<p>Projekt zadania oparty na wcześniejszych doświadczeniach UPEMI z organizowanych wydarzeń kulinarnych w restauracjach zakładał cykl spotkań informacyjnych połączonych z degustacjami potraw na bazie QAFP i wprowadzenie do kart menu na stałe dań QAFP. Projekt zakładał dotarcie bezpośrednie do konsumentów – klientów restauracji. Realizacja zadania przypadła jednak na czas pandemii COVID-19 (oficjalnie WHO ogłosiła koniec pandemii 5 maja 2023 r., w Polsce stan zagrożenia epidemicznego obowiązywał do 30 czerwca 2023 r.), co spowodowało brak zainteresowania tego typu działaniami ze strony konsumentów. Działanie przewidywało wyłonienie na drodze zgłoszeń elektronicznych po zamieszczeniu informacji o terminie spotkania w social mediach osób zainteresowanych udziałem w degustacji. Pandemia zmieniła jednak na jakiś czas zachowania klientów, którzy z obawy o własne zdrowie nie chcieli brać udziału w wydarzeniach z przypadkowymi osobami.</p> <p>Z uwagi na trudności organizacyjne, których ani Beneficjent ani wykonawca nie przewidzieli i na które nie mieli wpływu udało się przeprowadzić łącznie tylko 5 z 20 zaplanowanych spotkań.</p>
22	Tytuł zadania	PO PIERWSZE KLIENT
	Okres realizacji	01.02.2024 – 30.06.2024 (3 ETAP)
	Plan finansowy	2023
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ W punktach sprzedaży: branding dla produktów wysokojakościowych (cenówki, ekspozytory w ladzie, potykacze), materiały informacyjne – ulotki dla klientów, broszury i film o układaniu produktów w ladzie dla personelu sklepów, degustacje z food trucka przy wybranych sklepach.</li> <li>✓ W social mediach (Facebook, Instagram) oraz w Internecie - kampania bannerowa promująca trasę food trucka.</li> <li>✓ 40 dni degustacji prowadzonych w food trucku na terenie całego kraju z wykorzystaniem lokalnych produktów certyfikowanych.</li> </ul>
	Ocena merytoryczna	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Kreowanie właściwych postaw konsumenckich skupionych wokół świadomego wyboru produktów wysokiej jakości, zbilansowanej diety i dbania o środowisko.</li> <li>✓ Budowanie świadomości i wiedzy na temat procesu produkcji w ramach systemów jakości.</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Tworzenie pozytywnego wizerunku produktów z oznaczeniem QAFP, które mają szansę stać się "pierwszym" i "oczywistym" wyborem przy półce sklepowej.</li> <li>✓ Zwiększenie wiedzy pozwalającej konsumentom odróżniać produkty wytwarzane w ramach systemów jakości.</li> <li>✓ Budowanie zaufania do systemów.</li> <li>✓ Edukacja konsumentów za pomocą tak zwanego „języka korzyści”.</li> </ul>
23	Tytuł zadania	RZUĆ MIĘSEM NA ZDROWIE
	Okres realizacji	01.03.2024 – 30.06.2024 (3ETAP)
	Plan finansowy	2023
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Emisja spotów reklamowych, postów, reklam w mediach społecznościowych (FB, IG, TT, YT)</li> <li>✓ Emisja spotów reklamowych w radio</li> <li>✓ Artykuły sponsorowane na portalach internetowych</li> <li>✓ Współpraca z influencerami</li> <li>✓ Udział w eventach slow food</li> <li>✓ Biuro prasowe i organizacja śniadania prasowego</li> </ul>
	Ocena merytoryczna	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Wzrost świadomości dotyczący dietetycznych i zdrowotnych zalet wieprzowiny</li> <li>✓ Zwiększenie świadomości odnośnie możliwości włączenia wieprzowiny i mięsa drobiowego do zdrowej i zbilansowanej diety</li> <li>✓ Kreowanie pozytywnego wizerunku branży mięsnej</li> <li>✓ Zapobieganie szerzeniu się fałszywych informacji i fake newsów</li> <li>✓ Zwiększenie wiedzy konsumentów na temat sposobów chowu i produkcji mięsa drobiowego</li> <li>✓ Zwiększenie wiedzy dotyczącej właściwości dietetycznej i prozdrowotnej poszczególnych odmian mięsa drobiowego</li> </ul>
24	Tytuł zadania	SYSTEM QAFP – WYMIERNE KORZYŚCI DLA PRODUCENTÓW TRZODY CHLEWNEJ
	Okres realizacji	20.05.2024 – 20.11.2024
	Plan finansowy	2024
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY
	Zakres działań	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Opracowanie materiałów merytorycznych w postaci elektronicznej dotyczących korzyści dla producentów trzody chlewnej wynikających z uczestnictwa w systemie QAFP oraz</li> </ul>

		<p>możliwości rozwiązań w zakresie działań wartych i koniecznych do podjęcia przez rolników, aby produkcja podnosiła dobrostan zwierząt poprzez minimalizację stosowania antybiotyków.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Kampania ad words google i w mediach społecznościowych</li> <li>✓ Mailing do hodowców</li> </ul>
	Ocena merytoryczna	<p>Mając na uwadze potrzebę wzrostu konkurencyjności polskich hodowców trzody konieczne jest promowanie i informowanie o korzyściach wynikających z uczestnictwa w systemie jakości QAFP oraz w zakresie zrównoważonej produkcji tusz, elementów i mięsa wieprzowego w tym standardzie. Niestety obecnie brak jest takiej informacji i wiedzy, co skutkuje niską rentownością produkcji.</p>
		<b>OGÓLNOPOLSKI CECH RZEŹNIKÓW WĘDLINIARZY KUCHARZY</b>
25	Tytuł zadania	FESTIWAL RZEMIOSŁA - WIEPRZOWINA
	Okres realizacji	01.04.2024 – 30.06.2024
	Plan finansowy	2024
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Organizacja stoiska kulinarnego w 2 edycji Festiwalu Rzemiosła w Poznaniu w dniu 17.04.2024 gdzie przygotowywano degustacje potraw na bazie wieprzowiny, realizacja reportażu telewizyjnego emitowanego na kanale WTK, działania promocyjne na stronie internetowej <a href="http://www.wmsilesia.pl">www.wmsilesia.pl</a> oraz w mediach społecznościowych.
Ocena merytoryczna	Bezpośredni przekaz informacyjny przez udział w imprezie, która przyciągnęła ponad 1,5 tys. uczestników festiwalu plus ok. 1 tys. osób towarzyszących. Wydano ok. 3 tys. porcji degustacyjnych. Pośrednictwo telewizji pozwoliło na dotarcie do bardzo młodych i młodych osób (18-30 lat) ok. 250 tys. widzów programu WTK.	
26	Tytuł zadania	WAKACYJNA KUCHNIA Z WIEPRZOWINĄ. DZIAŁANIA INFORMACYJNE.
	Okres realizacji	15.07.2024 – 15.10.2024
	Plan finansowy	2024
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW

	Zakres działań	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Organizacja stoiska degustacyjnego na Festynie Kulinarnej w Międzyzdrojach 27 lipca 2024 (pokazy kulinarne, degustacje, warsztaty)</li> <li>✓ Kampania radiowa 40 emisji spotu reklamowego</li> <li>✓ Reportaż telewizyjny</li> <li>✓ Przygotowanie materiałów informacyjno-promocyjnych</li> <li>✓ Działania internetowe</li> </ul>
	Ocena merytoryczna	Upowszechnienie wśród szerokiego grona konsumentów wiedzy o zaletach mięsa wieprzowego wysokiej jakości w zrównoważonej i zbilansowanej diecie. Kreowanie odpowiedzialnych postaw konsumenckich opartych na patriotyzmie konsumenckim, zaufaniu do polskiej żywności i wybieraniu wysokiej jakości produktów.
		<b>POLSKI ZWIĄZEK HODOWCÓW I PRODUCENTÓW TRZODY CHLEWNEJ „POLSUS”</b>
27	Tytuł zadania	<b>DZIEŃ OTWARTYCH DRZWI W KOŃSKOWOLI</b>
	Okres realizacji	04.06.2024 – 31.07.2024
	Plan finansowy	2024
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW PROMOCJA PRODUKTÓW OZNACZONYCH ZNAKIEM PRODUKT POLSKI
	Zakres działań	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Organizacja stoiska degustacyjno informacyjnego podczas Dni Otwartych Drzwi na terenie Lubelskiego Ośrodka Doradztwa Rolniczego.</li> <li>✓ Produkcja materiałów informacyjno – promocyjnych (rollupy, ulotki, gadżety kuchenne).</li> </ul>
Ocena merytoryczna	Upowszechnienie wiedzy o polskich rasach hodowlanych oraz zaletach mięsa wieprzowego w zrównoważonej i zbilansowanej diecie. Kreowanie odpowiedzialnych postaw konsumenckich opartych na patriotyzmie konsumenckim, zaufaniu do polskiej żywności i wybieraniu lokalnych producentów.	
28	Tytuł zadania	<b>MAZOWIECKIE DNI ROLNICTWA W PŁOŃSKU</b>
	Okres realizacji	16.05.2024 – 15.08.2024
	Plan finansowy	2024
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW PROMOCJA PRODUKTÓW OZNACZONYCH ZNAKIEM PRODUKT POLSKI

	Zakres działań	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Organizacja stoiska degustacyjno informacyjnego podczas Mazowieckich Dni Rolnictwa na terenie Mazowieckiego Ośrodka Doradztwa Rolniczego.</li> <li>✓ Produkcja materiałów informacyjno – promocyjnych (rollupy, ulotki).</li> </ul>
	Ocena merytoryczna	Upowszechnienie wiedzy o polskich rasach hodowlanych oraz zaletach mięsa wieprzowego w zrównoważonej i zbilansowanej diecie. Kreowanie odpowiedzialnych postaw konsumenckich opartych na patriotyzmie konsumenckim, zaufaniu do polskiej żywności i wybieraniu lokalnych producentów.
29	Tytuł zadania	POZNAJEMY PRAWDZIWY ŚWIAT ŚWINI
	Okres realizacji	15.02.2024 – 30.09.2024
	Plan finansowy	2024
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW PROMOCJA PRODUKTÓW OZNACZONYCH ZNAKIEM PRODUKT POLSKI
	Zakres działań	Organizacja stoiska informacyjno edukacyjnego podczas 4 imprez lokalnych: 5 Regionalna Wystawa Zwierząt Hodowlanych w Sielniku, 24 Wystawa Zwierząt Hodowlanych w Bartoszycach, Kujawsko-Pomorskie Miodowe Lato, 23 Pożegnanie Wakacji w Rudawce Rymanowskiej. Aktywności edukacyjno informacyjne dla dzieci i młodzieży oraz ich opiekunów.
	Ocena merytoryczna	Upowszechnienie wiedzy o polskich rasach hodowlanych oraz zaletach mięsa wieprzowego w zrównoważonej i zbilansowanej diecie. Kreowanie odpowiedzialnych postaw konsumenckich opartych na patriotyzmie konsumenckim, zaufaniu do polskiej żywności i wybieraniu lokalnych producentów.
30	Tytuł zadania	REGIONALNA KUJAWSKO-POMORSKA WYSTAWA ZWIERZĄT HODOWLANYCH - MINIKOWO
	Okres realizacji	27.05.2024 – 31.07.2024
	Plan finansowy	2024
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW PROMOCJA PRODUKTÓW OZNACZONYCH ZNAKIEM PRODUKT POLSKI
	Zakres działań	Organizacja stoiska degustacyjno edukacyjnego podczas XLVI Międzynarodowych Targów Rolno – Spożywczych AGRO TECH MINIKOWO – przedstawienie oferty polskich rodzimych świń



		<p>hodowlanych. Promocję świń wzmocniła degustacja wyrobów z mięsa wieprzowego ze znakiem „Produkt polski”.</p> <p>Aktywności edukacyjno informacyjne dla dzieci i młodzieży oraz ich opiekunów.</p>
	Ocena merytoryczna	<p>Upowszechnienie wiedzy o polskich rasach hodowlanych oraz zaletach mięsa wieprzowego w zrównoważonej i zbilansowanej diecie. Kreowanie odpowiedzialnych postaw konsumenckich opartych na patriotyzmie konsumenckim, zaufaniu do polskiej żywności i wybieraniu lokalnych producentów.</p>
31	Tytuł zadania	XXIX KOCIEWSKA WYSTAWA I POKAZ ZWIERZĄT HODOWLANYCH - BOLESŁAWOWO
	Okres realizacji	02.09.2024 – 31.10.2024
	Plan finansowy	2024
	Cel zadania	<p>PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO</p> <p>WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY</p> <p>PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW</p> <p>PROMOCJA PRODUKTÓW OZNACZONYCH ZNAKIEM PRODUKT POLSKI</p>
	Zakres działań	<p>Organizacja stoiska degustacyjno edukacyjnego podczas XXIX Kociewskiej Wystawy i Pokazu Zwierząt Hodowlanych – przedstawienie oferty polskich rodzimych świń hodowlanych. Promocję świń wzmocniła degustacja wyrobów z mięsa wieprzowego ze znakiem „Produkt polski”.</p> <p>Aktywności edukacyjno informacyjne dla dzieci i młodzieży oraz ich opiekunów.</p>
	Ocena merytoryczna	<p>Upowszechnienie wiedzy o polskich rasach hodowlanych oraz zaletach mięsa wieprzowego w zrównoważonej i zbilansowanej diecie. Kreowanie odpowiedzialnych postaw konsumenckich opartych na patriotyzmie konsumenckim, zaufaniu do polskiej żywności i wybieraniu lokalnych producentów.</p>
32	Tytuł zadania	WARSZTATY DLA MŁODZIEŻY NA TEMAT ZRÓWNOWAŻONEJ HODOWLI I PRODUKCJI ŚWIŃ
	Okres realizacji	01.05.2024 – 17.01.2025
	Plan finansowy	2024
	Cel zadania	PROMOCJA PRODUKTÓW OZNACZONYCH ZNAKIEM PRODUKT POLSKI
	Zakres działań	<p>Organizacja cyklu warsztatów w 3 Zespołach Szkół Kształcenia Rolniczego m.in. o dobrostanie i ochronie środowiska w zrównoważonej hodowli świń, zaletach mięsa wieprzowego oraz ćwiczeń praktycznych ze znakowania zwierząt czy ochrony gospodarstw przed ASF z zachowaniem zasad bioasekuracji.</p>
	Ocena merytoryczna	<p>Upowszechnienie wiedzy o polskich rasach hodowlanych oraz zaletach mięsa wieprzowego w zrównoważonej i zbilansowanej diecie. Kreowanie odpowiedzialnych postaw konsumenckich</p>

		opartych na patriotyzmie konsumenckim, zaufaniu do polskiej żywności i wybieraniu lokalnych producentów.
		<b>STOWARZYSZENIE INNOWATORÓW WSI</b>
33	Tytuł zadania	MIĘSO WIEPRZOWE SYNONIMEM ZDROWIA I JAKOŚCI 2 EDYCJA
	Okres realizacji	01.11.2023 – 30.04.2024
	Plan finansowy	2023
	Cel zadania	INFORMOWANIE O JAKOŚCI I CECHACH W TYM ZALETACH MIĘSA WIEPRZOWEGO
	Zakres działań	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Aktualizacja strony internetowej</li> <li>✓ Działania promocyjne na Facebooku</li> <li>✓ Kampania GDN na portalach internetowych</li> <li>✓ Produkcja i emisja 4 filmów edukacyjnych w TVP Regionalna</li> </ul>
	Ocena merytoryczna	Działanie realizowane z udziałem ekspertów i praktyków przyczyniło się do podniesienia poziomu wiedzy wśród konsumentów na temat jakości cech i zalet mięsa wieprzowego.
		<b>KRAJOWY ZWIĄZEK REWIZYJNY ROLNICZYCH SPÓŁDZIELNI PRODUKCYJNYCH</b>
34	Tytuł zadania	WIEPRZOWINA EKO NOWY KIERUNEK ROZWOJU GOSPODARSTWA
	Okres realizacji	15.02.2024 – 31.07.2024
	Plan finansowy	2024
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Przeprowadzenie 3 dniowego szkolenia w Ciechocinku dotyczącego nt. możliwości oraz przyszłości produkcji wieprzowiny nowoczesnymi metodami. Przygotowanie materiałów informacyjnych, stworzenie zakładki dt. projektu na stronie internetowej <a href="http://www.kzmosp.pl">www.kzmosp.pl</a> , degustacja potraw przygotowanych na bazie mięsa wieprzowego.
Ocena merytoryczna	Zwiększenie wiedzy z zakresu nowoczesnej hodowli trzody chlewnej.	
		<b>ZWIĄZEK ZAWODOWY ROLNICTWA SAMOBRONA</b>
35	Tytuł zadania	WIEPRZOWINA KRÓLOWĄ POLSKICH STOŁÓW
	Okres realizacji	12.06.2024 – 01.10.2024


	Plan finansowy	2024
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO ZWIĘKSZENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW PROMOCJA PRODUKTÓW OZNACZONYCH ZNAKIEM PRODUKT POLSKI
	Zakres działań	Organizacja stoisk degustacyjno informacyjnych na 5 eventach lokalnych, podczas których serwowano zdrowe fast foody na bazie mięsa wieprzowego i jego przetworów.
	Ocena merytoryczna	Eventy cieszyły się dużym zainteresowaniem. Łącznie wydano 40 tys. porcji degustacyjnych. Informacja nt. walorów mięsa wieprzowego trafiła do ok. 70 tys. odbiorców.
		<b>ZWIĄZEK ZAWODOWY ROLNIKÓW OJCZYŻNA</b>
36	Tytuł zadania	OBRONA WIZERUNKU POLSKIEJ WIEPRZOWINY ORAZ OBALANIE MITÓW NA JEJ TEMAT WŚRÓD DIETETYKÓW
	Okres realizacji	01.04.2024 – 31.08.2024
	Plan finansowy	2024
	Cel zadania	INFORMOWANIE O JAKOŚCI I CECHACH W TYM ZALETACH MIĘSA WIEPRZOWEGO
	Zakres działań	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Budowa strony internetowej</li> <li>✓ Kampania w mediach społecznościowych</li> <li>✓ Produkcja materiałów informacyjno promocyjnych i dystrybucja w gabinetach dietetycznych</li> </ul>
Ocena merytoryczna	Upowszechnienie wiedzy o zaletach mięsa wieprzowego w zrównoważonej i zbilansowanej diecie. Kreowanie odpowiedzialnych postaw konsumenckich opartych na patriotyzmie konsumenckim, zaufaniu do polskiej żywności i wybieraniu lokalnych producentów.	
		<b>KRAJOWA RADA IZB ROLNICZYCH</b>
37	Tytuł zadania	AKCJA PROMOCYJNA MIĘSA WIEPRZOWEGO – WIEPRZOWINA NA CO DZIEŃ
	Okres realizacji	01.05.2024 – 21.10.2024
	Plan finansowy	2024
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW

	Zakres działań	Organizacja stoiska degustacyjno informacyjnego na imprezie plenerowej promujących spożycie mięsa, które odbyły się w województwie mazowieckim. Podczas obu wydarzeń zrealizowano pokazy kulinarne oraz degustację dań z mięsa wieprzowego, a także konkurs kulinarny z nagrodami. Na można było uzyskać informacje na temat wartości odżywczych wieprzowiny, a także dystrybuowane były broszury informacyjne.
	Ocena merytoryczna	Upowszechnienie wśród szerokiego grona konsumentów wiedzy o zaletach mięsa wieprzowego wysokiej jakości w zrównoważonej i zbilansowanej diecie. Kreowanie odpowiedzialnych postaw konsumenckich opartych na patriotyzmie konsumenckim, zaufaniu do polskiej żywności i wybieraniu lokalnych producentów. Na pikniku wydano 2,2 tys. porcji degustacyjnych.
38	Tytuł zadania	FESTIWAL POLSKIEJ WIEPRZOWINY
	Okres realizacji	15.02.2024 – 15.10.2024
	Plan finansowy	2024
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Organizacja 2 imprez plenerowych w województwie pomorskim promującej spożycie mięsa. Podczas wydarzeń zrealizowano pokazy kulinarne oraz degustację dań z mięsa wieprzowego, a także konkursy kulinarne z nagrodami. Na wydarzeniach było stoisko informacyjne, gdzie można było uzyskać informacje na temat wartości odżywczych wieprzowiny, a także dystrybuowane były broszury informacyjne.
	Ocena merytoryczna	Upowszechnienie wśród szerokiego grona konsumentów wiedzy o zaletach mięsa wieprzowego wysokiej jakości w zrównoważonej i zbilansowanej diecie. Kreowanie odpowiedzialnych postaw konsumenckich opartych na patriotyzmie konsumenckim, zaufaniu do polskiej żywności i wybieraniu lokalnych producentów. Na każdym pikniku wydano ok. 6,1 tys. porcji degustacyjnych.
39	Tytuł zadania	PIKNIK WIEPRZOWY POLSKIE SMAKI WIEPRZOWINY
	Okres realizacji	26.10.2024
	Plan finansowy	2024
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Organizacja imprezy plenerowej promującej spożycie mięsa, która odbyła się w województwie łódzkim. Podczas obu wydarzeń zrealizowano pokazy kulinarne oraz degustację dań z mięsa

		wieprzowego, a także konkurs kulinarny z nagrodami. Na wydarzeniu było stoisko informacyjne, gdzie można było uzyskać informacje na temat wartości odżywczych wieprzowiny, a także dystrybuowane były broszury informacyjne.
	Ocena merytoryczna	Upowszechnienie wśród szerokiego grona konsumentów wiedzy o zaletach mięsa wieprzowego wysokiej jakości w zrównoważonej i zbilansowanej diecie. Kreowanie odpowiedzialnych postaw konsumenckich opartych na patriotyzmie konsumenckim, zaufaniu do polskiej żywności i wybieraniu lokalnych producentów. Na pikniku wydano po 3,4 tys. porcji degustacyjnych.
40	Tytuł zadania	POLSKA WIEPRZOWINA LUBIĘ TO!
	Okres realizacji	01.05.2024 – 31.10.2024
	Plan finansowy	2024
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Organizacja imprezy plenerowej w województwie warmińsko mazurskim promującej spożycie mięsa. Podczas wydarzenia zrealizowano pokazy kulinarne oraz degustację dań z mięsa wieprzowego, a także konkurs kulinarny z nagrodami. Na wydarzeniu było stoisko informacyjne, gdzie można było uzyskać informacje na temat wartości odżywczych wieprzowiny, a także dystrybuowane były broszury informacyjne.
	Ocena merytoryczna	Upowszechnienie wśród szerokiego grona konsumentów wiedzy o zaletach mięsa wieprzowego wysokiej jakości w zrównoważonej i zbilansowanej diecie. Kreowanie odpowiedzialnych postaw konsumenckich opartych na patriotyzmie konsumenckim, zaufaniu do polskiej żywności i wybieraniu lokalnych producentów. Na pikniku wydano ok. 1,6 tys. porcji degustacyjnych.
41	Tytuł zadania	POLSKIE MIĘSO WIEPRZOWE SMACZNE I ZDROWE
	Okres realizacji	10.06.2024 – 10.10.2024
	Plan finansowy	2024
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Organizacja imprezy plenerowej w województwie śląskim promującej spożycie mięsa. Podczas wydarzenia zrealizowano pokazy kulinarne oraz degustację dań z mięsa wieprzowego, a także konkurs kulinarny z nagrodami. Na wydarzeniu było stoisko informacyjne, gdzie można było uzyskać informacje na temat

		wartości odżywczych wieprzowiny, a także dystrybuowane były broszury informacyjne.
	Ocena merytoryczna	Upowszechnienie wśród szerokiego grona konsumentów wiedzy o zaletach mięsa wieprzowego wysokiej jakości w zrównoważonej i zbilansowanej diecie. Kreowanie odpowiedzialnych postaw konsumenckich opartych na patriotyzmie konsumenckim, zaufaniu do polskiej żywności i wybieraniu lokalnych producentów. Na pikniku wydano ok. 3 tys. porcji degustacyjnych.
42	Tytuł zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO W PORADNIKU KALENDARZ ROLNIKÓW
	Okres realizacji	17.09.2024 – 02.12.2024
	Plan finansowy	2024
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Opracowanie artykułu sponsorowanego wraz z przepisami kulinarnymi w poradniku w wersji papierowej i elektronicznej.
	Ocena merytoryczna	Upowszechnienie wśród szerokiego grona konsumentów wiedzy o zaletach mięsa wieprzowego wysokiej jakości w zrównoważonej i zbilansowanej diecie. Kreowanie odpowiedzialnych postaw konsumenckich opartych na patriotyzmie konsumenckim, zaufaniu do polskiej żywności i wybieraniu lokalnych producentów.
43	Tytuł zadania	PRZEPIS NA POLSKĄ WIEPRZOWINĘ
	Okres realizacji	01.12.2023 – 29.05.2024
	Plan finansowy	2023
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Emisja 3 odcinków programu „Przepis dnia” na tvp.vod.pl – autorskie przepisy na dania z wieprzowiny wraz z informacją o zaletach mięsa wieprzowego i jego roli w zbilansowanej diecie.
	Ocena merytoryczna	Upowszechnienie wśród szerokiego grona konsumentów wiedzy o zaletach mięsa wieprzowego wysokiej jakości w zrównoważonej i zbilansowanej diecie. Kreowanie odpowiedzialnych postaw konsumenckich opartych na patriotyzmie konsumenckim, zaufaniu do polskiej żywności i wybieraniu lokalnych producentów.
44	Tytuł zadania	SMACZNIE I ZDROWO Z POLSKĄ WIEPRZOWINĄ
	Okres realizacji	01.04.2024 – 30.10.2024
	Plan finansowy	2024

	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Organizacja dwóch imprez plenerowych promujących spożycie mięsa, które odbyły się w województwie warmińsko - mazurskim. Podczas obu wydarzeń zrealizowano pokazy kulinarne oraz degustację dań z mięsa wieprzowego, a także konkurs kulinarny z nagrodami. Na każdym wydarzeniu było stoisko informacyjne, gdzie można było uzyskać informacje na temat wartości odżywczych wieprzowiny, a także dystrybuowane były broszury informacyjne.
	Ocena merytoryczna	Upowszechnienie wśród szerokiego grona konsumentów wiedzy o zaletach mięsa wieprzowego wysokiej jakości w zrównoważonej i zbilansowanej diecie. Kreowanie odpowiedzialnych postaw konsumenckich opartych na patriotyzmie konsumenckim, zaufaniu do polskiej żywności i wybieraniu lokalnych producentów. Łącznie wydano ok. 3 tys. porcji degustacyjnych łącznie.
45	Tytuł zadania	SMAKI POLSKIEJ WIEPRZOWINY
	Okres realizacji	01.08.2024 – 31.12.2024
	Plan finansowy	2024
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Emisja 3 odcinków programu Magazyn rolniczy, poruszających problematykę związaną z produkcją rolną, nowymi technologiami i innowacyjnymi rozwiązaniami w hodowli mającymi wpływ i kształtującymi jakość produktu w idei od pola do stołu.
	Ocena merytoryczna	Upowszechnienie wśród szerokiego grona konsumentów wiedzy o zaletach mięsa wieprzowego wysokiej jakości w zrównoważonej i zbilansowanej diecie. Kreowanie odpowiedzialnych postaw konsumenckich opartych na patriotyzmie konsumenckim, zaufaniu do polskiej żywności i wybieraniu lokalnych producentów.
46	Tytuł zadania	WIEPRZOMANIA
	Okres realizacji	01.06.2024 -28.08.2024
	Plan finansowy	2024
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Organizacja 2 imprez plenerowych w Boguchwale i Przemysłu promujących spożycie mięsa. Podczas wydarzeń zrealizowano pokazy kulinarne oraz degustację dań z mięsa wieprzowego, a

		<p>także konkurs kulinarny z nagrodami. Na wydarzeniu było stoisko informacyjne, gdzie można było uzyskać informacje na temat wartości odżywczych wieprzowiny, a także dystrybuowane były broszury informacyjne.</p>
	Ocena merytoryczna	<p>Upowszechnienie wśród szerokiego grona konsumentów wiedzy o zaletach mięsa wieprzowego wysokiej jakości w zrównoważonej i zbilansowanej diecie. Kreowanie odpowiedzialnych postaw konsumenckich opartych na patriotyzmie konsumenckim, zaufaniu do polskiej żywności i wybieraniu lokalnych producentów. Na piknikach wydano ok. 5 tys. porcji degustacyjnych łącznie.</p>
47	Tytuł zadania	<b>SMAKI Z WIEPRZOWINY</b>
	Okres realizacji	01.05.2024 – 31.10.2024
	Plan finansowy	2024
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Organizacja 2 imprez plenerowych w Boguchwale i Przemysłu promujących spożycie mięsa. Podczas wydarzeń zrealizowano pokazy kulinarne oraz degustację dań z mięsa wieprzowego, a także konkurs kulinarny z nagrodami. Na wydarzeniu było stoisko informacyjne, gdzie można było uzyskać informacje na temat wartości odżywczych wieprzowiny, a także dystrybuowane były broszury informacyjne.
	Ocena merytoryczna	Upowszechnienie wśród szerokiego grona konsumentów wiedzy o zaletach mięsa wieprzowego wysokiej jakości w zrównoważonej i zbilansowanej diecie. Kreowanie odpowiedzialnych postaw konsumenckich opartych na patriotyzmie konsumenckim, zaufaniu do polskiej żywności i wybieraniu lokalnych producentów. Na piknikach wydano ok. 18 tys. porcji degustacyjnych łącznie.
		<b>POLSKA IZBA PRODUKTU REGIONALNEGO I LOKALNEGO</b>
48	Tytuł zadania	<b>MNIAM -POLSKĄ WIEPRZOWINĘ ZNAM!</b>
	Okres realizacji	01.12.2023- 31.03.2024
	Plan finansowy	2023
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Prowadzenie biura prasowego</li> <li>✓ Emisja 2 wywiadów internetowych</li> </ul>



		✓ Kampania reklamowa w mediach społecznościowych
	Ocena merytoryczna	Upowszechnienie wśród konsumentów wiedzy o wysokiej jakości wieprzowiny w zbilansowanej i zrównoważonej diecie. Kreowanie odpowiedzialnych postaw konsumenckich opartych na patriotyzmie konsumenckim, zaufaniu do polskiej żywności i wybieraniu lokalnych producentów.
49	Tytuł zadania	NASZE KULINARNE DZIEDZICTWO – SMAKI REGIONÓW. XXIII EDYCJA KONKURSU NA NAJLEPSZY PRODUKT Z WIEPRZOWINĄ I NAJLEPSZY PRODUKT ZBOŻOWY
	Okres realizacji	10.08.2024 – 01.10.2024
	Plan finansowy	2024
	Cel zadania	PROMOCJA MIĘSA WIEPRZOWEGO WZROST SPRZEDAŻY WIEPRZOWINY PODNIESIENIE ŚWIADOMOŚCI KONSUMENTÓW
	Zakres działań	Organizacja finału konkursu i stoiska informacyjno degustacyjnego podczas tego wydarzenia wraz z produkcją materiałów informacyjno – promocyjnych i kampanią reklamową w radio.
	Ocena merytoryczna	Upowszechnienie wśród konsumentów wiedzy o wysokiej jakości wieprzowiny w zbilansowanej i zrównoważonej diecie. Kreowanie odpowiedzialnych postaw konsumenckich opartych na patriotyzmie konsumenckim, zaufaniu do polskiej żywności i wybieraniu lokalnych producentów.
		<b>PODLASKI ZWIĄZEK ROLNICZYCH ZRZESZEŃ BRANŻOWYCH PRODUCENTÓW TRZODY CHLEWNEJ</b>
50	Tytuł zadania	HODOWLA POD OCHRONĄ
	Okres realizacji	30.03.2024 – 29.07.2024
	Plan finansowy	2024
	Cel zadania	WSPIERANIE UTRZYMYWANIA ŚWIŃ Z ZACHOWANIEM WYMOGÓW BIOASEKURACJI, DOBROSTANU ZWIERZĄT ORAZ TROSKI O ŚRODOWISKO.
	Zakres działań	Opracowanie i wdrożenie systemu wsparcia producentów w ramach instytucji Rzecznika Praw Producentów Trzody Chlewnej będącego merytorycznym wsparciem w obszarze prawa rolnego, żywieniowego i weterynaryjnego. Przeprowadzenie szkolenia i prezentacja systemu jego form i zakresu działania.
Ocena merytoryczna	Stworzenie ram prawnych dla funkcji Rzecznika Praw Producentów Trzody Chlewnej, określenie form wsparcia i zasad ochrony producentów.	

		<b>POLPIG KRAJOWY ZWIĄZEK PRACODAWCÓW - PRODUCENTÓW TRZODY CHLEWNEJ</b>
51	Tytuł zadania	AKADEMIA PRODUKCJI PROSIĄT
	Okres realizacji	01.03.2024 – 30.06.2024
	Plan finansowy	2024
	Cel zadania	<p>ODBUDOWA POGŁOWIA TRZODY CHLEWNEJ ORAZ ZWIĘKSZENIE KONKURENCYJNOŚCI POLSKIEJ PRODUKCJI WIEPRZOWINY NA RYNKU KRAJOWYM I WSPIERANIE PRODUKCJI ŻYWNOŚCI WYSOKIEJ JAKOŚCI POPRZECZ DZIAŁANIA NA RZECZ WZMOCNIENIA ROLI PRODUCENTÓW W ŁAŃCUCHU PRODUKCYJNYM.</p> <p>WSPIERANIE UTRZYMYWANIA ŚWIŃ Z ZACHOWANIEM WYMOGÓW BIOASEKURACJI, DOBROSTANU ZWIERZĄT ORAZ TROSKI O ŚRODOWISKO.</p>
	Zakres działań	<p>Kurs dedykowany dla wszystkich osób, rolników, producentów prosiąt i wieprzowiny posiadających wyższe wykształcenie lub średnie wykształcenie kierunkowe i co najmniej rok doświadczenia produkcyjnego na fermie. Rekrutację uczestników prowadził Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu, Wydział Medycyny Weterynaryjnej i Nauk o Zwierzętach.</p>
Ocena merytoryczna	<p>Podnoszenie wiedzy i wymiana doświadczeń wśród osób zajmujących się produkcją trzody chlewnej w Polsce. Kurs realizowany na Wydziale Medycyny Weterynaryjnej i Nauk o Zwierzętach Uniwersytetu Przyrodniczego w Poznaniu – jednym z wiodących kierunków zootechnicznych w Polsce – oparty jest na założeniach: przekazywania aktualnej wiedzy przez najlepszych w kraju specjalistów w tej dziedzinie, wymianie doświadczeń (wyjazd studyjny) i pracy w małych grupach. Program studiów obejmuje szeroki zakres merytoryczno-technologiczny zagadnień związanych bezpośrednio z produkcją prosiąt i częściowo żywca wieprzowego.</p>	