

Sprawozdanie rzeczowe Funduszu Promocji Ziarna Zbóż i Przetworów Zbożowych za rok 2024

Rok 2024 to czwarty rok funkcjonowania komisji zarządzającej Funduszem Promocji Ziarna Zbóż i Przetworów Zbożowych, powołanej 1 lipca 2021 roku. Prace komisji zarządzającej odbywały się zgodnie z zaplanowanym harmonogramem i wszystkie złożone wnioski zostały rozpatrzone. Przyjęto także nową strategię Funduszu na rok 2025. Szczegółowe cele i kierunki wsparcia określono w dokumencie opisującym strategię.

Stan środków finansowych Funduszu Promocji Ziarna Zbóż i Przetworów Zbożowych na dzień 01.01.2024 r. wynosił 31 887 537,77 zł, natomiast na dzień 31.12.2024 r. wynosił 28 607 634,96 zł.

Rzeczywista kwota wpłat (skorygowana o przekazania mylnie wpłaconych środków na pozostałe fundusze), która w 2024 roku zasilila rachunek bankowy Funduszu Promocji Ziarna Zbóż i Przetworów Zbożowych z tytułu wpłat wyniosła 11 703 396,51 zł.

Dodatkowo konto Funduszu zostało zasilone:

- odsetkami od lokat w kwocie 1 154 052,19 zł,
- odsetkami od należności w kwocie 13 032,15 zł,
- kosztami upomnień w kwocie 60,00 zł.

Podsumowując, łączne wpływy na rachunek Funduszu Promocji Ziarna Zbóż i Przetworów Zbożowych w 2024 roku wyniosły 12 870 540,85 zł, tj. były mniejsze niż zanotowane w 2023 r. (wówczas była to kwota 17 013 790 ,94 zł). Tym samym sprawdziły się wcześniejsze prognozy planowanych niższych wpływów.

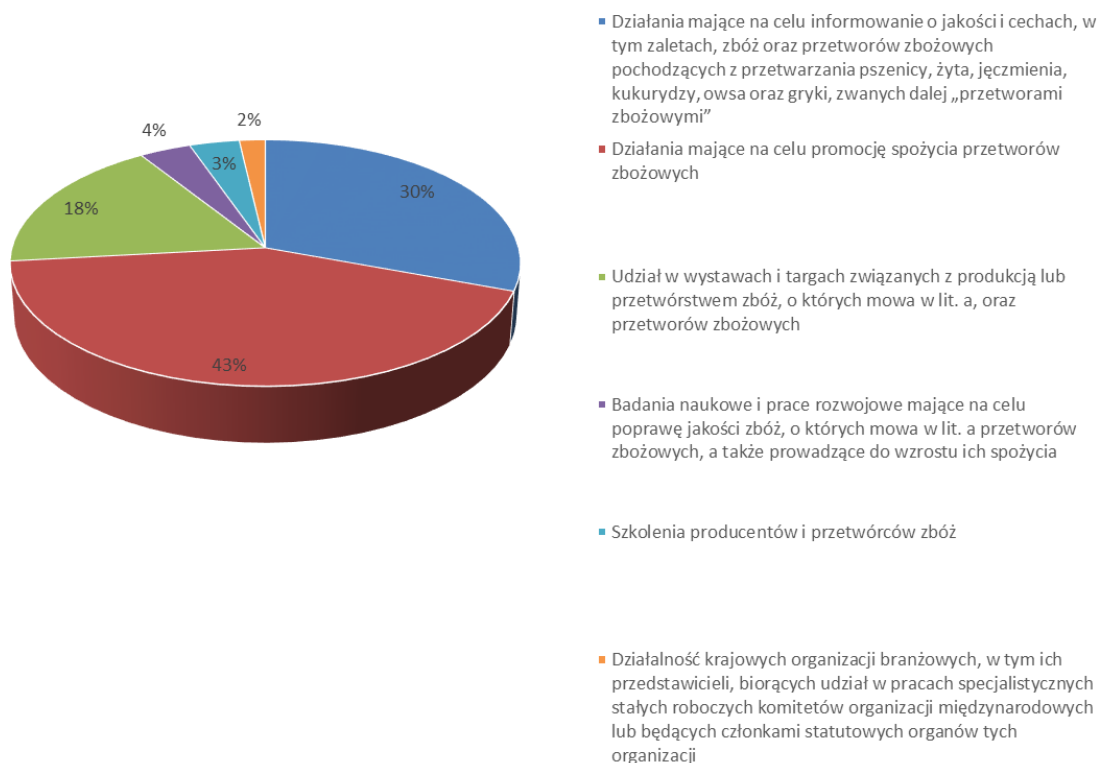
Jednocześnie pragniemy podkreślić, że suma środków w dyspozycji Funduszu PZZiPZ w 2024 r. w porównaniu do lat poprzednich pozostała stosunkowo wysoka, choć ostatecznie osiągnęła niższy poziom od zanotowanego w 2023 r. Miały na to wpływ w szczególności okoliczności rynkowe: wciąż trwająca wojna na Ukrainie oraz agresywna,

dumpingowa zbożowa ekspansja Rosji, spadek notowań zbóż na rynkach światowych, a co za tym idzie także w Polsce. Szczegółowe zestawienie wykonania planów finansowych w poprzednich latach dostępne jest na stronie www.kowr.gov.pl.

W 2024 roku Komisja spotykała się i podejmowała uchwały dotyczące udzielanie wsparcia oraz funkcjonowania Funduszu na spotkaniach w dniach: 05.01. (wyjazdowe), 19.02. (stacjonarne/video), 26.03. (stacjonarnie/video), 14.05. (stacjonarne/video), 09.07. (stacjonarne/video), 30.07. (stacjonarne/video), 27.09. (Polagra), 26.09. (stacjonarnie/video), 29.10. (stacjonarnie/video), 20.11. (stacjonarnie/video), 10.12. (stacjonarnie/video).

Na działania zgodne z celami Funduszu w 2024 roku przyznano łączną kwotę 21 967 703,93 zł. Udział poszczególnych obszarów działań informacyjno-promocyjnych w łącznej kwocie wsparcia zawiera poniższy wykres:

Plan finansowy Funduszu Promocji Ziarna Zbóż i Przetworów Zbożowych na rok 2024



W 2024 roku działania finansowane z Funduszu Promocji Ziarna Zbóż i Przetworów Zbożowych dotyczyły udziału w targach krajowych i zagranicznych, promocji przetworów zbożowych podczas pikników i imprez masowych tj. święto chleba, promocji prawidłowych form odżywiania i zdrowego trybu życia, szkoleń branżowych dla producentów ziarna i przetwórców, wydawania ważnych dla branży zbożowej poradników oraz finansowania składek członkowskich w organizacjach międzynarodowych.

Po analizie realizowanych dotychczas wniosków Komisja zauważa utrzymujący się trend realizacji w największym stopniu kampanii informacyjnych. Jednocześnie zauważa potrzebę, aby podmioty realizujące zadania zgodne z celami Funduszu w większym stopniu wykorzystywały inne środki promocji i dywersyfikowały ich kanały.

Poniżej przedstawiono zestawienie zadań realizowanych przez podmioty korzystające ze wsparcia FPZZiPZ w 2024 r., z podziałem na nazwę zadania oraz kwotę wsparcia:

Lp.	Tytuł zadania	Kwota przewidziana w planie finansowym 2024 [zł]
1.	Stawiam na zdrowe! Polskie przetwory zbożowe!	312 900,00
2.	Zboża na szlakach kulinarnych i w piekarniach rzemieślniczych	512 400,00
3.	Konferencja szkoleniowa dla producentów zbóż oraz warsztaty z konkursem dla KGW - edycja 2	418 267,50
4.	Żyjemy bo zboża jemy	110 240,00
5.	Mam zdrowie bo jem dobrej jakości produkty zbożowe!	110 565,00
6.	Działalność na forum Światowej Organizacji Rolników WFO	98 700,00
7.	"Pieczywo - kromka.pl" II edycja	141 445,50
8.	Promocja zbóż i ich przetworów w Iraku - Targi Agro Food	221 151,00
9.	Promocja zbóż i przetworów zbożowych wśród dzieci podczas trzech eventów z okazji Dnia Dziecka - 3 edycja	643 233,89
10.	Promocja przetworów zbożowych jako wydarzenie towarzyszące	145 950,00
11.	Agrotechnika upraw zbóż w aspekcie pogłębiających się zmian klimatycznych w tym suszy - szkolenia	132 431,25
12.	Zdrowe zbożowe	109 060,00
13.	Piknik produktów zbożowych	118 275,00
14.	Promocja polskiego ziarna zbóż i przetworów zbożowych	62 990,00
15.	Święto polskich zbóż	109 935,00
16.	Polskie zboża - tradycja i zdrowie	105 020,00
17.	Święto ziarna i zboża - Festyn	106 155,00
18.	Lubimy polskie zboża	107 060,00
19.	Kuchnia strażacka ze zbożami wysokiej jakości	592 200,00
20.	V Ogólnopolski konkurs dla piekarzy MasterBaker	450 525,05
21.	Konkurs kulinarny dla młodzieży pt."Zboża najwyższej jakości.Powrót do zbóż pradawnych"	286 230,00

22.	Sfinansowanie składki członkowskiej SRP RP w UIBC	19 950,00
23.	Pieczyno jest super	119 700,00
24.	Lubię kaszę - kasza na stół, na zdrowie, na co dzień - edycja IX	565 677,00
25.	Międzynarodowa Reprezentacja Polskiej Żywności Ekologicznej	39 800,00
26.	Stoisko promocyjne "POLSKIE RZEMIOSŁO PIEKARSKIE - OPARTE NA MĄCE, WODZIE I SOLI	119 450,00
27.	Kukurydza - źródło zdrowia, energii i smaku - edycja III	145 908,00
28.	Piknik Zbożowy	105 000,00
29.	Sfinansowanie składki członkowskiej za 2024 rok w COCERAL	173 856,00
30.	Udział Przedstawicieli IZP w pracach międzynarodowej organizacji branżowej	25 614,50
31.	Produkty zbożowe w tradycji pokoleń	695 424,24
32.	Działalność na forum europejskim 2024	47 996,06
33.	"Produkty zbożowe-pyszne i zdrowe!"-kampania promocyjno-edukacyjna - edycja I	144 970,50
34.	"Produkty zbożowe- pyszne i zdrowe! Gotuj razem z nami" - warsztaty kulinarne dla dzieci - edycja I	141 134,40
35.	"Glutenowy zawrót głowy - obalamy mity, potwierdzamy fakty" - edycja IV	515 566,00
36.	Film kreujące spożycie przetworów zbożowych	248 430,00
37.	Promocja polskich produktów rolnictwa ekologicznego w Europie 2024	399 772,62
38.	Promocja spożycia produktów i przetworów zbożowych podczas Dnia Dziecka w KPRM	116 025,00
39.	Promocja zbóż i produktów zbożowych podczas Pikniku PDŻ	146 527,50
40.	Promocja produktów zbożowych podczas Polish Grain Day 2024	418 057,50
41.	Polskie zboża, od gór aż do morza	126 560,00
42.	Produkty zbożowe - pyszne i zdrowe! - warsztaty edukacyjno-kulinarne dla przedszkolaków - edycja III	144 324,50
43.	Szkolenia dla producentów oraz młodzieży	126 000,00

44.	Przestaw się na eko - szukaj Euroliścia 2	780 000,00
45.	Poznaj zdrowy smak polskich przetworów zbożowych	500 850,00
46.	Żywność ekologiczna z UE - Dobry Wybór	1 093 723,89
47.	Jakość i tradycja z polskich zbóż	146 130,00
48.	Zielony Tydzień	85 000,00
49.	Wyroby garmażeryjne wysokiej jakości	100 099,65
50.	Zboża u Bartnika	231 000,00
51.	SIAL Paris 2024 - Promocja polskiego zboża, produktów zbożowych w systemach jakości żywności	594 450,00
52.	Summer Fancy Food 2024 - Promocja polskiego zboża, produktów zbożowych w systemach jakości żywności	833 082,00
53.	Zdrowie zaczyna się od ziarna - promocja zbóż i przetworów zbożowych w social mediach	670 320,00
54.	Cykl szkoleń "Zrozum zakwas chlebowy"	120 000,00
55.	XXIX Święto Chleba w Gdańsku	119 910,00
56.	Promocja przetworów zbożowych w poradniku Kalendarz Rolników	34 650,00
57.	XXVI Święto Chleba w Wielkopolsce	122 850,00
58.	Tradycja i smak polskiego pieczywa	97 860,00
59.	Forum piekarskie - zdrowe pieczywo	118 356,00
60.	Piknik Polskie Zboża	42 100,00
61.	Kukurydziane inspiracje -konkurs dla uczniów szkół gastronomicznych na danie z kukurydzy - druga edycja	119 595,00
62.	Polska smakuje w Naszych Regionach	204 461,25
63.	Bycie Fit jest Git - ekologia i tradycja	74 277,00
64.	Ziarno Zdrowia: Polskie Zboża dla Polskiego Drobiu	47 250,00
65.	Ziarno Prawdy	199 500,00
66.	Blżej natury - zdrowe pieczywo od małego do dorosłego	98 910,00
67.	Wyroby piekarskie na wiele sposobów w Austrii	114 013,20
68.	Promocja zbóż poprzez ożywienie tradycji wieńców dożynkowych - wydanie poradnika	149 900,00
69.	Polskie zboża - wiem że dobrze jem	129 200,00
70.	Kłós ma głos! Janek Kłós na tropie zdrowia	300 000,00
71.	Europejski Festiwal BIO 2024 - jakość i tradycja!	744 030,00

72.	Promocja produktów zbożowych podczas AGRO SHOW BEDNARY 2024	360 687,81
73.	Promocja i prezentacja potencjału sektora zbożowo-pasowego podczas wydarzenia "Kongres Rolników Europejskich 2024"	192 914,40
74.	Świąteczne Targi Rzemiosła w Gdańsku „DOMKI Z PIERNIKA”	120 000,00
75.	Zielona Fermentacja: Nowe podejście do zdrowego żywienia trzody chlewnej i poprawy jakości produktów mięsnych w Polsce	609 525,00
76.	Jakość zaczyna się w nasionach	152 330,40
77.	Nasze Kulinarne Dziedzictwo - Smaki Regionów". XXIII edycja konkursu na najlepszy produkt z wieprzowiną i najlepszy produkt zbożowy	129 360,00
78.	Promocja przetworów zbożowych podczas 46 Narodowego Pokazu Koni Arabskich Czystej Krwi w Janowie Podlaskim	123 186,00
79.	Pieczywo źródłem dobrej energii	149 100,00
80.	Wielofunduszowa Promocja Żywności Wysokiej Jakości	119 910,00
81.	Zbożowy Skarb Polski, czyli dziedzictwo, smak i zdrowie w każdym kęsie	471 329,88
82.	Przetwory zbożowe i wieprzowina królują na polskich stołach	220 477,95
83.	Smaki Kukurydzy	129 255,00
84.	Organizacja Dorocznego Spotkania Branżowego 2024	127 470,00
85.	Konferencja pt. Wpływ raportowania ESG w ramach dyrektywy CSRD na produkcję rolniczą	128 486,40
86.	EUOrganic	709 479,84
87.	Nowoczesne Narzędzia Finansowe dla producentów zbóż: Bezpieczeństwo w Zmiennej Rzeczywistości	403 095,00
88.	Produkty zbożowe wysokojakościowe	88 725,00
89.	Zdrowy brzuch, zboża w ruch	149 205,00
90.	Konferencja piekarska „Wyzwania stojące przed branżą piekarską”	125 942,25
91.	Polska Izba Żywności Ekologicznej na Biofach	105 228,00
		21 967 703,93

Relacje z wybranych wydarzeń zorganizowanych przez podmioty korzystające ze wsparcia FPZZiPZ w 2024 r.:

Krajowa Rada Izb Rolniczych

Zadanie: „**Mam zdrowie bo jem dobrej jakości produkty zbożowe**” zrealizowano w formie dwóch imprez promocyjnych:

- 31 sierpnia 2024 r., w Bolkowie (woj. dolnośląskie), jako impreza towarzysząca dla Dni Bolkowa Święto Miodu,
- 7 września 2024 r. w Polanicy-Zdrój (woj. dolnośląskie), jako impreza towarzysząca VI Polanickiemu Grzybobraniu „Grzybów-Zdroje”.

Każdorazowo na imprezę promocyjną przygotowano 2 banery, 3 x-banery, 30 plakatów, 30 zaproszeń, 500 ulotek. Zaproszenia na imprezy były dystrybuowane przez pracowników Dolnośląskiej Izby Rolniczej. Przygotowano również materiały reklamowe – gadżety promocyjne na każdą z imprez po 100 szt. smyczy, 75 szt. breloków, 100 szt. toreb bawełnianych, 75 szt. długopisów, 75 szt. nożyków do kartonu, 75 szt. zawieszek odbłaskowych. Na wszystkich materiałach umieszczono informację o źródle finansowania z logo #Fundusze Promocji.

Odwiedzający stoisko mieli możliwość skorzystania z bezpłatnej degustacji przygotowanych potraw z polskich zbóż. Uczestnicy mogli spróbować wielu potraw m.in. różnych rodzajów pierogów i chlebów, kaszotto gryczane i z pęczaka, chleba ze smalcem, kawy zbożowej, zupy krupnik i żurku, makaronów, kasz, wypieków i ciast. W ramach imprezy w Bolkowie wydano 1530 porcji degustacyjnych, a w Polanicy Zdrój 1580.

Udział w imprezach promocyjnych wzięło ok. 1000 osób.

Podczas imprez promocyjnych „Mam zdrowie bo jem dobrej jakości produkty zbożowe!” przeprowadzono badanie ankietowe. Uczestnicy wydarzenia zapoznali się z walorami odżywczymi produktów zbożowych jako produktów zdrowych, wysokiej jakości i godnych zaufania.



Zadanie „**Żyjemy bo zboża jemy**” zrealizowano w formie dwóch imprez plenerowych:

- 22 czerwca 2024 r. w Golubiu-Dobrzyniu, jako impreza towarzysząca Wojewódzkiemu Przeglądowi Zespołów Ludowych

- 25 sierpnia 2024 r. w Grudziądzu na Błoniach Nadwiślańskich o godzinie 10:30, jako impreza towarzysząca Dożynkom Województwa Kujawsko-Pomorskiego

W dniach poprzedzających imprezy promocyjne, reklamowano wydarzenia poprzez reklamę mobilną i plakaty. Wydrukowano 1000 szt. ulotek i 600 szt. plakatów.

W ramach zadania przygotowano 6 banerów, 6 rollupów z nazwą zadania oraz informacją o źródle finansowania oraz wykonano gadżety promocyjne: 300 szt. zapalniczek, 500 szt. smyczy, 500 szt. balonów.

Odwiedzający stoisko mieli możliwość skorzystania z bezpłatnej degustacji przygotowanych potraw z polskich zbóż. Uczestnicy mogli spróbować wielu potraw m.in. pierogi, kaszankę, makarony, gołąbki z kaszą, sałatki makaronowe oraz różnego rodzaju ciasta. Przy wszystkich potrawach do degustacji znajdowała się informacja, że zostały one sfinansowane z Funduszu Promocji Ziarna Zbóż i Przetworów Zbożowych. Podczas każdej imprezy promocyjnej wydano po 4500 porcji degustacyjnych.

Według szacunków Kujawsko-Pomorskiej Izby Rolniczej w każdej imprezie promocyjnej w Golubiu-Dobrzyniu udział wzięło ok. 1500 osób, a w Grudziądzu 2500 osób.

Wśród odwiedzających imprezy promocyjne „Żyjemy bo zboża jemy” przeprowadzono badanie ankietowe.

Uczestnicy wydarzenia zapoznali się z walorami odżywczymi produktów zbożowych jako produktów zdrowych, wysokiej jakości i godnych zaufania.



Zadanie: **„Piknik Zbożowy”** zrealizowano w formie dwóch imprez promujących spożycie wyrobów z polskich zbóż, które odbyły się:

- 10 sierpnia 2024 r. w Janowie Lubelskim, województwo lubelskie, jako impreza towarzysząca podczas: Festiwal Kaszy – Gryczaki.
- 25 sierpnia 2024 r. w Puchaczowie, województwo lubelskie, jako impreza towarzysząca Dożynkom Powiatowym w Puchaczowie.

Na każdą z imprez przygotowano po 2 banery, 1500 szt. ulotek, 500 szt. zaproszeń, 50 szt. plakatów.

Przygotowano następujące gadżety: długopisy, ołówki, podkładki pod mysz, notesy z kartkami samoprzylepnymi, linijki z notesami, notesy magnetyczne, smycze, gwizdki – breloczki, breloczki z żetonem, notesy, torby A4 i torby bawełniane (po 100 sztuk każdego rodzaju na każdą z imprez)

Na każdej imprezie wydano po 1000 szt. porcji degustacyjnych. Podczas Imprezy w Janowie Lubelskim odwiedzający mogli spróbować : jaglaki janowskie, gryczaki janowskie, racuchy, chleb ze smalcem i ogórkiem kiszonym, pierogi z kaszą gryczaną i skwarkami, fajerczaki, jagodzianki, sernik z kaszy jaglanej, placek z owocami, a podczas imprezy w Puchaczowie: bajgle, drożdżówki, pączki, ciasteczka kruche, pierogi z kaszą, strucle, cebularze z makiem, precle, bułeczki z ziarnami, chleb wiejski ze smalcem i ogórkami małosolnymi, kaszę gryczaną ze skwarkami, pierogi z kaszą manną na słodko.

Uczestnicy wydarzeń zapoznali się walorami odżywczymi produktów zbożowych jako produktów zdrowych i wysokiej jakości. Według szacunków podanych przez Lubelską Izbę Rolniczą w imprezie promocyjnej w Janowie Lubelskim udział wzięło ok. 1500 osób, natomiast w Puchaczowie ok. 1300.

Podczas imprez promocyjnych „Piknik zbożowy” przeprowadzono badanie ankietowe. Analiza przeprowadzonych ankiet wskazuje, że ankietowani pozytywnie ocenili ogólną organizację imprez, obsługę stoiska promocyjnego oraz potrawy serwowane w ramach bezpłatnej degustacji, oprawy muzyczne i konkursy.



Zadanie: **„Zdrowe zbożowe”** zrealizowano w formie imprez promocyjnych w następujących miejscach i terminach:

- 22 września 2024 r. w Kalsku, na terenie Lubuskiego Ośrodka Doradztwa Rolniczego, jako impreza współtowarzysząca przy XIV Lubuskim Kiermaszu Ogrodniczym
- 06 października 2024 r. w Muzeum Etnograficznym w Zielonej Górze-Ochli, jako impreza współtowarzysząca wydarzeniu pn. „U progu jesieni - święto miodu, plonów jesieni”

Na potrzeby imprez przygotowano banery – 2 szt. na całe Zadanie, ulotki 500 szt. na całe Zadanie, zaproszenia – 150 szt. na imprezę (300 szt. na całe Zadanie), plakaty – 50 szt. na imprezę (100 szt. na całe Zadanie) oraz drobne gadżety na całe Zadanie: balony – 200 szt., lunchbox – 100 szt., krówki – 5 kg, fartuchy kuchenne – 50 szt., uchwyty na telefon z czyścikiem – 50 szt., worki odblaskowe – 50 szt. skakanki – 50 szt., pendrive – 30 szt., które były oznaczone logiem #Fundusze Promocji.

Na imprezie promocyjnej w Kalsku i Zielonej Górze-Ochli wydano po 1000 porcji degustacyjnych. Uczestnicy mogli spróbować wielu potraw tj. zupy z kaszą, różnego rodzaju pierogów, gulaszy z kaszą, tortille, gołąbków, ciasta i pieczywa.

Według szacunków Lubuskiej Izby Rolniczej udział w imprezie w Kalsku wzięło ok. 2000 osób, a Zielonej Górze-Ochli ok. 1300 osób.

Uczestnicy wydarzenia zapoznali się z walorami odżywczymi produktów zbożowych jako produktów zdrowych, wysokiej jakości i godnych zaufania.

Wśród odwiedzających imprezy promocyjne „Zdrowe zbożowe” przeprowadzono badanie ankietowe. Analiza przeprowadzonych ankiet wskazuje, że konsumenci mają świadomość na temat jakości i walorów odżywczych produktów zbożowych



Zadanie: „**Promocja polskiego ziarna zbóż i przetworów zbożowych**” zrealizowano w dniu 19 października 2024 r. w Opolu.

Na potrzebę realizacji zadania przygotowano: materiały informacyjno-promocyjne: baner, roll-up, stół konferencyjny, ściankę promocyjną, 60 szt. plakatów, 500 szt. broszur, 500 szt. ulotek, 25 szt. dyplomów. Wykonano następujące gadżety promocyjne: 500 szt. długopisów, 200 szt. balonów, 200 szt. smyczy, 200 szt. chorągiewek, 150 szt. naklejek.

Na stoisku degustacyjnym częstowano uczestników daniami ze zbóż. Serwowano żurek na żytnim zakwasie, burgery z pszenną bułką, kaszotto z kaszy pęczak i grzybami, chleb pełnoziarnisty z pastą smakową, kołacz śląski, kawę zbożową i popcorn. Wydano 1550 porcji degustacyjnych.

Uczestnicy imprezy w ramach zadania „Promocja polskiego ziarna zbóż i przetworów zbożowych” twierdzili, że impreza została przygotowana na najwyższym poziomie, dania przygotowane do degustacji były smaczne i zachęcające do spożywania produktów zbożowych. Według szacunków Izby Rolniczej w Opolu udział w imprezie wzięło około 400 osób.

Z przeprowadzonych i zebranych ankiet można stwierdzić jednoznacznie, że konsumenci mają zwiększone zaufanie do polskich produktów zbożowych, a także zbudowano pozytywny wizerunek potraw zbożowych, jako zdrowego produktu spożywczego oferowanego przez przedstawicieli rolników i odwołanie się do tradycji, co w dalszej perspektywie może wpłynąć na wzrost spożycia produktów zbożowych.



Zadanie: **"Działalność na forum Światowej Organizacji Rolników WFO"** zrealizowano w terminie: 01.01.2024-30.01.2024

W ramach zadania Krajowa Rada Izb Rolniczych zapłaciła składkę członkowską w WFO Światowej Organizacji Rolników za rok 2024. Udział w pracach WFO jest niezmiernie ważny, gdyż umożliwia stały dostęp do informacji oraz pozwala na kształtowanie polityki międzynarodowej dotyczącej promocji i kształtowania rynku zbóż. Ponadto, nawiązywane są bezpośrednie kontakty z organizacjami i ekspertami z krajów członkowskich z całego świata, co ułatwia dostęp polskim producentom do światowych rynków.

Wysokość składki członkowskiej WFO za 2024 rok wyniosła 18 503,62 euro. Zapłacono po kursie 4,5695 zł/1 euro.

Krajowa Rada Izb Rolniczych jest członkiem organizacji światowej rolników WFO w Rzymie i działa w ramach tej organizacji, jak również uczestniczy w spotkaniach tej organizacji.

Udział w pracach tej organizacji jest niezmiernie ważny, gdyż umożliwia stały dostęp do informacji oraz realny wpływ na sytuację producentów rolnych w Polsce.

Ocena efektywności: Opłacanie składki członkowskiej w strukturach organizacji WFO (Światowej Organizacji Rolników) pozwala na uzyskanie dla polskich producentów bezpośrednio od światowych producentów wiedzy nt. trendów, cen, nowych technologii, tworzenia spółdzielczości w sektorze zbóż i przetworów zbożowych oraz produkcji m.in. zbóż.

Zadanie zostało zrealizowane zgodnie ze złożonym wnioskiem. Faktura za składkę członkowską w WFO została opłacona.

Ogólnopolskie Stowarzyszenie Przetwórców i Producentów Produktów Ekologicznych „Polska Ekologia”

Zadanie: **„Zboża na szlakach kulinarnych i piekarniach rzemieślniczych”**

Projekt ma za zadanie promować spożycie polskich zbóż i produktów zbożowych, w tym pieczywa wykonywanego w sposób rzemieślniczy. Podejmowane działania mają na celu edukowanie społeczeństwa na temat walorów smakowych i odżywczych zbóż i jego przetworów. Projekt informuje o prądach odmianach zbóż i zbożach wysokiej jakości.

Termin realizacji: 1.04.2024 – 30.06.2025.

Ocena merytoryczna: do momentu opracowania sprawozdania za 2024 r. przeprowadzono 18 z 20 spotkań w trakcie których piekarze prezentowali walory pieczywa oraz korzyści płynące z

korzystania z certyfikowanych surowców i produktów zbożowych. W czasie trwania projektu nakręcono audycję radiową i telewizyjną które zostały wyemitowane w mediach regionalnych. Przeprowadzano akcję promocyjną w mediach społecznościowych w czasie której promowano certyfikowane zboża oraz przedstawiono zalety wyboru pieczywa z rzemieślniczych piekarni.



Zadanie: „Polska smakuje w naszych regionach”

Głównym celem są działania informacyjne o jakości i cechach polskich produktów i surowców regionalnych. Projekt ma za zadanie promocję polskich produktów i surowców regionalnych poprzez zwiększenie wiedzy zarówno konsumentów jak i dostawców na temat ich walorów odżywczych i prozdrowotnych. Celem projektu jest również edukacja społeczeństwa na temat charakterystyki produktów certyfikowanych.

Termin realizacji: 01.08.2024 – 30.06.2025.

Ocena merytoryczna: Poprzez przygotowanie stoisk na imprezach plenerowych skupiających ruch turystyczny przeprowadzano kampanię informacyjno-promocyjną w poszczególnych regionach Polski. Przeprowadzono pokazy na których prezentowano walory smakowe certyfikowanych produktów zbożowych i dań przygotowanych na ich bazie. Przygotowano materiały promocyjne w postaci toreb i folderów które zostały rozdane uczestnikom eventów.

Miejsca Promocji:

- Miasteczko Świąteczne w Rzeszowie; Rynek w Rzeszowie, 35-064 Rzeszów
- 12 Międzynarodowe Targi „EKOstyl”
- Małopolskie Targi Żywności” Zasmakuj z UR
- „Polskie Kulinaria” w Busko-Zdroju
- Pożegnanie Wakacji i Krajowa Wystawa Bydła Simentalskiego w Rudawce Rymanowskiej



Zadanie: „Kuchnia Strażacka ze Zbożami Wysokiej Jakości”

Projekt ma za zadanie promować spożycie polskich zbóż i produktów zbożowych jako wydarzenie towarzyszące innym wydarzeniom kulinarnym i kulturalnym - podczas 40 eventów na terenach miejsko wiejskich. Podejmowane działania mają na celu edukowanie społeczeństwa na temat walorów smakowych i odżywczych zbóż i produktów zbożowych
Termin realizacji: 01.07.2024 -30.06.2025

Ocena merytoryczna: Przeprowadzono 40 wydarzeń promocyjnych połączonych z lokalnymi wydarzeniami kulturalnymi polski południowo-wschodniej . Promocje zostały przeprowadzone przy współpracy z jednostkami Ochotniczej Straży Pożarnej. Stoiska przyciągały uwagę konsumentów. Cieszyły się zainteresowaniem lokalnych władz i mediów. Szacuje się że każde ze stoisk zostało odwiedzone przez 1000 konsumentów. Rozdysponowano 4000 ulotek. Materiały promocyjne w postaci 40 roll-upów i 300 fartuchów z oznakowaniem projektu i znakiem finansowania rozdysponowano wśród straży do dalszego wykorzystania w kolejnych eventach. Dzięki współpracy ze strażą pożarną, która cieszy się dużym zaufaniem społecznym, promocja spożycia polskich zbóż i produktów zbożowych zyskała istotny rozgłos w mediach społecznościowych. Jednostki OSP publikowały posty informujące o projekcie i zapraszające do udziału w nadchodzących wydarzeniach. Projekt jest na etapie końcowej ewaluacji wykonywanej przez zewnętrzną podmiot.



Zadanie: „V Ogólnopolski Konkurs dla Piekarzy Master Baker”

Działania mające promować rzemieślnicze tradycje wypieku oraz rozwój i poprawę inicjatyw społecznych, lokalnych, regionalnych i ogólnopolskich, promujących spożycie przetworów zbożowych. Celem projektu jest edukacja społeczeństwa na temat zalet płynących z wykorzystania tradycyjnych wypieków w diecie jak również promocja rzemieślniczych wypieków. Ponadto dzięki wykorzystaniu mediów społecznościowych i telewizji planowana jest promocja i dotarcie do osób zainteresowanych tradycyjnym piekarstwem i wyrobami zbożowymi. Ogromną zaletą jest rozpoznawalność konkursu, który w minionych latach zyskał na popularności i rozpoznawalności w szkołach branżowych.

Termin realizacji: 01.05.2024 – 01.05.2025

Ocena merytoryczna: Finał zadania odbył się w trakcie trwania Międzynarodowych Targów Poznańskich POLAGRA w 2024 roku, dzięki czemu zyskano uwagę wielu osób zainteresowanych piekarstwem. Dzięki mediom społecznościowym i transmisji wydarzenia online udało się przeprowadzić akcję promocyjną, która zwiększyła wiedzę i zainteresowanie tradycyjnymi wypiekami jak również zaletami płynącymi z wykorzystania certyfikowanych surowców. Zwiększyła się również wiedza i świadomość na temat rzemieślniczych metod wypieku chleba, charakterystyki i różnorodności wyrobów piekarniczych.



Zadanie: „Żywność Ekologiczna z UE – Dobry Wybór”

Celem projektu jest zwiększenie konkurencyjności europejskich produktów zarejestrowanych w ramach unijnego systemu jakości jak również zwiększenie świadomości i poziomu rozpoznawalności europejskiego logo prod. ekologicznej. Założeniem jest zwiększenie konkurencyjności produktów z europejskim logo ekologicznym poprzez zwiększenie świadomości konsumentów oraz zwiększenie eksportu produktów europejskich zarejestrowanych w ramach systemu jakości Unii Europejskiej

Termin realizacji: 01.04.2023 - 31.03.2026

Ocena merytoryczna: Działania w czasie projektu skupiły się na promocji europejskich produktów.. Promocja w roku 2024 objęła uczestnictwo w targach:

- Targi The Middle East Organic and Natural Product Expo Dubai 18
- Targi ADIFE w Abu Dhabi
- Spotkania z dziennikarzami
- Reklamy outdoor w Dubaju i Abu Dhabi

- Reklamy na taksówkach
- Reklamy w czasopismach
- Promocje w punktach sprzedaży
- Misje gospodarcze z ZEA do Polski



Polska Izba Żywności Ekologicznej

„Międzynarodowa Reprezentacja Polskiej Żywności Ekologicznej”

Miejsce realizacji: Warszawa, Budapeszt, Bruksela, Europa, termin realizacji: 1 stycznia – 30 grudnia 2024. W ramach projektu:

- Opłacono składkę członkowską IFOAM Europe. Jest to składka roczna, która gwarantuje Izbie prawo głosu na Walnym Zgromadzeniu oraz uczestniczenia we wszystkich działaniach organizacji. Dodatkowo daje prawo do zniżki na corocznej konferencji, która w tym roku odbędzie się we wrześniu na Węgrzech.
- Opłacono składkę członkowską OPTA. Jest to składka roczna, która daje nam prawo głosu na Walnym Zgromadzeniu członków oraz uprawnia do stałego korzystania z platformy informacyjnej OPTA, która obfituje w komplet materiałów merytorycznych na temat wszystkich działań rynku BIO w Europie.
- Pokryto koszt realizacji dwóch wyjazdów: European Organic Congress 10-12 września 2024, Budapeszt; General Assembly of OPTA Europe 13-14 listopada 2024, Bruksela

Ocena merytoryczna: Celem projektu było nawiązanie i podtrzymanie międzynarodowych kontaktów branży żywności Ekologicznej. Dzięki projektowi cel został zrealizowany poprzez

- 1 spotkanie online,
- udział w trzydniowej konferencji
- udział w dwudniowym walnym zgromadzeniu.
- zostało odbytych kilkadziesiąt rozmów z potencjalnymi partnerami Izby, decydentami na szczeblu krajowym i unijnym oraz ekspertami,

- przygotowano 6 informacji prasowych, po dwie na każde powyższe wydarzenie w wersji PRZED i PO. Informacje zostały opublikowane na stronie Izby i rozpowszechnione wśród jej członków oraz branży BIO



„Targi BioFach 2024”

Miejsce realizacji: Niemcy, Norymberga, termin realizacji: 1 czerwca 2023 – 28 lutego 2024. Przedmiotem projektu było przygotowanie stoiska i przestrzeni do pozyskiwania potencjalnych kupców polskich ekologicznych owoców, warzyw, zbóż i przetworów z tych produktów na targach BIOFACH 2024. Targi odbywały się w terminie 13-16 lutego 2024 roku w Norymberdze w Niemczech.

- **Udział w targach**

Najważniejszym działaniem oraz wydatkiem w budżecie projektu był udział we wspólnym stoisku realizowanym przez KOWR. KOWR kupił stoisko oraz stworzył całą jego zabudowę (elegancką wyspę, zaplecze, strukturę, miejsce spotkań itp.).

W ramach udziału w targach członkowie i przedstawiciele Polskiej Izby Żywności Ekologicznej wzięli udział w wieczorze wystawców, który odbył się 15 lutego.

Zagwarantowano również 24 osobom (obecnym na stoisku przedstawicielom firm oraz pracownikom PIŻE) zakwaterowanie od 12 do 17 lutego (targi trwały 13-16 lutego, jednak potrzebny był jeden dzień przed i po, aby przygotować stoisko oraz posprzątać na nim).

- **Stoisko oraz spotkania**

Celem udziału w BIOFACH było nawiązanie jak największej liczby kontaktów biznesowych. Stąd podjęto w ramach projektu następujące działania: umówienie spotkań, atrakcyjność stoiska, rozreklamowanie stoiska.

Ocena merytoryczna: Na stoisku odbyło się około 100 spotkań ze 100 potencjalnymi kupcami. Członkowie Izby nawiązali nowe kontakty biznesowe. Na stoisku Polskiej Izby Żywności Ekologicznej zostało zaprezentowanych ponad 100 produktów od firm opisanych powyżej. W

ramach działania wyprodukowano i rozdano materiały promocyjno-informacyjne oraz 500 sztuk katalogów z informacjami o rynku polskim.



„Zielony Tydzień”

Miejsce realizacji: cała Polska, termin realizacji: 1 kwietnia – 30 września 2024.

Głównym działaniem w ramach projektu Zielony Tydzień była kampania promocyjna na temat żywności ekologicznej, promowanie produktów wytwarzanych w ramach systemu certyfikacji. Była to akcja, podczas której przez 7 dni można było spróbować nowych smaków, odkryć ekologiczne produkty i dowiedzieć się, czym żywność ekologiczna różni się od żywności konwencjonalnej. Zielony Tydzień odbywał się w ramach Międzynarodowego Dnia Ziemi. Kampanii Zielony Tydzień towarzyszył Plebiscyt na ulubione produkty bio. Przeprowadzono go za pomocą głosowania poprzez Internet. Osoby, które wzięły udział w plebiscycie – wzięły udział w konkursie z nagrodami.

W ramach projektu biuro prasowe Polskiej Izby Żywności Ekologicznej prowadziło stałe działania, które rozpoczęły się w kwietniu 2024 roku od pozyskania patronów medialnych Zielonego Tygodnia. W ramach tego działania wysłano informacje prasową, przeprowadzono follow-up do wybranych dziennikarzy.

Przygotowano 4 filmy:

1. dotyczący akcji Zielony Tydzień, która odbywała się w kwietniu
2. dotyczący European Organic Day, który obchodziliśmy 23 września;
3. Eko Lekcja – nakręcona na ekologicznej Farmie w Juchowie w wersji SHORT do kanałów You Tube
4. Eko Lekcja – w wersji LONG, jako materiał dla szkół, nieodpłatnie udostępniony na stronie internetowej wraz z materiałami pomocniczymi dla nauczycieli

W ramach działań promujących żywność ekologiczną w szkołach w środowisku osób decyzyjnych zatrudniono kancelarię Moyers do zrealizowania spotkań z osobami decyzyjnymi. Celem było propagowanie żywności ekologicznej, wprowadzenie jej do szkół.

Ocena merytoryczna: W ramach projektu Zielony Tydzień zrealizowano wszystkie założone cele:

- ekwiwalent reklamowy projektu znacznie przekroczył budżet projektu (wyniósł ponad 3 mln złotych);
- informacja o akcji dotarła do ponad 1 mln odbiorców (działania Public Relations) plus zasięg Mediów Społecznościowych na poziomie prawie pół miliona UU;
- 21 postów na temat kampanii (Instagram + 2 profile na Facebooku)
- 1 konkurs tematyczny
- promocja 20 postów w mediach społecznościowych (zasięg płatnej kampanii wyniósł: 356 418).
- zrealizowano 4 filmy;
- zrealizowano 6 spotkań dotyczących promocji żywności ekologicznej w szkołach.

Stowarzyszenie Innowatorów Wsi

„Promocja zbóż i ich przetworów w Iraku - Targi Agro Food”

Delegacja z Polski pod przewodnictwem Stowarzyszenia Innowatorów Wsi uczestniczyła w targach opakowań oraz produktów żywnościowych „Agro Food” w centrum wystawienniczym w Erbilu (Kurdystan/Irak). Targi odbyły się w dniach 25-28 listopada 2024 roku i były największą wystawą rolno - spożywczą w Kurdystanie. Wystawców było 317 z 18 krajów, a wśród nich przedsiębiorcy z szeroko rozumianego sektora rolno-spożywczego, z branży żywnościowej, rolniczej i technologii spożywczych.

Celem uczestnictwa była promocja polskich produktów zbożowych na rynku bliskiego wschodu i prezentacja możliwości polskich producentów ziarna zbóż i przetworów zbożowych, dlatego podjęliśmy szereg działań tj.: wynajem powierzchni (25m²), zaprojektowanie zabudowy, a także przygotowanie i umeblowanie stoiska.

Przygotowano również materiały informacyjno-promocyjne w formie drukowanej: foldery i roll-up oraz w wersji elektronicznej film o polskiej branży zbożowej, który były wyświetlany na telewizorze. Dla osób odwiedzających stoisko przygotowano upominki w postaci teczek konferencyjnej. Natomiast osobom, które zgodziły się wypełnić ankietę wręczano torbę.

Przyciągające uwagę stoisko, profesjonalnie przygotowane materiały reklamowe oraz szeroka gama oferowanych produktów przyciągały uwagę uczestników Targów; stoisko odwiedzały osoby związane z branżą spożywczą, w tym między innymi: sprzedawcy, producenci, restauratorzy, hurtownicy oraz hotelarze prowadzący interesy w Iraku oraz państwach ościennych.

Realizacja zadania przyczyniła się do osiągnięcia celów, tj. wzrostu konkurencyjności polskich produktów zbożowych na rynku międzynarodowym oraz stworzenia pozytywnych warunków dla rozwoju ich eksportu.



„Promocja zbóż i przetworów zbożowych wśród dzieci podczas trzech eventów z okazji Dnia Dziecka – 3 edycja”

Po raz trzeci Stowarzyszenie Innowatorów Wsi zorganizowało projekt promujący produkty zbożowe wśród dzieci i młodzieży z okazji Dnia Dziecka. Projekt w swoim założeniu obejmował organizację 3 eventów oraz przeprowadzenie działań informacyjno-promocyjne w Internecie. Podczas wszystkich eventów były rozdawane broszury informacyjne, rozstawione roll-upy i powieszone banery.

Pierwsze wydarzenie zostało zorganizowane w dniach 20-24 maja 2024 r. w Uniejowie. W evencie brali udział uczniowie klas 5-8 szkół podstawowych z całego kraju, łącznie uczestniczyło prawie 50 grup szkolnych. Wysłano 100 zaproszeń papierowych oraz 500 maili do kolejnych szkół. Wydarzenie cieszyło się ogromnym zainteresowaniem, na co wskazuje liczba uczestniczących grup oraz liczne zapytania o przyszłą edycję.

Przez 5 dni dzieci uczestniczyły w warsztatach w Zagrodzie Młynarskiej. Warsztaty te połączone były z prelekcją dietetyka, pokazem kulinarnym w wykonaniu profesjonalnego kucharza oraz degustacją przygotowanych potraw na bazie produktów zbożowych. Nagrodą dla wszystkich uczestników warsztatów było wejście na baseny termalne.

W ramach tego wydarzenia 22 maja odbył się turniej piłki nożnej dla klubów i szkółek piłkarskich z rocznika 2013 pod patronatem honorowym Łódzkiego Związku Piłki Nożnej. Do turnieju zgłosiło się 21 zespołów. 3 najlepsze drużyny otrzymały nagrody w postaci voucherów na zakup kompletów sportowych, koszulek lub getrów sportowych oraz piłki.

Kolejne wydarzenie w ramach zadania odbyło się 2 czerwca 2024 roku w Prabutach, na pomorzu, gdzie stworzyliśmy strefę edukacyjną dla dzieci i rodziców/opiekunów z konkursami o tematyce związanej ze zbożem i jego przetworami. Nagrodami w konkursach były gofrownice i bezprzewodowe słuchawki. Dla najmłodszych przewidziano dodatkowe atrakcje tj. strefa z malowanekami i animacjami.

Odbywały się również pokazy kulinarne w wykonaniu kucharza. Przeprowadzane były na scenie głównej, jak i w specjalnie wydzielonej strefie, gdzie oprócz pokazów, odbywały się degustacje oraz rozmowy z dietetykiem o zaletach serwowanych dań i walorach zdrowotnych przetworów zbożowych. Przeprowadzane były także bezpłatne konsultacje dietetyczne. W przygotowanie dań do degustacji włączyły się również lokalne Koła Gospodyń Wiejskich.

Ostatni event odbył się 30 czerwca 2024 roku w Kamyku, gdzie Stowarzyszenie wzięło udział w Festiwalu Smaków i Kultury Powiatu Kłobuckiego. Tu również stworzyliśmy strefę edukacyjno-degustacyjną dla dzieci i ich rodziców/opiekunów. Nie zabrakło konkursów o tematyce związanej ze zbożem i jego przetworami, gdzie nagrodami były gofrownice oraz bezprzewodowe słuchawki. Dla najmłodszych przewidziano dodatkowe atrakcje tj. strefa z malowanymi i animacjami.

Zarówno na scenie głównej, jak i w wydzielonej strefie kucharz prowadził pokazy kulinarne, degustacje oraz opowiadał wraz z dietetykiem o zaletach serwowanych dań i ogólnie jedzeniu przetworów zbożowych. Przeprowadzane były także bezpłatne konsultacje dietetyczne. Podczas tego wydarzenia w przygotowanie dań do degustacji także włączyły się lokalne Koła Gospodyń Wiejskich.

Szacowana liczba uczestników biorących udział w trzech imprezach to ok. 7 tys., a kampania w Internecie pozwoliła na dotarcie do ponad 325 tys. osób.

Podczas każdego z wydarzeń zapewniono odpowiednią infrastrukturę, profesjonalną scenę z wyposażeniem wraz z nagłośnieniem.

Wydarzeniom towarzyszyła kampania informacyjno-promocyjna:

- W Internecie:
 - kampania na Facebooku trwająca od kwietnia do lipca zawierająca 20 postów o łącznym zasięgu 291 969
 - emisja 3 filmów na kanale YouTube o łącznym zasięgu 33 648
- W telewizji – emisja 3 relacji z wydarzeń (emisja w TVP3 Łódź była dnia 1 czerwca 2024, w TVP3 Gdańsk 18 czerwca 2024, a w TVP3 Katowice 7 lipca 2024).



„Konferencja szkoleniowa dla producentów zbóż oraz warsztaty z konkursem dla KGW – edycja 2”

Stowarzyszenie Innowatorów Wsi z sukcesem zrealizowało w ramach zadania dwudniowe wydarzenie pn. „Forum Zbożowe – Twoje źródło energii i wiedzy” w dniach 14-15 sierpnia 2024 r. w Waliszewicach. Uczestnicy otrzymali materiały szkoleniowe, gadżet – opiekacz oraz fartuch, rękawicę. Na wydarzeniu nie zabrakło materiałów tj. roll-up czy balon pneumatyczny. Na potrzeby zadania zapewniono halę namiotową wraz z podłogą oraz wyposażeniem, pomieszczenie, a także scenę wraz z nagłośnieniem i oświetleniem.

Pierwszego dnia odbyła się konferencja, na której specjaliści przedstawili swoje analizy i omówili aktualne wyzwania oraz możliwości rozwoju branży. Uczestnicy mieli okazję wysłuchać prelekcji na takie tematy jak:

1. Przewodzenie nawożenia zbóż – Dr hab. Witold Szczepaniak z Uniwersytetu Przyrodniczego w Poznaniu przybliżył metody efektywnego nawożenia zbóż przed siewem.
2. Sytuacja na rynku zbóż w Polsce i na świecie – Stanisław Stefański z Banku BNP Paribas Polska przedstawił analizę obecnej sytuacji na rynku zbóż, omawiając zarówno krajowe, jak i globalne trendy.
3. Rolnictwo dostosowane do miejsca jako kluczowy element w nowoczesnej uprawie zbóż – Tomasz Mielczarek z firmy Agro Efekt mówił o dostosowaniu rolnictwa do specyfiki lokalnych warunków.
4. Jak zwiększyć odporność zbóż na stresy biotyczne i abiotyczne? – Dr hab. Marzena S. Brodowska z Uniwersytetu Przyrodniczego w Lublinie zaprezentowała strategię wzmacniania odporności zbóż.
5. Uprawa bezorkowa zbóż – Dr hab. Tomasz Piechota z Uniwersytetu Przyrodniczego w Poznaniu omówił korzyści płynące z uprawy bezorkowej, która zdobywa coraz większą popularność.

W ramach konferencji została przeprowadzona debata. Uczestnicy mieli okazję dzielić się swoimi spostrzeżeniami, doświadczeniem praktycznym oraz wskazywać potencjalne kierunki rozwoju.

Po konferencji odbył się pokaz kulinarny w wykonaniu Michała Budnika i Krzysztofa Feńskiego. Kucharze zaprezentowali inspirujące dania z wykorzystaniem produktów zbożowych, które każdy z uczestników mógł spróbować. Pokaz połączony był z uroczystą kolacją. Wydarzenie nie tylko dostarczyło uczestnikom wartościowej wiedzy, ale również stworzyło platformę do budowania relacji, wymiany doświadczeń oraz kształtowania przyszłości branży.

Podczas drugiego dnia odbył się konkurs kulinarny dla Kół Gospodyń Wiejskich, któremu przewodniczył znany kucharz Michał Budnik. W konkursie wzięło udział 10 KGW, które przygotowały potrawy z przetworów zbożowych w trzech kategoriach: makaron z sosem, pierogi z dowolnym nadzieniem oraz słodka przekąska. Uczestnicy konkursu zaprezentowali swoje kulinarne umiejętności, a publiczność miała okazję degustować i inspirować się regionalnymi przysmakami. Dla wszystkich Kół biorących udział w konkursie przygotowano cenne nagrody w postaci sprzętu AGD. Dodatkowo kucharze wzięli udział w pokazie kulinarnym, prezentując swoje umiejętności i inspirowając zgromadzoną publiczność.

Mając na celu jak najlepszą promocję wydarzenia i udział jak największej liczby uczestników wieczorem na zakończenie odbył się koncert zespołu Video. Koncert był doskonałym uzupełnieniem intensywnych dni pełnych wiedzy i wymiany doświadczeń.

Projekt został wzbogacony o działania reklamowe prowadzone w internecie i telewizji:

- Facebook – zamieszczono 15 postów o łącznym zasięgu 329 837 wyświetleń
- YouTube – zamieszczono 2 spoty: zapowiedź i relację, które wyświetliło 26 721 odbiorców
- Telewizja – relacja z wydarzenia wyemitowana w TVP Regionalna w Łodzi dnia 31 sierpnia 2024 r.



„Produkty zbożowe w tradycji pokoleń”

Stowarzyszenie w roku 2024 zrealizowało projekt kulinarnego pn. „Produkty zbożowe w tradycji pokoleń”. Projekt kulinarny dedykowany był konsumentom produktów zbożowych i ich przetworów z wykorzystaniem tradycji pokoleń kulinarnych kultywowanych przez Koła Gospodyń Wiejskich. Projekt miał na celu połączenie sztuki kulinarnej pokoleń, reprezentowanej przez KGW ze sztuką gotowania nowego pokolenia kucharzy wyznaczających współczesne trendy.

Projekt został oparty na kilku filarach działań marketingowych takich jak: przygotowanie i nagranie 16 filmów kulinarnych z udziałem znanego kucharza – Braci Budnik, wykorzystanie mediów społecznościowych Facebook, Instagram oraz YouTube, prowadzenie strony internetowej oraz publikacja książki kucharskiej. Koła Gospodyń Wiejskich również wykazały się dużym zaangażowaniem, mobilizując lokalne społeczności do promocji przygotowanych materiałów filmowych.

Głównym elementem projektu był konkurs kulinarny, w którym udział wzięły Koła Gospodyń Wiejskich. Koła zgłaszały swoje uczestnictwo za pomocą formularza rejestracyjnego dostępnego na stronie internetowej www.kulinarnatradycja.pl. Po zakończeniu rejestracji, prace rozpoczęło jury, które wyłoniło 16 KGW (po jednym z każdego województwa). Następnie wybrane koła wzięły udział w nagraniu przepisów kulinarnych na bazie produktów zbożowych w formie wideo.

Bracia Budnik wraz z profesjonalną ekipą filmową składającą się z operatorów, dźwiękowca, oświetleniowca, makijażystki, fotografa oraz masy sprzętu (w tym przenośnego studia

kulinarnego) odwiedzili 16 województw i zebrali materiał, z którego powstało 16 odcinków z przepisami na dania z wykorzystaniem produktów zbożowych.

Cały cykl filmów opublikowanych na YouTube miał na celu promowanie polskich produktów zbożowych wśród internautów szukających kulinarnych inspiracji. Dodatkowo materiały, udostępniane w ramach konkursu przez członków KGW, docierały do szerokiego grona odbiorców. Trzy koła, których filmy osiągnęły najlepsze wyniki oglądalności, otrzymały wartościowe nagrody w postaci sprzętu AGD. Dla pozostałych trzynastu KGW przewidziano nagrodę pocieszenia.

Podsumowaniem projektu była publikacja książki kucharskiej z najlepszymi przepisami na tradycyjne dania z produktów zbożowych i ich przetworów, zaprezentowanymi przez zgłoszone KGW oraz ich współczesnymi interpretacjami przygotowanymi przez Braci Budnik.

Prowadzona była kampania „Produkty zbożowe w tradycji pokoleń” w Internecie:

- Facebook – zamieszczono 20 postów o łącznej liczbie odbiorców: 633 281,
- Instagram – zamieszczono 74 posty w okresie marzec-wrzesień 2024
- YouTube – zamieszczono 19 filmów o łącznej liczbie odbiorców: 419 594
- Prowadzenie strony www.kulinarnatradycja.pl



Stowarzyszenie Rzemieślników Piekarstwa Rzeczypospolitej Polskiej

„XXIX Święto Chleba w Gdańsku”

Przedmiotem zadania zrealizowanego w okresie 01.05.2024-06.09.2024 r. było zorganizowanie imprezy plenerowej, której celem była: edukacja konsumentów pod kątem spożywania jakościowych produktów zbożowych w każdym posiłku. Jego realizacja zrealizowana została w oparciu o dwa cele szczegółowe: budowanie świadomości na temat konieczności uwzględniania przetworów zbożowych w każdym spożywanym posiłku oraz wpływu na nasze zdrowie oraz kultywowanie rzemieślniczych tradycji wypieku. W tym celu na specjalnie wydzielonej powierzchni Jarmarku św. Dominika zorganizowano m. in. Stoiska do degustacji i promocji pieczywa, punkt porad dietetycznych i konsultacji eksperckich, strefę zabaw dla dzieci, którą obsługiwali animatorzy. Na scenie odbywały się konkursy dla dzieci i dorosłych również promujące walory pieczywa. Teatr Qfer przygotował przedstawienie pt.: Na mieście gadają, że piekarze dziś święto mają”. Do udziału w imprezie zachęcali szczudlarze.

Ocena merytoryczna: „XXIX ŚWIĘTO CHLEBA W GDAŃSKU” jest efektowną i pożądaną przez konsumentów promocją produktów zbożowych. Impreza cieszy się dużym zainteresowaniem. Dzięki wsparciu finansowemu z Funduszu Promocji Ziarna Zbóż i przetworów zbożowych możemy docierać do konsumentów i podnosić ich świadomość dotyczącą znaczenia produktów zbożowych w codziennej diecie. Budując pozytywne odczucia dotyczące zawodu piekarza, rolnika i młynarza zwracamy też uwagę na znaczenie tych zawodów w codziennym życiu każdego człowieka.

Impreza już od wielu lat organizowana jest podczas Jarmarku św. Dominika, co pozwala nam na dotarcie do bardzo dużego grona odbiorców. Warto nadmienić, że dodatkowy, niezwykle pozytywny wpływ na zwiększenie frekwencji podczas imprezy ma profesjonalna reklama radiowa i internetowa. Bardzo atrakcyjnym aspektem cieszącym się dużą popularnością jest dla uczestniczących możliwość skorzystania z porad profesjonalistów: zarówno technologów piekarstwa jak i dietetyka. Ekspertki z powodzeniem zwracają uwagę na znaczenie produktów zbożowych w codziennej diecie. Wpływa to niewątpliwie w znaczący sposób na wysoką efektywność realizacji założonych celów.



„Forum piekarskie – zdrowe pieczywo”

Przedmiotem zadania zorganizowanego w okresie 01.07.2024-05.12.2024 r., było stworzenie profesjonalnej przestrzeni piekarskiej na której zaprezentowano pracę piekarza, wytwarzanie produktów piekarskich. W celu rozpropagowania wydarzenia opublikowano reklamę w prasie branżowej a także zamieszczono reklamę wielkoformatową na terenie MTP, która była skierowana do uczestników Targów POLAGRA. Przygotowano profesjonalne materiały promocyjno-informacyjne skierowane do uczestników targów. Pokazy mistrzów w zawodzie piekarz zaowocowały podniesieniem kwalifikacji zarówno piekarzy jak i uczniów szkół zawodowych i techników.

Ocena merytoryczna: zgodnie z założeniami, głównym celem realizacji zadania pod nazwą „Forum piekarskie - zdrowe pieczywo” było promowanie pozytywnego wizerunku polskich produktów zbożowych wśród przetwórców, handlowców i konsumentów. Wydarzenie zorganizowane podczas targów POLAGRA umożliwiło skuteczne dotarcie do wymienionych grup odbiorców. Dzięki profesjonalnej przestrzeni piekarskiej uczestnicy mieli okazję poznać

sekrety pracy piekarza, a prowadzący pokazy mogli z sukcesem promować polskie wyroby piekarskie oraz podnosić świadomość konsumentów o znaczeniu włączania produktów zbożowych do codziennej diety. Zorganizowanie wydarzenia „Forum piekarskie - zdrowe pieczywo” przez SRP RP w ramach targów POLAGRA okazało się doskonałym i efektywnym narzędziem promocji. Wydarzenie przyciągnęło uwagę piekarzy, cukierników, uczniów szkół zawodowych o kierunku piekarskim i gastronomicznym, studentów technologii żywności, dietetyków, kadry menedżerskiej, technologów produkcji i innych specjalistów z branży.



„Blżej natury – zdrowe pieczywo od małego do dorosłego”

Podczas Targów CAVALIADA (okres realizacji: 01.09.2024-28.02.2025 r.) zorganizowano przestrzeń, w której przeprowadzono warsztaty dla dzieci – tzw. Mini piekarnia. Na specjalnie wydzielonej powierzchni mistrzowie piekarscy i technologowie wraz z dziećmi własnoręcznie wytwarzali pieczywo oraz informowali w sposób ciekawy i prosty jak ważny jest chleb dla każdego człowieka. Dzieci przy dobrej zabawie mogły przenieść się w świat piekarski i zaznajomić nie tylko z pracą piekarza ale także dowiedzieć się o znaczeniu produktów zbożowych w codziennej diecie. W celach promocyjno-informacyjnych przygotowano materiały o charakterze merytorycznym a każdy z uczestników otrzymał okolicznościową koszulkę.

Ocena merytoryczna: Zrealizowano zakładane rezultaty zadania tj. dotarcie do szerokiego grona odbiorców, wzrost wiedzy na temat wyrobów i produktów piekarskich, oraz wzrost wiedzy dotyczący wartości odżywczej przetworów zbożowych. Warsztaty były okazją do zdobycia wiedzy o roli pieczywa i produktów zbożowych w codziennej diecie, a także o zasadach zdrowego żywienia. Wiedzę tę przekazywali mistrzowie piekarstwa, a dodatkowo utrwalali ją specjalnie przygotowane ulotki informacyjno-promocyjne, które uczestnicy mogli zabrać ze sobą. Przeprowadzone działania pozwoliły na organizację wydarzenia na wysokim poziomie oraz skuteczną promocję wartości odżywczych produktów zbożowych i ich znaczenia w codziennej diecie.



„Pieczywo jest super”

W ramach projektu (okres realizacji 15.01.2024-17.06.2024) z sukcesem dotarło do dzieci z 30 klas szkół podstawowych oraz ich wychowawców, co stanowiło istotny krok w realizacji naszych celów. Stworzono w każdej z odwiedzonych szkół przyjazną dla dzieci przestrzeń piekarską w której dzieci mogły zaznajomić się ze sztuką wypieku pieczywa. Ponadto w trakcie realizacji warsztatów przekazana została dzieciom wiedza dotycząca zasad zdrowego żywienia, ukazania znaczenia produktów zbożowych w codziennej diecie oraz wpływu jaki odgrywa ta grupa produktów na prawidłowe funkcjonowanie naszego organizmu. Uczestnicy (uczniowie klas nauczania wczesnoszkolnego ze szkół podstawowych) podczas spotkań dowiedzieli się w sposób prosty, ale zarazem ciekawy, jak ważne są produkty zbożowe w diecie każdego człowieka nawet tego najmłodszego.

Ocena merytoryczna: Zajęcia edukacyjne skutecznie zwiększyły wiedzę dzieci na temat zdrowej diety opartej na produktach zbożowych, podkreślając ich właściwości i znaczenie dla zdrowia. W trakcie zajęć dzieci zdobyły wiedzę na temat zdrowej diety opartej na produktach zbożowych, poznając ich właściwości, jakość i korzystny wpływ na zdrowie. Warto podkreślić, że dzieci nie tylko zdobyły teoretyczną wiedzę, ale również nauczyły się, jak rozpoznać zboża, ziarna, jak zrobić własnoręcznie bułeczkę z dodatkiem ziaren oraz jak wybierać i spożywać jakościowe produkty zbożowe, co było głównym celem projektu. Dzieci aktywnie uczestniczyły w dyskusjach i zadaniach, co pomagało im zrozumieć, dlaczego produkty zbożowe powinny być częścią każdego posiłku. Uczniowie byli zaangażowani w aktywności edukacyjne, które podkreślały znaczenie spożywania jakościowych produktów zbożowych w codziennej diecie. W trakcie warsztatów dzieci miały okazję zobaczyć na własne oczy, jak ważne jest uwzględnianie produktów zbożowych w diecie, a praktyczne podejście do nauki sprawiło, że temat ten stał się dla nich bardziej przystępny. Dodatkowo, warto tu zauważyć, że projekt przyczynił się do promocji zawodu piekarza oraz podkreślenia tradycji rzemiosła, co wzbudziło zainteresowanie wśród uczniów. Zawody rolnika, młynarza i piekarza zostały ukazane jako ważne, potrzebne i wartościowe. Wszystkie te działania sprawiły, że projekt skutecznie osiągnął zakładane cele edukacyjne i promocyjne.



„Pieczywo źródłem dobrej energii”

W ramach przedsięwzięcia (okres realizacji 02.09.2024-09.12.2024) zorganizowano 40 warsztatów piekarskich skierowanych do uczniów klas z przedziału 4-6 z różnych szkół podstawowych. W celu ich realizacji zatrudniono dwie osoby pełniące funkcję prowadzących warsztaty. Byli to doświadczeni specjaliści – mistrzowie piekarstwa i cukiernictwa – posiadający wykształcenie wyższe z zakresu technologii żywności oraz przygotowanie pedagogiczne. Każde zajęcia odbywały się z udziałem jednej klasy. Aby stworzyć odpowiednie warunki do prowadzenia warsztatów w każdej ze szkół, przygotowano specjalną przestrzeń piekarską. W tym celu wynajęto profesjonalny sprzęt, w tym piec, mieszalnię, młyn do mielenia ziarna oraz wózek. Zorganizowano również transport sprzętu do szkół. Dodatkowo zakupiono drobne akcesoria piekarskie oraz środki czystości. Estetykę i walory edukacyjne przestrzeni zwiększono poprzez zakup i ustawienie trzech roll-upów. Każdy z nich przedstawiał inne zagadnienie związane z piekarstwem – od przedstawienia projektu „PIECZYWO ŹRÓDŁEM DOBREJ ENERGII”, przez różnorodność ziaren i zbóż, aż po wizualizację wartości odżywczej pieczywa i roli produktów zbożowych w codziennej diecie. Dzięki profesjonalnie zaaranżowanej przestrzeni piekarskiej dzieci mogły osobiście poznać tajniki rzemiosła piekarskiego. Uczestnicy warsztatów mieli możliwość obejrzenia procesu mielenia ziarna na mąkę, poznania różnych typów mąki i metod ich uzyskiwania przy użyciu sit o zróżnicowanej gęstości oczek. Dzieci obserwowały proces przygotowania i wyrabiania ciasta z dodatkiem mąki pełnoziarnistej, a następnie same formowały bułki, które po upieczeniu i ozdobieniu różnego rodzaju ziarnami zabierały ze sobą na drugie śniadanie. Dodatkowo uczestnicy zapoznali się z budową i działaniem młynka do mielenia ziarna, mieszalnika do ciasta oraz pieca. Wszystkie te aktywności miały na celu dostarczenie dzieciom praktycznej wiedzy na temat zbóż, ich rodzajów, produktów zbożowych oraz zasad zdrowego odżywiania.

Ocena merytoryczna: Podczas warsztatów dzieci nie tylko zdobyły wiedzę teoretyczną, ale również nabyły umiejętności praktyczne. Uczestnicy nauczyli się rozpoznawać różne rodzaje zbóż i ziaren, a także samodzielnie przygotowywali bułeczki z dodatkiem ziaren. Dzięki temu mieli okazję zrozumieć, jak powstają produkty zbożowe oraz na co zwracać uwagę przy ich wyborze w codziennej diecie. Istotnym elementem zajęć było także podkreślenie, dlaczego

produkty zbożowe powinny znaleźć się w każdym posiłku. Aktywna forma zajęć, obejmująca dyskusje i praktyczne zadania, pomogła dzieciom lepiej przyswoić wiedzę oraz zachęciła do refleksji nad własnymi nawykami żywieniowymi. Warto zaznaczyć, że uczestnicy brali czynny udział w zajęciach, co pozwoliło im nie tylko na zdobycie wiedzy, ale również na lepsze jej zrozumienie i utrwalenie. Praktyczne podejście do nauki sprawiło, że dzieci mogły doświadczyć całego procesu produkcji pieczywa – od rozpoznania zbóż, przez wyrabianie ciasta, aż po formowanie bułek. Takie doświadczenia miały duży wpływ na ich zainteresowanie tematem zdrowego odżywiania i mogły zachęcić je do podejmowania podobnych aktywności w domu. Projekt nie tylko wpłynął na edukację żywieniową dzieci, ale również przyczynił się do promocji zawodów związanych z produkcją żywności.



Polska Izba Produktu Regionalnego i Lokalnego

Kampania „Jakość i tradycja z polskich zbóż”

Działania skierowane do konsumentów bezpośrednich i pośrednich (sektora HoReCa):

1. Udział producentów i promocja produktów zbożowych na 7 wydarzeniach promocyjnych:

- Targach „Eko Trendy” w Bielsku Białej - 16-17 marca 2024 r.
- Pikniku Poznaj Dobrą Żywność w Warszawie – 26 maja 2024 r.
- Pikniku dla dzieci w ogrodach KPRM – 1 czerwca 2024 r.
- Polish Grain Day w Warszawie – 6 czerwca 2024 r.
- Pikniku „Polskie Kulinaria” w Busku Zdroju 7-8 września 2024
- Targach „Smaki Regionów” w Poznaniu 27-29 września 2024
- Targach „Eko Style” w Bielsku Białej 12-24 listopada 2024

Odbyły się degustacje, pokazy kulinarne, promocja

2. Stoiska informacyjno-promocyjne:

- 1) w czasie Europejskiego Forum Rolniczego w Jasionce 19-20 marca 2024
- 2) w czasie 3 finałów regionalnych konkursu „Nasze Kulinarne Dziedzictwo-Smaki Regionów” w woj. lubelskim (22 maja 2024 - Janowiec), w woj. kujawsko-pomorskim (12 maja 2024 - Minikowo) i w woj. podlaskim (23 sierpnia 2024 - Tykocin) oraz w czasie targów Smaki Regionów w Poznaniu 27-29 września 2024.
- 3) w czasie Kongresu Szefów Kuchni w Warszawie 8 października 2024

W czasie wydarzeń odbywała się promocja i informacja o kampanii, rozdawanie uczestnikom wydarzeń publikacji (magazynu specjalnego o tematyce promującej produkty zbożowe, folderu o produktach zbożowych, ulotek, ankiet).

3. Konferencja dla mediów kobiecych/lifestyle/kulinarnych/ blogerów
11 grudnia 2024. W konferencji wzięło udział 28 dziennikarzy

4. Dwa spotkania dla producentów z sektorem HoReCa:
- 7 września 2024 – Busko Zdrój w czasie festynu Polskie Kulinaria
- 8 października – Warszawa, Kongres Szefów Kuchni

5. Rozwinięcie i aktualizowanie strony www.produktyregionalne.pl, profil JT na www.facebook.com/pipril - działania polegające na wprowadzaniu nowych danych i informacji dotyczących promocji produktów zbożowych ze znakiem JT (wydarzenia tematyczne, prezentacja produktów i ich walorów, zdjęcia, relacje, opinie Internautów itp.)

6. Działalność Biura Prasowego Kampanii
– 10 m-cy: informowanie mediów o walorach polskich przetworów zbożowych, o udziale w pokazach, dostarczanie dokumentacji zdjęciowej z działań, informacja o wydawnictwach.

Działania w czasie realizacji: przygotowanie Magazynu Smak i Tradycja o tematyce promującej polskie przetwory zbożowe tj. jej walory smakowe i jakościowe, różnorodne produkty zbożowe w systemach jakości w nakładzie 2500 egz.; przygotowanie reklamy w mediach.

Kampania „Summer Fancy Food 2024 - promocja polskiego zboża, produktów zbożowych w systemach jakości żywności”

Międzynarodowe Targi Summer Fancy Food Show 2024 - hale wystawiennicze Jacob Javits Center w Nowym Jorku.

W trakcie realizacji projektu „Summer Fancy Food 2024 - Promocja polskiego zboża, produktów zbożowych w systemach jakości żywności”, który odbył się w dniach 23-25 czerwca 2024 r. w Jacob Javits Center w Nowym Jorku, zrealizowano wszystkie planowane założenia złożone we wniosku.

W centrum wystawowym została wynajęta powierzchnia pod zabudowę stoiska o wielkości 700 sq ft, na której wykonano zabudowę zgodnie z indywidualnym projektem stoiska promocyjnego z zapewnieniem infrastruktury technicznej i podłączeniami. Projekt stoiska uwzględnił wydzielenie m.in. części pokazowo-degustacyjnej wraz z pełnym wyposażeniem gastronomicznym do przygotowania i przeprowadzenia pokazów i degustacji, strefy do rozmów ekspertów i prezentacji produktów projektowych, funkcjonalnego zaplecza gospodarczego. Na stoisku zapewnione zostało odpowiednie podłączenie prądu.

Zorganizowana została spedycja produktów zbóż i produktów zbożowych oraz materiałów promocyjnych (ulotki, torby) z dostawą na stoisko, ponadto zapewnione zostały produkty umożliwiające przeprowadzenie degustacji.

Pokazy gotowania prowadzone były przez szefa kuchni, a w prowadzeniu degustacji asystował jeden host.

Organizacja stoiska w pełni zrealizowała koncepcję promocyjną poprzez uwzględnienie.:

- a) zabudowy stoiska przystosowanej do promocji, przechowywania i prezentacji promowanych produktów - ziarna zbóż i ich przetworów.
- b) zamieszczenia następujących informacji projektowych: nazwa projektu i zapis o finansowaniu, o treści „Projekt finansowany z Funduszu Promocji Ziarna Zbóż.”
- c) zapewnione codzienne sprzątnię stoiska oraz obsługę techniczną instalacji i zamontowanych sprzętów i wyposażenia.

W trakcie 3 dni targów w dniach 23 – 25 czerwca 2024 r. na stoisku zostały przeprowadzone pokazy gotowania na żywo wraz z degustacjami pokazowych dań dla gości odwiedzających stoisko i zwiedzających targi. W trakcie pokazów i degustacji przekazywane były informacje na temat wysokiej jakości produktów oraz systemach jakości stosowanych w polskiej branży produkcji żywności przez czterech ekspertów pracujących na stoisku. W zaaranżowanych na stoisku strefach produktowych prowadzili działania eksperci – przedstawiciele funduszu promocji produktów zbożowych. Eksperci posiadający niezbędną wiedzę informowali i podejmowali rozmowy z zainteresowanymi gośćmi i odwiedzającymi stoisko klientami z zagranicy o jakości i zaletach polskich produktów.

Eksperci łącznie przeprowadzili ponad 100 rozmów, każdy z 4 ekspertów przeprowadził średnio 25 rozmów w trakcie 3 dni targów, a czas trwania rozmów wynosił średnio około 25 minut. Goście targów zwracający się z klasycznym zapytaniem rozmawiali około 5-15 minut, ale konkretnie zainteresowani klienci odwiedzający stoisko prowadzili rozmowy około 20-30 minut. W trakcie pracy stoiska podczas wszystkich dni targów niezależny podmiot badawczy przeprowadzał ankiety z gośćmi i uczestnikami wystawy oraz stoiska projektowego do wykonania raportu z badania efektywności.

Na stoisku przez wszystkie dni targów oraz podczas networking dinner była przeprowadzana dokumentacja fotograficzna

W ramach działań projektowych wykonano materiały informacyjno-promocyjne opatrzone logo projektu i czytelnym oznakowaniem o dofinansowaniu w postaci ulotek i toreb programowych, które dystrybuowane były podczas targów. Realizacja projektu objęła zapewnienie reprezentacji ekspertów z dziedziny promowanej branży żywności (ziarna zbóż i przetworów zbożowych), kucharza i hosta, pracujących na stoisku przez wszystkie dni wydarzeń targowych.

Zapewniono również transport lotniczy i noclegi dla wszystkich zatrudnionych ekspertów i kucharza, a także dla 2 reprezentantów wnioskodawcy i 1 przedstawiciela wykonawcy. W ramach działań realizujących projekt zapewnione były również wejściówki na targi Summer Fancy Food Show 2024 dla wszystkich uczestników projektu.

Ponadto w ramach działań projektowych zorganizowano wieczór networkingowy dla polskich ekspertów i 40 amerykańskich przedstawicieli branży i sektora produktów zbożowych na rynku amerykańskim z udziałem kluczowych osób, w celu budowania relacji biznesowych i promocji polskich produktów będących przedmiotem promocji w projekcie. Organizacja i przeprowadzenie networking dinner objęło zapewnienie sali bankietowej, przygotowane zaproszeń i listy gości, prezentację i degustację polskiej kuchni opartej na produktach i

potrawach z wykorzystaniem polskich zbóż, zapewnienie tłumaczy i niezbędnej logistyki na miejscu w trakcie wieczoru.

Zrealizowane działania pogłębiły wiedzę grup docelowych o wysokiej jakości i dostępności polskich zbóż, o jakości, cechach i zaletach, zbóż oraz przetworów zbożowych pochodzących z przetworzenia pszenicy, żyta, jęczmienia, kukurydzy, owsa, gryki, w formie dopasowanych, profesjonalnych, jasnych i precyzyjnych komunikatów udostępnianych na materiałach informacyjnych, w ramach rozmów oraz w formie degustacji i prezentacji produktów.

Praca na stoisku ekspertów, kucharza i hosta była skutecznym działaniem bazowym dla osiągnięcia założonych celów jak najefektywniejszego zaprezentowania polskiej oferty zboża i produktów zbożowych produkowanych w systemach jakości żywności.

Przeprowadzane pokazy gotowania na żywo pozwoliły zasmakować i bezpośrednio przekonać degustujących potrawy gości stoiska o wysokiej jakości naszych produktów i doskonałym smaku potraw przygotowanych na bazie tych produktów, m. in. makaronów i naleśników. Przemysłany projekt zorganizowania strefy pokazów i degustacji pozwolił na przyciągnięcie gości targów na stoisko w celu obejrzenia pokazów i nawiązaniu bezpośredniego kontaktu z ekspertami, którzy udzielali wszelkich informacji podnoszących wzrost wiedzy grup docelowych o polskich zbożach i produktach zbożowych. Informowali o wartościach odżywczych i zaletach promowanych produktów podczas szeregu spotkań biznesowych B2B przy wsparciu prezentacji i degustacji potraw i produktów zbożowych.

Rosnąca świadomość społeczna w Polsce, Europie i na świecie, powoduje, iż konsumenci skłaniają się do poszukiwania oferty i nabywania żywności produkowanej i wytwarzanej w rygorach systemów jakości, płacąc za nie wyższą cenę. Tendencja ta powoduje równoczesny wzrost podaży oraz silny rozwój handlu w branży produktów zbożowych.

Zrealizowany Projekt był doskonałą okazją do zapoznania/pogłębienia wiedzy przedstawicieli grup docelowych tj. konsumentów, handlowców, importerów i przedstawicieli mediów mających przełożenie na opinię społeczną i generowanie zapotrzebowania na konkretne produkty a więc polskie zboża i produkty zbożowe.

Targi Summer Fancy Food Show 2024 gościły ponad 2400 wystawców z 56 krajów, którzy zaprezentowali produkty w 49 kategoriach specjalistycznych produktów spożywczych i napojów. Na targach gościło również 29 000 zarejestrowanych zwiedzających.

Eksperci łącznie przeprowadzili ponad 100 rozmów, każdy z 4 ekspertów przeprowadził średnio 25 rozmów w trakcie 3 dni targów.

Kampania „Nasze Kulinarne Dziedzictwo -Smaki Regionów”. XXIII edycja konkursu na najlepszy produkt z wieprzowiną i najlepszy produkt zbożowy

Finał konkursu i promocja produktów odbyły się 24-25 sierpnia 2024 roku podczas XXIII Pożegnanie Wakacji w Rudawce Rymanowskiej - Krajowa Wystawa Bydła Simentalskiego, Regionalny Czempionat Konia Huculskiego i Krajowa Wystawa Ras Rodzimych

Konkurs „Nasze Kulinarne Dziedzictwo-Smaki Regionów” jest jedynym ogólnopolskim konkursem wyróżniającym regionalne i tradycyjne produkty i potrawy. Odbywa się od 2000 roku. Intencją Polskiej Izby Produktu Regionalnego i Lokalnego jest budowa rynku żywności tradycyjnej i regionalnej oraz jej promocja, budowa systemu kontroli jakości tej żywności, jak również promocja regionalnych produktów wśród konsumentów. Jedną z form tej działalności

jest właśnie „Nasze Kulinarne Dziedzictwo-Smaki Regionów” - prestiżowy, krajowy konkursu na najlepszy regionalny produkt i regionalną potrawę. Głównym celem konkursu była identyfikacja i promocja polskich produktów regionalnych, osadzonych głęboko w polskiej tradycji i od lat wytwarzanych tymi samymi metodami i według tych samych receptur. Ważne było znalezienie i zachowanie narodowych specjałów, zanim odejdą w zapomnienie, wyparte przez „szybką” przemysłową żywność. Konkurs „Nasze Kulinarne Dziedzictwo-Smaki Regionów” był zatem pierwszą, podjętą na skalę ogólnopolską próbą identyfikacji regionalnej i tradycyjnej żywności, co zaowocowało dokumentacją, wyróżnieniem, nagrodzeniem i promocją wielu wysokiej jakości produktów i potraw. W ciągu XXII lat zidentyfikowanych zostało ponad 38 000 tradycyjnych produktów z całej Polski a konkurs zdobył sobie pozycję uznanego i jedyne na poziomie krajowym kompleksowego przedsięwzięcia promocji polskich regionalnych i tradycyjnych produktów.

Konkurs skierowany jest do rolników i właścicieli lokalnych firm wytwarzających lokalne, regionalne i tradycyjne produkty żywnościowe a także do właścicieli gospodarstw agroturystycznych i obiektów gastronomicznych oraz hotelarskich.

Zrealizowane działania:

1. Przeprowadzenie konkursu w 4 kategoriach: najlepszy produkt wieprzowy, najlepszy produkt zbożowy, najlepsze danie wieprzowe, najlepsze danie zbożowe.
2. Reklama konkursu w prasie regionalnej - dwa artykuły o zasięgu min 5000 odbiorców
3. Reklama konkursu w radiu regionalnym – kampania o min 30 000 odbiorców
4. Przygotowanie stoiska na finał konkursu (min. 50 metrów) - zabudowa stoisko i oznakowanie projektowe
5. Druk folderów informacyjnych – przygotowanie 600 sztuk folderów z informacjami o produktach wieprzowych i zbożowych
6. Raport z badania efektywności zadania
7. Najem sprzętu kuchennego do przeprowadzenia finału konkursu - stołów, piecy, kuchenek, sprzętu drobnego
8. Nagrody gotówkowe za 1 miejsca – 4 sztuki; za 2 miejsca – 4 sztuki; za 3 miejsca – 4 sztuki; za wyróżnienia (4 miejsca) – 4 sztuki
9. Zakup surowców na potrzeby konkursu – produkty wieprzowe i zbożowe a także dodatki niezbędne do przeprowadzenia finału konkursu
10. Koordynacja konkursu – przeprowadzenie eliminacji do konkursu:
 - ogłoszenie informacji o konkursie wraz z jego regulaminem wśród producentów produktów tradycyjnych opartych na surowcach z wieprzowiny i zbóż; (informacje będą wysłane m.in do stowarzyszeń, Igd, placówek odr z woj. podkarpackiego oraz będą umieszczone na stronie PIPRiL, FB PIPRiL)
 - zebranie zgłoszeń, kontakt z wykonawcami, wysłanie zgłoszeń do PIPRiL w celu merytorycznej kwalifikacji uczestników, nadzór nad poszczególnymi etapami konkursu (dokumentacja zgłoszeń, powiadomienie zakwalifikowanych uczestników o terminie i technicznych wymaganiach uczestnictwa w finale);
11. Zakup surowców na potrzeby degustacji – odbyło się 6 degustacji dań opartych o wieprzowinę i produkty zbożowe - łącznie 2400 sztuk
12. Zakup odzieży ochronnej dla finalistów i obsługi – 50 sztuk

13. Obsługa stoiska i degustacji – 5 osób w roli obsługi technicznej i kulinarnej zadania, 1 dnia asystowali w konkursie, 2 dnia poprowadzili degustacje i promocję produktów
14. Powołanie Jury – 5 osób oceniających i zatwierdzających zgłoszenia eliminacyjne i przyznających nagrody podczas finału.

Laureaci etapu regionalnego otrzymali nominacje do nagrody „Perła 2024” - nagrody wręczane były 28 września 2024 r. na Wielkim Finale Konkursu w Poznaniu, w czasie targów „Smaki Regionów”.

Konkurs realizował priorytetowe cele Funduszy PZZiPZ oraz FPMW, takie jak: promocja zdrowego odżywiania opartego na zbilansowanej diecie, zawierającej produkty mięsne wysokiej jakości z certyfikatami jakości oraz rozwój i poprawa inicjatyw społecznych lokalnych, regionalnych i ogólnopolskich promujących spożycie przetworów zbożowych. Przyczynił się do promocji produktów zbożowych uczestniczących w systemach jakości, identyfikuje i promuje tradycyjne i regionalne produkty a także przygotowuje producentów tych produktów do uczestniczenia w systemach jakości żywności, zarówno na szczeblu unijnym, jak i krajowym.

Federacja Branżowych Producentów Rolnych

„Glutenowy zawrót głowy – obalamy mity, potwierdzamy fakty” - IV edycja

W ramach kampanii „Glutenowy zawrót głowy – obalamy mity, potwierdzamy fakty” przekazujemy najważniejsze informacje o glutenie oraz przedstawiamy fakty i mity z nim związane, odwołując się do wiedzy eksperckiej. Pokazujemy, jaki wpływ na nasze zdrowie ma spożywanie produktów zbożowych i dlaczego należy uwzględnić je w codziennej diecie.

W IV edycji kampanii nadal edukowaliśmy nt. roli glutenowych produktów zbożowych w diecie, ale tym razem skupiliśmy się na ich znaczeniu w diecie dzieci. Dlatego też tę edycję kierowaliśmy przede wszystkim do rodziców i opiekunów, w celu:

- przekazania im rzetelnej wiedzy nt. glutenu i glutenowych produktów zbożowych w diecie dzieci,
- rozwiania obaw związanych z wprowadzaniem glutenu do jadłospisu -zarówno w okresie niemowlęcym, jak i w późniejszych latach rozwoju dziecka,
- przekazania porad i odpowiedzi dotyczących włączania produktów zbożowych do diety najmłodszych,
- zaprezentowania potencjału kulinarnego zbóż w diecie dzieci.

Przeprowadzone aktywności:

- Prowadzenie profili kampanii na portalu społecznościowym Facebook i Instagram:
 - o Facebook: <https://www.facebook.com/profile.php?id=100075780200995>
 - o Instagram: <https://www.instagram.com/glutenowyzawrotglowy/>
- Prowadzenie biura prasowego, które zajmowało się promocją i nagłośnieniem tematu kampanii poprzez dystrybucję materiałów prasowych
- Prowadzenie strony internetowej: www.glutenowyzawrotglowy.pl
- Współpraca z ekspertem – lekarzem pediatrą

- Współpraca z ekspertem - dietetykiem dziecięcym – Katarzyną Szulc
- „Gluten krok po kroku, czyli jak wprowadzać produkty zbożowe do diety dziecka” – kompleksowy e-przewodnik dla rodziców
- „Glutenowe fakty i mity” – prelekcje online dla rodziców (1 pakiet obejmuje 3 prelekcje online)
- Współpraca z blogerami i influencerami
- Obecność kampanii w programie telewizji śniadaniowej, np.: „Dzień Dobry TVN”
- Kampania advertorialowa w parentingowych mediach online: mamotoja.pl, parenting.pl, mjakmama.pl, dzidziusiowo.pl
- Kampania reklamowa na Facebooku i Instagramie
- Kampania reklamowa online

Termin realizacji 06.05 – 29.11.2024 r.

Ocena merytoryczna: Komunikacja na profilu Facebook docierała średnio do 3 164 użytkowników dziennie, a sumaryczna liczba wyświetleń wyniosła 636 165.

Na Instagramie komunikacja docierała średnio do 4 208 użytkowników dziennie, a sumaryczna liczba wyświetleń wyniosła 627 362.

W wyniku dystrybucji 8 komunikatów prasowych pojawiło się w mediach 31 publikacji, o łącznym ekwiwalencie reklamowym (AVE) wynoszącym 62 506,00 zł (zasięg: 2 287 565).

Łączna liczba odsłon dla 4 artykułów sponsorowanych wyniosła 1 219 326.

W ramach kampanii reklamowej na Facebooku liczba wyświetleń promowanych treści wyniosła 635 355, a na Instagramie – 555 285.

W kampanii reklamowej online odnotowano ponad 7,3 mln wyświetleń promowanych treści. Strona internetowa kampanii miała ponad 163 tys. odsłon.

Każde wydanie „Dzień Dobry TVN” obejrzało ok. 300 tys. widzów.





„Kukurydza – źródło zdrowia, energii i smaku” – III edycja

W kampanii mówimy, jak wartościowa, a jednocześnie niedoceniana jest w naszym kraju kukurydza, jakie ma zalety odżywcze i na jakie dolegliwości jej spożywanie może mieć korzystny wpływ, dlaczego warto uwzględniać kukurydzę oraz pochodzące z niej produkty w diecie każdego z nas – dorosłego, dziecka, seniora, kobiety w ciąży, osoby chorej na celiakię lub z alergią na gluten, jak wszechstronnym zbożem jest kukurydza i jak wiele produktów spożywczych z niej powstaje.

W III edycji kampanii skoncentrowaliśmy się na możliwościach wykorzystania kukurydzy w naszej kuchni. Pokazaliśmy jej potencjał – jak ją przyrządzać, z czym łączyć, w jakich daniach nabiera szczególnego smaku, w jakich daniach zachowuje najwięcej wartości odżywczych, jakie przetwory kukurydziane możemy w kuchni stosować częściej. Zaprezentowaliśmy przepisy kulinarne, w których kukurydza gra ważną rolę. Nadal też przypominaliśmy, dlaczego warto ją jeść.

Przeprowadzone aktywności:

- Prowadzenie i administrowanie profilu kampanii na portalu społecznościowym Facebook: <https://www.facebook.com/KukurydzaDlaZdrowia>
- Prowadzenie strony internetowej: www.kukurydzadlaZdrowia.pl
- Prowadzenie biura prasowego, które zajmowało się promocją i nagłośnieniem tematu kampanii poprzez dystrybucję materiałów prasowych
- Współpraca z ekspertką – dietetyczką, która dostarczyła merytorycznych treści dotyczących kukurydzy
- Współpraca z influencerami w celu wsparcia kontentu na profilu kampanii na Fb zewnętrznymi autorskimi treściami twórców
- Kampania reklamowa na Facebooku

- Kampania reklamowa online

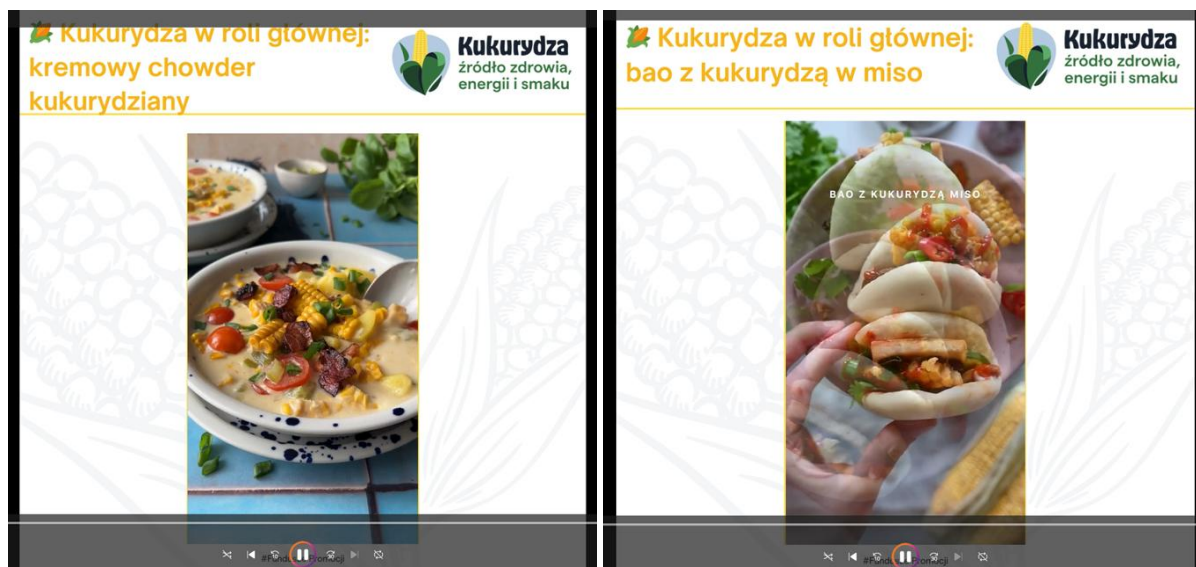
Termin realizacji: 14.08 – 29.11.2024 r.

Ocena merytoryczna: Na stronie internetowej kampanii odnotowano 11 078 wyświetleń, a łączna liczba interakcji wyniosła 414 276.

Kampania reklamowa na Fb została wyświetlona 1 187 176 razy i dotarła do 248 793 osób.

Kampania reklamowa online wygenerowała 315 233 wyświetlenia oraz 4 038 kliknięć w reklamę.

W wyniku dystrybucji 5 komunikatów prasowych pojawiły się w mediach 24 publikacje o łącznym ekwiwalencie reklamowym (AVE) wynoszącym 161 721,00 PLN oraz zasięgu 16 349 936 (UU, subskrybentów, obserwujących).



„Lubię kaszę – kasza na stół, na zdrowie, na co dzień” - IX edycja

W IX edycji kampanii udaliśmy się z kaszą w podróż po Polsce, a konkretnie – po jej regionach. Opowiadaliśmy, jakie dania z kaszą gościły kiedyś na regionalnych stołach. Przedstawiliśmy tradycyjne potrawy z różnymi odmianami kasz. Pokazaliśmy lokalne przysmaki kaszowe w nowej odsłonie i wariantach, ze szczyptą nowoczesności. Wszystko po to, by przypomnieć o regionalnym dziedzictwie kulinarnym w Polsce, którego częścią jest kasza i różne jej odmiany.

Przeprowadzone aktywności:

- Prowadzenie i administrowanie profilu kampanii na portalach społecznościowych Facebook i Instagram:
 - o <https://www.facebook.com/lubiekasze>
 - o https://www.instagram.com/lubie_kasze/
- Prowadzenie strony internetowej: www.lubiekasze.pl
- Prowadzenie biura prasowego, które zajmowało się promocją i nagłośnieniem tematu kampanii poprzez dystrybucję materiałów prasowych
- Współpraca z ekspertami kulinarnymi – Pawłem Ochmanem, autorem bloga Weganon i autorem książki „Kasze w roślinnej kuchni regionalnej”, oraz szefem kuchni Łukaszem Konikiem
- Współpraca z ekspertką-dietetyczką, która dostarczyła merytorycznych treści dotyczących kaszy
- współpraca z influencerami z obszaru kulinariów
- Obecność w „Pytaniu na Śniadanie” w TVP2
- „Kasze bez tajemnic” – cykl transmisji na żywo z ekspertką-dietetyczką na Instagramie
- Kampania reklamowa na Facebooku i Instagramie
- Kampania reklamowa online
- Kampania advertorialowa w wybranych mediach online: Zdrowie.pap.pl, Medonet.pl, Ofeminin.pl, Poradnikzdrowie.pl

Termin realizacji 15.04 – 29.11.2024 r.

Ocena merytoryczna: W IX edycji komunikacja na profilu Facebook docierała średnio do 6 895 użytkowników dziennie, a sumaryczna liczba wyświetleń wyniosła 1 207 329. Na Instagramie komunikacja docierała średnio do 7 004 użytkowników dziennie, a sumaryczna liczba wyświetleń wyniosła 953 727.

Liczba obserwujących po zakończeniu IX edycji kampanii wynosi na Fb 7,5 tys., a na IG – ponad 2,4 tys.

Do mediów rozesłano 9 komunikatów prasowych, w wyniku których powstały 64 publikacje, a ich AVE wyniosło łącznie 429 189,00 zł (zasięg – 40,3 mln UU).

W IX edycji w ramach kampanii reklamowej na Fb odnotowano ponad 1,2 mln wyświetleń promowanych postów, a na IG: 943 848.

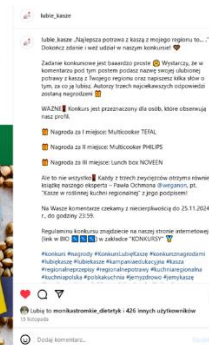
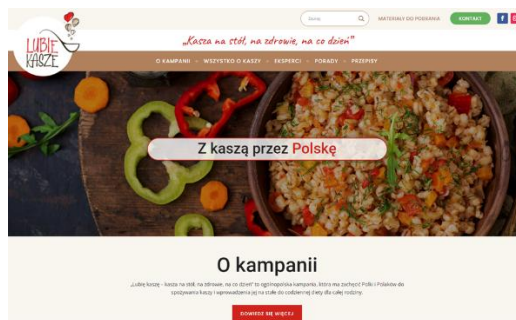
Kampania reklamowa online przyniosła ponad 7,5 mln wyświetleń promowanych treści.

Strona internetowa kampanii wyświetlona została 105 077 razy.

W kampanii advertorialowej łącznie odnotowano 936 336 odsłon dla wszystkich 4 artykułów.

Transmisje z udziałem dietetyczki zostały wyświetlone łącznie przez 5 tys. osób.

Każde z wydań „Pytania na Śniadanie” oglądało ponad 300 tys. widzów.



„Produkty zbożowe – pyszne i zdrowe! Gotuj razem z nami” – warsztaty kulinarne dla dzieci – edycja I

Warsztaty kulinarne, przeprowadzone w Warszawie oraz w Katowicach, obejmowały działania edukacyjne i promocyjne mające na celu propagowanie spożycia polskich produktów zbożowych.

Termin realizacji:

- Katowice: 15-18.04.2024 r.

Czas trwania warsztatów: 10:00 – 13:00

Studio kulinarne: Akademia Gotowania Kids Kitchen, ul. Żwirki i Wigury 19, Katowice

- Warszawa: 22-24.04.2024 r. i 6-7.05.2024 r.

Czas trwania warsztatów: 10:00 – 13:00

Studio kulinarne w dniach 22-24.04.2024 r. – Radość z Gotowania, ul. Marywilska 62 lok. U7, Warszawa

Studio kulinarne w dniach 6-7.04.2024 r. – Radość z Gotowania, ul. Patriotów 160/8, Warszawa

Przeprowadzone aktywności:

- Wykład dietetyczki - na każdym warsztacie obecna była dietetyczka, która przeprowadziła wykład i krótką pogadankę na temat wartości polskich produktów zbożowych.
- Wspólne gotowanie pod okiem trenerki kulinarnej.
- Degustacja potraw.
- Prowadzący warsztat otrzymali fartuchy z logotypem kampanii oraz Funduszy Promocji.

- Przygotowane były również upominki dla dzieci (wałek do ciasta, foremki do wycinania ciastek), dyplomy za uczestnictwo w warsztacie oraz broszury dla rodziców. Wszystkie te elementy zostały rozdane każdemu dziecku na koniec zajęć.



„Produkty zbożowe – pyszne i zdrowe!” - III edycja warsztatów edukacyjno-kulinarnych dla przedszkolaków

W ramach III edycji przeprowadzono cykl 10 zbożowych warsztatów edukacyjno-kulinarnych dla dzieci w wieku przedszkolnym. Odbyły się one w wybranych i zainteresowanych udziałem w projekcie przedszkolach z województw pomorskiego i lubelskiego, w następujących lokalizacjach: Ustka, Morzeszczyn, Bychawka-Druga Kolonia gm. Bychawa, Płouszowice – Kolonia gm. Jastków, Łuków, Lublin, Janowiec, Fiukówka, Gdynia Babie Doły, Borkowo.

Przeprowadzone aktywności:

- Produkcja akcesoriów kuchennych z logo i informacją o finansowaniu - zestawy śniadaniowo-obiadowe, fartuszki, deseczki kuchenne
- Produkcja upominków z logo i informacją o finansowaniu - magnesy z logo na lodówkę, notatniki z magnesem
- Druk dyplomów uczestnictwa oraz broszur nt. roli produktów zbożowych w diecie
- Współpraca z przedszkolami
- Współpraca z ekspertkami-dietetyczkami
- Obsługa logistyczna warsztatów

Termin realizacji 16 sierpnia – 15 grudnia 2024 r.

Ocena merytoryczna: W każdym warsztacie, trwającym maks. 90 min., wzięło udział do 30 dzieci. Aktywnie uczestniczyły one zarówno w części edukacyjnej, odpowiadając na pytania prowadzących, jak w części kulinarnej, podczas przygotowywania pod okiem dietetyczek przekąsek zbożowych. Chętnie też jadły przygotowane przez siebie przekąski.

Warsztaty pozwoliły na dotarcie z informacjami o zasadach właściwego odżywiania się oraz zaletach produktów zbożowych do uczestniczących w nich dzieci i ich opiekunów – nauczycieli i rodziców.

Za pośrednictwem dzieci przekazane zostały rodzicom wartościowe merytorycznie materiały informacyjne nt. znaczenia produktów zbożowych w diecie najmłodszych.

W ankietach przeprowadzonych po warsztatach kadra przedszkolna bardzo dobrze oceniła tematykę i sposób ich przeprowadzenia.



„Produkty zbożowe – pyszne i zdrowe!” – kampania promocyjno-edukacyjna – edycja I (2024)

Kampania „Produkty zbożowe – pyszne i zdrowe!” – I edycja skupiała się na promocji jakościowych produktów zbożowych wśród rodziców, dzieci oraz kadry przedszkolnej i szkolnej. Jej celem było budowanie świadomości zdrowej diety w oparciu o produkty zbożowe poprzez pokazanie ich właściwości, jakości oraz wpływu na nasze zdrowie. Dużą uwagę kampania zwracała także na konieczność uwzględniania przetworów zbożowych w każdym spożywanym posiłku.

Przeprowadzone aktywności:

- Projekt i wdrożenie strony internetowej promującej kampanię, www.produktyzbozowe.pl
- Promowanie kampanii na profilu Facebook <https://www.facebook.com/ProduktyZbozowe/> poprzez publikowanie istotnych, angażujących treści dla konsumentów
- Współpraca z ekspertem z zakresu uprawy zbóż
- Współpraca z ekspertkami-dietetyczkami
- Przeprowadzenie sondażu wśród konsumentek – mam, dostarczającego informacji nt. spożywania produktów zbożowych przez dzieci (częstotliwości, rodzajów zbóż ich w diecie, preferencji pokarmowych)
- Prowadzenie biura prasowego wraz z monitorowaniem mediów
- Przygotowanie materiałów poradniczych dla rodziców w formie praktycznego poradnika w wersji PDF, do pobrania ze strony internetowej kampanii
- Opracowanie materiałów edukacyjnych dla nauczycieli, stanowiących wsparcie w ich pracy dydaktycznej, do pobrania ze strony internetowej kampanii
- Współpraca z blogerkami/influencerkami.

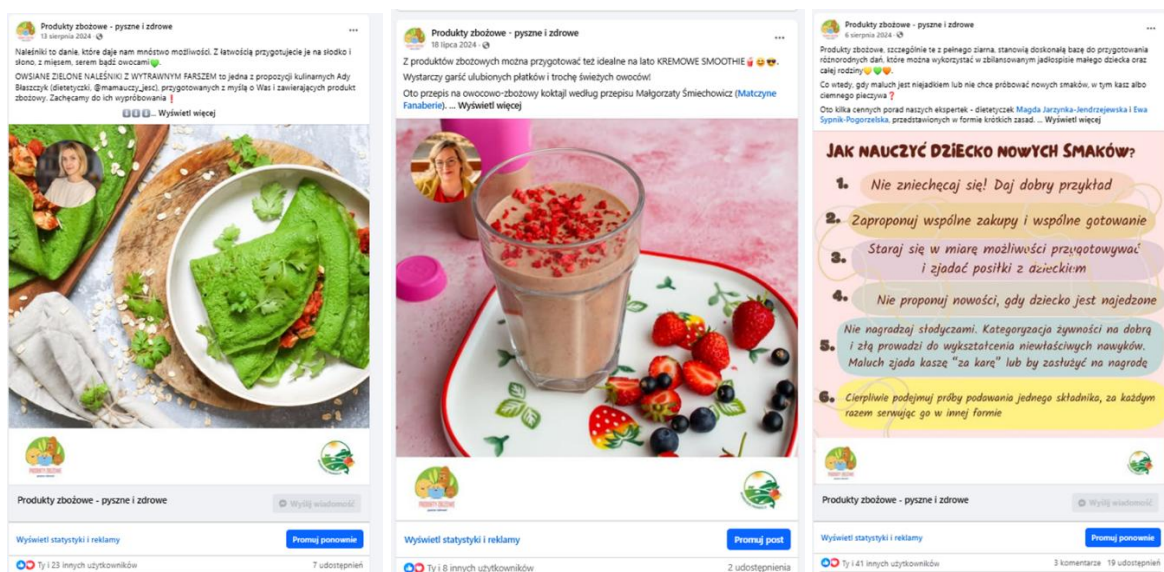
Termin realizacji: 15.03. – 30.08.2024 r.

Ocena merytoryczna: Komunikacja na profilu Facebook docierała średnio do 861 użytkowników dziennie, a sumaryczna liczba wyświetleń wyniosła 1 830.

W wyniku dystrybucji 8 komunikatów prasowych pojawiły się w mediach 64 publikacje, o łącznym ekwiwalencie reklamowym (AVE) wynoszącym 90 808 zł.

W ramach kampanii reklamowej na Facebooku publikowane treści osiągnęły zasięg 129 166 UU, a liczba wyświetleń promowanych treści wyniosła 6 569.

Strona internetowa kampanii miała ponad 6 620 odsłon.



Izba Zbożowo-Handlowa

Sfinansowanie składki członkowskiej za 2024 rok w COCERAL

Jednym ze strategicznych elementów działalności Izby Gospodarczej Handlowców, Przetwórców Zbóż i Producentów Pasz jest aktywna promocja interesów polskich producentów i przetwórców zbóż poprzez członkostwo w europejskiej organizacji branżowej COCERAL, skupiającej europejskie organizacje zajmujące się problemami rynku zbóż i przetworów zbożowych.

Poprzez członkostwo w COCERAL powstaje możliwość przekazywania opinii polskich producentów zbóż i przetworów zbożowych na tematy objęte programem spotkań COCERAL z zakresu wspólnej polityki rolnej, handlu zbożami, przechowywania zbóż, bezpieczeństwa zbóż na cele konsumpcyjne i paszowe oraz promowanie osiągnięć tego sektora na forum międzynarodowym, jako jednego z głównych producentów zbóż w Unii Europejskiej.

Udział przedstawicieli IZP w pracach międzynarodowej organizacji branżowej COCERAL

W ramach realizacji zadania przedstawiciel Izby Zbożowo-Paszowej uczestniczył w pracach międzynarodowej organizacji branżowej COCERAL zarówno w formie online, jak i stacjonarnie. Stacjonarnie odbyły się dwa spotkania członków zarządu COCERAL: pierwsze z nich w dniach 25-26.06.2024, a drugie w dniach 3-4.12.2024r.

Spotkania online odbywały się w następujących terminach:

- spotkania Zespołu ds. Kryzysu w związku z wojną w Ukrainie: 18.01.2024r., 1.02.2024r., 29.02.2024r., 12.03.2024r., 28.03.2024r., 23.05.2024r., 20.06.2024r., 18.07.2024r., 29.08.2024r., 12.09.2024r., 26.09.2024r. oraz 7.11.2024r.
- spotkanie dot. Dialogu Strategicznego w zakresie rolnictwa: 25.03.2024r.
- spotkanie ds. Rynku i handlu oraz logistyki: 12.03.2024r.
- spotkania Komitetu ds. Ustawodawstwa w zakresie Bezpieczeństwa Żywności i Pasz: 13.03.2024r. oraz 18.09.2024r.
- spotkanie dot. prognozy zbiorów: 3.06.2024r.

Uczestnictwo w spotkaniach pozwala na bieżącą ocenę i prognozowanie sytuacji na rynku zbóż na poziomie krajowym, unijnym i globalnym. Umożliwia ono również promocję osiągnięć produkcyjnych i handlowych Polski, monitorowanie i wpływanie na decyzję organów Unii Europejskiej w zagadnieniach dotyczących sektora zbóż i produktów ich przetwórstwa oraz roślin wysokobiałkowych.

W okresie realizacji zadania aktywność ta dotyczyła m.in.: wymiany handlowej z zagranicą, w tym z Ukrainą; funkcjonowania korytarzy solidarnościowych; zmian prawodawstwa UE w zakresie wdrażania prawodawstwa zapobiegającego wylesieniom w UE i krajach trzecich; zarządzania kontyngentami bezcłowymi na import ryżu oraz określania najwyższych dopuszczalnych poziomów pozostałości glifosatu w nasionach gryki i prosa.

Uczestnictwo w spotkaniach organizowanych przez COCERAL daje możliwość pozyskiwania aktualnych informacji dotyczących funkcjonowania rynku UE i krajów trzecich, wymiany informacji na temat rynku oraz promocji rynku polskiego wśród kluczowych uczestników rynku międzynarodowego.

Działania zrealizowane w projekcie: bilety lotnicze na Walne Zgromadzenie Członków COCERAL, noclegi, diety.

Promocja zbóż i produktów zbożowych podczas Pikniku PDŻ 2024

Piknik Poznaj Dobra Żywność „Polska smakuje” (termin: 26 maja 2024 r.), to święto polskiej żywności, w trakcie którego wystawcy prezentują produkty oznaczone znakiem Poznaj Dobrą Żywność, produkty tradycyjne, regionalne i ekologiczne. Wydarzenie odbywa się w co roku wiosną na Terenie Wyścigów Konnych Służewiec w Warszawie.

Swoje stoiska na Pikniku przygotowują organizacje, stowarzyszenia i instytucje branżowe, instytuty naukowe oraz muzea rolnicze. Izba Gospodarcza Handlowców, Przetwórców Zbóż i Producentów Pasz od trzech lat włącza się w wydarzenie przez organizację plenerowego stoiska informacyjno – promocyjnego.

Kluczem działań jest promocja przetworów zbożowych przez między innymi dystrybucję materiałów promocyjnych oraz degustację produktów zbożowych. W związku z rodzinnym

charakterem wydarzenia, organizujemy również mini strefę z kąciem dla najmłodszych gdzie animatorzy prowadzą dla nich gry i zabawy tematyczne.

Działania zrealizowane w projekcie:

- Utworzenie wydarzenia na portalu społecznościowym, Facebook
- Opracowanie graficzne materiałów promocyjnych – gadżety, roll up, namiot, stroje dla hostess, leżaki, pufy, gadżety, itp.)
- Ścianki reklamowe
- Opracowanie graficzne i merytoryczne materiałów informacyjnych – broszura
- Druk broszur informacyjnych
- Wynagrodzenie koordynatora
- Zakup i przygotowanie produktów zbożowych do degustacji
- Zakup naczyń jednorazowych do degustacji
- Hostessy
- Stroje dla hostess
- Gadżety z oznakowaniem dla odwiedzających oraz biorących udział w konkursach
- Materiały do kąci dla dzieci (kolorowanka, kredki, itp.)
- Wynagrodzenie animatorów zabaw dla dzieci
- Stroje dla animatorów zabaw dla dzieci
- Nagranie i montaż filmu podsumowującego wydarzenie do zamieszczenia na FB i stronie www
- Najem namiotu wraz z infrastrukturą

Monitoringiem projektu zajmował się koordynator. Podczas wydarzenia prowadzone były rozmowy z uczestnikami eventu. Grupy docelowe otrzymały niezbędną dawkę wiedzy w zakresie obecnych trendów kulinarnych w przygotowaniu i spożywaniu potraw zbożowych. Impreza co roku wzbudza ogromne zainteresowanie mieszkańców stolicy i okolic. Jest świetną okazją do spędzenia wolnego czasu z dala od wielkomiejskiego zgiełku. Można tu miło spędzić czas a przy okazji dowiedzieć się ciekawych rzeczy o polskich produktach zbożowych, w tym o ich właściwościach czy wykorzystaniu w codziennej diecie. Piknik Poznaj Dobrą Żywność odwiedziły tłumy Warszawiaków, którzy przybywali tu całymi rodzinami, co pozwala dotrzeć bezpośrednio do ostatecznego odbiorcy, którym jest konsument.





Promocja produktów zbożowych podczas Polish Grain Day 2024

Trzecia edycja Polish Grain Day odbyła się w dniu 6 czerwca 2024r. w Warszawie w Arche Hotel Krakowska znajdującym się przy Alei Krakowskiej 237/U1.

Polish Grain Day, to wydarzenie, podczas którego tworzona jest przestrzeń do debaty, targów i współpracy. Wydarzenie ma na celu zaaranżowanie przestrzeni do spotkań przedstawicieli branży zbożowo-paszowej z Polski i regionu Europy Środkowo-Wschodniej (producentów, przetwórców, handlowców zbóż oraz uczestników działających w obrębie branży zbożowej oraz przedstawicieli mediów). Uczestnicy Polish Grain Day mogą nie tylko bezpośrednio spotkać się z przedstawicielami wielu firm z sektora ale również uczestniczyć w panelach dyskusyjnych podczas których poruszone były bieżące tematy z zakresu bezpieczeństwa, istotne z punktu widzenia branży zbożowo-paszowej.

Polish Grain Day to idealna okazja do spotkania i wymiany doświadczeń uczestników rynku zajmujących się produkcją, przetwórstwem i obrotem zbożami, oraz promocji przetworów zbożowych. Hasło trzeciej edycji to „Bezpieczna Polska”.

Działania zrealizowane w projekcie:

- Umieszczenie informacji o wydarzeniu w prasie branżowej
- Opracowanie graficzne materiałów promocyjnych – roll up, ścianka reklamowa, identyfikatory dla uczestników itp.)
- Gadżety związane z promocją przetworów zbożowych dla uczestników (np. torby, pen drive, itp.) – 500 szt.
- Opracowanie zaproszenia dla prelegentów i uczestników
- Opracowanie graficzne i merytoryczne materiałów informacyjnych – folder informacyjny
- Produkcja Identyfikatorów – 500 szt.
- Produkcja ścianek reklamowych – 3 szt.
- Prowadzenie strony internetowej i stworzenie systemu rejestracji dla uczestników
- Utworzenie wydarzenia na portalu społecznościowym Facebook oraz 3 posty w maju oraz 3 posty w czerwcu dotyczące wydarzenia
- Wynajem powierzchni w Warszawie (pow. powyżej 1500 m2)
- Druk folderu informacyjnego, kolor – 500 szt.
- Wynagrodzenie koordynatora
- Zapewnienie obecności hostess - 6 os.

- Stroje dla hostess
- Wynagrodzenie ekspertów biorących udział w wydarzeniu – 4 os.
- Wynagrodzenie konferansjera – 1 os.
- Oprawa muzyczna wydarzenia
- Nagranie i montaż filmu podsumowującego wydarzenie do zamieszczenia na stronie www oraz FB
- Fotorelacja z wydarzenia do wykorzystania w social mediach i na stronie internetowej Izby Zbożowo-Paszowej
- Zakup wysokojakościowych produktów zbożowych w celu ekspozycji oraz degustacji
- Budowa sceny oraz obsługa techniczna wydarzenia (specjalistyczne oświetlenie, nagłośnienie, mikrofony itp.)
- Usługa cateringowa podczas wydarzenia
- Opracowanie i produkcja programu wydarzenia
- Opracowanie scenariusza wydarzenia

W wydarzeniu wzięło udział 503 osoby. Wszystkie osoby zarejestrowały się przez internet. Była to jedyna możliwa droga rejestracji. Usługa cateringowa była przewidziana dla wszystkich gości, tj. 503 osób. Podczas wydarzenia zostały wydane wszystkie gadżety zaplanowane w projekcie tj. w sumie 500 sztuk toreb i pen drive'ów oraz wydano wszystkie przewidziane w projekcie egzemplarze folderu (500 szt.). Zaproszenia na wydarzenie były wysyłane drogą mailową, jak i tradycyjnie wręczane kluczowym gościom.

Reklama wydarzenia ukazała się w portalu Farmer.pl (czas trwania: 13 maja – 4 czerwca, 210 odsłon) oraz ONET (czas trwania: 21 maja – 6 czerwca, 2 430 007 wyświetleń, 5 031 kliknięć).

W odniesieniu do postów publikowanych na portalu społecznościowym Facebook:

Post z dnia 23 maja: zasięg 917 ; wyświetlenia: 1050

Post z dnia 29 maja: zasięg 171 ; wyświetlenia: 203

Post z dnia 31 maja: zasięg 123 ; wyświetlenia: 153

Post z dnia 3 czerwca: zasięg 280 ; wyświetlenia: 324

Post z dnia 5 czerwca: zasięg 136 ; wyświetlenia: 161

Post z dnia 27 czerwca: zasięg 151 ; wyświetlenia: 179

Z roku na rok wydarzenie cieszy się coraz większym zainteresowaniem i będzie kontynuowane w kolejnych latach.





Promocja produktów zbożowych podczas AGRO SHOW BEDNARY 2024

Międzynarodowa Wystawa Rolnicza AGRO SHOW, organizowana przez Polską Izbę Gospodarczą Maszyn i Urządzeń Rolniczych od 1999 roku, od lat postrzegana jest jako największa i najważniejsza plenerowa wystawa rolnicza w Europie, miejsce prezentacji najnowszych i najnowocześniejszych maszyn i urządzeń rolniczych. W wydarzeniu biorą udział wszystkie liczące się instytucje i agencje związane z branżą rolniczą. Izba Zbożowo Paszowa uczestniczyła w wydarzeniu przez organizację multimedialnego stoiska informacyjno – promocyjno-degustacyjnego. Informowaliśmy o działaniach branży oraz Izby w zakresie rozwoju produkcji zbóż i możliwościach rozwiązania bieżących problemów branży. Ponadto, przeprowadziliśmy degustacje produktów zbożowych gdzie profesjonalści przekazywali informacje o konieczności uwzględniania przetworów zbożowych w spożywanych posiłkach. Prowadzona była dystrybucja materiałów promocyjno - informacyjnych. W tym roku, na naszym stoisku została zbudowana scena, na której prowadzone były rozmowy z ekspertami i debata.

Działania zrealizowane w projekcie:

- Utworzenie 3 postów w sierpniu oraz 3 postów we wrześniu dotyczących wydarzenia na portalu społecznościowym Facebook
- Opracowanie graficzne materiałów promocyjnych –ścianka reklamowa, obrandowanie stoiska itp.)
- Przygotowanie zabudowy stoiska (3 dni uczestnictwa)
- Gadżety związane z promocją przetworów zbożowych dla uczestników (np. torby, itp. 500szt)
- Opracowanie graficzne i merytoryczne materiałów informacyjnych – folder informacyjny
- Produkcja ścianki reklamowej
- Wynajem powierzchni Agro Show Bednary 2024 (3 dni)
- Druk folderu informacyjnego (1000 szt.)
- Wynagrodzenie koordynatora
- Hostessy (4 os.)

- Nagranie i montaż filmu promocyjnego do zamieszczenia na stronie www oraz FB
- Fotorelacja z wydarzenia
- Zakup wysokiej jakości produktów zbożowych w celu ekspozycji oraz degustacji (3 tys. porcji degustacyjnych)
- Obsługa techniczna wydarzenia (specjalistyczne oświetlenie, nagłośnienie, itp)
- Wynajem bardzo dużego ekranu/dużej diody do wyświetlania materiałów promocyjnych (3 dni).
- Koszt przejazdów w trakcie realizacji zadania (2 samochody do transportu osób i materiałów)
- Koszt noclegu podczas pobytu 5 osób
- Wyżywienie podczas pobytu 5 osób

Zgodnie z danymi przekazanymi przez organizatora, wystawę AGROSHOW 2024 w ciągu trzech dni odwiedziło ponad 76 000 zwiedzających. Stoisko Izby Zbożowo-Paszowej było ważnym punktem wydarzenia, na którym uczestnicy mogli uzyskać informacje o działaniach branży oraz Izby w zakresie rozwoju produkcji zbóż i możliwościach rozwiązania bieżących problemów branży. Wrześniowe wydarzenie AGROSHOW to miejsce, w którym spotykają się wszystkie liczące się instytucje i agencje związane z branżą rolniczą, tak więc obecność Izby Zbożowo-Paszowej jest potrzebna i uzasadniona.



Promocja i prezentacja potencjału sektora zbożowo-paszowego podczas Kongresu Rolników Europejskich 2024

Raz na dwa lata w innym kraju europejskim odbywa się Kongres Rolników Europejskich. Wydarzenie skupia przedstawicieli organizacji rolnych i spółdzielni rolnych ze wszystkich państw członkowskich UE, a także ze Zjednoczonego Królestwa, Norwegii, Islandii, Szwajcarii oraz krajów kandydujących w celu przeprowadzenia debaty na temat przyszłych wyzwań dla europejskiego sektora rolnictwa.

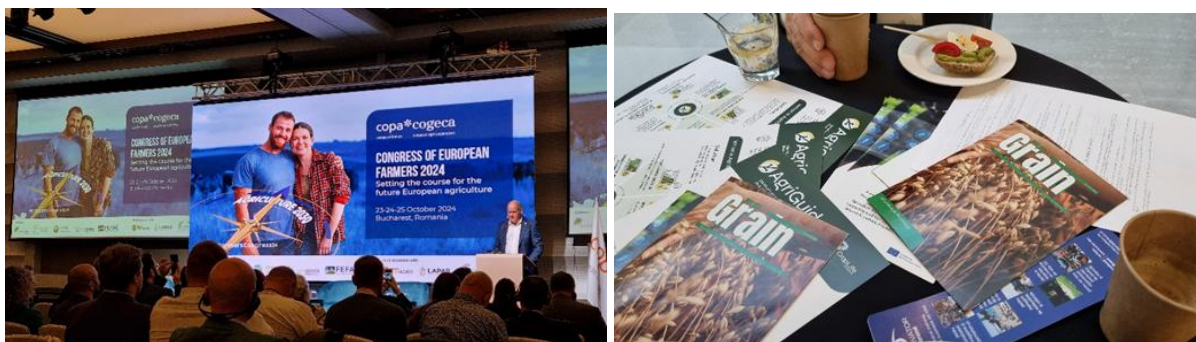
W 2024 roku Kongres odbywał się w stolicy Rumunii (23-25.10.2024). Dwudziestu przedstawicieli sektora zbożowego poleciało do Bukaresztu aby móc uczestniczyć w rozmowach, debatach i wymianie doświadczeń z przedstawicielami sektora z różnych krajów Europy.

Działania zrealizowane w projekcie to:

- Opracowanie graficzne i merytoryczne folderu informacyjnego (dystrybuowanego podczas kongresu)
- Zakup kart wstępu na wydarzenie dla przedstawicieli sektora zbożowego – 20 szt.
- Zakup udziału w wizytach studyjnych dla przedstawicieli sektora zbożowego – 20 szt.
- Druk folderu informacyjnego – 2 000 egzemplarzy
- Usługa wysyłki materiałów informacyjnych do Bukaresztu.
- Przelot samolotem delegacji na trasie Warszawa – Bukareszt – Warszawa
- Zakwaterowanie uczestników w miejscu wydarzenia
- Wyżywienie uczestników w miejscu wydarzenia

Uczestnicy konferencji uzupełnili swoją wiedzę na temat obecnej sytuacji na rynku polskim, jak i europejskim. Ponadto, nastąpiła wymiana wiedzy w zakresie oferty polskiego sektora zbóż i jego przetwórców w zakresie możliwości produkcyjnych, przetwórczych i logistycznych. W trakcie trwania kongresu miała miejsce promocja produktów rolno-spożywczych branży zbożowej wśród europejskich liderów zajmujących się obrotem zbożami, surowcami paszowymi oraz innymi produktami rolnymi. Mając na względzie międzynarodowy charakter wydarzenia oraz uczestnictwo w nim przedstawicieli z wielu krajów europejskich w rozmowach, jak i poprzez dystrybucję opracowanej broszury prezentowany był potencjał polskiej branży zbożowej na forum europejskim.

Podczas dwóch dni konferencji, jak i na wizycie studyjnej, która odbyła się ostatniego dnia Kongresu wspólnie poruszane były problematyczne kwestie i omawiane były sposoby radzenia sobie z zaistniałymi sytuacjami, w różnych krajach i na różnych obszarach. Taka wymiana informacji poszerzyła wiedzę uczestników i dała szansę odkrycia nowych rozwiązań, które mogą zostać wykorzystane na rynku lokalnym.



Polski Związek Producentów Roślin Zbożowych

Warte uwagi są też działania Polskiego Związku Producentów Roślin Zbożowych w 2024 r. Oprócz zorganizowania szeregu branżowych szkoleń (w ramach cyklu „Agrotechnika uprawy zbóż w aspekcie pogłębiających się zmian klimatycznych”), Związek opracował i opublikował:

Raport o emisyjności pt. Emisyjność krajowych upraw kukurydzy

Praca ma charakter badawczo-analityczny. Celem projektu jest zachowanie konkurencyjności krajowego łańcucha dostaw biomasy rolniczej w postaci ziarna zbóż na tle produktów ekwiwalentnych dostępnych na rynku o wyższych współczynnikach emisyjności gazów cieplarnianych. W ramach pracy został opracowany raport emisyjności krajowych upraw kukurydzy dla województw tj. tzw. obszarów NUTS2 zgodnie z odpowiednimi wymaganiami Komisji Europejskiej. Raport został sporządzony w oparciu o dane zawarte w ankietach zebranych od producentów rolnych w roku 2024.

Opracowując niniejszy Raport kierowano się następującymi zasadami:

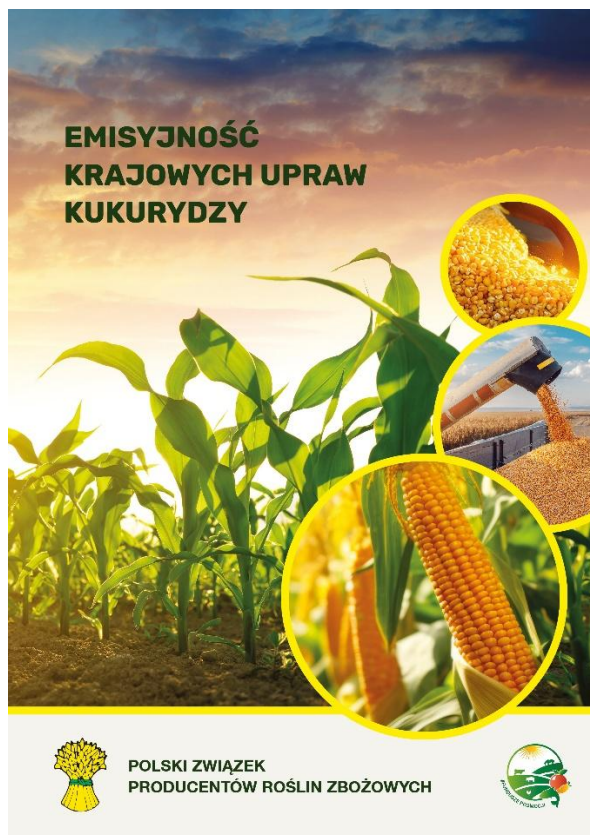
- wykorzystano dane możliwie jak najbardziej charakterystyczne dla rynku polskiego;
- zastosowano wiarygodną metodologię obliczeń wskazaną w Dyrektywie RED II oraz w Rozporządzeniu wykonawczym 2022/996 [3];
- wykorzystano dane, w tym wskaźniki emisji GHG, wskazane w Rozporządzeniu wykonawczym 2022/996 oraz innych uznanych źródłach.

Raport przedstawia obliczenia dotyczące emisji spowodowanej uprawą kukurydzy oraz obliczenia dla wszystkich jej składowych. Uwzględnia emisję spowodowaną:

- zużyciem paliwa w maszynach rolniczych wykorzystanych do uprawy;
- stosowaniem nawozów chemicznych i pestycydów (agrochemikalia);
- produkcją materiału siewnego;
- zakwaszeniem związanym z nawozami i stosowaniem wapnowania;
- gromadzeniem, suszeniem i składowaniem surowców;
- emisją do gleby spowodowaną uprawami.

Raport nie obejmuje emisji gazów cieplarnianych wynikających ze zmiany zasobów węgla w gruntach w wyniku LUC i ILUC, czyli rocznych emisji wynikających ze zmian zasobów węgla w gruntach spowodowanych zmianą użytkowania gruntów. Nie uwzględnia również emisji pochodzących z produkcji maszyn i urządzeń rolniczych, przetwarzania materiałów

poprodukcyjnych i innych działań poprodukcyjnych oraz wykluczono wychwytywanie CO₂ podczas uprawy surowców.



Poradnik: Bezpieczne przechowywanie ziarna zbóż: kompleksowy poradnik dla producentów zbóż

Poradnik ten zawiera szczegółowe informacje dotyczące bezpiecznego przechowywania ziarna. Obejmuje on każdy etap procesu, który jest realizowany w magazynie zbożowym.

Poradnik obejmuje wszystkie etapy procesu przechowywania w nowoczesnym magazynie, od przygotowania do długotrwałego przechowywania ziarna poprzez odpowiednie czyszczenie, po wybór właściwych urządzeń transportowych oraz samego magazynu zbożowego. Kluczowym elementem zapewniającym długotrwałe przechowywanie jest silos, który obecnie jest najlepszym urządzeniem do tego celu.

Poradnik zawiera również informacje na temat różnych urządzeń dostępnych na rynku, ich wad i zalet, a także prostymi, ale naukowo podpartymi metodami wskazuje kluczowe czynniki wpływające na jakość przechowywanego ziarna. Składa się z kilku części, w których omawiane są urządzenia do czyszczenia ziarna, środki transportowe używane w magazynie, sam magazyn silosowy oraz jego wady i zalety. Przekazane są również informacje na temat nowych rozwiązań w zakresie przechowywania, w tym urządzeń dodatkowych, urządzeń pomiarowych i zastosowania sztucznej inteligencji, która ułatwia i optymalizuje proces przechowywania ziarna.

Dodatkowo poradnik zwraca uwagę na niekorzystne procesy, które mogą wystąpić w magazynie, takie jak samozagrzewanie, niekontrolowany wzrost wilgotności oraz temperatury

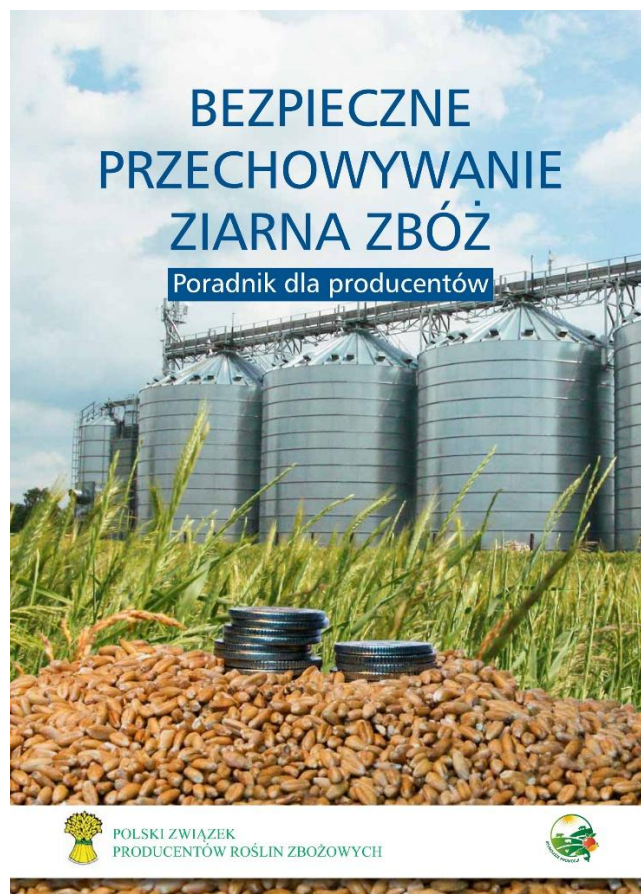
ziarna w silosie, co może prowadzić do spadku jakości ziarna oraz stanowić zagrożenie dla konstrukcji silosu zbożowego. Podkreślono, że czynniki te są często niedoceniane lub pomijane przez rolników, dlatego w poradniku staramy się wyjaśnić te kwestie w prosty sposób, zwracając uwagę na najważniejsze aspekty związane z utrzymaniem jakości ziarna.

Należy również podkreślić, że silosy zbożowe wyposażone są w urządzenia dodatkowe, takie jak wentylacja, która ułatwia utrzymanie stałej wilgotności i temperatury, co jest kluczowe dla prawidłowego przechowywania. Nowoczesne silosy zbożowe oferowane na rynku często posiadają już w podstawowej wersji systemy przewietrzania. Dodatkowym wsparciem dla aktywnego przewietrzania jest monitoring zmian temperatury za pomocą specjalnych urządzeń, co ułatwia sterowanie i aplikowanie powietrza przez masę ziarna w momentach, kiedy jest to wymagane.

Równomierność rozkładu temperatury ziarna w silosie jest jednym z najważniejszych czynników wpływających na jego jakość. Już pięciostopniowe różnice temperatury świadczą o problemach, które mogą prowadzić do miejscowego zawilgocenia i spadku jakości ziarna. W poradniku pokazujemy, jak przeciwdziałać takim procesom, aby utrzymać wysoką jakość przechowywanego ziarna.

Poradnik adresowany jest do producentów różnych gatunków zbóż, w tym kukurydzy, która ze względu na wysoką wilgotność początkową wymaga specjalnych warunków przechowywania. W przypadku kukurydzy konieczne jest zastosowanie suszarni termicznej, gdyż metody przewietrzania nie są wystarczające. Mokra kukurydza o wysokiej zawartości wody ma bardzo ograniczony okres leżakowania po zbiorze, wynoszący od 12 do 20 godzin, po którym zachodzą biochemiczne przemiany obniżające jej jakość.

Poradnik zwraca również uwagę na konieczność monitorowania i kontrolowania warunków przechowywania, aby zapobiec samozagrzewaniu i wzrostowi wilgotności, co może prowadzić do rozwoju pleśni i grzybów, wpływających na jakość ziarna. Aktywna wentylacja oraz monitoring temperatury i wilgotności są kluczowe dla utrzymania jakości przechowywanego ziarna. Nowoczesne silosy zbożowe wyposażone są w systemy przewietrzania i monitoring, co ułatwia zarządzanie procesem przechowywania.



Szkolenie wyjazdowe do Teksasu

Dzięki Polskiemu Związkowi Producentów Roślin Zbożowych przy wsparciu Funduszu Promocji Ziarna Zbóż i Produktów Zbożowych – kolejna grupa rolników wyjechała na szkolenie wyjazdowe do Teksasu, gdzie mogła poznać amerykańskie rolnictwo. Wizyta obfitowała w szereg spotkań i ciekawych dyskusji. Rolnicy zwiedzali ogromne farmy na północy stanu nastawione głównie na produkcję zbóż i bydła i stopniowo przemieszczali się na południe oglądając inne gospodarstwa, zakłady przetwórcze i ośrodki badawcze.

Jedna z pierwszych wizyt odbyła się w zakładzie doświadczalnym należącym do uniwersytetu stanowego Texas A&M University. Kilku naukowców zaprezentowało główne kierunki badań i scharakteryzowało rolnictwo w Teksasie. Dzięki temu naszym rolnikom łatwiej było zrozumieć specyfikę teksańskiego rolnictwa, w tym produkcji zbóż, poznać główne problemy z jakimi borykają się farmerzy i w jaki sposób naukowcy starają się te problemy rozwiązywać. Badania koncentrują się na podniesieniu wydajności i jakości ziarna zbóż, zwiększeniu odporności na stres i suszę, a także walkę ze szkodnikami. Naukowcy pracują również z rolnikami by rozwiązywać problemy nadmiernego wypasu zbóż, niedoboru składników pokarmowych w glebie i stabilizacji dochodu.

Kolejnym etapem podróży były wizyty w firmach zajmujących się skupem, przechowywaniem i sprzedażą zbóż. Firma Gavilion Grain & Dimmitt Flaking znana jest doskonale okolicznym farmerom. Nie tylko skupuje zboża, ale też przygotowuje ziarno kukurydzy na paszę. W trakcie naszego pobytu odbywał się właśnie załadunek płatków kukurydzy dla bydła. Farmerka z którą rozmawialiśmy powiedziała, że jest stałym odbiorcą kukurydzy i przyjeżdża po kolejną partię

paszy dla swojego bydła mlecznego co kilka dni. Chwaliła jakość ziarna jak i długoletnią współpracę z firmą. Ceny zbóż kształtują się tam na poziomie cen w stanie Teksas, ale również mają na nią wpływ ceny na giełdzie w Chicago.

Rolnicy odwiedzili również dużego przedsiębiorcę zajmującego się skupem zbóż i sprzedażą na rynek krajowy oraz na eksport. Firma Black-Atterbury Grain Hereford posiada duże magazyny, jednak zboże nie pozostaje tam długo i jest na bieżąco sprzedawane. Transport odbywa się przede wszystkim koleją i w przypadku eksportu trafia bezpośrednio do portu zbożowego w Houston. Cały czas sprawdzane i analizowane są ceny zbóż na giełdzie i uzgadniane ceny sprzedaży z farmerami. Uwagę zwracała bardzo dobra organizacja skupu i sprzedaży.

Aby wyprodukować dobrej jakości ziarno, farmerzy muszą posiadać dobry sprzęt. Dlatego w planie wyjazdu znalazły się dwie wizyty u dystrybutorów sprzętu rolniczego. W firmie Western Equipment nasi rolnicy mogli zobaczyć maszyny do siewu i zbioru zbóż, kukurydzy, także opryskiwacze. Z uwagi na dużo większe gospodarstwa, sprzęt był dostosowany do dużych powierzchni uprawy. Ciekawym momentem podczas wizyty było spotkanie z pracownikami firmy Western Equipment i okolicznym farmerami, a także możliwość dyskusji i wymiany poglądów.

Mimo różnic w skali produkcji i warunków klimatycznych polscy rolnicy i amerykańscy mają podobne problemy. Zależni są od pogody, cen na rynku, a także z zapewnieniem następcy w gospodarstwie. I w Polsce i z Teksasie dużo młodych ludzi szuka zatrudnienia poza rolnictwem. W firmie Hlavinka Equipment nasi rolnicy spotkali się ze szczególnie miłym przyjęciem. Zostali przywitani przez seniora rodziny Hlavinka jak i głównego udziałowca i menagera Terrego Hlavinka, który od 12 lat gości u siebie kolejnych młodych rolników biorących udział w Programie Wymiany Młodych Rolników pomiędzy Polską i Teksasem. Program prowadzi Polski Związek Producentów Roślin Zbożowych od kilkunastu lat wspólnie z uniwersytetem stanowym Teksas A&M. Wspólnie z Terryem Hlavinka rolnicy pojechali na pola, by zobaczyć siew ryżu i na kolejnym polu, siew kukurydzy. Niektórzy z nich przejechali się również siewnikiem. Wydaje się że nikt z nich nigdy nie siał ryżu co na pewno było nowym doświadczeniem.

Kolejne wizyty związane były z przetwórstwem zbóż i sprzedażą gotowych produktów. Pierwsza to zwiedzanie firmy Prasek zajmującej się produkcją suszonego mięsa i pieczywa. Rolnicy zwiedzili piekarnię i przyglądali się wypiekowi popularnych w Teksasie ciastek. Do produkcji wykorzystuje się pszenicę produkowaną w tym stanie. Warto tu nadmienić, że w Teksasie uprawia się głównie pszenicę ozimą twardą, która zajmuje ponad 85% powierzchni wszystkich zbóż uprawianych w tym stanie.

Natomiast drugim odwiedzanym miejscem była firma H-E-B będąca dużą siecią handlową posiadającą sklepy wielkopowierzchniowe w Teksasie i Meksyku. Rolnicy dowiedzieli się jaka jest polityka firmy w zakresie sprzedaży produktów zbożowych, jakie produkty są najczęściej kupowane przez klientów oraz na co firma zwraca uwagę przy zakupie produktów do swojej sieci. Mogli zobaczyć polskie towary takie jak płatki i ciastka na półkach sklepowych.

Ostatnim i jednym z ciekawszych punktów szkolenia wyjazdowego była wizyta w porcie przeładunkowym zboża w Houston. Był to największy port zbożowy w stanie Teksas. Docierają tam transporty kolejowe, które są kierowane do silosów, a następnie zboże jest przeładowywane do zbiorników by stamtąd poprzez taśmociąg trafić prosto na statki. Rolnicy zobaczyli nie tylko sam port, ale byli też w centrum dystrybucyjnym gdzie nadzoruje się proces magazynowania i przeładunku ziarna. Mogli porozmawiać o logistyce, zawierania kontraktów.,

a także o badaniu parametrów jakościowych zbóż . Zwrócili uwagę na dobrą organizację pracy co pozwala na dużą przepustowość portu i możliwość wywozu dużych partii zbóż.

Wizyta w Teksasie obfitowała w dużą liczbę wizyt, spotkań ze specjalistami i nierzadko z pasjonatami swojej pracy. Wszyscy wrócili do kraju pełni wrażeń i nowych doświadczeń, ale też refleksji dotyczących przyszłości rolnictwa na świecie i w Polsce.



Dziękujemy wszystkim podmiotom realizującym wnioski promocyjne za działania podjęte w celu promocji zbóż i przetworów zbożowych oraz zapraszamy organizacje uprawnione i zarejestrowane w Krajowym Ośrodku Wsparcia Rolnictwa do składania wniosków w kolejnych latach.

***Kopiowanie i publikacja zdjęć z wizerunkami osób jest zabroniona ze względu na przepisy RODO**

Przemysław Bochat

Przewodniczący Funduszu

Promocji Ziarna Zbóż

i Przetworów Zbożowych