



DOBRY WYBÓR

# „GWARANCJA JAKOŚCI QAFP”

RAPORT PODSUMOWUJĄCY KAMPANIĘ



KAMPANIA FINANSOWANA PRZY  
WSPARCIU UNII EUROPEJSKIEJ  
ORAZ RZECZPOSPOLITEJ POLSKIEJ



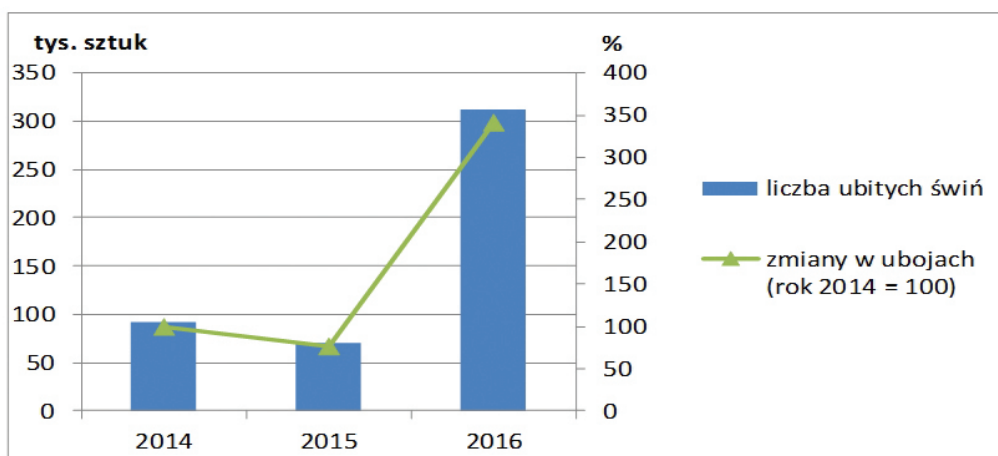
KAMPANIA WSPÓLFINANSOWANA  
RÓWNIEŻ Z FUNDUSZU PROMOCJI  
MIĘSA WIEPRZOWEGO

## 1. Wyniki wdrażania systemu QAFP

Trzyletnia kampania informacyjna pt. „Gwarancja jakości QAFP” (obejmująca lata 2014-2017) zaowocowała zwiększeniem produkcji mięsa wieprzowego i jego przetworów w Systemie Gwarantowanej Jakości Żywności QAFP oraz wzmocnieniem rozpoznawalności produktów mięsnych z tym oznaczeniem. Za pośrednictwem tego programu administrowanego przez Unię Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego, konsumenci mieli okazję poznać i docenić walory produktów certyfikowanych znakiem jakości QAFP. Zaś wzrost popytu na te produkty okazał się także zachętą dla innych przetwórców do przystąpienia do systemu.

W latach 2014-2016 liczba certyfikowanych zakładów prowadzących ubój trzody chlewnej wraz z rozbiorem **wzrosła z 3 do 5** (w 2014 roku było ich 4). W tym czasie **liczba ubijanych świń zwiększyła się prawie trzyipółkrotnie** (z 91,8 do 312,8 tys. sztuk)<sup>1</sup>(rys. 1).

Rysunek 1. Uboje trzody chlewnej produkowanych w systemie QAFP



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych UPEMI

**Duży wzrost produkowanych świń w Systemie QAFP**, jaki nastąpił w 2016 roku wynikał m.in. z faktu, że rolnicy mogli ubiegać się o zwrot kosztów certyfikacji w ramach działania 3.1 „Wsparcie na przystępowanie do systemów jakości” objętych Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020. Mechanizm ten był korzystny dla producentów trzody chlewnej, zwłaszcza tych mniejszych.

W latach 2014-2016 znaczną dynamikę rozwoju można było zaobserwować także w segmencie produkcji wędlin w systemie QAFP. W 2014 roku piętnaście certyfikowanych zakładów przetwórczych wyprodukowało łącznie **8,6 tys. ton wędlin (o wartości ok. 130 mln zł) w systemie QAFP**. W 2015 roku do systemu przystąpiły kolejne 3 zakłady, a **wolumen produkcji wędlin wzrósł o 1/3 do 11,5 tys. ton (o wartości ok. 253 mln zł)**. W pierwszej połowie 2016 roku produkcja wędlin osiągnęła poziom 5,6 tys. ton (o wartości ok. 141 mln zł), a **grupa zakładów przetwórczych z systemem QAFP wzrosła do 21 podmiotów**. W całym 2016 roku produkcję

<sup>1</sup> W latach 2014-2016 liczba ubijanych w Polsce świń spadła z ok. 16,4 do 15,4 mln sztuk



KAMPANIA FINANSOWANA PRZY  
WSPARCIU UNII EUROPEJSKIEJ  
ORAZ RZECZPOSPOLITEJ POLSKIEJ



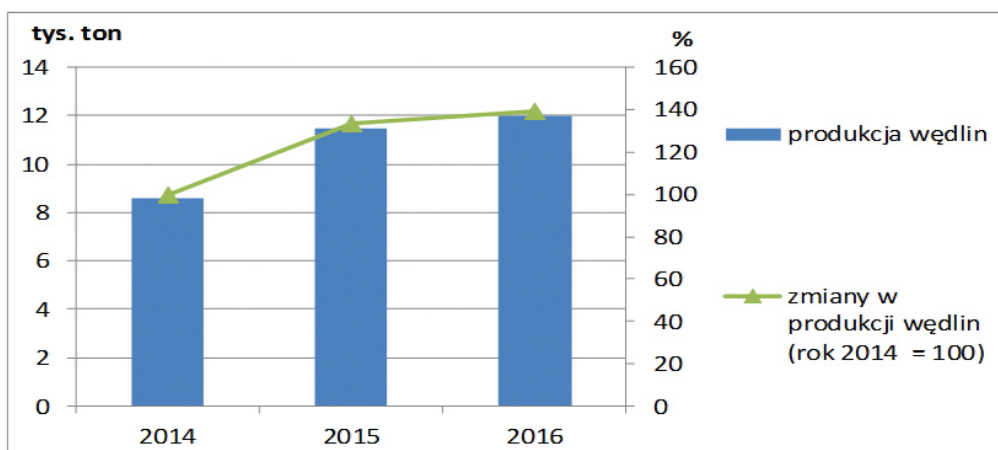
Agencja  
Rynku  
Rolnego



KAMPANIA WSPÓLFINANSOWANA  
RÓWNIEŻ Z FUNDUSZU PROMOCJI  
MIĘSA WIEPRZOWEGO

certyfikowanych wędlin szacuje się na ok. **12,0 tys. ton,**<sup>2</sup> tym bardziej, że w II połowie 2016 r. certyfikat uzyskały kolejne firmy przetwórcze. Poza wędlinami w sprzedaży detalicznej, dostępne są również elementy kulinarne mięsa wieprzowego, takie jak karkówka, szynka, schab, polędwiczka czy łopatka, spełniające standardy systemu QAFP.

**Rysunek 2. Produkcja wędlin w systemie QAFP**



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych UPEMI

Rozwój systemu QAFP w latach 2014-2016 wskazuje, że **produkcja żywca wieprzowego w tym systemie rosła w tempie 85% rocznie, a wędlin o 18% rocznie**. Należy przypuszczać, że System będzie się w dalszym ciągu rozwijał w podobnym tempie, z uwagi, że:

- rośnie wśród konsumentów zapotrzebowanie na mięso i wędliny **wysokiej jakości** (o wysokich walorach odżywczych i smakowych), a takie zapewnia system QAFP,
- **bogata oferta i dostępność certyfikowanych produktów** na półkach sklepowych (obecnie systemem tym objętych jest 185 asortymentów wędlin) została doceniona przez klientów.

Obserwowany już od kilku lat trend pro jakościowy i pro zdrowotny wśród coraz większej liczby konsumentów, a także coraz większa świadomość klientów w kwestii zakupów daje podstawy do wnioskowania, że rynek wędlin wysokojakościowych będzie dalej rozwijał się w podobnym tempie, co oznacza kolejne wzrosty produkcji.

Mięso wieprzowe i wędliny produkowane w systemie QAFP dostępne są obecnie w **800 sklepach firmowych** na terenie całej Polski, w **2000 sklepów wielkopowierzchniowych** oraz w punktach dystrybucji żywności dla segmentu HoReCa. Poprawa sytuacji ekonomicznej społeczeństwa na przestrzeni ostatnich lat wpłynęła korzystnie na rozwój segmentu wędlin premium oraz segmentu HoReCa, wzmacniając ich pozycję na rynku. System QAFP dobrze wpisuje się w oba te segmenty.

2 W latach 2014-2016 produkcja wędlin (bez drobiowych) była w Polsce stabilna i wynosiła ok. 775 tys. ton



KAMPANIA FINANSOWANA PRZY  
WSPARCIU UNII EUROPEJSKIEJ  
ORAZ RZECZPOSPOLITEJ POLSKIEJ



Agencja  
Rynku  
Rolnego



KAMPANIA WSPÓLFINANSOWANA  
RÓWNIEŻ Z FUNDUSZU PROMOCJI  
MIĘSA WIEPRZOWEGO



## 2. System QAFP w produkcji żywca wieprzowego oraz w przetwórstwie – co to oznacza w praktyce?

Wszystkie etapy łańcucha produkcji wieprzowiny QAFP w Systemie Gwarantowanej Jakości Żywności muszą spełniać rygorystyczne kryteria i standardy jakościowe związane z bezpieczeństwem zdrowotnym konsumentów, co zapewnia powtarzalną, wysoką jakość kulinarną mięsa. Jakość produktów QAFP jest ściśle związana ze szczegółowo określonych obowiązków producenta żywca, m.in.:

- wykorzystanie w krzyżowaniu towarowym odpowiednich ras świń,
- przestrzeganie określonych standardów QAFP w zakresie żywienia,
- zapewnienie dobrostanu zwierzętom na każdym etapie, tj.: w gospodarstwie, w transporcie jak też przy załadunku i rozładunku
- minimalizacja stresu i zmęczenia zwierząt przed i w trakcie uboju.

**Kulinarne mięso wieprzowe objęte znakiem jakości QAFP charakteryzuje się:** barwą różową, posiada prawidłową strukturę oraz jest wolne od wad jakości i wycieku swobodnego, cechuje się także odpowiednią zawartością tłuszczu śródmięśniowego (w przypadku schabu jest to wartość ok. 2-3%).

**Kulinarne mięso wieprzowe objęte znakiem jakości QAFP nie może** być mrożone, jak też nastrzykiwane ani poddane jakimkolwiek innym zabiegom polegającym na wprowadzeniu do niego wody bądź jakichkolwiek substancji dodatkowych.

**Niezmierzalnym ważnym parametrem mówiącym o jakości mięsa i jego przydatności do przetwórstwa, jest poziom pH.** Nie jest to procedura powszechna – stosowana we wszystkich zakładach, ale w systemie QAFP jest to czynność obowiązkowa i musi obejmować: pomiar pH1 i pH2.



KAMPANIA FINANSOWANA PRZY  
WSPARCIU UNII EUROPEJSKIEJ  
ORAZ RZECZPOSPOLITEJ POLSKIEJ



Agencja  
Rynku  
Rolnego



KAMPANIA WSPÓLFINANSOWANA  
RÓWNIEŻ Z FUNDUSZU PROMOCJI  
MIĘSA WIEPRZOWEGO





Kulinarne mięso wieprzowe otrzymuje certyfikat QAFP po spełnieniu poniższych wymagań: pochodzi z tusz, w których pH mięśnia najdłuższego  $\geq 6,1$ , a pomiar przewodności elektrycznej (EC180) mieści się w zakresie PE1 4,5-8 (mS/cm), jasność schabu oceniana wizualnie w porównaniu z wzorcem wynosi 3.0-4.0, a jego marmurkowatość zawiera się w przedziale 2.0-3.0, barwa szynki w porównaniu z wzorcem nie wskazuje na wystąpienie wad jakości mięsa typu PSE i DFD.



### 3. Systemy jakości żywności i znaczenie certyfikacji

Systemy jakości żywności pełnią ważną rolę w sektorze rolno-spożywczym wielu krajów europejskich ponieważ wprowadzają uniwersalne normy uznawania produktów za wysokojakościowe (**premium**). Zostały one stworzone, aby gwarantować dobrą jakość żywności w dwojaki sposób. Po pierwsze stanowią zapewnienie dla konsumenta, że **produkty nimi objęte odznaczają się świeżością, smakiem i bezpieczeństwem a także podlegają regularnej kontroli** pod kątem wysokiej jakości. Po drugie, dla producentów chcących wytwarzać produkty ponadstandardowe są elementem pozwalającym się wyróżnić i zabezpieczyć przed fałszowaniem.

Wzrost gospodarczy oraz postępująca integracja gospodarek narodowych, polegająca na usuwaniu barier dla wolnego handlu i ściślejszej współpracy podmiotów wywodzących się z różnych państw, powodują, że **światowy handel żywnością z roku na rok zwiększa swoje obroty**. Coraz większa obfitość oferty utrudnia nabywcom podejmowanie decyzji o wyborze asortymentu. Remedium jest więc wieloetapowy proces niezależnych kontroli, któremu poddają się producenci uczestniczący w programach monitorowania jakości, uwieczniony nadaniem certyfikatu i znaku charakterystycznego dla danego systemu jakości. Znak ten jest dla konsumentów gwarancją, że produkty nim oznaczone faktycznie wyróżniają się jakością. **W krajach Europy Zachodniej loga systemów jakości budzą zaufanie** i są bardzo dobrze rozpoznawalne, a znaczna część konsumentów (**we Francji, aż 80%**) deklaruje zakup produktów sygnowanych właśnie takimi znakami.

Geneza systemów jakości żywności, jakie znane są dziś w Europie sięga czasów, w których po zażegnaniu podstawowych problemów z dostępem do żywności po II Wojnie Światowej, coraz większego znaczenia zaczął nabierać aspekt jakości produktów spożywczych. Wzrost zamożności konsumentów spowodował, że mogli oni pozwolić sobie na wybór pomiędzy tańszą a droższą żywnością. W interesie samych producentów leżało więc



KAMPANIA FINANSOWANA PRZY  
WSPARCIU UNII EUROPEJSKIEJ  
ORAZ RZECZPOSPOLITEJ POLSKIEJ



Agencja  
Rynku  
Rolnego

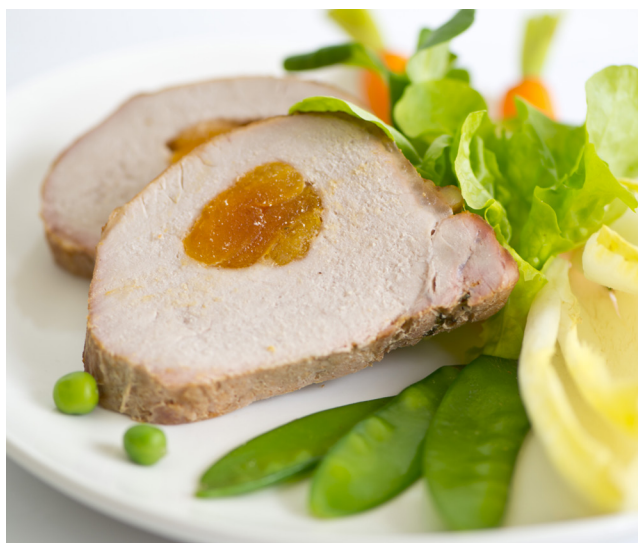


KAMPANIA WSPÓLFINANSOWANA  
RÓWNIEŻ Z FUNDUSZU PROMOCJI  
MIĘSA WIEPRZOWEGO

stworzenie uniwersalnych gwarancji dla klientów. W takich warunkach w latach '60 XX w. powstał francuski system jakości Label Rouge, który pierwotnie regulował jakość produktów mięsnych, a w szczególności drobiu (podobnie jak polski QAFP). Popularność systemu oraz wzrost jego rozpoznawalności w społeczeństwie zaowocowały włączeniem kolejnych grup produktów.

Obecnie, w dobie wszechobecnych deklaracji producentów i różnorodnych inicjatyw w zakresie wewnętrznej regulacji jakości produkcji, aby określić dany system mianem systemu jakości żywności konieczne jest spełnienie określonych wymagań:

- **Jakość produktów wytwarzanych zgodnie z jego zasadami musi być wyższa niż standardowych odpowiedników występujących w handlu** (zatem system nie może ograniczać się do prostego nadzoru nad przestrzeganiem ogólnie obowiązujących norm),
- **Do systemu jakości żywności może przystąpić dowolny producent, jeżeli tylko spełni wszystkie wymogi w nim opisane** (system nie pozwala przy tym na utajnianie procesu produkcji, ani jego ochronę przy pomocy patentów),
- Każdy, kto wytwarza produkty w ramach systemu musi poddawać się na swój koszt opisanym w systemie okresowym **kontrolom, wykonywanym przez zewnętrzne, niezależne jednostki certyfikujące, które same mogą być dodatkowo nadzorowane przez krajowe jednostki akredytacji**,
- **Wprowadzenie systemu ma odzwierciedlać faktyczne potrzeby i oczekiwania konsumentów** (produkcja w tym systemie musi mieć wymiar handlowy, ekonomiczny i odpowiadać koniunkturze),
- **System musi zostać zatwierdzony przez władze krajowe.**



Jakość produktów spożywczych związana jest z różnymi ich cechami. Poszczególne systemy certyfikacji eksponują zatem różne walory żywności, wynikające z tradycji wytwarzania, pochodzenia surowców, czy technologii produkcji.

W Polsce interesującą grupę stanowią szczególnie popularne **systemy dbania o wysoką jakość produktów mięsnych**. Obejmują one najczęściej kompleksowe, holistyczne podejście do produkcji począwszy od doboru ras, warunków chowu, karmienia, uboju i rozbioru mięsa przez przetwórstwo, aż po konfekcjonowanie i dostarczanie finalnych wyrobów konsumentom.

**Unia Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego (UPEMI)**, idąc za przykładem krajów unijnych, opracowała **System Gwarantowanej Jakości Żywności QAFP** (Quality Assurance for Food Products). W 2009 roku decyzją Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi System QAFP został uznany za krajowy system jakości żywności. Jego celem jest zapewnienie **powtarzalnej, ponadprzeciętnej jakości, przejrzystości sposobu produkcji, a także możliwości prześledzenia historii produktu**. System opiera się na dwóch podstawowych metodach działania. Z jednej strony jest to ścisła współpraca między producentami pierwotnymi i przetwórcami w ramach długookresowych umów i partnerskich relacji, a z drugiej restrykcyjna kontrola na każdym etapie produkcji prowadzona przez **niezależną Jednostkę Certyfikującą**, która podlega nadzorowi Polskiego Centrum Akredytacji.



KAMPANIA FINANSOWANA PRZY  
WSPARCIU UNII EUROPEJSKIEJ  
ORAZ RZECZPOSPOLITEJ POLSKIEJ



Agencja  
Rynku  
Rolnego



KAMPANIA WSPÓLFINANSOWANA  
RÓWNIEŻ Z FUNDUSZU PROMOCJI  
MIĘSA WIEPRZOWEGO

Obecnie System QAFP działa w zakresie kulinarnego mięsa wieprzowego, drobiowego i wędlin, ale w założeniach jest to krajowy system multiproduktowy. W swojej długookresowej strategii Administrator Systemu będzie bowiem rozszerzał „koszyk” wysokojakościowych produktów tworząc **narodową markę eksportową polskich** artykułów rolno-spożywczych. Zbudowanie narodowego systemu jakości jest działaniem wymagającym ogromnego zaangażowania wszystkich podmiotów w nim uczestniczących, wsparcia instytucjonalnego oraz długich lat pracy. UPEMI znajduje się obecnie w początkowej fazie realizacji tej idei.

Na drodze do jej urzeczywistnienia Administrator Systemu QAFP wytyczył następujące zadania:

- **Produkcja żywności wysokiej, powtarzalnej jakości,**
- **Konsolidacja uczestników Systemu dla poszczególnych obszarów,**
- **Budowanie konkurencyjności polskich produktów,**
- **Efektywna promocja produktów ze znakiem QAFP i budowanie wiarygodnej marki.**



W tym nurcie znalazła się zainicjowana w 2014 roku specjalna kampania pt. „Gwarancja jakości QAFP”, dofinansowywana ze środków Unii Europejskiej. Celem projektu było przekazanie konsumentom wiedzy na temat walorów i zasad produkcji wysokojakościowego, kulinarnego mięsa wieprzowego i wędlin sygnowanych znakiem QAFP.

Budowanie narodowych systemów jakości to nie tylko działanie na rzecz konsumentów, ale również ochrona własnego rynku i działających na nim producentów. Każdy taki system zapewnia nabywcom łatwy dostęp do wiarygodnej informacji

o walorach żywności, jednocześnie polepszając pozycję konkurencyjną tych producentów, którzy dbają o wysoką jakość swoich wyrobów. Wdrażając System QAFP UPEMI wpływa na sposób postrzegania polskich produktów spożywczych tak, aby w „globalnym „supermarkecie” konsumenci coraz chętniej sięgali po produkt najwyższej jakości związany z krajem ojczystym.

## 4. Cel kampanii

W 2014 roku, w ramach wdrażania ogólnopolskiego systemu jakości żywności QAFP, zainaugurowano specjalną kampanię pod nazwą „**Gwarancja jakości QAFP**”, dofinansowywaną ze środków Unii Europejskiej. Celem projektu administrowanego przez Unię Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego było przekazywanie konsumentom wiedzy na temat zasad produkcji i walorów wysokojakościowych wędlin i kulinarnego mięsa wieprzowego sygnowanego znakiem QAFP. Realizację kampanii zaplanowano na okres **36 miesięcy, tj. od dnia 4 lutego 2014 roku do dnia 3 lutego 2017 roku**. W tym czasie przewidziano wiele działań promocyjno-informacyjnych, mających na celu budowanie świadomości społeczeństwa na temat **wysokiej jakości produktów** wytwarzanych w systemie Gwarantowanej Jakości Żywności QAFP (Quality Assurance for Food Products).



KAMPANIA FINANSOWANA PRZY  
WSPARCIU UNII EUROPEJSKIEJ  
ORAZ RZECZPOSPOLITEJ POLSKIEJ



Agencja  
Rynku  
Rolnego



KAMPANIA WSPÓLFINANSOWANA  
RÓWNIEŻ Z FUNDUSZU PROMOCJI  
MIĘSA WIEPRZOWEGO

Kampania została opracowana z myślą o osobach zwracających szczególną uwagę na **jakość i bezpieczeństwo kupowanych produktów**. Priorytetowym celem działań był wzrost rozpoznawalności symbolu **QAFP** znajdującego się na opakowaniach wędlin i mięs wieprzowych o 25% – w przypadku konsumentów i przedstawicieli branży HoReCa oraz o 30% wśród dziennikarzy i liderów opinii. W trakcie 3 lat trwania kampanii, za pośrednictwem różnorodnych narzędzi komunikacyjnych i marketingowych, systematycznie budowano **wizerunek wieprzowiny QAFP** jako mięsa pozbawionego konserwantów, wyróżniającego się świeżością oraz wyśmienitym, **naturalnym smakiem**.

## 5. Przebieg kampanii

Kampania realizowana była w ramach mechanizmu „Wsparcie działań promocyjnych i informacyjnych na rynkach wybranych produktów rolnych” administrowanego przez Agencję Rynku Rolnego. Łączny budżet programu wyniósł prawie 3 mln euro. **50% środków pochodziło z Unii Europejskiej, 30% z budżetu krajowego, a pozostałe 20% ze środków Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego.**

W ramach budżetu przeprowadzony został szereg działań mających na celu promocję **certyfikowanego mięsa wieprzowego** oraz wędlin QAFP. Działania te skupiały się przede wszystkim na dotarciu do 3 głównych grup docelowych:

- **konsumentów,**
- **przedstawicieli branży HoReCa,**
- **dziennikarzy i liderów opinii.**

Do realizacji celów wykorzystano następujące narzędzia i działania:

### Kampania w telewizji

Podczas całego okresu trwania kampanii, w najpopularniejszych telewizyjnych programach śniadaniowych – „Dzień Dobry TVN” i „Pytanie na Śniadanie” oraz w programie kulinarnym „Ewa Gotuje”, wielokrotnie podejmowano współpracę ze stacjami telewizyjnymi w celu prezentacji produktów QAFP. Kucharze na wizji omawiali walory smakowe i odżywcze wędlin oraz kulinarnego mięsa wieprzowego QAFP, prezentując różnorodność ich zastosowań w kuchni. Łącznie przez 3 lata kampanii **wyemitowano 28 odcinków** zawierających lokowanie produktów wieprzowych QAFP.

### Kampania w kinach

Głównym celem kampanii było zbudowanie pozytywnego wizerunku oraz zainteresowania konsumentów tematyką systemu QAFP. W I roku za pośrednictwem kampanii uzyskano dotarcie do łącznej liczby **946 674 osób**, w II roku reklama trafiła do **1 071 338 osób**.

### Targi EuroGastro

Udział w międzynarodowych targach gastronomicznych EuroGastro (w II i III roku kampanii), podczas których prezentowany był System QAFP i wytwarzane w nim produkty wieprzowe.



KAMPANIA FINANSOWANA PRZY  
WSPARCIU UNII EUROPEJSKIEJ  
ORAZ RZECZPOSPOLITEJ POLSKIEJ



KAMPANIA WSPÓLFINANSOWANA  
RÓWNIEŻ Z FUNDUSZU PROMOCJI  
MIĘSA WIEPRZOWEGO





## Kampania w Internecie

Za pośrednictwem banerów reklamowych zamieszczonych w najpopularniejszych serwisach poświęconych tematyce kulinarnej, przez 3 lata budowana była świadomość konsumentów na temat wieprzowiny QAFP i całej kampanii „Gwarancja jakości QAFP”.



## Kampania OOH

Kampania była prowadzona przez cały okres trwania programu w największych ośrodkach miejskich w Polsce: **Warszawa, Górnośląski Okręg Przemysłowy, Poznań, Łódź, Trójmiasto, Wrocław** oraz w warszawskim metro. Celem było jak najszerze dotarcie z informacją o wieprzowinie produkowanej w systemie **QAFP** oraz zachęcenie konsumentów do odwiedzania serwisu **www** kampanii.

## Kampania w prasie

Przez 3 lata prowadzona była kampania w prasie branżowej i konsumenckiej, za pośrednictwem której budowano pozytywną opinię na temat mięsa wieprzowego i wędlin **QAFP**. Dzięki licznym adwertorialom w magazynach kobiecych (m.in. „Przyjaciółka”, „Wysokie Obcasy”, „Claudia”, „Przyslij Przepis”) aktywnie kreowano **modę na certyfikowaną wieprzowinę**. Materiały zamieszczane w tytułach branżowych, takich jak: „Nowości Gastronomiczne”, „Hotelarz”, czy „Poradnik Restauratora”, dotyczyły kwestii związanych z bezpieczeństwem żywności oraz z walorami kulinarnymi produktów **QAFP**.



KAMPANIA FINANSOWANA PRZY  
WSPARCIU UNII EUROPEJSKIEJ  
ORAZ RZECZPOSPOLITEJ POLSKIEJ



Agencja  
Rynku  
Rolnego



KAMPANIA WSPÓLFINANSOWANA  
RÓWNIEŻ Z FUNDUSZU PROMOCJI  
MIĘSA WIEPRZOWEGO

## Strona www

Przez cały okres trwania programu strona internetowa [www.qafp.pl/dobrywybór](http://www.qafp.pl/dobrywybór) służyła jako uniwersalny i szeroko dostępny **nośnik kompleksowej wiedzy nt. wieprzowiny produkowanej w systemie QAFP**, kierowany do wszystkich grup docelowych kampanii. Na stronie publikowane były praktyczne porady dot. wykorzystania mięsa wieprzowego, przepisy oraz konkursy oparte na prostym mechanizmie „Prześlij przepis”. Łącznie na stronie pojawiło się 9 konkursów skierowanych do konsumentów i 2 konkursy pod nazwą „Qulinarne blogowanie z QAFP” dedykowane blogerom kulinarnym. **32 zwycięzców** otrzymało nagrody w postaci m.in. robotów kuchennych znanych marek.



KAMPANIA FINANSOWANA PRZY  
WSPARCIU UNII EUROPEJSKIEJ  
ORAZ RZECZPOSPOLITEJ POLSKIEJ



Agencja  
Rynku  
Rolnego



KAMPANIA WSPÓLFINANSOWANA  
RÓWNIEŻ Z FUNDUSZU PROMOCJI  
MIĘSA WIEPRZOWEGO



### 3-dniowe warsztaty kulinarne dla grupy HoReCa

W ramach działania zorganizowanych zostało **17 szkoleń skierowanych do kucharzy** na terenie całej Polski, między innymi w takich miastach jak: Wrocław, Toruń, Łódź, Kraków i w okolicach Warszawy. Łącznie przeszkolonych zostało **195 osób**. Każdy uczestnik otrzymał certyfikat ukończenia warsztatów kulinarnych z zakresu wiedzy o jakości mięsa wieprzowego, standardów Krajowego Systemu Gwarantowanej Jakości Żywności QAFP oraz zastosowań kulinarnych mięsa wieprzowego i wędlin certyfikowanych QAFP.



KAMPANIA FINANSOWANA PRZY  
WSPARCIU UNII EUROPEJSKIEJ  
ORAZ RZECZPOSPOLITEJ POLSKIEJ



Agencja  
Rynku  
Rolnego



KAMPANIA WSPÓLFINANSOWANA  
RÓWNIEŻ Z FUNDUSZU PROMOCJI  
MIĘSA WIEPRZOWEGO



## Warsztaty kulinarne „Gotuj z nami”

Warsztaty występujące w I, II i III roku kampanii, kierowane do różnych grup docelowych: **bloggerów, matek z dziećmi i mężczyzn**. Głównym celem eventów była edukacja w zakresie systemu QAFP oraz walorów odżywczych i smakowych mięsa wieprzowego. Łącznie przeszkolonych zostało **221 osób**.



KAMPANIA FINANSOWANA PRZY  
WSPARCIU UNII EUROPEJSKIEJ  
ORAZ RZECZPOSPOLITEJ POLSKIEJ



Agencja  
Rynku  
Rolnego



KAMPANIA WSPÓLFINANSOWANA  
RÓWNIEŻ Z FUNDUSZU PROMOCJI  
MIĘSA WIEPRZOWEGO



## Konferencja prasowa inaugurująca kampanię informacyjną „Gwarancja Jakości QAFP”

W I roku trwania kampanii zorganizowana została konferencja prasowa dla dziennikarzy i liderów opinii. Celem konferencji było zapoznanie dziennikarzy z kampanią, przekazanie informacji dotyczących założeń programu oraz rzetelnej wiedzy na temat jakości i właściwości kulinarnego mięsa wieprzowego produkowanego w ramach systemu QAFP oraz standardów jego wytwarzania.



KAMPANIA FINANSOWANA PRZY  
WSPARCIU UNII EUROPEJSKIEJ  
ORAZ RZECZPOSPOLITEJ POLSKIEJ



Agencja  
Rynku  
Rolnego



KAMPANIA WSPÓLFINANSOWANA  
RÓWNIEŻ Z FUNDUSZU PROMOCJI  
MIĘSA WIEPRZOWEGO

## Warsztaty kulinarne dla dziennikarzy i liderów opinii.

Priorytetowym celem warsztatów, organizowanych w I i II roku trwania kampanii było przekazanie rzetelnej wiedzy z dziedziny jakości mięsa oraz standardów obowiązujących w Krajowym Systemie Jakości QAFP. Łącznie 86 dziennikarzy i liderów opinii poznało walory wieprzowego mięsa kulinarnego produkowanego w ramach QAFP.



## Produkcja materiałów informacyjnych

Na potrzeby programu przygotowane zostały różne materiały konferencyjne oraz gadżety z logo kampanii, takie jak np.: profesjonalny zestaw do serwowania mięsa dla przedstawicieli branży HoReCa. Materiały dystrybuowane były przez cały okres trwania kampanii podczas konferencji i warsztatów. Ich atrakcyjna oraz użyteczna forma miała przynieść skutek w postaci zwiększonego zainteresowania programem oraz chęci śledzenia kampanii na serwisie WWW, którego adres umieszczany był na materiałach promocyjnych.



KAMPANIA FINANSOWANA PRZY  
WSPARCIU UNII EUROPEJSKIEJ  
ORAZ RZECZPOSPOLITEJ POLSKIEJ



Agencja  
Rynku  
Rolnego



KAMPANIA WSPÓLFINANSOWANA  
RÓWNIEŻ Z FUNDUSZU PROMOCJI  
MIĘSA WIEPRZOWEGO