

**Polska**



Promocja polskiej wieprzowiny w  
Kanadzie

2016-02-07 22:38:31



Komisja Europejska zaakceptowała 41 programów promujących żywność z krajów Wspólnoty. Wyda na nie 129 mln euro. Wśród zatwierdzonych programów są cztery polskie o łącznym budżecie 10,3 mln euro. Jeden z nich, program "Rozsmakuj się w Europie" będzie promował europejską wieprzowinę na rynku Kanady i Japonii.

Program ten zostanie przygotowana na zlecenie Związku „Polskie mięso” <http://polskie-mieso.pl/> zrzeszającego blisko 70 polskich producentów branży mięsnej oraz Agencji Rynku Rolnego <http://arr.gov.pl/> Zrealizują ją: dom mediowy SPC House of Media i agencja reklamowa Legend Group.

Kampania promocyjno-informacyjna potrwa 3 lata. Będzie skierowana do odbiorców biznesowych. Wśród zaplanowanych działań znajduje się m.in. prezentacja oferty na najważniejszych targach spożywczych w Kanadzie i Japonii czy organizacja misji gospodarczych. W 2016 r. stoiska promujące europejską wieprzowinę pojawią się na targach **Toronto Food + Drink Market** (8-10 kwietnia) <http://www.tofoodanddrinkmarket.com/> oraz Japan Meat Industry Fair (15-17 kwietnia). Planowany koszt kampanii "**Rozsmakuj się w Europie**" to ponad 900 tys. euro.

Pozostałe zaakceptowane programy informacyjno-promocyjne to:

**"Smaki Europy - jakość i tradycja"** - przygotowany przez konsorcjum w składzie: Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy RP, Krajowy Związek Grup Producentów Owoców i Warzyw - Spółdzielnia Osób Prawnych, Polski Związek Hodowców i Producentów Bydła Mięsnego, Związek Sadowników RP. Promocja żywności będzie odbywać się na rynku Algierii, Białorusi i Chin, a koszt kampanii przewidziany jest na 5,3 mln euro.

**„Smak jakości i tradycji prosto z Europy”**- przygotowany przez Unię Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego (UPEMI) oraz Polskie Zrzeszenie Producentów Bydła Mięsnego (PZPBM). Projekt przeznaczony jest na rynek Singapuru, Tajwanu, Nowej Zelandii, RPA i Kazachstanu, a jego koszt wyniesie 2,3 mln euro.

**"Pokochaj olej rzepakowy"**- przygotowany przez Polskie Stowarzyszenie Producentów Olejów, który będzie realizowany na rynku polskim i w Słowacji. Budżet tej kampanii zaplanowany jest na 1,6 mln euro.

Unijne kampanie finansowane są w 50 proc. z budżetu UE, w 30 proc. ze środków budżetu krajowego, pozostałe 20 proc. stanowi wkład własny organizacji branżowej. Obecnie na rynkach zagranicznych realizowanych jest 8 polskich kampanii promocyjno-informacyjnych, które promują jabłka, soki i inne owoce, mięso oraz produkty mleczarskie.

Szczegółowe informacje na temat wymagań i warunki eksportu z Polski do Kanady mięsa i produktów mięsnych znajdują się na stronie internetowej Głównego Inspektoratu Weterynarii pod adresem: [http://old.wetgiw.gov.pl/index.php?action=szczegoly&m\\_id=34&kat\\_id=1574](http://old.wetgiw.gov.pl/index.php?action=szczegoly&m_id=34&kat_id=1574) oraz na naszej stronie pod linkiem: [https://montreal.trade.gov.pl/pl/canada/article/detail,1951,Warunki\\_eksportu\\_z\\_Polski\\_do\\_Kanady\\_miesa\\_i\\_produkow\\_miesnych.html](https://montreal.trade.gov.pl/pl/canada/article/detail,1951,Warunki_eksportu_z_Polski_do_Kanady_miesa_i_produkow_miesnych.html)

Źródło: ARR, PAP, [www.polskie-mieso.pl](http://www.polskie-mieso.pl)



**INNOWACYJNA GOSPODARKA**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**MINISTERSTWO  
ROZWOJU**

**UNIA EUROPEJSKA**  
EUROPEJSKI FUNDUSZ  
ROZWOJU REGIONALNEGO



Projekt jest współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego