

„To jest nasz drób! Europejska wysoka jakość” podsumowanie kampanii

Koniec roku to dobry czas na podsumowania, zwłaszcza, że dobiega końca, trwająca 2 lata kampania „To jest nasz drób! Europejska wysoka jakość”. Sprawdźcie, co ciekawego wydarzyło się w tym czasie.



Organizatorem kampanii **To jest nasz drób! Europejska wysoka jakość** była Krajowa Rada Drobiarstwa – Izba Gospodarcza.

Dyrektor generalny KRD-IG Dariusz Goszczyński tak podsumowuje kampanię:

„Statystyczny mieszkaniec UE spożywa średnio 24,3 kg mięsa drobiowego rocznie. Nasze produkty są wysoko cenione przez obywateli UE, a ich popularność stale rośnie. Postawiliśmy sobie za cel przekazanie naszym konsumentom informacji, w jaki sposób branża drobiarska zmieniła się na lepsze w ciągu ostatnich kilku lat. Obowiązujące w Unii Europejskiej standardy należą do jednych z bardziej surowych na świecie. To nie tylko zasługa rygorystycznych przepisów unijnych, ale również rezultat stale podejmowanych przez branżę drobiarską wysiłków na rzecz poprawy warunków produkcji w obszarze ochrony zasobów, a przede wszystkim dobrostanu zwierząt.

Systematycznie podnosimy świadomość konsumentów w zakresie wysokiej jakości i uniwersalności mięsa drobiowego, poprzez zwiększenie ich zainteresowania różnymi rodzajami oraz elementami drobiu, a także zaproponowanie szerokiego wachlarza kuchennych inspiracji, w których głównym bohaterem jest drób.”

Nowy rok, nowi ambasadorzy

W 2020 roku ambasadorami kampanii zostali włoska szefowa kuchni Cristina Catese i Sebastian Krauzowicz - szef kuchni, trener i selekcjoner kulinarnej kadry Polski OSSKIC. Promowali oni uniwersalność mięsa drobiowego oraz walory smakowe różnych rodzajów drobiu, dzięki smacznym i nieskomplikowanym przepisom kulinarnym.

Przepisy można znaleźć na stronie internetowej kampanii <https://pl.eu-poultry.eu> wraz z wieloma innymi informacjami. Drugi rok kampanii przyniósł nie tylko nowe działania, ale także nowego ambasadora – Jaśka Kuronia, znanego kucharza, a także autora książki „Sprytna kuchnia, czyli kulinarna ekonomia”.

Eventy i targi – 2020 i 2021

Zarówno 2020, jak i 2021 rok obfitowały w wiele eventów z udziałem ambasadorów. Przez dwa lata organizatorzy kampanii obecni byli na ogólnopolskich wydarzeniach branżowych takich, jak Polagra Food w Poznaniu czy Festiwal Dobrego Smaku. Na stoiskach targowych ambasadorzy kampanii prowadzili pokazy kulinarne na żywo, przygotowując potrawy z mięsem drobiowym w roli głównej. Z ambasadorami można było także spotkać się na Targu Śniadaniowym na Żoliborzu w Warszawie.

Na początku grudnia 2020 roku, ambasadorka Cristina Catese prowadziła warsztaty kulinarne online pod hasłem: „Europejski drób na świąteczny stół – i nie tylko”. Organizatorzy kampanii przeprowadzili również konkursy dla konsumentów. W ciągu dwóch lat trwania kampanii zorganizowano również eventy dla dziennikarzy i przedstawicieli blogosfery, w których łącznie udział wzięło 50 blogerów i 30 przedstawicieli prasy.

– Po dwóch latach intensywnej pracy kampania „To jest nasz drób! Europejska wysoka jakość” dobiega końca. Za nami mnóstwo przygotowanych przepisów, ugotowanych dań oraz spotkań poświęconych kulturze i edukacji. To była bardzo udana kampania, ponieważ dała mi możliwość dzielenia się wiedzą i przepisami, z których jestem dumna i które mogą pomóc innym lepiej jeść i żyć. Dla profesjonalnego szefa kuchni zawsze przyjemnie jest dzielić się informacjami, które mogą poszerzyć wiedzę innych. I właśnie to jest jedną z zalet mojej pracy – możliwość spotykania za każdym razem nowych osób. Do następnej kampanii i smacznego! – mówi ambasadorka Cristina Catese.

Komunikacja w prasie, internecie i radio

Kampania prasowa „To jest nasz drób! Europejska wysoka jakość” objęła wysokonakładowe tytuły w magazynach kobiecych takich, jak Twój Styl, Poradnik Domowy, Pani Domu i inne. Na popularnych portalach internetowych: kuchnia.wp.pl, mojeGotowanie.pl, gotujmy.pl i przyslijprzepis.pl znalazły się merytoryczne artykuły poświęcone wysokiej jakości europejskiego, w tym polskiego drobiu i właściwemu przechowywaniu mięsa. Ponadto w stacjach radiowych – Radio ZET, RMF FM oraz

Chillizet wyemitowano spoty informujące o kampanii. Wsparciem działań online była również współpraca z influencerami na Instagramie oraz Facebooku.

Liczymy, że mięso drobiowe będzie gościć na Waszych stołach na co dzień i od święta!

Kontakt dla Mediów:

Sopexa S.A. Oddział w Polsce

Darek Kuśnierz

Telefon:

+48 600 941 531

e-mail:

darek.kusnierz@sopexa.com

www.sopexa.com

Kontakt do organizatora:

Krajowa Rada Drobiarstwa – Izba Gospodarcza

Małgorzata Reszczyńska

Telefon:

+48 605 344 993

e-mail:

m.reszczyńska@krd-ig.pl

www.krd-ig.com.pl

Marta Kędel

Telefon:

+48 601 548 976

e-mail:

m.kedel@krd-ig.pl

Treść niniejszej kampanii promocyjnej wyraża poglądy wyłącznie jej autora, za którą ponosi on bezwzględną odpowiedzialność. Komisja Europejska ani Europejska Agencja Wykonawcza ds. Badań Naukowych (REA) nie ponoszą żadnej odpowiedzialności za potencjalne wykorzystanie zawartych w niej informacji.