

## Wystartowała ogólnopolska kampania – „Marka Polskie Mięso”

Związek „Polskie Mięso” rozpoczął ogólnopolską kampanię dotyczącą mięsa wieprzowego i drobiowego pod hasłem *Pewne jest jedno. Polskie mięso*. Głównym celem działań jest zwiększenie świadomości i wiedzy wśród konsumentów na temat walorów mięsa wieprzowego i drobiowego oraz walka ze stereotypami na jego temat. Ambasadorem akcji zostali Beata Śniechowska i Tomasz Czajkowski. Kampania będzie miała swoją odstonę w kanałach online i offline.

W najnowszej kampanii Związek „Polskie Mięso” chce zachęcić Polaków, aby nie tylko cieszyli się walorami smakowymi drobiu i wieprzowiny, ale mieli także szansę na zaktualizowanie swojej wiedzy na temat mięsa, jego wartości odżywczych i kalorycznych. Polskie mięso jest jednym z najlepszych na świecie pod względem jakościowym. Co za tym idzie, Polska jest nr 1 pod względem eksportu mięsa w Europie.

*- Kampania „Marka Polskie Mięso” to przede wszystkim walka ze stereotypami oraz podniesienie świadomości społeczeństwa na temat roli mięsa w diecie człowieka. Edukacja konsumenta ma na celu pokazanie jak wysoki poziom prezentuje obecnie produkcja mięsa drobiowego oraz wieprzowego, jak ważna jest jego rola w zbilansowanej diecie, a także prawidłowej pracy organizmu. Na „tak” dla polskiego mięsa przemawia nie tylko jego jakość i smak, ale przede wszystkim twarde dane: wzrost konsumpcji i idący za nim wzrost sprzedaży zarówno na rynku polskim jak i poza granicami naszego kraju. Najważniejszym celem jest jednak dla nas uświadomienie konsumentom, dlaczego warto wybierać polskie mięso – komentuje Witold Choiński, prezes zarządu Związku „Polskie Mięso”.*

W ramach kampanii odbędą się spotkania informacyjno-promocyjne, podczas których gospodarzami będą m.in. ambasadorzy kampanii: Beata Śniechowska, szefowa kuchni, restauratorka, zwyciężczyni drugiej edycji programu MasterChef i Tomasz Czajkowski, twórca kulinarny, autor bloga Magiczny Składnik.

Kampania będzie miała swoją odstonę również w kanale digital, gdzie jej główną osią będzie video content z hasłem przewodnim – *Białe czy czerwone?* Działania będą prowadzone na Facebooku, Instagramie oraz YouTube. Z kolei w TV i prasie działania obejmą product placement. Ambasadorzy akcji będą także obecni w programach śniadaniowych stacji TVN i Polsat.

Za kompleksowe przygotowanie kampanii „Marka Polskie Mięso” odpowiada agencja EMLAB (Grupa S/F), która realizuje cykl eventów informacyjno-promocyjnych, działania w kanale digital, przygotowanie strony WWW kampanii oraz lokowania produktów w TV i prasie.

Cała akcja potrwa do 30 kwietnia 2019 r. Kampania została sfinansowana z Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego oraz Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego.

Związek „Polskie Mięso” to organizacja reprezentująca interesy gospodarcze zrzeszonych w niej podmiotów, działających w obrębie branży mięsnej oraz współpracujących z nią w zakresie ich działalności wytwórczej, handlowej i/lub usługowej, w szczególności wobec organów państwowych. Członek European Livestock and Meat Trades Union.

 Polskie Mięso

**Pewne jest jedno.**  
**Polskie mięso.**

