

Polska
smakuje

STRATEGIA PROMOCJI ŻYWNOCÍ



Informacja prasowa

Warszawa, 29 listopada 2017 r.

Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi

Biuro Prasowe

tel. 22 623 18 38

rzecznik.prasowy@minrol.gov.pl

www.minrol.gov.pl

Promowanie polskiej żywności na europejskich i światowych rynkach zbytu jest jednym z priorytetowych zadań ujętych w *Programie Działań Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi na lata 2015-2019*.

Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi opracowało strategię promocji żywności, która opiera się na idei spójnej, dynamicznej i ukierunkowanej polityki promocji produktów żywnościowych, dostosowanej do potrzeb sektora rolno-spożywczego.

CEL I DZIAŁANIA

Realizacja strategii wymaga podjęcia spójnych działań informacyjnych i promocyjnych służących **umocnieniu pozycji polskich produktów rolno-spożywczych w kraju i za granicą oraz budowy silnej marki polskich produktów żywnościowych.**

Głównym celem strategii jest zwiększenie konkurencyjności polskiej żywności, poprzez:

- kształtowanie pozytywnego wizerunku polskiej żywności w kraju i na rynkach zagranicznych,
- zwiększanie rozpoznawalności marki polskiej żywności w kraju i na rynkach zagranicznych,
- zwiększenie wartości eksportu polskiej żywności, w tym dywersyfikacja i otwieranie nowych rynków zbytu, ze szczególnym uwzględnieniem rynków państw trzecich o największym potencjale wzrostu.

Cele te wpisują się w jeden z obszarów „Strategii na Rzecz Odpowiedzialnego Rozwoju”, jakim jest „Ekspansja zagraniczna – System promocji gospodarki”.

SPÓJNY ZNAK „POLSKA SMAKUJE”

Biorąc pod uwagę coraz większe zainteresowanie polską żywnością oraz mając na względzie zwiększenie rozpoznawalności marki polskiej żywności, istotnym elementem strategii jest **spójna i nowoczesna komunikacja marki polskiej żywności.**



W tym celu strategia określa jednolite ramy komunikacji, w których rekomenduje się stosowanie w działaniach promocyjnych lub informacyjnych dotyczących produktów żywnościowych, **spójnego znaku słowno-graficznego *Polska smakuje***, który jednoznacznie będzie się kojarzył z polskim sektorem rolno-spożywczym.

Połączenie świetnego jakościowo surowca z nowoczesnymi technologiami produkcyjnymi oraz stale doskonalony system kontroli sprawiają, że polska żywność coraz śmielej zdobywa szerokie uznanie nie tylko wśród unijnych konsumentów, lecz także na rynkach światowych. Dlatego też, wysiłki promocyjne i marketingowe skoncentrowane będą na pobudzeniu przede wszystkim u konsumentów reakcji rozpoznawania i kojarzenia tych produktów z Polską. W związku z tym, w działaniach promocyjnych i informacyjnych należy położyć nacisk na obszary komunikacji takie jak: **polskie rolnictwo jest innowacyjne, polska żywność jest wysokiej jakości, naturalna i smaczna**, których spójnym mianownikiem będzie znak *Polska Smakuje*. Informując o innowacyjności w rolnictwie należy podkreślać, że żywność jest wytwarzana na bazie rodzimych surowców wysokiej jakości, w sposób tradycyjny, oryginalny przekazywany z pokolenia na pokolenie, z wykorzystaniem nowoczesnych technologii. W celu realizacji powyższych założeń w podejmowanych działaniach promocyjnych należy budować wartość marki polskiej żywności dzięki kreowaniu jej historii, prezentowaniu produktów, które są dowodem na pomysłowość Polaków, które wnoszą nową jakość do swojej kategorii, oferują wyjątkowe, intensywne doświadczenie – smak, zapach, wysoka jakość, naturalność, bezpieczeństwo. Za każdym produktem powinna stać historia Polaków, którzy go stworzyli, wyprodukowali.

KIERUNKI PROMOCJI

Strategia promocji żywności zakłada realizację działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących rolnictwa i gospodarki żywnościowej, promowanie produktów rolnych i żywnościowych, metod ich produkcji, a także systemów jakości produktów rolnych i żywnościowych na rynku krajowym, wewnętrznym UE, a także w krajach tak zwanych trzecich. Pomimo, iż Unia Europejska pozostaje największym odbiorcą polskich produktów rolno-spożywczych, głównym motorem wzrostu będzie w przyszłości ekspansja na rynki pozaunijne.

Dlatego też, strategia wyznacza priorytetowe kierunki promocji, które **koncentrują się na perspektywicznych rynkach:**

- **Azji (Chiny i Tajwan, Indie, Japonia, Singapur, Wietnam, Kazachstan),**
- **Afryki (Algieria, Egipt, Republika Południowej Afryki),**
- **Ameryki Północnej (Kanada, USA),**
- **Europy Wschodniej (Białoruś),**
- **Bliskiego Wschodu (Arabia Saudyjska, Zjednoczone Emiraty Arabskie, Iran),**

a także na kluczowych rynkach UE.

Strategiczne rynki dla eksportu polskiej żywności, wytypowane zostały z uwzględnieniem:

- aktualnego stanu i przewidywanego postępu prac służb weterynaryjnych i fitosanitarnych w zakresie zapewnienia lub rozszerzenia dostępu do rynku krajów trzecich dla polskich produktów rolno-spożywczych;
- wymianę handlową z krajami trzecimi;
- rynki priorytetowe wskazane przez przedsiębiorców branży rolno-spożywczej oraz organizacje branżowe;
- rynki priorytetowe wskazane przez Ministerstwo Rozwoju: objęte programem promocji branży polskich specjalności żywnościowych oraz wskazane w Strategii na Rzecz Odpowiedzialnego Rozwoju, w obszarze Ekspansja zagraniczna.

WSPÓŁPRACA

Jednostką koordynującą, sprawującą nadzór nad realizacją strategii jest **Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi**, natomiast głównym ośrodkiem wdrażającym instrumenty polityki promocji w sektorze rolno-spożywczym jest **Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa**. Niemniej jednak założenia niniejszej strategii nie będą możliwe do osiągnięcia bez zaangażowania i **współdziałania przedsiębiorców** działających w sektorze rolno-spożywczym, organizacji branżowych skupiających przedsiębiorców poszczególnych branż, a także placówek zagranicznych ds. gospodarczych, wspierających polskich przedsiębiorców w eksporcie produktów rolno-spożywczych. Świadome uczestnictwo i angażowanie podmiotów działających w branży rolno-spożywczej w aktywne promowanie marki polskiej żywności pod wspólnym mianownikiem *Polska smakuje*, wpłynie na osiągnięcie synergii działań promocyjnych, lepsze wykorzystanie dostępnych środków finansowych na promocję, co niewątpliwie przyczyni się do zwiększenia rozpoznawalności marki polskiej żywności. Niemniej jednak stosowanie znaku *Polska smakuje* odbywać się będzie na zasadach określonych przez Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi.

Spójna polityka promocji produktów żywnościowych zapewni lepszą koordynację i synergię działań promocyjnych w sektorze rolno-spożywczym, koncentrację wsparcia promocji produktów spożywczych na kluczowych rynkach docelowych, a także maksymalizację efektywności działań.