

Polska żywność- jak ją promować?

Autor: Ewa Ploplis

Data: 4 grudnia 2017



W jaki sposób i na jakich rynkach będzie promowana polska żywność? Jakie są perspektywiczne rynki dla eksportu polskiej żywności? W jakich krajach ma być promowana polska żywność? Jak będzie wyglądać promocja pod hasłem „Polska smakuje”? Dla agroFaktu odpowiada wiceminister Jacek Bogucki, sekretarza stanu w Ministerstwie Rolnictwa i Rozwoju Wsi.

W jaki sposób będzie promowana polska żywność?



fot. Ewa Ploplis

wiceminister Jacek Bogucki, sekretarza stanu w Ministerstwie Rolnictwa i Rozwoju Wsi (MRiRW)

– Chcemy promować polską żywność tak, aby zwiększyć jej konkurencyjność korzystając z marki „Polska smakuje”. Ma to być hasło – brand, który ma być wspólny dla wszystkich polskich produktów pojawiających się na wielu rynkach świata – mówi dla agroFaktu wiceminister Jacek Bogucki, sekretarza stanu w Ministerstwie Rolnictwa i Rozwoju Wsi (MRiRW). Dodaje, że nie będzie to oznakowanie skierowane do konkretnych, poszczególnych produktów, czyli nie na etykietach. Będzie to hasło – brand reklamowy dla całej polskiej żywności.

Jakie są perspektywiczne rynki dla eksportu polskiej żywności?

Tylko ok. 20% polskiej żywności trafia poza rynek Unii Europejskiej. Ministerstwo Rolnictwa chce zintensyfikować promocję także na tych rynkach. Wśród perspektywicznych rynków, które są istotne na polskiego przemysłu rolno-spożywczego, na których polska żywność jest obecna, ale resort chce zwiększyć jej obecność wiceminister J. Bogucki wymienia:



Tylko ok. 20% polskiej żywności trafia na inne rynki niż kraje Unii Europejskiej.

- rynki Ameryki Północnej,
- rynki Afryki Północnej i Południowej,
- rynki Azji Mniejszej i Południowo-Wschodniej.

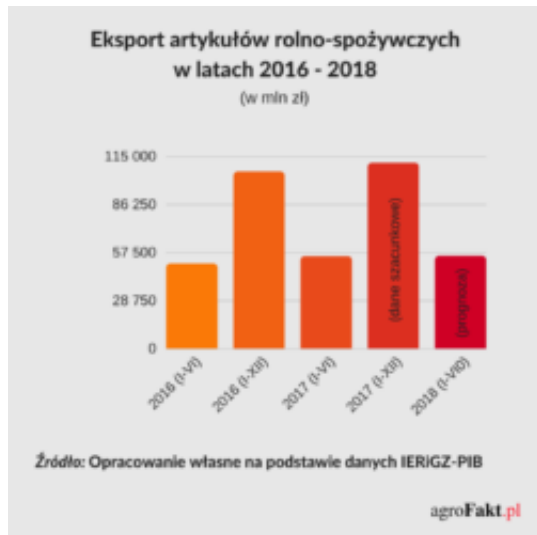
W jakich krajach ma być promowana polska żywność?

Perspektywiczne rynki-kraje polskiego eksportu, gdzie będzie promowana polska żywność to: Kanada, USA, Chiny, Tajwan, Japonia, Indie, Singapur, Wietnam, Kazachstan, Egipt, Algieria, Republika Południowej Afryki, Arabia Saudyjska, Zjednoczone Emiraty Arabskie, Iran, Białoruś, Rosja i Ukraina. Promocja polskiej żywności i produktów rolno-spożywczych będzie też w krajach unijnych, które są **największym odbiorcą polskiej żywności**.

– *Ok. 80 % eksportu polskiej żywności, który trafia na rynek Unii Europejskiej jest nie mniej ważny – mówi minister Bogucki. Podkreśla, że równie ważne jest rozwijanie rynków europejskich, a także rynków naszych najbliższych sąsiadów spoza Unii, tj. Rosji, Ukrainy i Białorusi.*

– *Tam sprzedajemy od lat. Pomimo problemów politycznych, ta sprzedaż jest istotna, ponieważ są to rynki nam bliskie, na których polska żywność jest już znana i rozpoznawalna – dodaje sekretarz stanu J. Bogucki.*

Promocja pod hasłem „Polska smakuje”



Polski eksport artykułów rolno- spożywczych w latach 2016-2018 z prognozą IERiGŻ-BIP.

„Polska smakuje” to hasło, pod którym będzie promowana polska żywność. Hasło ma kojarzyć się właśnie z **dobrą polską żywnością**.

– *Uważamy, że polska żywność jest na tyle specyficzna i tak dobrej jakości, że ma prawo mieć jeden wspólny przekaz, jeden wspólny mianownik, którym będzie „Polska smakuje”* – mówi wiceminister J. Bogucki.

Ministerstwo rolnictwa przedstawiło na konferencji prasowej strategię promocji żywności, opracowaną przez resort rolnictwa. Strategia ta ma opierać się na idei spójnej, dynamicznej i ukierunkowanej polityki promocji produktów żywnościowych. Ma ona być dostosowana do potrzeb sektora rolno-spożywczego. Przyjęte rozwiązania oparte zostały na bazie: programu działań MRiRW na lata **2015-2019** i strategii na rzecz Odpowiedzialnego Rozwoju.

Przez kogo jest promowana polska żywność?

Polska żywność jest promowana głównie przez: przedsiębiorców, którzy są zainteresowani eksportem, przez organizacje przedsiębiorców korzystające ze środków krajowych i unijnych przeznaczanych na ten cel m.in. z Funduszy Promocji.

Kto będzie zajmować się promocją polskiej żywności?



Promocją polskiej żywności będzie zajmował się Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa czyli KOWR.

Wiceminister J. Bogucki zapowiedział, że promocją polskiej żywności będzie zajmował się Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa czyli KOWR.

– Istnieje potrzeba współdziałania w celu promocji polskiej żywności. Wpłynie to na lepsze wykorzystanie unijnych i krajowych środków przeznaczanych na ten cel, m. in. pochodzących z Funduszy Promocji – podsumowuje wiceminister J. Bogucki. Dodaje, że współdziałaniem i koordynacją działań promocyjnych zajmuje się resort rolnictwa.

W celu efektywnej promocji polskiej żywności istnieje także potrzeba współdziałania na wszystkich szczeblach: przedsiębiorców, organizacji przedsiębiorców, KOWR i Ministerstwa Rolnictwa.