

ZPM: podsumowanie pierwszego roku kampanii

Autor: Wojciech Petera

Data: 27 stycznia 2016



Związek Polskie Mięso podsumował pierwszy rok realizowanej przez siebie 3-letniej kampanii promocyjno-informacyjnej „Zasmakuj w Europie”.

Kluczowym założeniem kampanii „Zasmakuj w Europie” jest rzetelne, aktualne i kompleksowe informowanie przedstawicieli rynku tureckiego na temat mięsa wołowego – jego charakterystycznych cech, wyróżników jakościowych i smakowych.

W ramach programu, w 2015 r., ZPM zaplanował stworzenie strony internetowej dedykowanej projektowi, kilkumiesięczną kampanię prasową w tureckich mediach branżowych, a także udział w międzynarodowych targach WorldFood w Stambule. W czasie [wydarzenia](#) zostały przewidziane również dodatkowe spotkania z grupami handlowców i liderów opinii, których celem było przybliżenie założeń kampanii i promocja mięsa wołowego.

– *Po 12 miesiącach realizacji kampanii możemy powiedzieć, że wszystkie z postawionych w 2015 r. celów udało się zrealizować* – podsumowuje Katarzyna Oponowicz, dyrektor biura [Związku Polskie Mięso](#), koordynator projektu.

Źródło: Związek Polskie Mięso