



PROJEKTY Polskiej Izby Żywności Ekologicznej 2022

W 2022 roku Polska Izba Żywności Ekologicznej przy wsparciu Funduszy Promocji zorganizowała i przeprowadziła:

- ✓ Kampania Jemy Eko Warzywa i Owoce, do **15 lutego 2022**
- ✓ Bio Green Future – Strefa PIŻE, **20-22 maja 2022**
- ✓ Stoisko na BIOFACH 2022, **26-29 lipca 2022**
- ✓ Jesteśmy w trakcie realizacji **kampanii unijnej Przystaw się na eko – szukaj Euroliścia**



Kampania „Jemy Eko Warzywa i Owoce”

- ✓ Ekwiwalent reklamowy **około 200 tys.**
- ✓ Zasięg kampanii **około 100 tys. osób**
 - ✓ **60 publikacji**
 - ✓ **1 film informacyjny o kampanii**
 - ✓ **1 wejście w telewizji śniadaniowej**



Kampania „Jemy Eko Warzywa i Owoce”

Kampania „Jemy Eko Warzywa i Owoce” to działanie, którego celem jest zachęcenie Polek i Polaków do żywności ekologicznej, jedzenia owoców i warzyw oraz pokazania zalet z ich jedzenia, a także obalenia mitów takich jak szkodliwość cukru zawartego w owocach i warzywach. Prowadzona była w internecie, mediach tradycyjnych oraz w mediach społecznościowych. Na początku 2022 roku w telewizji śniadaniowej Pytanie na Śniadanie ukazał się materiał dotyczący kampanii



BIO GREEN FUTURE – STREFA PIŻE

- ✓ Stoisko na targach Bio Green Future w Krakowie
 - ✓ Lekcje ekologii dla szkół
 - ✓ Forum dla Zdrowia
- ✓ Ekwiwalent reklamowy **blisko 200 tys. zł**
- ✓ Informacja dotarła do **około 800 tys. osób**
- ✓ Ukazało się **około 200 publikacji**



Stoisko na Targach

- ✓ Live cooking z ekoproduktów
- ✓ Promocja wysoko jakościowych zbóż oraz owoców i warzyw
- ✓ Prezentacja produktów zbożowych oraz owoców i warzyw
- ✓ Konsultacje z ekspertami



Forum dla Zdrowia

- ✓ Przedstawienie badań, jak żywność wpływa na nasz organizm
- ✓ Dieta wegetariańska i wegańska
- ✓ Symbol zielonego liścia

Cały program wydarzenia dostępny na naszej stronie internetowej: www.jemyeko.com/bio-green-future-strefa-pize/



BIOFACH 2022

- ✓ Zaprezentowaliśmy ponad 50 produktów – wysokojakościowe ekologiczne owoce, warzywa i zboża;
- ✓ 13 firm zaprezentowanych na stoisku targowym;
- ✓ na naszym stoisku pojawiło się około 100 kupców.



Odbiorcy wydarzeń



Media

Branżowe, lifestylowe, prozdrowotne, rodzinne, informacyjne i inne



Branża

Rolnicy, przetwórcy, dystrybutorzy, sklepy i firmy okołobiznesowe z branży żywności ekologicznej
Rolnicy i przetwórcy, właściciele sklepów, rozważający włączenie się w rynek BIO



Konsumenci

Konsumenci, osoby już zorientowane proekologicznie oraz poszukujące, ale jeszcze z niepełną wiedzą

Przykładowe publikacje

pytanienasniadanie.tvp.pl/58100536/niedzielnia-kuchnia-kuby-steuermarka-cz47

PNŚ ALBUM KULINARNY UROGA PORADY MODA KUCHNIA ZDROWIE GWIAZDY EXTRA LAJKI METAMORFOZY Z KISA

Niedzielnia kuchnia Kuby Steuermarka cz.4

23.01.2022, 09:36



TOKFM.pl Gazeta.pl Wyborcza.pl Radio

newsweek.pl/zdrowie-i-nauka/nauka/ekologiczne-produkty-sluca-zdrowia-i-urodzle/gzbf6x

SZADZ SZADZ SZADZ 3 WSZYSTKIE SEZONY TYLKO W player 79 ZA ROK FANTAZJI BUR SPRAWDZ OFERTĘ

Newsweek

Wydanie: 19.08.2023

Najnowsze wydanie | Polska | Biznes | Świat | Zdrowie i nauka | Kultura | Psychologia | Opinie | Więcej

Burak nie jest idealnie okrągły, jabłko ma plamki. Czy warto kupować ekologiczną żywność?

Dostęp P

DOROTA ROMANOWSKA



Żywność ekologiczna - jakie warunki musi spełniać?



Data emisji: 2022-11-05 22:00
Audycja: Weekend Radia TOK FM
Prowadzący: Ewa Podolska
W studio: Bożena Janicka, Marianna Fijewska, dr inż. Urszula Sołtysiak
Czas trwania: 49:27 min.
Udostępniij: [Facebook](#) [Twitter](#) [Umieść na stronie](#)

POŚLUCHAJ ▶

Co właściwi? [RADIO NA ŻYWO](#) [PODCASTY TOK FM](#) kologiczna? Jakie warunki musi spełnić rolnik, żeby dostać odpowiedni certyfikat? Czy zwier



PRZESTAW SIĘ NA
EKO

Kampania „Przystaw się na eko – szukaj Euroliścia” Podsumowanie Q1-Q3

Warszawa 07.12.22

**Identyfikacja
wizualna**

**Biuro
prasowe**

**Konferencja
prasowa**

Video release

Outdoor

**Strona
www i teksty
SEO**

**Facebook
i Instagram**

Filmy wideo

Eventy

Działania promocyjne w Q1-Q3

KV i logo



Do podstawowych wyróżników **identyfikacji wizualnej** należą postacie **młodych ludzi reprezentujących grupy docelowe kampanii** (Gen Z, milenialsi, młodzi rodzice), a każdej z nich towarzyszy **akcent owocowy, warzywny lub zielarski**. Hasła kampanii: **DLA PLANETY, Z MIŁOŚCI, DLA SMAKU** nawiązują do powodów, dla których warto przestawić się na żywność eko.



Konferencja prasowa otwierająca



Tytuł spotkania: **Czy Polacy są gotowi, by przestawić się na żywność eko?**

Data: **7 czerwca 2022 r.**

Prelegenci: **Krystyna Radkowska, dr inż. Urszula Sołtysiak, Sylwester Stużyna, oraz Monika Dyrda z NielsenIQ.**

Spotkanie **online** śledziło na żywo **72 uczestników**, obecnych przez **cały czas spotkania**, zadając pytania na **czacie**.

Podczas spotkania rozmawiano o **perspektywach i barierach rynku** żywności ekologicznej w Polsce.

Zaprezentowano również **wyniki badań** dot. tego, czy Polacy rozpoznają i kupują produkty z logo Euroliścia.



Video release

We współpracy z **Polską Agencją Informacyjną** nagrano **2 rozmowy wideo z ekspertami** oraz przygotowano towarzyszące im **2 artykuły**, które były dystrybuowane do mediów ogólnopolskich:

- **„Ruszyła kampania edukacyjna promująca certyfikowaną żywność ekologiczną”** z udziałem **Krystyny Radkowskiej** i **Moniki Dyrdy** z NielsenIQ.
- **„Jedynie znak „Euroliscia” zapewnia ekologiczny status produktów spożywczych”** z udziałem dr inż. **Urszuli Soltysiak**.



Kampania outdoorowa



W czerwcu 2022 r. w 8 największych miastach Polski na nośnikach outdoor znalazło się **blisko 100 ekspozycji** zlokalizowanych w miejscach o **największym natężeniu ruchu**. Lokalizacje uwzględniały **bliskość sklepów z certyfikowaną żywnością**.

Do topowych lokalizacji należały m.in. **róg ulic Hożej i Marszałkowskiej** czy **skrzyżowanie Woronicza i Modzelewskiego** w Warszawie.

Zasięg uzyskany dzięki **4-tygodniowej** kampanii to **ponad 42 mln kontaktów z reklamą**.



Biuro prasowe

Działania **biura prasowego** do końca listopada objęły: opracowanie **3 informacji prasowych**, z których każda dystrybuowana była do **ponad 3000 adresów redakcyjnych**, przygotowanie **infografiki**, lokowania ekspertów oraz codzienny **monitoring mediów** z newsletterem.



PRZESTAW SIĘ NA EKO

Czy pokolenie Z jest przyszłością rynku eko w Polsce?

17 lutego 2022

Polska znajduje się w drugiej dziesiątce w Europie pod względem wielkości sprzedaży produktów bio. Szansą na dalszy rozwój krajowego rynku żywności eko może być pokolenie osób urodzonych po 1995 r. (generacja Z), dla których sposób wytwarzania produktów i troska o planetę są wysoko w hierarchii wartości. To właśnie w oparciu o nie często dokonują świadomych wyborów zakupowych. Jak pokazuje badanie SW Research, zrealizowane w ramach kampanii „Przestaw się na eko – szukaj Euroliścia”, spośród pokoleń to właśnie „zetki” sięgają po żywność ekologiczną najczęściej – 39 proc. co najmniej raz w tygodniu!

Polska ma eko potencjał!



PRZESTAW SIĘ NA EKO

Nie daj się nabić w marketingową „eko” butelkę! Na co zwrócić uwagę podczas ekologicznych zakupów?

17 września 2022

„Zdrową żywność”, produkty „eko”, „bio” i „organic” znajdziemy już nie tylko w sklepach wielkopowierzchniowych czy internetowych, ale także u osiedlowych sprzedawców, w kioskach, na spożywczych bazarach czy stacjach benzynowych. Ale czy wszystko, co kryje się pod tymi nazwami, naprawdę jest ekologiczne? Niestety nie! Często jest to chwyt marketingowy, wykorzystywany przez niektórych producentów żywności, chcących skorzystać z rozwijającego się ekologicznego trendu. A sposoby, by nie dać się wyprowadzić w (nieekologicznie) pole podczas



PRZESTAW SIĘ NA EKO

Czujesz (zmieniający się) klimat? Czy żywność ekologiczna może zatrzymać zmiany klimatyczne?

14 października 2022

Zmiany klimatu to już nie scenariusz filmu katastroficznego, a fakt, którego skutki odczuwalne są na całym świecie. Główną przyczyną wzrostu średnich temperatur jest nadmierna emisja dwutlenku węgla i innych gazów cieplarnianych, powstających m.in. przy przemysłowej produkcji żywności. Jako konsumenci mamy wpływ na ograniczenie skutków tych zmian, wybierając certyfikowaną żywność ekologiczną. Z badania przeprowadzonego przez SW Research, w ramach kampanii „Przestaw się na eko – szukaj Euroliścia” wynika, że dla blisko 27 proc. Polaków jedną z kluczowych zalet produktów „bio” jest ich dobry wpływ na środowisko.



Wybrane publikacje

W okresie do listopada br. ukazało się **ponad 200 publikacji** – w prasie, Internecie, radiu i telewizji – dotyczących kampanii, w tym kwestii rozpoznawalności Euroliścia.

BIO JEDZENIE +3 GPRAC. KATARZYNA GILETA 21-09-2022 10:23

Warzywa i owoce z certyfikatem bio – dlaczego warto?

Coraz więcej osób zwraca uwagę na jakość i smak jedzenia. Naturalność i jak najmniejsze przetworzenie produktów spożywczych są często głównym kryterium ich zakupu. Coraz chętniej wybierane są produkty ekologiczne mające certyfikat bio. Jest bardziej wymagająca – w przemyśle. Czy zatem warto?

kuchnia.wp.pl
21-09-2022
AVE: 18 000
Dotarcie: 14 800



TVP3 Poznań
28-10-2022
AVE: 1355
Dotarcie: 740



Super Express
30-11-2022
AVE: 54 451
Dotarcie: 410 000

Robisz „eko” zakupy? Uważaj na sprzedawców produktów

Maciej Badowski
Ekologia
„Zdrową żywność”, produkty „eko”, „bio” i „organic” znajdziemy w marketach, internetowych sklepach, u osiedlowych sprzedawców, na spożywczych bazarach czy stacjach benzynowych.



Jednak czy wszystko, co kryje się pod tymi nazwami, naprawdę jest ekologiczne? Okazuje się, że nie. Bardzo często jest to chwyt marketingowy, wykorzystywany przez nieuczciwych producentów żywności. Jak nie dać się oszukać? Na co zwrócić uwagę podczas zakupów?

Nie wszystkie produkty wane met... w przdom... na polu, „eko”. Pro... muszą spe... wymagan... szych pr... nia surowc... wytworzo... szereg ścisłych produkcji... taly wytworzone... która spełnia ten... patrona jest unij... Euroliścia – czyli... onego z 12 blachy... zamieszczonego... m te. Jeśli znaj...

Echo Dnia Żyj
ekologicznie
30-09-2022
AVE: 10 582
Dotarcie: 48 000

Świeże warzywa
Źródło: Adobe Stock
Czym charakteryzuje się produkcja...

Facebook i Instagram

3 posty /
tydzień



Social
Ads

Od czerwca prowadzone są profile kampanii na **Instagramie i Facebooku.**

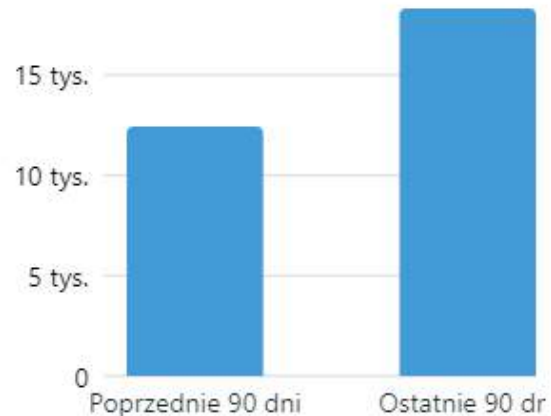
Przykuwające wzrok grafiki, ciekawe treści i celowane reklamy sprawiają, że **w ostatnim kwartale zasięg był większy o blisko 50%** w por. do poprzedniego okresu.

Zasięg

Zasięg posta ⓘ

18,3 tys. ↑ 47,3%

Łączna liczba z ostatnich 90 dni w porównaniu z wcześniejszymi 90 dniami



PRZESTAW SIĘ NA
EKO

Facebook i Instagram

Do tej pory największe **pozytywne zainteresowanie** użytkowników wzbudziły **posty o owocach sezonowych i sposobach na ich wykorzystanie**, humorystyczne – z grą słów z owocami / warzywami. Najwięcej **negatywnych komentarzy** wzbudził post dot. proekologicznych zachowań (odpowiedzi użytkowników dot. hodowli zwierząt i CO2).

Posty organiczne o najlepszych wynikach

Oto posty, które w ciągu ostatnich 90 dni uzyskały dobre wyniki. Analizowanie efektywnych materiałów pomaga tworzyć i udostępniać kolejne materiały, które osiągają świetne wyniki.

Największy zasięg posta ⓘ



Post na Facebooku

Sezon na śliwki w pełni! Śliwki uginają się pod ciężarem...

16 wrz 2022, 01:00

Ten post dotarł do o **274%** większego grona osób (5367 osób) w porównaniu z medianą postów (1434 osób) na platformie Facebook.

Największa liczba reakcji na post ⓘ



Post na Facebooku

Nie zasypiaj gruszek w popiel #przestawsięnaeko A jeśli chc

19 paź 2022, 01:00

Ten post uzyskał o **124%** więcej reakcji (74 reakcji) w porównaniu z medianą postów (33 reakcji) na Facebooku.

Największa liczba komentarzy do posta ⓘ



Post na Facebooku

Bycie EKO to nie tylko wybier: produktów z upraw...

16 lis 2022, 02:00

Ten post uzyskał 31 komentarzy w porównaniu z medianą postów (0 komentarzy) na platformie Facebook.

Filmy wideo

W pierwszym roku kampanii będzie zrealizowano **6 kilkunastominutowych filmów** do publikacji w kanałach FB i IG. Tworzą one cykl, który opowiada grupie docelowej, dlaczego warto przestawić się na eko, **przybliża tajniki prowadzenia gospodarstwa eko, przedstawia walory ekologicznej żywności oraz wyjaśnia kwestię certyfikacji.**

Z wizytą w gospodarstwie eko...



Jesienne zupy w stylu eko...



Certyfikacja eko...



W przygotowaniu:

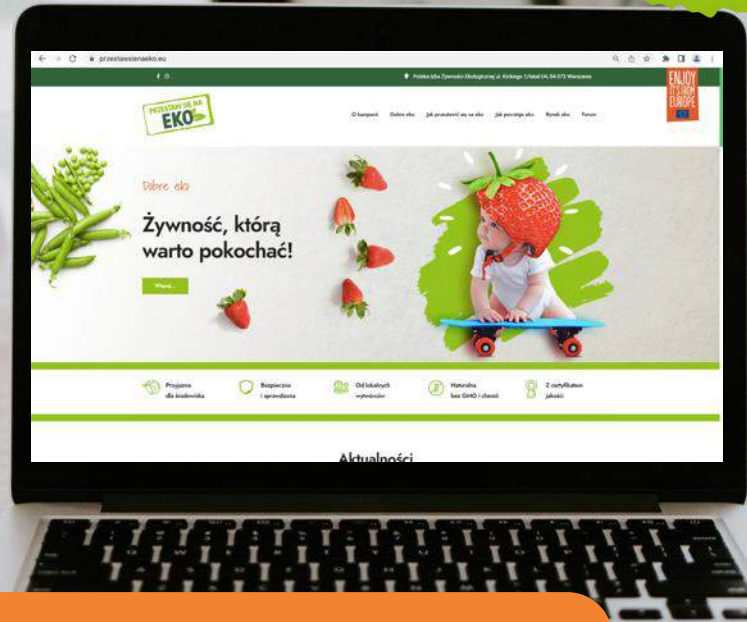
- **Eko: dobre dla planety i powrót do natury** – opowieść z gospodarstwa eko
- **Twój stół w stylu eko** – 4 potrawy ze składników ekologicznych
- **Dlaczego warto podawać dziecku eko** – 3 powody (zalety eko)

Strona www kampanii

Strona www kampanii, **PRZESTAWSIENAEKO.EU** jest **kompedium wiedzy** dla konsumentów poszukujących rzetelnych informacji o żywności ekologicznej.

Artykuły pogrupowane są w **zakładkach**:

- **„O kampanii”**
- **„Dobre eko”**: artykuły podkreślające zalety żywności ekologicznej, ważne dla współczesnego konsumenta
- **„Jak przestawić się na eko”**: materiały poradnikowe, pokazujące odbiorcom, gdzie kupować i jak rozpoznać eko
- **„Jak powstaje eko”**: artykuły związane z produkcją żywności ekologicznej i certyfikacją.
- **„Rynek eko”**: o praktycznych stronach bycia rolnikiem, przetwórcą czy sprzedawcą eko
- **„Forum”**: opis, program i prelegenci Polskiego Forum Żywności Ekologicznej 2022



Dla strony prowadzone są stałe działania reklamowe SEM / Google Ads. Głównymi odbiorcami reklam są kobiety, które przeglądają stronę na telefonach komórkowych. Najczęściej poszukiwanym hasłem jest „lokalny rolnik”

Polskie Forum Żywności Ekologicznej 6-8 października

- ✓ 3 dni
- ✓ 5 paneli
- ✓ ponad 300 słuchaczy
- ✓ blisko 30 prelegentów z całej Europy



Panele tematyczne

- ✓ **Tworzymy rynek eko podzielony** na dwie części: „Rynek bio w Europie” (w języku angielskim) przedstawiciele największych europejskich organizacji, w tym IFOAM Organics Europe opowiedzieli o dobrych praktykach w krajach, w których żywność europejska zyskała już wysoką pozycję na rynku. Druga część (w języku polskim) będzie poświęcona zmianom w przepisach polskich. Słuchacze poznali m.in. plany ministerstwa związane z rozwojem rynku BIO w Polsce oraz dowiedzą się, jak nowe unijne przepisy funkcjonują w polskiej rzeczywistości.
- ✓ **Chcę być na rynku eko** podzielony na trzy części: Konsument i kierunki eksportowe, Konsument i sprzedaż online oraz Trendy na różnych rynkach.
- ✓ **Jak dołączyć do rynku eko?** przeznaczony dla osób zainteresowanych przejściem na rolnictwo ekologiczne
- ✓ **Zrównoważony rozwój** to panel, który zaintrygował nie tylko osoby zajmujące się żywnością ekologiczną na co dzień, ale także konsumentów czy dziennikarzy.



BIOEXPO 2022

6-8 października

- ✓ **stoisko na Targach**
- ✓ **pokazy kulinarne**
- ✓ **strefa konsultacji**

Link do filmu podsumowującego Forum oraz Targi:

www.youtube.com/watch?v=CxUIXlzd6M&t=3s



Narodowy Dzień Sportu 18 września

- ✓ strefa na pikniku sportowo-rodzinnym
 - ✓ pokazy kulinarne
- ✓ strefa konsultacji dietetycznych
 - ✓ animacje dla dzieci

Wydarzenie dobrze znane Komisji, ponieważ na Narodowym Dniu Sportu była również cała strefa Owoców i Warzyw



O czym informujemy w kampanii?

- dlaczego warto jeść ekologiczne warzywa, owoce i zboża?
- czym różnią się od innych produktów?
- jak są uprawiane?
- czemu zawdzięczają swoje wartości odżywcze?
- gatunki zbóż i ich mocne strony;
- o micie „szkodliwości” pieczywa i produktów zbożowych;
- o micie „szkodliwości” cukru zawartego w owocach;
- o roli zbóż, warzyw i owoców w naszej diecie



Przestawianie się na eko w pierwszym roku kampanii – co nas czeka w Q4

Współpraca z **Onet.pl** (3 artykuły natywne i 3 odcinki wideo Onet '100)

Działania PR: 1 komunikat prasowy i infografika oraz współpraca z **influencerami**

Kontynuacja kampanii na **FB i IG**, w tym promocyjnych **filmów wideo**; social ads

Aktualizacja strony www (**SEO**) i wsparcie reklamowe **Google SEM**



**Dziękujemy
za uwagę**

Zapraszamy do kontaktu



Krystyna Radkowska
Prezes Polskiej Izby Żywności Ekologicznej
@: zarzad@pize.info.pl
tel. 501 104 087



Dofinansowane przez
Unię Europejską

