

TRZY ZNAKI
SMAKU



DUMA REGIONU



Agencja
Rynku
Rolnego



SEMINARIUM DLA PRODUCENTÓW

organizowane przez
Agencję Rynku Rolnego oraz Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi
w ramach kampanii informacyjnej **”Trzy znaki smaku”**
dotyczącej europejskiego systemu ochrony produktów regionalnych i tradycyjnych



Seminarium odbędzie się
29 kwietnia 2014 r. w godz. 9.45-16.30

w **Urzędzie Marszałkowskim Województwa Śląskiego**
ul. Dąbrowskiego 23, 40-032 Katowice, Sala Kolumnowa

Program

Część I	
9.45	Przybycie i rejestracja uczestników
10.00	Otwarcie seminarium, krótka prezentacja kampanii „Trzy znaki smaku” – przedstawiciel Sopexa Polska
10.30	Prezentacja i omówienie europejskiego systemu ochrony produktów regionalnych i tradycyjnych w kontekście polskich producentów i produktów – Przedstawiciel Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Wydział Oznaczeń Geograficznych Departamentu Promocji i Komunikacji. <ul style="list-style-type: none">• omówienie korzyści płynących dla podmiotów produkujących oraz dystrybuujących produkty wpisane przez Komisję Europejską do Rejestru Chronionych Nazw Pochodzenia i Chronionych Oznaczeń Geograficznych lub do Rejestru Gwarantowanych Tradycyjnych Specjalności• przedstawienie systemów certyfikacji i kontroli producentów ubiegających się o uzyskanie certyfikatu zgodności procesu produkcji z zarejestrowaną specyfikacją <p><i>W trakcie prezentacji przewidziano 10 minut przerwy, około godz. 12.00</i></p>
13.30	Pytania uczestników seminarium do prelegenta
14.00	Poczęstunek złożony z produktów z oznaczeniami ChNP, ChOG, GTS
Część II	
14.20	Zagadnienia marketingu produktów regionalnych i tradycyjnych z oznaczeniami ChNP, ChOG i GTS – Pan Mariusz Przybył, dyrektor agencji brandingowej BNA, Pan Paweł Jasiński, junior brand consultant, agencja brandingowa BNA <p>Część pierwsza – wykład i ćwiczenia. Przedstawienie podstawowych narzędzi i działań mających na celu poprawę sytuacji rynkowej regionalnych i tradycyjnych produktów spożywczych. Dyskusja.</p> <ol style="list-style-type: none">1. Znak jakości i jego posiadanie jako kluczowy element dla dalszej działalności wizerunkowej i marketingowej2. Produkt - opakowanie, jego funkcja wizerunkowa i sprzedażowa: branding jako podstawowe remedium na problemy nurtujące branżę regionalnych specjalistów3. Informacja o produkcie - strona internetowa: jej funkcja marketingowa i sprzedażowa, czyli co powinno się na niej znajdować4. Działania promocyjne - promocja miejsca wytwarzania, eventy, szlaki produktowe i targi jako elementy silnie budujące świadomość marki <p>Część druga – warsztaty marketingowe. Praca w grupach: analiza zastałej sytuacji oraz opracowywanie konkretnych rozwiązań:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Przydzielenie każdej z grup produktu w celu poddania go analizie i zidentyfikowaniu problemów2. Tworzenie przez każdą z grup mini-strategii marketingowych, które pomogą danej marce i produktowi zdobyć nowych klientów, zwiększyć zysk, poprawić wizerunek3. Nadzór i wsparcie przez prowadzących warsztat, pełniących rolę przewodników, objaśniających podstawowe metodologie oraz udzielających rad4. Prezentacja opracowanych mini-strategii przez każdą z grup i wspólna ewaluacja projektów.
16.00	Bufet - dania na ciepło
16.30	Zamknięcie seminarium

Udział w seminarium jest bezpłatny.

R.S.V.P.: kontakt@trzyznakismaku.pl, tel. +48 22 395 38 70



KAMPANIA FINANSOWANA
PRZY WSPARCIU UNI EUROPEJSKIEJ
ORAZ RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ



ARR
Agencja
Rynku
Rolnego

www.trzyznakismaku.pl