

Gdzie Polska

SMAKUJE

pierwsze podsumowanie

Polacy coraz częściej szukają zdrowych produktów spożywczych. Wynika to z faktu, że chcemy żyć zdrowo, dbamy o formę i kondycję. Uprawiamy sport, chodzimy do siłowni, biegamy, a zdrowa dieta obfitująca w produkty spożywcze wysokiej jakości jest świadomym wyborem coraz większej części konsumentów. Dlatego odchodzą oni od kupowania żywności z produkcji wielkoprzemysłowej, a zamiast do supermarketów coraz częściej zagląдают na lokalne bazarki czy do sklepów z produktami regionalnymi i ekologicznymi.

Co prawda od kilku lat powstają kooperatywy spożywcze, weekendowe targi śniadaniowe, lokalne sklepy z żywnością ekologiczną, bazarki przeżywają renesans, ale jest to raczej domena i dobrodziejstwo kilku największych miast. I chociaż Polacy mają świadomość, że gdzieś można kupić takie produkty, to pytanie – „gdzie?” – ma największe znaczenie.

Dlatego w tegoroczne wakacje postanowiliśmy zadać pytanie „Gdzie Polska smakuje?” i postarać się znaleźć na nie odpowiedź. Po wielu miesiącach przygotowań w czerwcu światło dzienne ujrzała strona Polska Smakuje, która ma za zadanie gromadzić informacje, jakich producentów żywności można znaleźć w wybranym regionie Polski. Ponieważ korzystanie z internetu w telefonie komórkowym jest coraz bardziej powszechne, Polska Smakuje ma również wersje przygotowane na smartfony z systemami operacyjnymi

Android i iOS. Wraz z uruchomieniem portalu i aplikacji ruszyła komunikacja do rolników i lokalnych przedsiębiorców, żeby zachęcić ich do zamieszczenia swoich wizytówek. Cel to zbudowanie jednej bazy danych, która zgromadzi informacje o rolnikach wytwarzających i sprzedających żywność w ramach rolniczego handlu detalicznego i lokalnych producentach działających w ramach uznawanych przez MRiRW krajowych i europejskich certyfikatów. Na koniec wakacji w bazie zarejestrowanych było 300 producentów żywności z całej Polski i codziennie swoje profile zakładają nowi.

Każdy podobny projekt informatyczny, który polega na agregowaniu danych i udostępnianiu ich zainteresowanym użytkownikom, oprócz samej bazy wymaga właśnie odbiorców końcowych, czyli konsumentów. Walka o ich uwagę, o ich 5 minut czasu poświęconego





na nasze działanie, na nasz projekt jest dziś dość skomplikowanym zadaniem. Jeśli nie posiadamy budżetów pozwalających na opracowanie ogólnopolskiej, szerokozasięgowej kampanii, trzeba ją przygotować w oparciu o znajomość trendów konsumencyjnych, potrzeb grupy docelowej i zasady efektywnego wydawania środków. Dlatego na tegoroczne wakacje została przygotowana kampania skierowana do osób, które na co dzień szukają produktów regionalnych i podróżują po Polsce, szczególnie w okresie letnim. Są to osoby z większych miast, które żyją aktywnie, czytają etykiety na opakowaniach produktów spożywczych, spędzają weekendy poza domem, odkrywając turystyczne uroki naszego kraju. To grupa osób, która swoim pomysłem na życie jest w stanie zainspirować innych, dlatego warto walczyć o ich uwagę. To właśnie do nich skierowaliśmy główny przekaz kampanii „Zobacz, gdzie Polska smakuje”. Postanowiliśmy informować nie tyle o samej aplikacji, ile uświadomić, jak bogatym kulinarnie krajem jesteśmy. Chcieliśmy pokazać, że w każdym regionie można znaleźć smaczną i zdrową żywność od lokalnych rolników i producentów, która jest obecna w ich codziennym menu. Dlatego zrealizowane zostały następujące działania:

Trasa koncertowa Lata z Radiem

Tegoroczna trasa koncertowa Lata z Radiem odbyła się pod hasłem „Polska smakuje”. Na jej trasie znalazło się 20 miast, w których zostały zorganizowane koncerty. Na scenie pojawiła się plejada polskich gwiazd muzyki rozrywkowej, a tuż obok niej bazariki „Polska smakuje”. Na każde wydarzenie zaprosiliśmy 16 producentów żywności z danego regionu.

Na ścianach naszego targu zamieściliśmy ekrany dotykowe z aplikacją, dzięki czemu każdy mógł sprawdzić, jakich producentów i jakie produkty znajdzie w okolicy.

Magazyn turystyczny w I Programie Polskiego Radia

Ponieważ w podróży najczęściej słuchamy radia, dlatego w piątkowe popołudnia na antenie programu I PR w audycji „Magazyn turystyczny” Sława Bieńczycka rozmawiała z kucharzami i regionalnymi producentami żywności o tym, co warto w danym regionie spróbować.

Reportaże w „Pytaniu na śniadanie”

Przygotowaliśmy 6 reportaży o wybranych regionach Polski, które miały pokazać, jak mało wiemy o ich kulinarnym bogactwie. Gosia Molska, autorka felietonów, odwiedziła Pomorze i pokazała, że zjemy tam nie tylko ryby. Podkarpacie to nie tylko oscypki, a Podlasie jest kulinarnym zderzeniem wielu kuchni. Wszystkie reportaże emitowane były w sobotnie poranki w „Pytaniu na śniadanie”, można je zobaczyć także na stronie programu.

Reklama w pociągach i na lotnisku

Z komunikatem o aplikacji chcieliśmy dotrzeć do naszej grupy docelowej w środkach transportu, z których korzystają w drodze na wakacje. Dlatego na ekranach monitorów w pendolino na najbardziej uczęszczanych trasach turystycznych pojawiła się reklama zachęcająca do pobierania aplikacji, a na lotnisku w Warszawie zbudowaliśmy specjalną strefę relaksu. W sierpniu na Okęciu wyrósł sad, w którym postawiliśmy leżaki i stacje do ładowania telefonów komórkowych przed podróżą. Wszystko pod hasłem „Gdziekolwiek jedziesz, sprawdź, gdzie Polska smakuje”.

To najważniejsze z tegorocznych działań promujących hasło „Polska smakuje”. Czy akcja była skuteczna? Trwa podsumowanie wyników poszczególnych aktywności, o których poinformujemy w kolejnym wydaniu „Biuletynu”, niemniej ponad 10 000 użytkowników i 115 074 odsłony strony internetowej Polska Smakuje, kilka tysięcy pobrań aplikacji Polska Smakuje w ciągu dwóch miesięcy to jak na start bardzo dobry wynik. Kolejne działania już wkrótce.

Paweł Kocon

