

# NEWSLETTER



POLSKA RADA WINIARSTWA

*Szanowni Państwo,*

*Otrzymujecie Państwo kolejny numer newslettera, tym razem niestety dosyć obszerny. Duża część zamieszczonego materiału poświęcona jest relacji z posiedzeń Zarządu, ale też i z dwóch Walnych Zgromadzeń Członków PRW zakończonych podjęciem ważnych uchwał.*

*Tegoroczna konferencja prasowa połączona z wręczeniem „Złotych Medalii – wybór konsumenta”, była okazją do mocnego zaakcentowania naszej obecności na rynku. I o tym też wspominamy.*

*Mamy nadzieję, że mimo okresu urlopowego znajdziecie Państwo czas na przejrzanie całego materiału, znajdującego się w tym numerze, szczególnie polecam niewielką informację (rozporządzenie KOMISJI (UE) NR 509/2013 z dnia 3 czerwca 2013 r.) która jest uwieńczeniem dwu i półrocznych zmagania o uwzględnienie napojów fermentowanych w ustawodawstwie unijnych jako pełno prawnych wyrobów winiarskich.*

*Wszystkim urlopowiczom życzymy pięknej pogody i wspaniałego wypoczynku, a tym co w tym czasie muszą pracować dni i tygodni bez awarii i kłopotów.*

*Biuro Polskiej Rady Winiarstwa*



Spis treści:	str
Napoje Alkoholowe ze Znakiem Poznaj Dobrą Żywność	3
Legislacja	4
❖ Rozporządzenia krajowe i unijne	4
Wiadomości	6
❖ Zebrania Zarządu PRW	6
❖ XII Walne Zgromadzenie Członków Polskiej Rady Winiarstwa	9
❖ Konferencja prasowa „WINO DOBRE NA WSZYSTKO	32
❖ Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Członków Polskiej Rady Winiarstwa	47
Banderola prawdziwa czy fałszywa?	51
Spotkanie branży alkoholowej ws. współpracy w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu (CEO Commitments )	53
Najnowsze informacje prasowe	55
Załączniki – dołączone zostaną do zakładki newslettery, na naszej stronie internetowej	
➤ Prezentacja sektora win i napojów winiarskich w Polsce (w tym prezentacja badań AC Nielsen) przeprowadzona przez prowadzącego konferencję Pana Karola Manysa	
➤ Raport z działań PR dla marki PRW za okres 10.06 – 10.07.2013 r.	

## **Napoje alkoholowe ze Znakiem Poznaj Dobrą Żywność**

**Jest taka możliwość** – trzeba tylko zapoznać się z zasadami przyznawania znaku i zgłosić wyroby zasługujące na to wyróżnienie. Takich produktów mamy bardzo wiele, należy je tylko upowszechnić. **Mamy się czym pochwalić !**

Kilka informacji na ten temat:

Oznaczenie znakiem Poznaj Dobrą Żywność jest wyróżnieniem produktu przez Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi oraz informacją, która pomaga konsumentom w wyborze artykułów rolno-spożywczych o wysokiej jakości, spełniających specyficzne cechy jakości handlowej lub wymagania jakości handlowej. Tym samym realizowany jest cel polityki Unii Europejskiej w zakresie żywności, polegający na poszerzaniu obszaru wysokiej jakości i różnorodności żywności na wewnętrznym rynku Unii Europejskiej.

**Zgłoszenie produktu jest dobrowolne i otwarte dla każdego producenta państwa członkowskiego Unii Europejskiej, a liczba produktów zgłaszanych do oznaczenia znakiem Poznaj Dobrą Żywność jest nieograniczona.**

Znak Poznaj Dobrą Żywność może zostać nadany produktom o wyróżniających się cechach jakościowych, ze względu na skład surowcowy, cechy mikrobiologiczne i sensoryczne, zawartość składników odżywczych i funkcjonalnych, metod przetwarzania i utrwalania. Wnioskodawca musi udokumentować wyróżniającą jakość wytwarzanych produktów. Artykuł rolno-spożywczy musi spełniać wymagania zdrowotne, sanitarne, weterynaryjne lub fitosanitarne określone w odrębnych przepisach.

Biuro Polskiej Rady Winiarstwa służy dokładnymi informacjami dotyczącymi zgłaszania wniosków o nadanie Znaku Poznaj Dobrą Żywność.

**Zachęcamy do skorzystania z tej możliwości.**

## LEGISLACJA

### Rozporządzenia krajowe

- ❖ **Rozporządzenie Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi** z dnia 21 maja 2013 r. (Dz. U. 29.05.2013, poz. 624) w sprawie szczegółowego sposobu wyrobu fermentowanych napojów winiarskich oraz metod analiz tych napojów do celów urzędowej kontroli w zakresie jakości handlowej
- ❖ **Rozporządzenie Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi** z dnia 22 maja 2013 r. (Dz. U. 4. 06.2013 r., poz. 633) w sprawie rodzajów fermentowanych napojów winiarskich oraz szczegółowych wymagań organoleptycznych, fizycznych i chemicznych, jakie powinny spełniać te napoje

### Rozporządzenia unijne

- ❖ **ROZPORZĄDZENIE KOMISJI (UE) NR 509/2013** z dnia 3 czerwca 2013 r. zmieniające załącznik II do rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 1333/2008 w odniesieniu do stosowania kilku dodatków w niektórych napojach alkoholowych

## WIADOMOŚCI

**Posiedzenia Zarządu PRW** – w okresie od 1 IV do 30. VI. 2013 r. odbyły się dwa posiedzenia Zarządu, oraz

- **Walne Zgromadzenie Członków Polskiej Rady Winiarstwa ,**
- **Nadzwyczajne Zgromadzenie Członków Polskiej rady Winiarstwa**

### **2 kwiecień 2013 rok – posiedzenie Zarządu PRW**

#### **Porządek obrad:**

1. Projekt regulaminu i organizacja konkursu winiarskiego
2. Organizacja Walnego Zgromadzenia oraz konferencji prasowej
3. Informacja odnośnie możliwości obniżenia akcyzy na miody pitne oraz rozliczania ubytków
4. Sprawy bieżące

#### **Ustalono:**

- Przygotowania regulaminu konkursu powierzono mecenasowi J. Kwaśniewskiemu. Może on liczyć na wsparcie doświadczonych w tej kwestii prawników Ambry i Vinpolu.
- A. Molędowska - Agencja Kuźnia PR, zobowiązała się zmodyfikować przedstawiony materiał dotyczący organizacji konkursu oraz konferencji prasowej uwzględniając uwagi członków Zarządu PRW i przekazanie ich do biura,
- Firmy prześlą listy produktów, oraz wszystkie wymagane zdjęcia i opisy wyrobów które wystawią do oceny konkursowej.

## Polska Rada Winiarstwa

- Na formularzu konkursowym produkty będą prezentowane w poszczególnych grupach w kolejności wynikającej z udziału firmy w rynku (analogicznie do ustanawianej wysokości składki PRW). „Złote medale PRW” otrzymają najwyżej ocenione 3 produkty
- Na konferencji prasowej dn. 12.06. w Ministerstwie Rolnictwa ogłoszone zostaną wyniki plebiscytu i będzie miała miejsce degustacja nagrodzonych produktów. Ogłoszona zostanie informacja o współpracy PRW z uczelniami. W planach jest również dyskusja panelowa na temat sytuacji branży w powiązaniu z newsem ekonomicznym.
- **Ustalono, że wszelkie decyzje dotyczące konkursu zostaną podjęte drogą mailową.**

### **23 maja 2013 rok – posiedzenie Zarządu PRW**

W posiedzeniu Zarządu wzięli udział Goście

Aleksandra Molędowska – Kuźnia PR

Rafał Nowak – Kuźnia PR

Karol Manys - dziennikarz

#### **Porządek obrad:**

1. Omówienie organizacji Walnego Zgromadzenia oraz konferencji prasowej
2. Ustalenie budżetu i wysokości składek na 2014 rok
3. Propozycja uchwał do podjęcia przez Walne Zgromadzenie
4. Organizacja kursu „Mistrz w zawodzie winiarza”, ustalenie terminu oraz lokalizacji
5. Sprawy różne

#### **Ustalono:**

- ❖ Program Walnego Zgromadzenia Członków PRW, które odbędzie się w dniu 12 czerwca b.r. w Warszawie:

## Polska Rada Winiarstwa

1. Otwarcie obrad XXII Walnego Zgromadzenia Członków PRW – Przewodniczący Zarządu PRW E. Kosnik,
2. Przedstawienie porządku obrad Walnego Zgromadzenia,
3. Wybór komisji: mandatowej, skrutacyjnej, wnioskowej,
4. Sprawozdanie z działalności PRW od 21.09.2012 do 12.06.2013 r. – Przewodniczący Zarządu E. Kosnik
5. Rozliczenie finansowe za okres styczeń – maj 2013, propozycja budżetu na 2014 r. oraz wysokość składek członkowskich,
6. Sprawozdanie Agencji Kuźnia PR z działalności na rzecz zmiany wizerunku PRW,
7. Prezentacja firmy Vason z Verony – materiały i urządzenia winiarskie,
8. Dyskusja
9. Podjęcie uchwał i wniosków przez XXII Walne Zgromadzenia Członków PRW.
10. Konferencja prasowa „WINO DOBRE NA WSZYSTKO’

- ❖ Ustalono przebieg konferencji prasowej
- ❖ Ustalono, że na konferencję prasową zostaną zaproszone firmy winiarskie spoza rady oraz przedstawiciele sieci handlowych.
- ❖ Podjęto decyzję, że moderatorem prowadzącym konferencję prasową będzie dziennikarz - Pan Karol Manys (rekomendowany przez agencję Kuźnia PR).
- ❖ Podjęto decyzję, by współpracę z Kuźnią PR po zakończeniu podpisanej umowy, PRW kontynuowała na zasadzie zleceń konkretnych działań, rezygnując z ciągłej obsługi opłacanej w formie ryczałtu .
- ❖ Określono ilość wina niezbędną do nagrodzenia zwycięzców konkursu, przygotowania wystawy i degustacji w czasie konferencji, przekazania jako upominki dziennikarzom i innym uczestnikom konferencji. Ustalono, że potrzebnych będzie 600 butelek. Biuro wystąpi do firm biorących udział w konkursie z prośbą o ich przekazanie dn. 11 czerwca. Ilość wina przypadająca na poszczególne firmy będzie wyliczona na podstawie głosów w PRW.
- ❖ Podjęto decyzje o zorganizowaniu kursu „Mistrz w zawodzie winiarza” . i zaproszeniu na szkolenie również pracowników firm spoza PRW



## 12 czerwiec 2013 r. – Walne Zgromadzenie Członków Polskiej Rady Winiarstwa

12 czerwca 2013 r. w Ministerstwie Rolnictwa i Rozwoju Wsi w Sali Wzorcowni odbyło się XXII Walne Zgromadzenie Członków Polskiej Rady Winiarstwa. Zebranie poprowadził Przewodniczący Zarządu PRW Pan Edmund Kośnik. Przewodniczący Zebrania zaproponował następujący porządek obrad:

- Otwarcie obrad XXII Walnego Zgromadzenia Członków PRW – Przewodniczący Zarządu PRW E. Kosnik,
- Wybór komisji: mandatowej, skrutacyjnej, wnioskowej,
- Sprawozdanie z działalności PRW od 21.09.2012 do 12.06.2013 r. – Przewodniczący Zarządu E. Kosnik
- Rozliczenie finansowe za okres styczeń – maj 2013, propozycja budżetu na 2014 r. oraz wysokość składek członkowskich,
- Sprawozdanie Agencji Kuźnia PR z działalności na rzecz zmiany wizerunku PRW,
- Prezentacja firmy Vason z Verony – materiały i urządzenia winiarskie,
- Dyskusja
- Podjęcie uchwał i wniosków przez XXII Walne Zgromadzenia Członków PRW
- Konferencja prasowa „WINO DOBRE NA WSZYSTKO’

Wybrane zostały komisje;

- ❖ **Komisja mandatowa:** Elżbieta Pawłowska, Magdalena Zielińska
- ❖ **Komisja wnioskowa:** Milorad Ivanović, Anna Kalinowska, Ewa Pustoszkina
- ❖ **Komisja skrutacyjna:** Jolanta Majchrzak, Anna Wojciechowska

Komisja mandatowa po sprawdzeniu listy mandatowej w drugim terminie stwierdziła:

Członków uprawnionych do głosowania jest 17 , razem posiadają 111 głosów.

Obecnych podczas sporządzania protokołu jest 17 członków, posiadających 111 głosów.

Zebranie jest władne do podejmowania uchwał.

*Sprawozdanie z działalności PRW od 21.09.2012 do 12.06.2013 – Przewodniczący PRW E. Kośnik*



Przewodniczący Zarządu PRW – Pan Edmund Kośnik poinformował Zebranych o podjętych przez Zarząd pracach w okresie sprawozdawczym tj .od 21 września 2012 r. do 12 czerwca 2013 r. Przekazał również informację o przebiegu realizacji uchwał podjętych przez poprzednie Walne Zgromadzenie. Sprawozdanie otrzymaliście Państwo w materiałach Walnego Zgromadzenia.

**Rozliczenie finansowe za okres styczeń – maj 2013, propozycja budżetu na 2014 r. oraz wysokość składek członkowskich**



Dyrektor Biura PRW, Pani Elżbieta Pawłowska zapoznała Zebranych z rozliczeniem finansowym za okres styczeń – maj 2013, propozycją budżetu na 2014 r., oraz propozycją wysokości składki członkowskiej na 2014 rok. Rozliczenie finansowe otrzymaliście Państwo w materiałach Walnego Zgromadzenia.

**Założenia budżetowe na 2014r. w oparciu o wynik roku ubiegłego**

	<b>2013 rok</b>	<b>2014 rok</b>
Koszty administracyjne	<b>35 000 zł</b>	<b>35 000 zł</b>
Usługi prawnicze	<b>20 000 zł</b>	<b>20 000 zł</b>
Uposażenia pracowników	<b>105 000 zł</b>	<b>105 000 zł</b>
Delegacje	<b>16 000 zł</b>	<b>16 000 zł</b>
Telefony	<b>3 500 zł</b>	<b>3 500 zł</b>
Inne wydatki (wynajem Sali, mat biurowe, gastronomia)	<b>20 000 zł</b>	<b>25 000 zł</b>
<b>Razem</b>	<b>199 500 zł</b>	<b>205 000 zł</b>
<b>Założenia na PR – głównie konferencja prasowa</b>		<b>25 000 zł</b>
<b>Razem</b>		<b>230 000 zł</b>

## Propozycja składek członkowskich na rok 2014

firma	składka 2013	PR	suma wpłat 2013	składka 2014	głosy
Warwin	4 000,00 zł	1 831,00 zł	5 831,00 zł	4 000,00 zł	1
Castel Freres	7 674,00 zł	3 136,00 zł	10 810,00 zł	8 529,00 zł	4
Awe-bis	4 000,00 zł	1 000,00 zł	5 000,00 zł	4 000,00 zł	1
Centrum Wina	9 271,00 zł	4 671,00 zł	13 942,00 zł	9 663,00 zł	5
Ambra	43 105,00 zł	40 000,00 zł	83 105,00 zł	3 941,00 zł	22
Mazurskie Miody	4 000,00 zł	1 000,00 zł	5 000,00 zł	4 000,00 zł	1
Bartex	44 396,00 zł	15 304,00 zł	59 700,00 zł	31 641,00 zł	16
SWW	4 000,00 zł	1 000,00 zł	5 000,00 zł	4 000,00 zł	2
Jantoń	20 733,00 zł	7 636,00 zł	28 368,00 zł	30 707,00 zł	15
Vinpol	25 039,00 zł	10 826,00 zł	35 864,00 zł	26 097,00 zł	13
TIM	19 773,00 zł	8 490,00 zł	28 263,00 zł	21 148,00 zł	11
Bacardi	24 376,00 zł		24 376,00 zł	32 493,00 zł	16
PWW	10 010,00 zł	4 107,00 zł	14 117,00 zł	9 781,00 zł	5
<b>suma</b>	<b>220 376,00 zł</b>	<b>99 000,00 zł</b>	<b>319 375,00 zł</b>	<b>230 000,00 zł</b>	<b>112</b>



W Walnym Zgromadzeniu Członków PRW uczestniczyli:

Henryk Wnorowski – Prezes PWW Sp. z o.o.  
Artur Dubaj – „AMBRA” S.A., Członek Zarządu PRW  
Jacek Jantoń - Prezes Firmy „Jantoń” S.A. Sp.K.  
Tomasz Iżewski - Prezes Firmy „Warwin” S.A.  
Jan Gajdziński - Technolog Firmy „Warwin” S.A.  
Marcin Bednarczyk – Prezes Firmy Castel Freres Sp.  
Piotr Kamecki – Prezes Firmy „Centrum Wina”  
Jolanta Majchrzak – Firma „Jantoń, Członek Zarządu PRW  
Wiesław Wzorek – SGGW, Członek Honorowy PRW



A także:

Tomasz Jurczyk – Prezes Firmy „TiM” S.A.  
Wiesław Mentel - Firma „Awe- Bis” Sp. z o.o.  
Ewa Pustoszkina – „TiM” S.A., Członek Zarządu PRW  
Tomasz Wojtkowski – Firma „LeMag”  
Ewa Gładziuk-Wróblewska – Firma „Mazurskie Miody”



Wzięli również udział:

Janusz Luty- Technolog Firma „Mazurskie Miody”

Milorad Ivanoić – Firma „Bartex”, Członek Zarządu PRW

Zdzisław Wojtkowski – Firma „LeMag”

Elżbieta Pawłowska – Dyrektor Biura PRW

Anna Kalinowska – Dyrektor Firmy „VINPOL” Sp. z o.o.-

Vice przewodnicząca Zarządu PRW



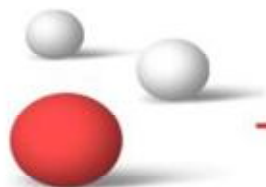
Nad prawidłowym przebiegiem zebrania czuwał Pan mecenas Jerzy Kwaśniewski.

Obok Pana mecenasa siedział Pan Mariusz Wrześciński reprezentujący Firmę Bacardi - Martini Sp. z o.o.

***Sprawozdanie Agencji Kuźnia PR z działalności na rzecz zmiany wizerunku PRW,***



Sprawozdanie z działalności Agencji Kuźnia PR przekazuje zebrany Pani Ola Molędowska

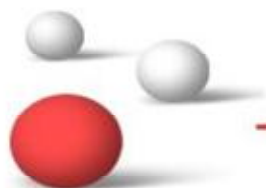


## Raport z działań PR dla marki



listopad – czerwiec 2013 r.



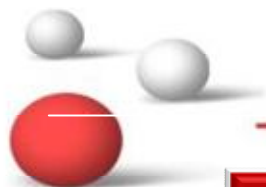


## AGENDA

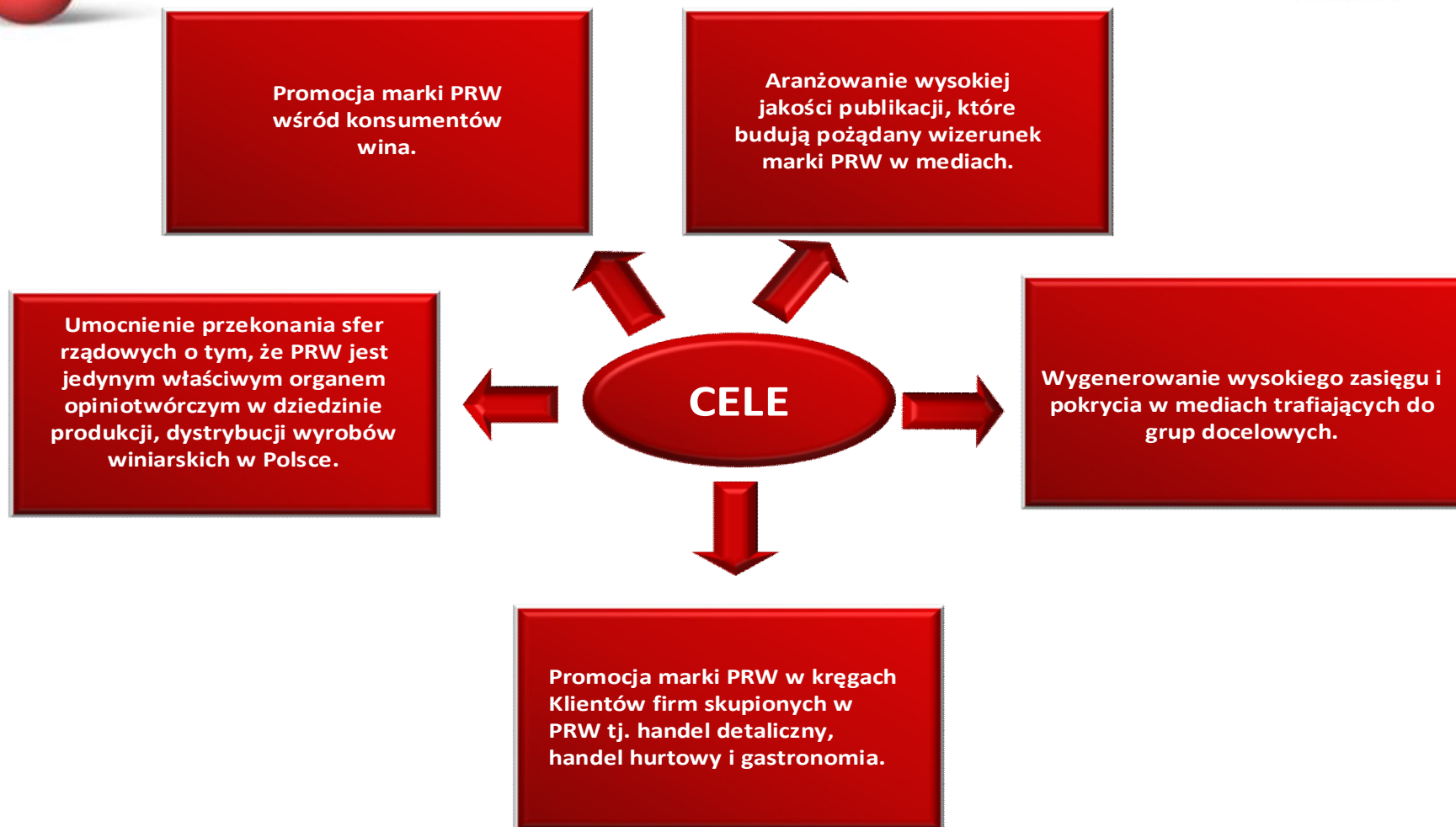
### Agenda:

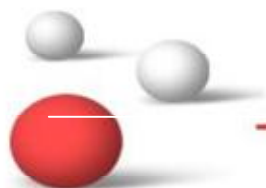
1. Cele i główne założenia działań PR dla marki PRW
2. Kanały komunikacji
3. Media Relations
4. Działania PR – wydarzenia
5. Współpraca z pismami sieci handlowych
6. Strona internetowa PRW
7. Konkurs „Złoty Medal PRW – wybór konsumentów”
4. Efekty medialne
5. Plany kolejnych działań – prezentacja na Walnym Zgromadzeniu
6. Zestawienie poszczególnych publikacji z podziałem na media – na płycie CD w formacie Power Point



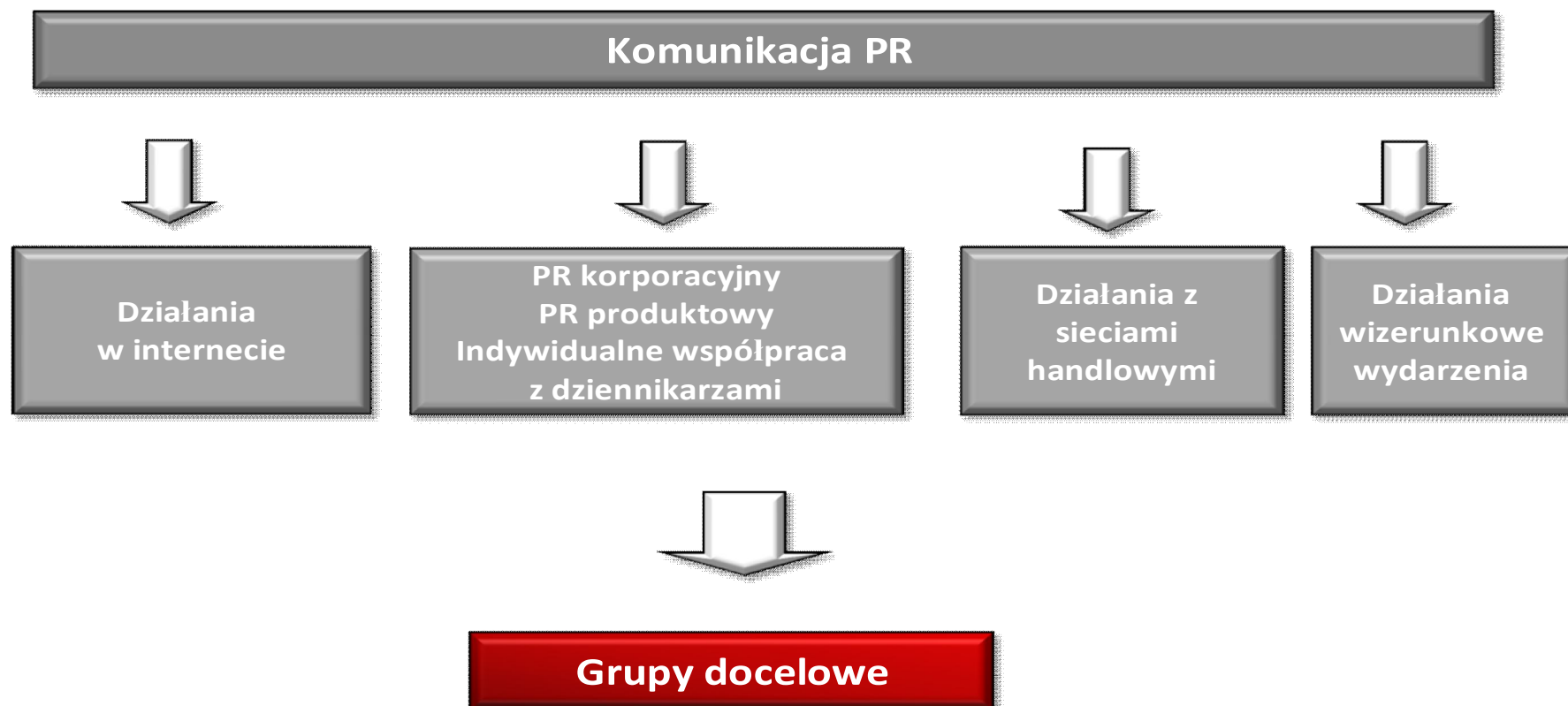


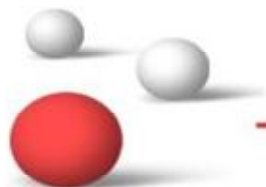
## ZAŁOŻONE CELE DZIAŁAŃ PR





## KANAŁY KOMUNIKACJI PR - SCHEMAT





## MEDIA RELATIONS

**KUŹNIA** PR  
GRUPA JET

Wysyłka informacji prasowych dostosowanych do odpowiednich grup mediów, o charakterze opiniotwórczym, lobbingsowym, newsy na temat bieżących wydarzeń.

### Wysłane informacje prasowe:

- „Wina nie tylko na świąteczny stół”
- „Wino najlepsze na kryzys”
- „Optymistyczne prognozy dla rynku wina”
- „Polska cydrem zastynie?”
- „Spożycie wina w kryzysie- Polacy kupują coraz więcej, ale tańszego wina”
- „Etykieta – prawdziwe pole minowe”
- „Przyszłość polskiego winiarstwa w winie owocowym”
- „Konkurs Złoty Medal PRW-wyбір konsumentów”

Stały lobbing dziennikarzy - utrzymujemy stały, osobisty, telefoniczny i e-mailowy kontakt z dziennikarzami, dzięki czemu nasze działania są efektywne

Przygotowywanie wywiadów, wypowiedzi przedstawicieli PRW, autoryzacja wywiadów, organizacja indywidualnych spotkań z prasą.

### Szeroko współpracowaliśmy z mediami takimi jak:

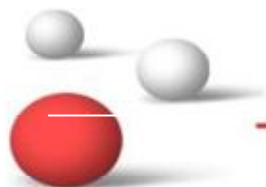
- Polskie Radio PR 1
- TVP 1 Agrobiznes
- Wiadomości Handlowe
- TVR Telewizja Rolnicza (platforma Cyfrowy Polsat, NC+)
- Informacyjna Agencja Radiowa
- Rzeczpospolita
- Puls Biznesu
- Newsweek.pl
- Wprost.pl
- Dziennik.pl
- Handel
- Poradnik Handlowca
- Polska Agencja Prasowa
- Informacyjna Agencja Radiowa
- Magazyn Alkohole Tesco
- Restauracja
- Rynki Alkoholowe

Stała, indywidualna współpraca z dziennikarzami. Pisanie materiałów na tematyczne zapytania dziennikarzy w kontekście bieżących tematów lub realizowanych artykułów/ zgodnie z planami wydawniczymi magazynów.

### Szeroko współpracowaliśmy z mediami takimi jak:

- Magazyn Alkohole Tesco
- Rynki Alkoholowe
- Handel
- Agro Industry
- Polskie Radio PR 1
- Newsweek.pl
- Puls Biznesu

**Stałe prowadzenie biura prasowego**



## DZIAŁANIA PR – WYDARZENIA

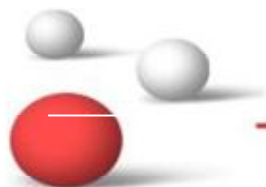


### Konferencja prasowa – Czy jest szansa na polski cydr? 28.01.2013



#### Działania:

- stworzenie przemówienia dla p. Eweliny Szkodzińskiej (firma JANTOŃ S.A. Sp. K.), występującej z ramienia Polskiej Rady Winiarstwa,
- stworzenie informacji prasowej „Polska cydrem zasłynie”,
- wysyłka mailowa zaproszenia do bazy mediów,
- follow-up po wysyłce zaproszeń – kontakt telefoniczny z dziennikarzami,
- obecność na konferencji,
- opieka nad dziennikarzami podczas konferencji,
- aranżowanie indywidualnych wywiadów z przedstawicielami PRW,
- wysyłka informacji prasowej „Polska cydrem zasłynie”, wraz z materiałem zdjęciowym,
- follow-up po wysyłce informacji prasowych.



## DZIAŁANIA PR – WYDARZENIA

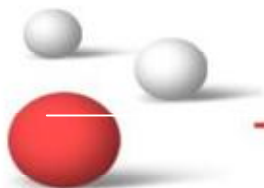


Szkolenia na temat etykietowania wina dnia 28.02.2012 r.



Działania:

- obecność na konferencji,
- realizacja materiału zdjęciowego,
- stworzenie informacji prasowej „Etykieta wina, prawdziwe pole minowe”,
- wysyłka informacji prasowej do bazy mediów,
- follow-up po wysyłce informacji prasowych.



## WSPÓŁPRACA Z PISMAMI SIECI HANDLOWYCH

---



### **Tesco:**

kwartalnik „Magazyn Alkohole” – nawiązanie ścisłej współpracy z redakcją. Pisanie kilku tekstów do każdego numeru o tematyce winiarskiej (w tym bieżący kontakt z sommelierami, ekspertami) . Opracowanie layout’u graficznego i treści stopki z informacjami o PRW.

### **Piotr i Paweł:**

kwartalnik "Spizarnia Smaków,, – nie ma tam prezentowanych alkoholi  
magazyn "Piwniczka Smaków" – 3 wydania w roku, tutaj są pokazywane alkohole, są też prezentowane kontekstowe materiały merytoryczne, nawiązany kontakt i negocjacje w sprawie współpracy.

### **Alma:**

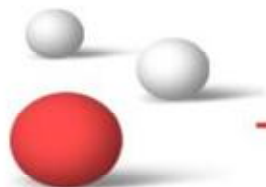
kwartalnik "Almanach Alkoholi” - głównie są pokazywane konkretne produkty w ramach działań marketingowych, czasami są też prezentowane kontekstowe materiały merytoryczne, nawiązany kontakt i negocjacje w sprawie współpracy.

### **Lidl:**

"Przewodnik po Świecie Win”, cykl wydawniczy nieregularny - głównie płatne formy promocji, prezentowane są produkty wraz z opisem, brak powierzchni na prezentowanie materiałów kontekstowych.

### **Biedronka:**

miesięcznik "Moje Smaki Życia” - głównie płatne formy promocji, prezentowane są produkty wraz z opisem, brak powierzchni na prezentowanie materiałów kontekstowych.



## STRONA INTERNETOWA PRW



### Kompleksowa realizacja:

- projekt graficzny layout'u nowej strony internetowej,
- redagowanie contentu poszczególnych zakładek, w tym korekta,
- program CMS,
- zakup zdjęć,
- bieżąca współpraca z podwykonawcami,
- nanoszenie aktualizacji i korekt.

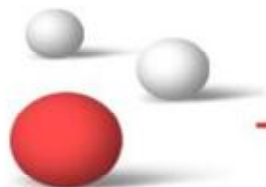


wersja 1



wersja 2





## KONKURS „ZŁOTY MEDAL PRW – WYBÓR KONSUMENTÓW”



1. Przedstawienie trzech koncepcji nowej formuły konkursu, jako opinii konsumentów.
2. Opracowanie szczegółowej koncepcji wybranej propozycji.
3. Napisanie regulaminu konkursowego/ konsultacje z prawnikiem.
4. Opracowanie zakładki konkursowej na stronie internetowej prw.sitspoz.pl – layout, content, korekta, nanoszenie poprawek, zakup zdjęcia obrazującego nagrodę konkursową, CMS.
5. Projekt i wykonanie banera promocyjnego.
6. Wysyłka newslettera z informacją o konkursie.
7. Wysyłka informacji prasowej zapowiadającej konkurs.
8. Promocja konkursu na stronach Członków PRW – dostosowywanie banera do indywidualnych wymagań oraz na stronie magazynu Rynek Alkoholowe i Przemysł Fermentacyjny i Owocowo-Warzywny.
9. Promocja konkursu na blogach kulinarnych i podróżniczych i na facebook’u: eksperymantalna-kuchnia, everycakeyoubake, moniagotuje, picsfromtrips, redandpale, trenddash.

**POLSKA RADA WINIARSTWA**

**KONKURS ZŁOTY MEDAL PRW – wybór konsumentów**

Wprowadzenie konkursu „ZŁOTY MEDAL PRW – wybór konsumentów”. Temat dotyczy gęsty i w kierunku smaku i jakości napojów wino. Dostarczono informacje dotyczące smaku i jakości. Proponujemy, że w celu wybrania najlepszego producenta Polskiej Rady Winiarstwa w ramach konkursu PRW.

Celem naszego konkursu jest wyłonienie producenta, który stworzy doskonałe wino „Złoty Medal PRW – wybór konsumentów” i tym samym, wyróżnienie najbardziej lubianego przez konsumentów wyrobów winiarskich. Polskiej Rady Winiarstwa.

Polskiej Rady Winiarstwa jest wyłonienie producenta, który stworzy doskonałe wino „Złoty Medal PRW – wybór konsumentów” i tym samym, wyróżnienie najbardziej lubianego przez konsumentów wyrobów winiarskich. Polskiej Rady Winiarstwa.

**I. Wina stolowe – wytrawne i półwytrawne**

**El Sol Australia**

El Sol to najbardziej słoneczna marka win na rynku o niezwykle łagodnym smaku, pełnym przyjemnych i owocowych nut. Wino El Sol wyróżnia nie tylko najwyższa jakość, ale przede wszystkim delikatny i harmonijny smak przebawiony tak nie lubianej cierpkości. Niespotykana lekkość i łagodność win El Sol jest zasługą starannie dobranej winogrona użytych do ich produkcji, których owoce dojrzewają w najbardziej nasłonecznionych rejonach winiarskich świata.

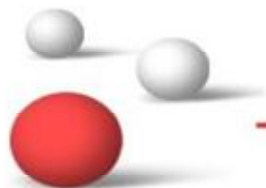
El Sol to trzecia najlepiej rozpoznawalna marka wina w Polsce. Jest to jedyna marka oferująca doskonałe wina z różnych krajów – tak by każdy mógł znaleźć wino dla siebie.

**El Sol Australia**  
Białe, półwytrawne wino o łagodnym tropikalnym charakterze i aromacie dojrzałych cytrusów. Idealne do mięs, wędlin, ryb i kanapek. Temperatura podawania: dobrze schłodzone.

**Producent:**  
**AMBRA S.A.**  
Grupa AMBRA jest całkowitym producentem, importerskim i dystrybutorem win w Europie Środkowej i Wschodniej. Jest obecna na rynkach Polski, Czech, Słowacji i Rumunii. Główne źródło przychodów stanowią marki win spokojnych i musujących, wermutów i napojów bezalkoholowych dla dzieci należące do Grupy AMBRA. Najbardziej znanymi z nich to Dorado, Cielich, El Sol, Fresco czy Piccolo, które są liderami pod względem sprzedaży w swoich segmentach rynku. Blisko 40% przychodów to rosnący segment win importowanych od najbardziej renomowanych producentów z Francji, Włoch, Hiszpanii, Bułgarii, Chile czy Australii. Ponad dwie trzecie przychodów realizowanych jest w Polsce. Udział Czech i Słowacji to około 15%. Podobny udział – około 15% - ma w sprzedaży Grupa AMBRA rynek rumuński. Grupa AMBRA działa na dwóch głównych rynkach: rynku komercyjnym i rynku fine wines.

**KONKURS**  
Złoty Medal PRW – wybór konsumentów  
**ZAGŁOSUJ I WYGRAJ!**

zaloguj i wygraj!



## EFEKTY MEDIALNE



### EFEKTY DZIAŁAŃ PR

Agencji udało się uzyskać **bardzo dobre wyniki medialne**, łącznie **216** publikacji, w tym:

- publikacji tv: **3**
- publikacji radiowych: **6**
- publikacji prasowych: **52**
- publikacji w magazynach sieci handlowych: **9**
- publikacji internetowych: **146**

#### **W tym:**

**Ekwiwalent reklamowy** z uzyskanych przez Agencję publikacji wyniósł ogółem **1 058 642** pln\*, w tym ekwiwalent za:

- publikacje tv: **46 700** pln
- publikacje radiowe: **79 795** pln
- publikacje prasowe: **340 148** pln
- publikacji w magazynach sieci handlowych: **303 000** pln
- publikacje internetowe: **289 000** pln

Nakład uzyskanych publikacji prasowych wyniósł: **2 466 500** egzemplarzy.

Czytelnictwo uzyskanych publikacji prasowych wyniosło: **2 642 244** egzemplarzy.\*\*

\*Ekwiwalent reklamowy (Advertising Value Equivalent - AVE) - index oceny efektywności projektów PR; obrazuje koszt (w złotych), jaki należałoby ponieść na reklamę o tej samej powierzchni w danym medium. Jest wyliczany na podstawie cenników reklamowych i nie uwzględnia rabatów mediowych.

\*\* w przypadku, gdy tytuł prasowy nie prowadzi badań nad czytelnictwem, została uwzględniona wartość nakładu

### **Prezentacja firmy Vason z Verony – materiały i urządzenia winiarskie**

Przedstawiciel Firmy VASON z Werony współpracujący z TPU Fructopol, zapoznał zebranych z ofertą materiałów i urządzeń winiarskich produkcji włoskiej. Firma jest zainteresowana nawiązaniem kontaktów handlowych z przedsiębiorstwami branży winiarskiej działającymi na terenie naszego kraju. Zebrani otrzymali prospekty Firmy

### **Dyskusja**

Po zakończonej prezentacji firmy Vason z Verony, odbyła się bardzo ożywiona dyskusja, która dotyczyła przedstawionego przez Przewodniczącego Zarządu PRW – Pana E. Koźnika sprawozdania, a także sprawozdania finansowego za rok 2012, przedstawionego przez Dyrektora Biura, Panią E. Pawłowską. Główną jednak jej część stanowiła ocena dotychczasowej działalności Agencji Kuźnia PR na rzecz zmiany wizerunku Polskiej Rady Winiarstwa.



W ogólnym odbiorze, działania agencji zostały ocenione pozytywnie, bowiem przyniosły zamierzone efekty. Polska Rada Winiarstwa stała się organizacją rozpoznawalną, uznawana jest jako organizacja kompetentna, rzetelna i największa, skupiająca w swoim gremium najlepszych fachowców, zrzeszająca czołowych producentów, importerów i dystrybutorów win i miódów pitnych.

Postawiono zatem w następnym roku kontynuować współpracę z agencją Kuźnia PR z tym, że strategiczne jej działania muszą zostać ujęte w zaplanowany harmonogram ściśle powiązany z oczekiwaniami członków PRW.

Podjęto uchwałę o zorganizowaniu Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Członków jeszcze w miesiącu czerwcu br. które zajmie się opracowaniem zadań na rok następny.

Uchwały zostały podjęte większością głosów.

**Uchwała Nr 1**  
**Walnego Zgromadzenia Członków**  
*Polskiej Rady Winiarstwa*  
*przy Stowarzyszeniu Naukowo – Technicznym*  
*Inżynierów i Techników Przemysłu Spożywczego*

*W sprawie zatwierdzenia sprawozdania Zarządu*

Na podstawie §6 ust. 3 lit. e. Regulaminu Polskiej Rady Winiarstwa Walne Zgromadzenie przyjmuje następującą uchwałę:

**§1.** Walne Zgromadzenie Członków Polskiej Rady Winiarstwa zatwierdza sprawozdanie Zarządu Polskiej Rady Winiarstwa za 2012 rok.

**Uchwałę przyjęto jednogłośnie**

**Uchwała Nr 2**  
**Walnego Zgromadzenia Członków**  
*Polskiej Rady Winiarstwa*  
*przy Stowarzyszeniu Naukowo – Technicznym*  
*Inżynierów i Techników Przemysłu Spożywczego*

*W sprawie zmiany Regulaminu*

Na podstawie §9 ust. 1 Postanowień Końcowych Regulaminu Polskiej Rady Winiarstwa oraz § 39 ust. 5 Statutu Stowarzyszenia Naukowo – Technicznego Inżynierów i Techników Przemysłu Spożywczego, Walne Zgromadzenie przyjmuje następującą uchwałę:

**§1.** Walne Zgromadzenie Członków Polskiej Rady Winiarstwa dokonuje zmiany Regulaminu Polskiej Rady Winiarstwa, nadając następujące brzmienie §7 ust. 1 Regulaminu:  
*Zarząd składa się z Przewodniczącego i **nie więcej niż 6** członków Zarządu. W pracach Zarządu bierze udział Dyrektor biura PRW.*

**§2.** Powyższe zmiany wchodzi w życie z chwilą ich zatwierdzenia przez Zarząd Główny Stowarzyszenia Naukowo – Technicznego Inżynierów i Techników Przemysłu Spożywczego.

**Uchwałę przyjęto jednogłośnie**

**Uchwała Nr 3**  
**Walnego Zgromadzenia Członków**  
*Polskiej Rady Winiarstwa*  
*przy Stowarzyszeniu Naukowo – Technicznym*  
*Inżynierów i Techników Przemysłu Spożywczego*

*W sprawie akceptacji wysokości składek członkowskich na rok 2014*

Na podstawie §6 ust. 3 lit. g w zw. z §8 ust. 6 Regulaminu Polskiej Rady Winiarstwa, Walne Zgromadzenie przyjmuje następującą uchwałę:

**§1.** Walne Zgromadzenie Członków Polskiej Rady Winiarstwa akceptuje wysokość składek członkowskich na rok 2014 zgodnie z tabelą podziału składki stanowiącą załącznik do niniejszej Uchwały.

**§2.** Walne Zgromadzenie Członków Polskiej Rady Winiarstwa ustala wysokość składki minimalnej na 4000 PLN

**Uchwałę przyjęto większością głosów:**

**Za - 89 głosów**

**Przeciw – 22 głosy**

**Wstrzymujący – 0 głosów**

**Uchwała Nr 4**  
**Walnego Zgromadzenia Członków**  
*Polskiej Rady Winiarstwa*  
*przy Stowarzyszeniu Naukowo – Technicznym*  
*Inżynierów i Techników Przemysłu Spożywczego*

*W sprawie kontynuacji działań PR*

Na podstawie §6 ust. 3 lit. a. i h. w zw. z §8. ust. 7 Regulaminu Polskiej Rady Winiarstwa Walne Zgromadzenie przyjmuje następującą uchwałę:

- §1.** Walne Zgromadzenie Członków Polskiej Rady Winiarstwa postanawia kontynuować podjętą współpracę z Kuźnią PR Sp. z o.o., w zakresie podstawowych założeń i rozkładu akcentów podejmowanej działań PR określonych przez członków PRW.
- §2.** Walne Zgromadzenie Członków Polskiej Rady Winiarstwa zobowiązuje Biuro PRW do przeprowadzenia do 25 czerwca 2013r. konsultacji z członkami PRW w zakresie założeń programowych działań PR oraz wzywa Zarząd do zwołania posiedzenia roboczego członków PRW na dzień 27 czerwca 2013 roku na godzinę 11:00 w siedzibie Polskiej Rady Winiarstwa, w którego porządku obrad znajdzie się omówienie rezultatów przeprowadzonych konsultacji. Zarząd PRW jest upoważniony do zawarcia umowy z wykonawcą działań PR z uwzględnieniem rezultatów konsultacji programowych przeprowadzonych.
- §3.** Walne Zgromadzenie Członków Polskiej Rady Winiarstwa przyjmuje, że łączna wartość zawartej umowy na działania PR zostanie określona odpowiednio do założeń programowych działań PR i nie przekroczy wartości umowy z Kuźnią PR Sp. z o.o. obowiązującej w dniu podjęcia uchwały.
- §4.** Walne Zgromadzenie Członków Polskiej Rady Winiarstwa zobowiązuje poszczególnych członków Rady do pokrycia kosztów kampanii w częściach proporcjonalnych do wartości głosu ważonego obliczonego zgodnie z §6. ust. 9 Regulaminu, z uwzględnieniem minimalnego udziału w wysokości 2.000,00 PLN.

## Polska Rada Winiarstwa

- §5.** Walne Zgromadzenie Członków Polskiej Rady Winiarstwa zobowiązuje członków do zawarcia ze Stowarzyszeniem Naukowo – Technicznym Inżynierów i Techników Przemysłu Spożywczego umów określających zasady finansowania działań PR, w terminie określonym przez Zarząd.
- §6.** Walne Zgromadzenie Członków Polskiej Rady Winiarstwa wyklucza kwoty przeznaczone przez członków na finansowanie działań PR z odliczenia od rocznej opłaty (składki członkowskiej). Tym samym udział w finansowaniu kampanii wizerunkowej nie uchyla obowiązku uiszczenia składki w pełnej wysokości.

**Uchwałę przyjęto większością głosów:**

**Za – 89 głosy**

**Wstrzymujący – 22 głosy**

**Przeciw – 0 głosów**

### ***Konferencja prasowa „WINO DOBRE NA WSZYSTKO”***

„Wino dobre na wszystko” – takie motto przyświecało konferencji Polskiej Rady Winiarstwa, która odbyła się po Walnym Zgromadzeniu jej Członków, w Ministerstwie Rolnictwa i Rozwoju Wsi. O stanie i przyszłości polskiej branży winiarskiej dyskutowali najlepsi polscy eksperci, a honorowy patronat nad uroczystym spotkaniem objął Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi.



Przewodniczący Zarządu PRW, Pan Edmund Kośnik serdecznie przywitał zebranych, a następnie zaproponował następujący program konferencji:



- Wręczenie odznaczeń "Zasłużony dla Rolnictwa"
- Wykład prof. dr hab. Henryka Wnorowskiego z Uniwersytetu Białostockiego : „Szczęście vs bogactwo a branża winiarska”
- Prezentacja sektora win i napojów winiarskich w Polsce (w tym prezentacja badań AC Nielsen)
- Dyskusja panelowa na temat przewag konkurencyjnych polskiej branży winiarskiej
- Wręczenie nagród w konkursie „Złoty Medal PRW – wybór konsumenta”

### **Wręczenie odznaczeń „Zasłużony dla Rolnictwa”**

Odznaczenie „Zasłużony dla Rolnictwa” osobom szczególnie ważnym dla polskiej branży winiarskiej, w imieniu Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi wręczał Dyrektor Generalny, Pan Wojciech Wojtyra.

Otrzymali je:

**Anna Kalinowska**, Dyrektor ds. Produkcji i Inwestycji, Członek Zarządu firmy Vinpol Sp. z o.o.

**Robert Ogór**, Prezes firmy Ambra S.A.

**Tomasz Jurczyk**, Prezes firmy TiM S.A.

**Grzegorz Bartol**, Prezes firmy Bartex Bartol Sp. z o.o. Sp. k.

**Jacek Jantóń**, Prezes firmy Jantóń S.A. Sp. k.





**Anna Kalinowska**, Dyrektor ds. Produkcji i Inwestycji, Członek Zarządu firmy Vinpol Sp. z o.o.



**Tomasz Jurczyk**, Prezes firmy TiM S.A.



**Grzegorz Bartol**, Prezes firmy Bartex Bartol Sp. z o.o. Sp. k.



**Jacek Jantóń**, Prezes firmy Jantóń S.A. Sp. k.



***Gratulujemy otrzymanych odznaczeń i życzymy dalszych sukcesów!***



Prowadzący konferencję, Pan Karol Matys podziękował Dyrektorowi Generalnemu Panu Wojciechowi Wojterze za wręczenie odznaczeń i zapowiedział wykład prof. dr hab. Henryka Wnorowskiego z Uniwersytetu Białostockiego na temat „Szczęście versus bogactwo a branża winiarska”

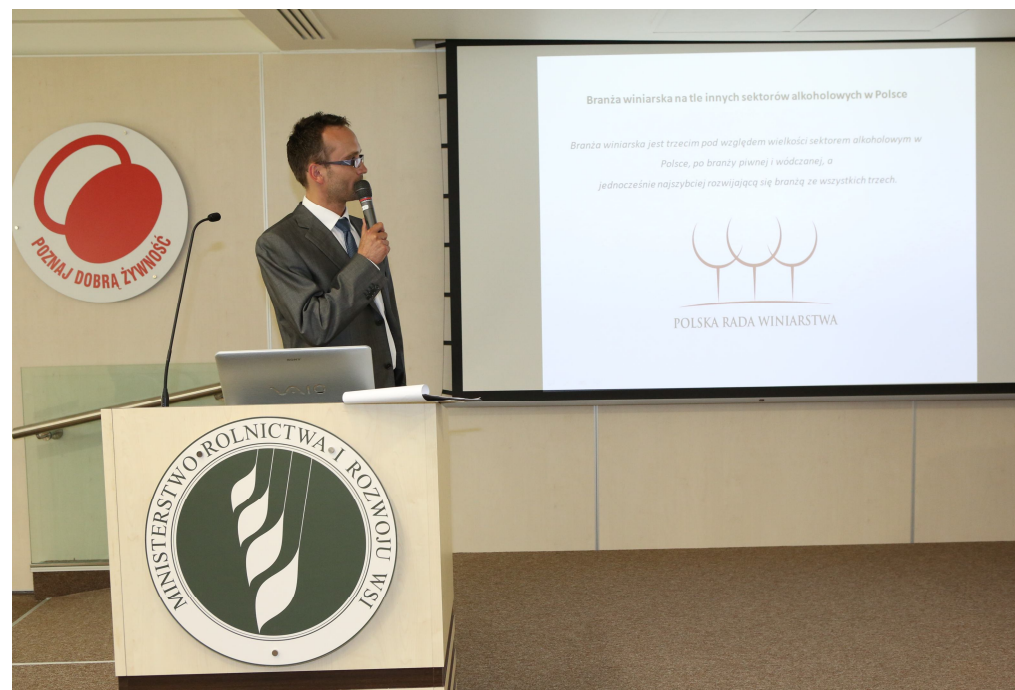
**Wykład prof. dr hab. Henryka Wnorowskiego z Uniwersytetu Białostockiego pt. „Szczęście versus bogactwo a branża winiarska”**



Trzeba sporo szczęścia, żeby dorobić się bogactwa w branży winiarskiej – przekonywał prof. Wnorowski. Ale o bogactwie oraz szerzej o sukcesie lub jego braku w procesie rozwoju gospodarczego decyduje to, co dzieje się w przedsiębiorstwach, także tych naszych, działających w branży winiarskiej. Przedsiębiorstwo to jeden z największych nowożytnych cywilizacyjnych wynalazków. Ale żeby osiągnąć sukces trzeba umieć marzyć. Najważniejszy jest dobry pomysł na biznes (branża winiarska, to ciągle atrakcyjny obszar rozpoczynania działalności gospodarczej). Jest także ryzyko, jak wszędzie – jest ono wszak niezbędnym elementem sukcesu rynkowego. Sukces w biznesie, to wielka sprawa, wymaga koncentracji i konsekwencji, ale jest także wyzwaniem i wyrazem współczesnego patriotyzmu gospodarczego.

Rozwijajmy więc nasze firmy, odnośmy sukcesy zawodowe, bogacmy się i bądźmy szczęśliwi..

***Prezentacja sektora win i napojów winiarskich w Polsce (w tym prezentacja badań AC Nielsen)  
przeprowadzona przez prowadzącego konferencję Pana Karola Manysa***



Pełna prezentacja sektora win i napojów winiarskich w Polsce, łącznie z prezentacją badań AC Nielsena stanowi załącznik do niniejszego newslettera. Zachęcam do przejrzania dołączonego materiału.

## *Dyskusja panelowa na temat przewag konkurencyjnych polskiej branży winiarskiej*



Prowadzący Karol Manys kończy prezentację i zaprasza na panel dyskusyjny. Przedstawia prelegentów:

Uczestnicy dyskusji panelowej:

- Anna Kalinowska – Dyrektor ds. produkcji i inwestycji. Członek zarządu firmy Vinpol Sp. z o.o.
- Michał Rozlicz – Dyrektor ds. Marketingu firmy AMBRA S.A.
- Jacek Jantoń – Prezes firmy Jantoń S.A. Sp. k.
- Grzegorz Bartol – Prezes firmy Bartex Sp. z o.o. Sp. k.



- Dr Sylwia Bonin – Wydział Nauk o Żywności szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego
- Dr Agata Czyżowska – Instytut Technologii Fermentacji i Mikrobiologii Politechniki Łódzkiej



Dyskusję zdominowały tematy dotyczące perspektyw i planów rozwoju poszczególnych kategorii produktowych polskiego przemysłu winiarskiego.

Uczestnicy panelu podkreślali, że mimo panującego kryzysu polska branża winiarska od wielu lat odnotowuje wyraźny progres. Polacy coraz częściej sięgają po wyroby winiarskie, próbują nowych smaków, a ich wybory są coraz bardziej świadome, między innymi dzięki działaniom Polskiej Rady Winiarstwa, które nieustannie zwiększają wiedzę społeczną na temat picia wina. Według danych AC Nielsen w roku 2012 wino stołowe, jako trzecia główna kategoria alkoholowa w Polsce po piwie i wódce i motor całej kategorii win, odnotowało wzrost na poziomie 13% zarówno w ujęciu wartościowym, jak i ilościowym, a prognozy wzrostu na rok wynoszą 10%. Od drugiego kwartału 2012 roku kategoria wina rozwijała się również w znacznie większym tempie niż średnia dla głównych kategorii FMCG.

PRW propaguje wprowadzanie na rynek rodzime polskie nowości, takich jak cydry, wina owocowe ekologiczne, oraz działa na rzecz rozszerzania portfola produktów importowanych z całego świata. Obecnie na sklepowych półkach można zobaczyć wina niemal z każdego kontynentu i sektora cenowego. Polskie produkty stanowią ogromną szansę dla rozwoju przemysłu winiarskiego.



## Polska Rada Winiarstwa

Jedyną przeszkodą dla tego obszaru rozwoju jest trudność w dotarciu do klienta ze względu na ograniczenia w promocji i reklamowaniu spowodowane ustawą o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi. Dlatego jednym z celów PRW jest kampania społeczno-edukacyjna na temat korzyści zdrowotnych płynących z umiarkowanego spożywania wina oraz kształtowanie właściwych wzorców zachowań związanych z konsumpcją alkoholu.



Podkreślano, że perspektywy na rozwój i dalszy wzrost spożycia wina w Polsce są ogromne nie tylko dlatego, że Polska pozostaje jednym z krajów Europy o najniższym spożyciu wina na osobę, ale również z tego powodu, iż Polacy okazują coraz większe otwarcie na wyroby winiarskie, np. coraz bardziej interesują się zagranicznymi winami gronowymi, a jednocześnie lubią wspierać krajowe wyroby niskoalkoholowe, takie jak cydry, które dzięki ustalonej niedawno odrębnej stawce akcyzy mają szansę stać się punktem zwrotnym w rodzimej produkcji winiarskiej. Wysoko cenione na świecie są również miody pitne, które dzięki staraniom PRW uzyskały europejskie oznaczenie GTS (Gwarantowana Tradycyjna Specjalność).



W trakcie dyskusji zabrały głos Panie, dr Sylwia Bonin z SGGW i dr Agata Czyżowska z Politechniki Łódzkiej. Odniosły się do podjętej decyzji sformalizowania dotychczasowej współpracy uczelni z Polską Radą Winiarstwa poprzez podpisanie stosownych umów. Ta forma współpracy gwarantuje ściślejsze związki nauki z przemysłem



Uczelnie będą mogły poznać problemy z jakimi muszą się zmierzyć zakłady przemysłu winiarskiego, w wielu przypadkach pomogą je skutecznie je rozpracować, a firmy winiarskie zrzeszone w PRW umożliwią przyszłym inżynierom odbycie praktyk studenckich. Pod okiem doświadczonej kadry.

## Polska Rada Winiarstwa



Tematy omawiane podczas dyskusji panelowej okazały się interesujące, skoro nawet dziennikarze słuchali jej z uwagą.

***Wręczenie nagród w konkursie „Złoty Medal PRW – wybór konsumenta”***



Internetowy konkurs win i wyrobów winiarskich zorganizowany przez Polską Radę Winiarstwa przebiegał pod hasłem „Złoty Medal PRW – wybór konsumenta” Wzięło w nim udział 56 wyrobów sklasyfikowanych w ośmiu kategoriach, czołowych polskich producentów, importerów i dystrybutorów członków PRW. Spośród nich zostały wyłonione trzy zwycięskie produkty. Miejsce na wystawie produktów konkursowych przeznaczone dla złotych medalistów długo było puste i budziło uzasadnione zainteresowanie. Trzeba było jednak poczekać Listę nagrodzonych wyrobów odczytał Przewodniczący Zarządu PRW, Pan E. Kośnik, a następnie wręczył medale przedstawicielom nagrodzonych Firm.

## Polska Rada Winiarstwa

**„Złoty Medal PRW – wybór konsumenta”** Nalewka Babuni Wiśniowa – Vinpol Sp. z o.o  
Medal odbiera Pani Dyrektor Anna Kalinowska



**„Złoty Medal PRW – wybór konsumenta”**  
Miód Półtorak Rodowy – Mazurskie Miody



Medal odbiera Główny Technolog, Pan Janusz Luty

**Złoty Medal PRW – wybór konsumenta**  
Kadarka z różą – Bartex Sp. z o. o.



Medal odbiera Pan Prezes Grzegorz Bartol

### *Degustacja*

Ostatnim punktem programu konferencji prasowej która odbywała się pod hasłem „Wino jest dobre na wszystko” była oczywiście degustacja. Naszym Gościom zaproponowaliśmy do spróbowania i indywidualnej oceny wyroby które brały udział w konkursie internetowym ale także wprowadzane w tym roku na rynek wyroby niskoalkoholowe – cydr i perry, produkcji Spółki Akcyjnej „WARWIN”. W miłej, sympatycznej i swobodnej atmosferze, przebiegała ocena zaproponowanych trunków, a rozmowa na temat przyszłości branży winiarskiej miała charakter bardzo profesjonalny.



Pan Prezes Tomasz Iżewski z WARWINU zachęca do degustacji cydru i perry



Wina konkursowe budziły duże zainteresowanie.

## 27 czerwiec 2013 r. – Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Członków Polskiej Rady Winiarstwa

27 czerwca 2013 r. w Warszawie, ul Czackiego 3/5 w gmachu NOT-u odbyło się Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Członków Polskiej Rady Winiarstwa.. Zebranie poprowadził Przewodniczący Zarządu PRW Pan Edmund Kośnik. Przewodniczący Zebrania zaproponował następujący porządek obrad:

- Otwarcie obrad XXII Walnego Zgromadzenia Członków PRW – Przewodniczący Zarządu PRW E. Kosnik,
- Wybór komisji: mandatowej, skrutacyjnej, wnioskowej,
- ustalenie założeń do przygotowywanej przez Kuźnię PR koncepcji strategii działań na najbliższy rok
- sprawy różne

Wybrane zostały komisje;

- ❖ **Komisja mandatowa:** Elżbieta Pawłowska, Magdalena Zielińska
- ❖ **Komisja skrutacyjna:** Jolanta Majchrzak, Anna Wojciechowska

Komisja mandatowa po sprawdzeniu listy mandatowej w drugim terminie stwierdziła: Członków uprawnionych do głosowania jest 8 , razem posiadają 63 głosów.

Obecnych podczas sporządzania protokołu jest 8 członków, posiadających głosów.

Zebranie jest władne do podejmowania uchwał.

## Polska Rada Winiarstwa

W zebraniu wzięli udział:

1. Edmund Kośnik (Przewodniczący PRW)
2. Artur Dubaj (AMBRA S.A.)
3. Jacek Jantóń (Jantóń S.A. Sp.K)
4. Anna Kalinowska (Vinpól Sp. z o.o.)
5. Jolanta Majchrzak (Jantóń S.A. Sp.K)
6. Ewa Pustoszkina (TIM S.A.)
7. Ewelina Szkodzińska (Jantóń S.A. Sp.K)
8. Henryk Wnorowski (PWW Sp. z o.o)

Biuro PRW:

1. Elżbieta Pawłowska (Dyrektor Biura PRW)
2. Anna Wojciechowska
3. Magdalena Zielińska
4. adw. Jerzy Kwaśniewski (obsługa prawna PRW)

Głównym celem posiedzenia było ustalenie założeń do przygotowywanej przez Kuźnię PR koncepcji strategii działań na najbliższy rok i skonkretyzowanie oczekiwań wobec agencji. Dodatkowo podjęto decyzję w sprawie formy zatrudnienia E. Pawłowskiej i A. Wojciechowskiej oraz omówiono propozycję Browarów Polskich dotyczącą nieodpłatnego przekazania znaków graficznych jako elementu współpracy branży alkoholowej w zakresie społecznej odpowiedzialności.

W wyniku dyskusji podjęto jednogłośnie następujące uchwały:



**Uchwała Nr 1**

*W sprawie kierunków podejmowanej działalności PR*

Na podstawie §6 ust. 3 lit. a i h Regulaminu Polskiej Rady Winiarstwa, Walne Zgromadzenie przyjmuje następującą uchwałę:

**§1.** Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Członków Polskiej Rady Winiarstwa określa kierunki podejmowanych przez PRW działań PR poprzez wskazanie następujących celów:

- a) zmianę obowiązujących przepisów prawa w zakresie reklamy i sprzedaży napojów alkoholowych, tak aby umożliwić prowadzenie reklamy wyrobów winiarskich i ich sprzedaż z wykorzystaniem środków komunikowania się na odległość (głównie sieci Internet) - w tym poprzez wykorzystanie w ramach działań PR motywów pozytywnego wpływu wina na zdrowie oraz wysokiej kultury picia wina;
- b) budowę wizerunku PRW jako eksperta w dziedzinie wyrobów winiarskich - w tym poprzez systematyczne nagłaśnianie prowadzonych przez PRW prac i jej osiągnięć;
- c) popularyzację kultury winiarskiej - w tym poprzez szeroko zakrojone działania edukacyjne w zakresie winiarstwa, zachęcanie do odpowiedzialnego picia alkoholu, działania pro konsumenckie;
- d) przeprowadzenie i szeroką promocją konkursu winiarskiego z szerokim udziałem konsumentów, zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa;
- e) stałą aktualizację strony internetowej PRW, działania social media, współpracę z blogerami.

**§2.** Określa się ponadto następujące wskazówki dla przyszłych działań PR:

- a) komunikowane treści winny odpowiadać, co do stosunku treści dotyczących poszczególnych grup asortymentowych, prognozowanemu udziałowi w rynku poszczególnych asortymentów winiarskich.
- b) budowa wizerunku niezależnej organizacji eksperckiej powinna przebiegać z ograniczonym skupieniem na poszczególnych firmach członkowskich PRW - tak, by uniknąć zarzutu lobbowania na rzecz partykularnego interesu wąskiej branży.
- c) konferencje prasowe powinny być organizowane w ten sposób, by nie wpływać poprzez presję czasową na swobodny przebieg Walnego Zgromadzenia.
- d) spotkania z wykonawcą działań PR powinny odbywać się kwartalnie w celu rozliczenia efektów tych działań.

**§3.**Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Członków Polskiej Rady Winiarstwa zobowiązuje Biuro PRW do przekazania ww. postulatów Kuźni PR oraz do uzyskania od tego podmiotu planu konkretnych działań PR, a następnie przeprowadzenie konsultacji zaproponowanego zakresu działań z członkami PRW za pośrednictwem poczty elektronicznej i – ewentualnie – podczas poświęconego tym kwestiom spotkania członków organizacji.

### **Uchwała Nr 2**

#### *W sprawie zatrudnienia pracowników Biura PRW na podstawie umowy zlecenia*

Na podstawie §6 ust. 3 lit. a Regulaminu Polskiej Rady Winiarstwa, Walne Zgromadzenie przyjmuje następującą uchwałę:

**§1.**W związku z intensyfikacją obowiązków dotyczących bieżącej obsługi działalności PRW, upoważnia się Zarząd PRW do zatrudnienia na podstawie umowy zlecenia pracowników Biura PRW.

### **Uchwała Nr 3**

#### *W sprawie stosowania znaków graficznych*

Na podstawie §6 ust. 3 lit. a Regulaminu Polskiej Rady Winiarstwa, Walne Zgromadzenie przyjmuje następującą uchwałę:

**§1.**Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Członków Polskiej Rady Winiarstwa pozostawia do indywidualnej decyzji członków PRW stosowanie znaków graficznych, których nieodpłatne udostępnienie do stosowania zadeklarowane zostało przez przedstawiciela Związku Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego na spotkaniu branży alkoholowej ws. współpracy w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu 21 czerwca 2013r.

## Banderole prawdziwe czy fałszywe

**Ministerstwo Finansów i PWPW S.A. uruchomiły System Informacji o Banderolach Akcyzowych (SIBA), który umożliwia weryfikację banderol przez internet.**

System Informacji o Banderolach Akcyzowych (SIBA) funkcjonuje pod adresem [www.banderolaakcyzowa.pl](http://www.banderolaakcyzowa.pl). Po wypełnieniu trzech pól na stronie (z rozwijanych list wybieramy serię i rok wytworzenia sprawdzanej banderoli oraz wpisujemy jej indywidualny numer) uzyskamy odpowiedź, czy dana banderola akcyzowa jest prawidłowa czy też nie. W wypadku otrzymania informacji negatywnej, możemy podejrzewać, że mamy do czynienia z banderolą, która nie jest autentyczna.

Dodatkowo, po wpisaniu ww. danych ukazuje się wzór banderoli wraz ze wskazówkami, na jakie zabezpieczenia należy zwrócić uwagę, by upewnić się co do oryginalności znaku. Jest także przedstawiony sposób prawidłowego nałożenia znaku na wyrób, można dowiedzieć się czy banderola została umieszczona we właściwy sposób na właściwym wyrobie. Na oddzielnej zakładce („opis znaków”) znajdują się wzory wszystkich obecnie stosowanych banderol wraz z opisami zabezpieczeń (na tzw. I poziomie, tzn. takich, które można zweryfikować bez użycia specjalistycznych urządzeń).

W SIBA zostały zamieszczone informacje, które mogą być pomocne dla producentów i/lub importerów wyrobów oznaczanych banderolami lub też osób, które przygotowują się do rozpoczęcia takiej działalności. Są to linki do przepisów dotyczących znaków akcyzy (zakładka „regulacje prawne”), jak również dane kontaktowe do Departamentu Podatku Akcyzowego i Gier w Ministerstwie Finansów, do urzędów celnych właściwych w sprawach znaków akcyzy na terenie całego kraju oraz do PWPW SA (zakładka „kontakt”).

Strona systemu jest również dostępna przez telefony komórkowe posiadające dostęp do internetu.

## Polska Rada Winiarstwa

### Cele uruchomienia SIBA:

1. Umożliwienie poprzez Serwis Publiczny wszystkim zainteresowanym dostępu do informacji na temat znaków akcyzy, pomocnych w weryfikacji oryginalności i legalności znaków akcyzy.
2. Stworzenie narzędzi dla obywateli ułatwiających weryfikację autentyczności znaków akcyzy.
3. Umożliwienie nowym podmiotom łatwego dostępu do regulacji prawnych oraz kompleksowej informacji o systemie znaków akcyzy.

### Cechy SIBA:

1. Intuicyjny, lekki i łatwy w obsłudze – system stworzony w wersji przeglądarkowej.
2. Na bieżąco zasilany danymi przez PWPW S.A.
3. Zabezpieczony i zaufany – wymiana informacji następuje w ramach odpowiednio chronionych systemów wewnętrznych PWPW S.A.
4. Powszechnie dostępny – sprawdzanie znaków akcyzy odbywa się online i jest możliwe zarówno na urządzeniach stacjonarnych, jak i przenośnych.
5. Dzięki systemowi SIBA, każdy użytkownik będzie mógł uzyskać m.in. informacje na temat:
  - o Autentyczności banderol;
  - o Podstawowych cech i zabezpieczeń danego rodzaju znaku;
  - o Sposobu aplikacji znaku akcyzy na wyrób;
  - o Regulacji prawnych dotyczących znaków akcyzy;
  - o Danych kontaktowych do Ministerstwa Finansów, urzędów celnych właściwych w sprawach znaków akcyzy oraz PWPW S.A.

## Spotkanie branży alkoholowej ws. współpracy w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu (CEO Commitments)

W dniu 21 czerwca 2013 r odbyło się **spotkania branży alkoholowej ws. współpracy w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu (CEO Commitments) w Warszawie w siedzibie ZP Polski Przemysł Spirytusowy**

W spotkaniu wzięli udział:

1. Katarzyna Borucka – Grupa Żywiec SA
2. Paweł Kwiatkowski, Katarzyna Radecka – Kompania Piwowarska SA
3. Melania Popiel – Carlsberg Polska
4. Danuta Gut – Związek Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego
5. Anna Wojciechowska - Polska Rada Winiarska
6. Andrzej Janota – Brown – Forman Polska
7. Aneta Józwicka – Diageo Polska
8. Andrzej Szumowski – Pernod Ricard Polska
9. Leszek Wiwala, Magdalena Perz, Iga Wasilewicz – Związek Pracodawców Polski Przemysł Spirytusowy

### Przebieg spotkania:

Omówiono porozumienie ws. ograniczania skutków nieodpowiedzialnej konsumpcji alkoholu podpisane przez szefów 13 firm na szczeblu globalnym w październiku 2012 r. oraz inne możliwe obszary współpracy całej branży alkoholowej.

### Ustalenia:

- W odniesieniu do pięciu strategicznych obszarów CEO Commitments zdecydowano, że branża będzie dalej pracować nad **propozycją wspólnych działań łączących obszary 1 i 5** (ograniczenie spożywania alkoholu przez nieletnich oraz zaangażowanie sprzedawców do wspólnych działań SR).
- Browary Polskie zadeklarowały gotowość do przekazania swoich dobrowolnych znaków odpowiedzialności (obszar 3) pozostałym branżom. Polska Rada Winiarstwa i członkowie ZP PPS rozważą możliwość zamieszczania tych znaków na etykietach swoich produktów.
- W pozostałych obszarach (2 i 4) uznano, że działania będą prowadzone indywidualnie przez firmy/organizacje.
- Ustalono, że korzystna będzie synergia działań mających na celu powołanie w Polsce forum ds. problemów alkoholowych.
- Powołano dwie grupy robocze i ich przewodniczących:

### ○ **Grupę Roboczą ds. CEO Commitments**

- Przewodnicząca: Katarzyna Radecka (Kompania Piwowarska)
- Członkowie: Aneta Jóźwicka (Diageo Polska), *Anna Załuska (CEDC)\**, przedstawiciel firmy Brown-Forman, Magdalena Perz (ZP PPS),
- Cel: wypracowanie propozycji wspólnych działań branży na rzecz lepszej egzekucji prawa zabraniającego sprzedaży alkoholu osobom poniżej 18 r. życia i zaangażowanie do współpracy środowisko sprzedawców.

### ○ **Grupę Roboczą ds. Forum Alkohol i Zdrowie**

- Przewodniczący: *Andrzej Szumowski (Pernod Ricard)\**
- Członkowie: Katarzyna Borucka (Grupa Żywiec), Melania Popiel (Carlsberg), Iga Wasilewicz (ZP PPS)
- Cel: Wypracowanie planu wspólnych działań na rzecz powołania w Polsce forum ds. problemów alkoholowych, w tym łączonego posiedzenia komisji sejmowych w tej sprawie.

## Najnowsze informacje prasowe

Na rynku pojawił się prawdziwy cydr. Produkują go trzy firmy – członkowie PRW,. Są to :

**WARWIN S.A.,**

**AMBRA S.A.**

**BARTEX Sp. z o.o.**

Poniżej przedstawiamy pierwsze publikacje na ten temat.



## Rzeczpospolita

11.07.13

nr: 160

str. 2

nakład: 93500 egz.

ROZMOWA

DLA „RZECZPOSPOLITEJ”

### Cydr zmieni Polaków

ELŻBIETA PAWŁOWSKA, WSPÓŁORGANIZATORKA POLSKIEJ RADY WINIARSTWA

**W:** Cydr, sidra, jablecznik... wino jabłkowe podbija polski rynek.

**Jabłka to dobry surowiec na wino?**  
ELŻBIETA PAWŁOWSKA: Bardzo dobry. Mamy w Polsce naprawdę dużo jabłek, i to dobrych odmian. Są one wysokiej jakości i mają odpowiedni stosunek cukrów do kwasu – nie są ani mdłe, ani za słodkie. Jabłka i inne owoce mają jednak mniejszą zawartość ekstraktu niż winogrona, więc jeśli chce się uzyskać mocniejsze wino owocowe, to proces fermentacji należy wspomóc cukrem.

**Jabłka na cydr się dosładza?**

Czasem dla smaku, ale nie jest to potrzebne, bo cydr tym się różni od klasycznego wina, że z założenia ma niższą zawartość alkoholu. Może mieć od 2 proc. do 8 proc. alkoholu, z tym że nasze cydry mają zazwyczaj do 5 proc., bo wtedy płaci się w Polsce niższą akcyzę. Ale to dobrze, że są lekkie, bo dzięki temu są też przeźwijające i sprawdzają się podczas letnich upałów.

**Wina owocowe nie kojarzą się zbyt dobrze. Jeszcze 15 lat temu produkowaliśmy ich dwa razy więcej**



ARCHIWUM PRYWATNE

**niż dziś, ale mało kto wspomina te czasy z rozrzewnieniem.**

To wina PRL, gdy zamiast cukrem – który władza wolała przeznaczać na eksport – wina wspomagano spirytusem, i to nawet nie rektyfikowanym, tylko tzw. surówką, która nadawała tym napojom winopodobnym nieciekawy aromat. Ale takie było odgórne zarządzenie: produkować dużo, ale bardzo marnej jakości.

**Podobno w tzw. winiaczach było dużo siarki, to prawda?**

Z tą siarką to mit. Gdy na Zachodzie nie było jeszcze zwyczaju podawania na etykietach win zawartości dwutlenku siarki, u nas taki wymóg już się pojawił. Ludzie odebrali to jako ostrzeżenie, że coś z tą siarką musi być nie tak, skoro zaczęli

podawać jej zawartość na butelkach. Naturalnie zaczęto więc kojarzyć spadek jakości naszych win z dodawaniem do nich siarki. Mówiąc szczerze, to wina gronowe niejednokrotnie zawierały więcej dwutlenku siarki niż wina owocowe.

**Jest szansa, by zmieniło się podejście Polaków do win owocowych?**

Chcemy, by to właśnie cydr zmienił polską mentalność. Mam nadzieję, że konsumenci wyrobią sobie jak najlepsze zdanie o polskich cydrach, bo jest się czym zachwycać. Na naszym rynku są już cydry w puszkach z Litwy, Estonii czy ze Szwecji, jednak polskie wyroby są dużo lepszej jakości. Zagraniczne mają znacznie niższą zawartość soku jabłkowego i do tego są aromatyzowane: spotkać można nawet takie dziwolągi jak cydr śliwkowy czy truskawkowy. A cydr to jest cydr – wyrób jabłkowy. Wierzę, że dobra jakość naszych jabłek czy gruszek pozwoli naszym winom owocowym zaistnieć nie tylko w Polsce. **B4**

—rozmawiał Michał Płociński

# Producenci wina chcą zalać Polskę cydrami

**PRZEMYSŁ SPOŻYWCZY |** Przybywa rodzimych firm, które widzą potencjał w lekkich alkoholach z jabłek.

**BEATA DREWNOWSKA**

Cydr od dawna znany jest w Europie. W dużych ilościach piją go Irlandczycy, Brytyjczycy, Litwini i Łotysze. W Polsce, mimo że jesteśmy największym producentem jabłek na Starym Kontynencie, do tej pory sprzedawał się w śladowych ilościach. To jednak zaczyna się zmieniać, a do sklepów trafia coraz więcej krajowych niskoalkoholowych napojów z jabłek.

W ostatnich dniach markę Desire Cydr wprowadziła na rynek firma Bartex Bartol. Na razie jest to partia testowa licząca 60 tys. butelek. Spółka liczy jednak, że produkt

przypadnie nam do gustu. – Polacy coraz bardziej cenią produkty innowacyjne o wysokiej jakości, lubią próbować nowych smaków i testować ciekawe wyroby – mówi „Rz” Grzegorz Bartol, prezes Bartex Bartolu.

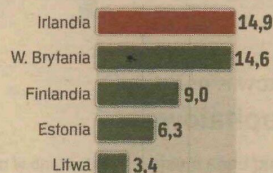
Na rynku alkoholi jabłkowych z marką Cydr Lubelski zadebiutowała ostatnio także grupa Ambra, lider polskiego rynku wina. Weszła nań również z Warką Cider spółka Warwin. – Jesteśmy jednym z większych producentów zagęszczonego soku jabłkowego w Polsce. Jego fermentacja do niskoalkoholowego orzeźwiającego napoju w postaci cydru wydawała nam się naturalną decyzją – przyznaje



źródło: Euromonitor International

**IRLANDCZYCY PIJĄ NAJWIĘCEJ**

Gdzie pije się najwięcej cydru w Europie, w litrach na osobę



źródło: szacunki Euromonitor International

## •BELGIJSKO-FRANCUSKA WOJNA O PIWO

**Belgijscy browarnicy przygotowują skargę do Komisji Europejskiej, oburzeni na francuski rząd, który podniósł w tym roku podatek akcyzowy na piwo nawet o 160 proc.**, ale nie zmienił stawek podatkowych na wino. Zdaniem Belgów to dyskryminacja ich produktów. – Francuski rynek piwa jest w większości kontrolowany przez holenderskie, duńskie i belgijskie browary i to w nich uderzył ten podatek – powiedział Sven Gatz, dyrektor Belgian Brewers. Dodał, że podwyżka ta zaburza swobodę przedsiębiorczości gwarantowaną przez unijne prawo. Podwyżka akcyzy uderzyła już we francuski rynek piwa. W pierwszym kwartale 2013 r. jego produkcja była o 30 proc. niższa niż przed rokiem. W pubach, kawiarniach i restauracjach cena piwa wzrosła średnio o 7 proc., a spożycie spadło o 15 proc. W sklepach podwyżka wyniosła średnio o 14 proc., a sprzedaż spadła o 3,5–4 proc.

–pap, b.d.

Tomasz Iżewski, prezes Warwinu.

Tym bardziej że – jak dodaje – popyt na cydry ma szansę się w Polsce zwiększać. Firma badawcza Euromonitor International podaje, że w tym roku sprzedaż cydrów i perry (niskoalkoholowe napoje z trzonki z jabłek) może zbliżyć się do 28 mln litrów. Za cztery lata powinna natomiast przekroczyć 46 mln litrów. Związek Sadowników RP szacuje natomiast, że za kilka lat produkcja cydru może sięgać nawet 60–80 mln litrów.

Zdaniem Piotra Grauera, eksperta firmy doradczej KPMG, cydr jako główny substytut piwa może zyskać na popularności, bo Polacy nasyćli się typowymi produktami browarów. Nasze znużenie

masowymi markami potwierdza duży popyt na piwa z lemoniadą, czyli radlery.

Cydry z pewnością ożywią rynek alkoholi. Nie wywołają jednak na nim rewolucji.

– Rynek cydrów ma szansę się w Polsce rozwinąć, ale nie doprowadzi do przełomu w branży winiarskiej – uważa Jacek Jantoń, prezes spółki Jantoń, która na razie rozważa rozszerzenie swojej oferty o napoje z jabłek.

Powód? Akcyza jest nadal zbyt wysoka, aby cydr mógł konkurować z piwami. Wprawdzie od 1 stycznia 2013 r. resort finansów zmniejszył jej stawkę na cydry ze 158 do 97 zł za hektolit. Obniżka dotyczy jednak tylko trunków o zawartości alkoholu do 5 proc.

– Po zmniejszeniu akcyzy cena detaliczna litra cydru

może być niższa zaledwie o ok. 50 groszy, natomiast w przypadku mniejszych opakowań jest prawie niezauważalna – zaznacza prezes spółki Jantoń.

Niższy podatek miał zachęcić do produkcji cydru także sadowników, których jest w Polsce około 50 tys. Tomasz Porowski, współwłaściciel marki Cydr Ignaców, która zadebiutowała na początku tego roku, zwraca uwagę, że tak jednak nie jest.

– Przy fermentacji czystego soku jabłkowego cydr prawie zawsze ma ponad 5-proc. alkoholu. Napój nieprzekraczający tego poziomu o wiele łatwiej uzyskać w zakładach winiarskich, które wytwarzają go na przemysłową skalę z koncentratu – mówi Porowski. – Przepisy faworyzują więc tylko jedną grupę producentów.

Istnieje więc ryzyko, że ze względu na brak kultury picia cydru w Polsce rynek zdominują napoje masowe. – Możemy mieć powtórkę z rynku piwa, który w ostatnich latach zdominowały koncerny. Dopiero od niedawna regionalne i niszowe produkty zaczęły zyskiwać na popularności – mówi Tomasz Porowski. ■

@ masz pytanie, wyślij e-mail do autorki

b.drewnowska@rp.pl



***Materiały do newslettera Nr 3/2013 zebrała i opracowała Anna Wojciechowska***