

PROMOCJA ŁOWIECTWA





Polski Związek
Łowiecki

ILU JEST MYŚLIWYCH W POLSCE ?

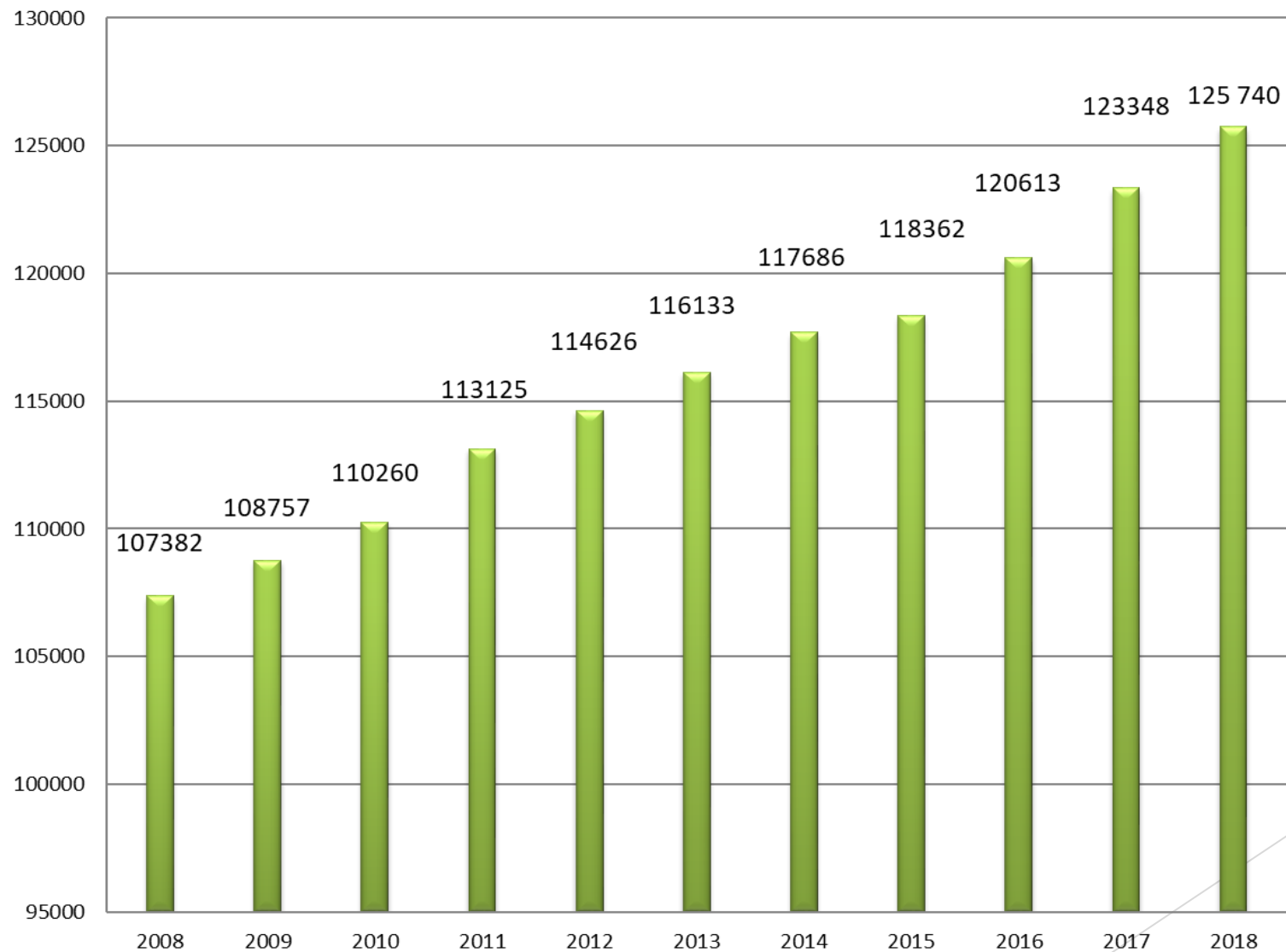


ul. Nowy Świat
Warszawa

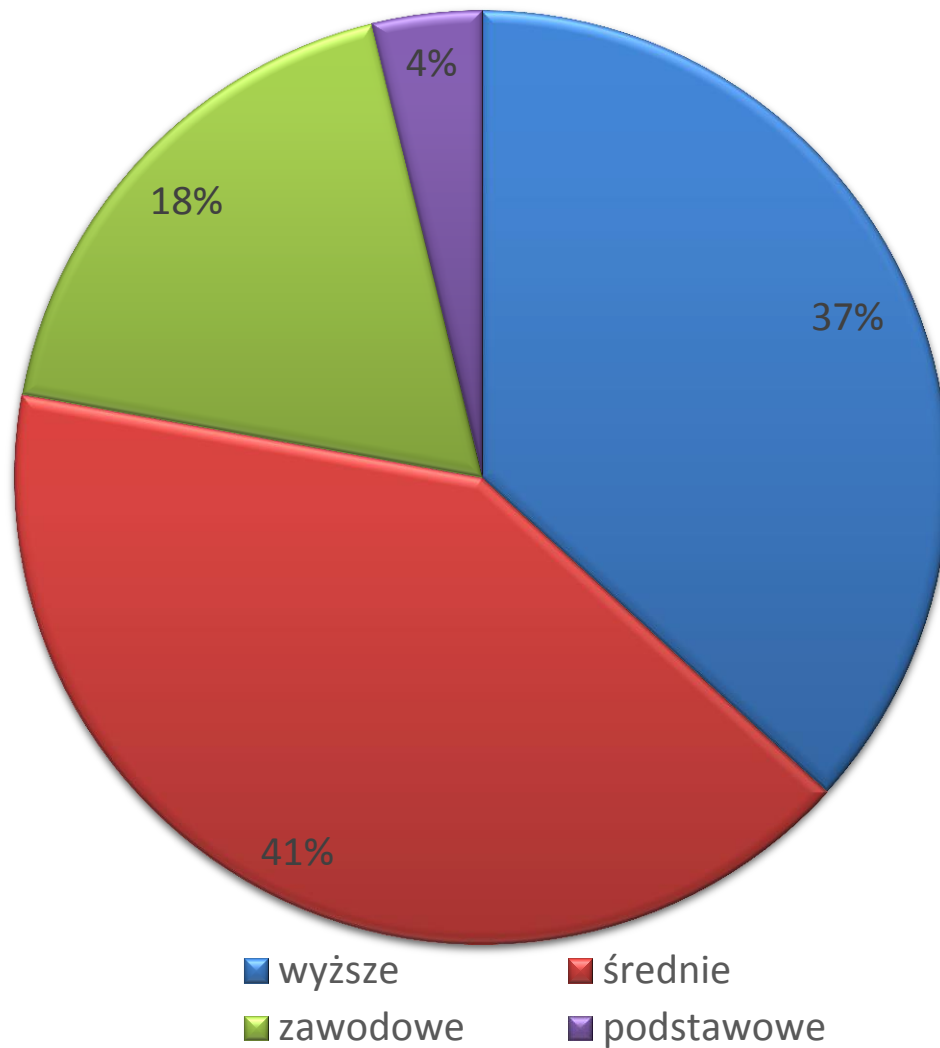
www.pzlow.pl



LICZBA MYŚLIWYCH W POLSCE



WYKSZTAŁCENIE MYŚLIWYCH





Polski Związek
Łowiecki

ul. Nowy Świat 35
Warszawa

www.pzlow.pl

ŚREDNIA WIEKU MYŚLIWYCH





Polski Związek
Łowiecki

ul. Nowy Świat 35
Warszawa

www.pzlow.pl

POLACY O ŁOWIECTWIE

Z czym przede wszystkim kojarzy się Panu(i) łowiectwo?
Proszę wybrać do trzech skojarzeń.



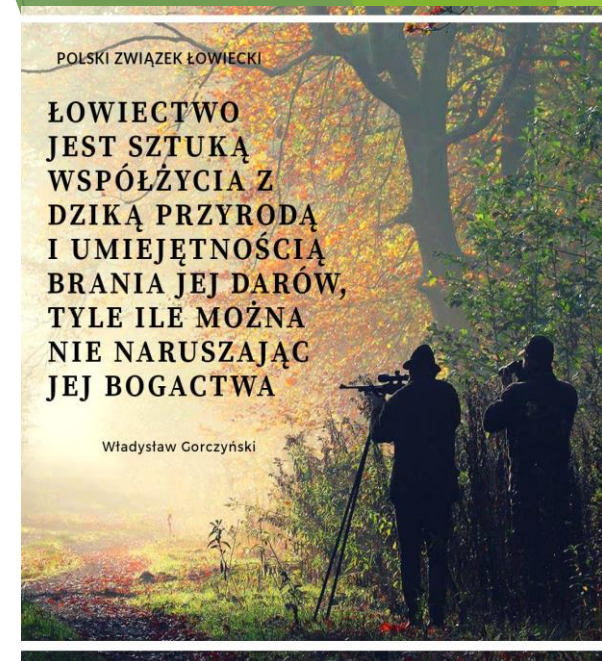
Kobietom częściej niż mężczyznom
łowiectwo kojarzy się
z niepotrzebnym zabijaniem
dzikich zwierząt (37% wobec 25%)

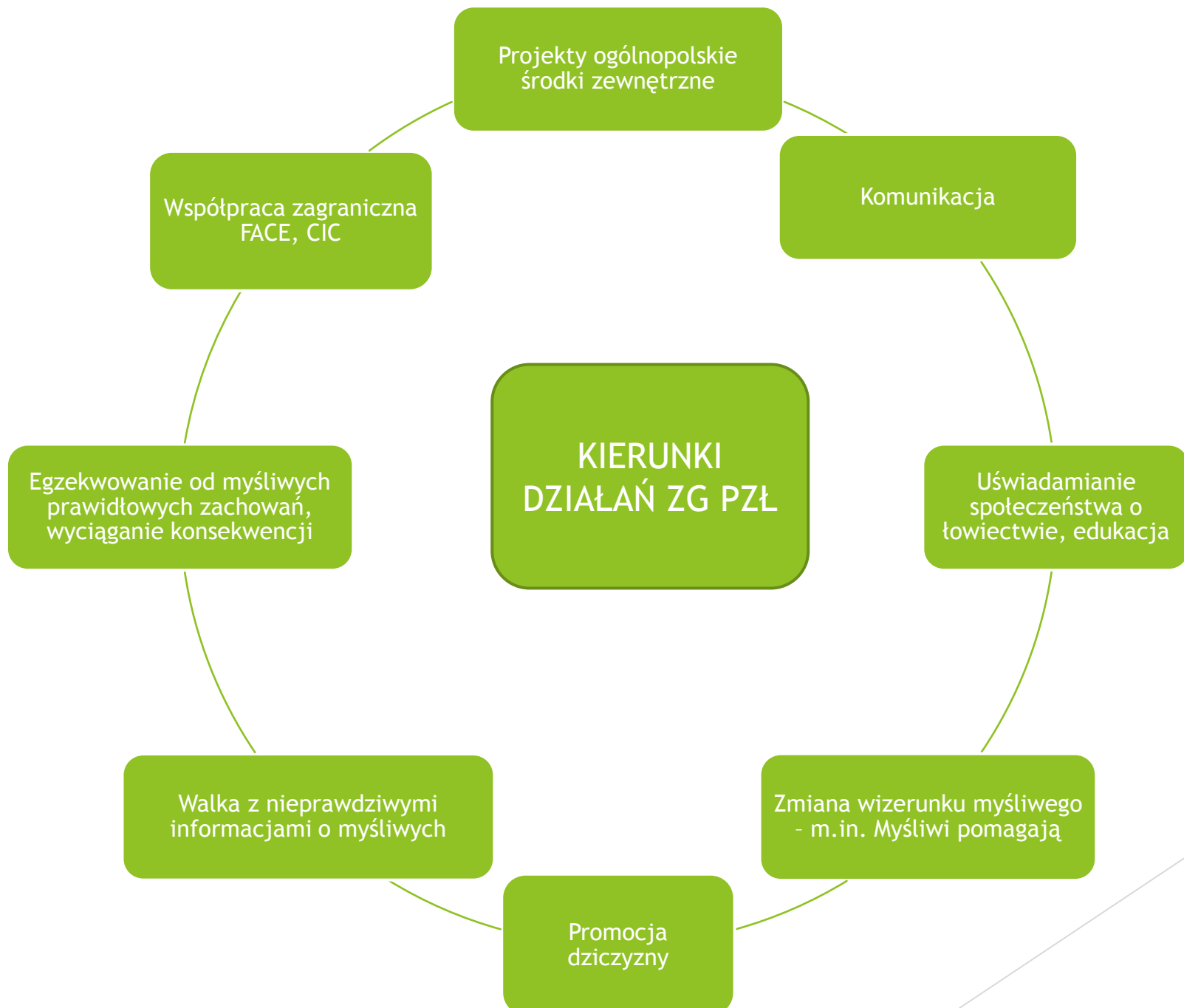
Łowiectwo częściej kojarzy się z
niepotrzebnym zabijaniem
zwierząt 20- i 30-latkom niż
osobom w wieku 60 i więcej lat



ŁOWIECTWO w XXI wieku.....

- ▶ Łowiectwo towarzyszyło człowiekowi od zarania dziejów
- ▶ Celem łowiectwa jest dbanie o zasoby przyrody zaspokajając potrzeby obecne, oraz przyszłych pokoleń.
- ▶ W XXI wieku istotą łowiectwa jest ograniczanie konfliktów na poziomie człowiek - zwierzę, aby zapewnić możliwość swobodnego i bezpiecznego funkcjonowania ludziom z jednoczesnym zachowaniem dobrostanu zwierząt dziko żyjących.
- ▶ Koniecznym jest tu działanie myśliwych między innymi zmierzające do ograniczenia szkód łowieckich, zwalczanie chorób odzwierzęcych, kolizji drogowych czy nadmiernej liczby zwierząt w miastach.
- ▶ Łowiectwo jako służba społeczna realizująca zadania nałożone przez Państwo, w celu zapewnienia bezpieczeństwa publicznego.
- ▶ Niezwykle ważna jest też edukacja społeczeństwa w zakresie łowiectwa, które nie jest rozrywką, a działalnością wpływającą na równowagę pomiędzy dzikimi zwierzętami, a ludźmi.





Projekty ze środków krajowych:

1. Projekt pt: „Ograniczanie rozprzestrzeniania się wirusa ASF”



sfinansowany w 100 % z Narodowego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej

data podpisania umowy 28 marca 2018r.,

okres realizacji marzec 2018 - sierpień 2018 (pismo do NFOŚiGW z 23 maja 2018r. wydłużające realizację projektu),

główne zadania w projekcie: zakup, dostawa i montaż 203 szt. chłodni do przechowywania tusz dzików w strefach: czerwona, żółta i miejsc gdzie powstają nowe ogniska chorobowe

kwota dotacji projektu: 4 993 800 zł



2. Projekt pt. ” Zwalczanie zagrożeń związanych z ASF przez Polski Związek Łowiecki”



sfinansowany w 100% z Narodowego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej

etap procedowania: negocjacje zawarcia umowy o dofinansowanie

okres realizacji: październik 2018r. - kwiecień 2019r.

główne działania w projekcie: zakup sprzętu do monitorowania liczebności dzików na terenach objętych strefami ASF

kwota projektu 4 500 000 zł



2. Projekt pt: „Ogólnospołeczna kampania przyrodniczna”

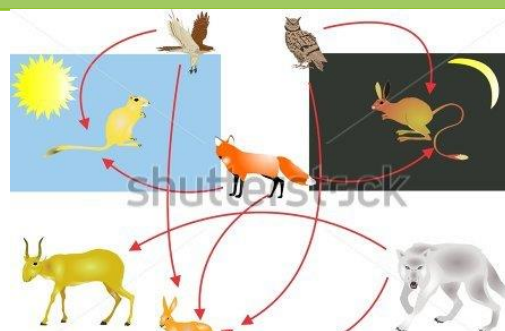


etap procedowania: etap oceny merytorycznej,

projekt w 95% dofinansowany z NFOŚiGW,

okres realizacji: listopad 2018r. - marzec 2021r.,

kwota dotacji projektu - 2 997 877 zł.



Projekt: „Ogólnospołeczna kampania przyrodnicza”



**DZIAŁANIA
INFORMACYJNE**



**KAMPAKIA
EDUKACYJNO -
EKOLOGICZNA**



ZADANIA W PROJEKCIE:



► broszury informacyjne:

" Jak zachować się w lesie?„

"Czym zajmują się myśliwi?„

„Kolizje drogowe - jak postępować?”

„Szkody łowieckie”

„Bioasekuracja wśród myśliwych i rolników”

„Choroby odzwierzęce”



Projekty ze środków unijnych:

1. Projekt pt: „Czynna ochrona kuropatwy *Perdix perdix* w ekosystemach rolniczych centralnej Polski”



etap procedowania: 8 czerwca 2018r. złożony do Centrum Koordynacji Projektów Środowiskowych z programu operacyjnego „Infrastruktura i Środowisko”,

czas trwania: 1 kwiecień 2019 r. - 31 marzec 2021 r.,

kwota przedsięwzięcia: 3 260 000 zł, dofinansowany ze środków UE w 85%,

kwota dofinansowania UE: 2 771 000 zł,

obszar projektu: województwo wielkopolskie i kujawsko-pomorskie



Główne zadania w projekcie:

Monitoring
populacji
kuropatwy

Redukcja
drapieżników
(lis, jenot,
szop, norka)

Poprawa
warunków
bytowania
kuropatw

Reintrodukcja
kuropatw do
środowiska
naturalnego



2. Projekt pt: „Myśliwi dla ochrony bioróżnorodności” - ‘Hunters for the biodiversity conservation’



etap procedowania: 14 czerwca 2018 r. the proposal LIFE18 GIE/PL/000905 złożony do Komisji Europejskiej z programu operacyjnego „LIFE ”,

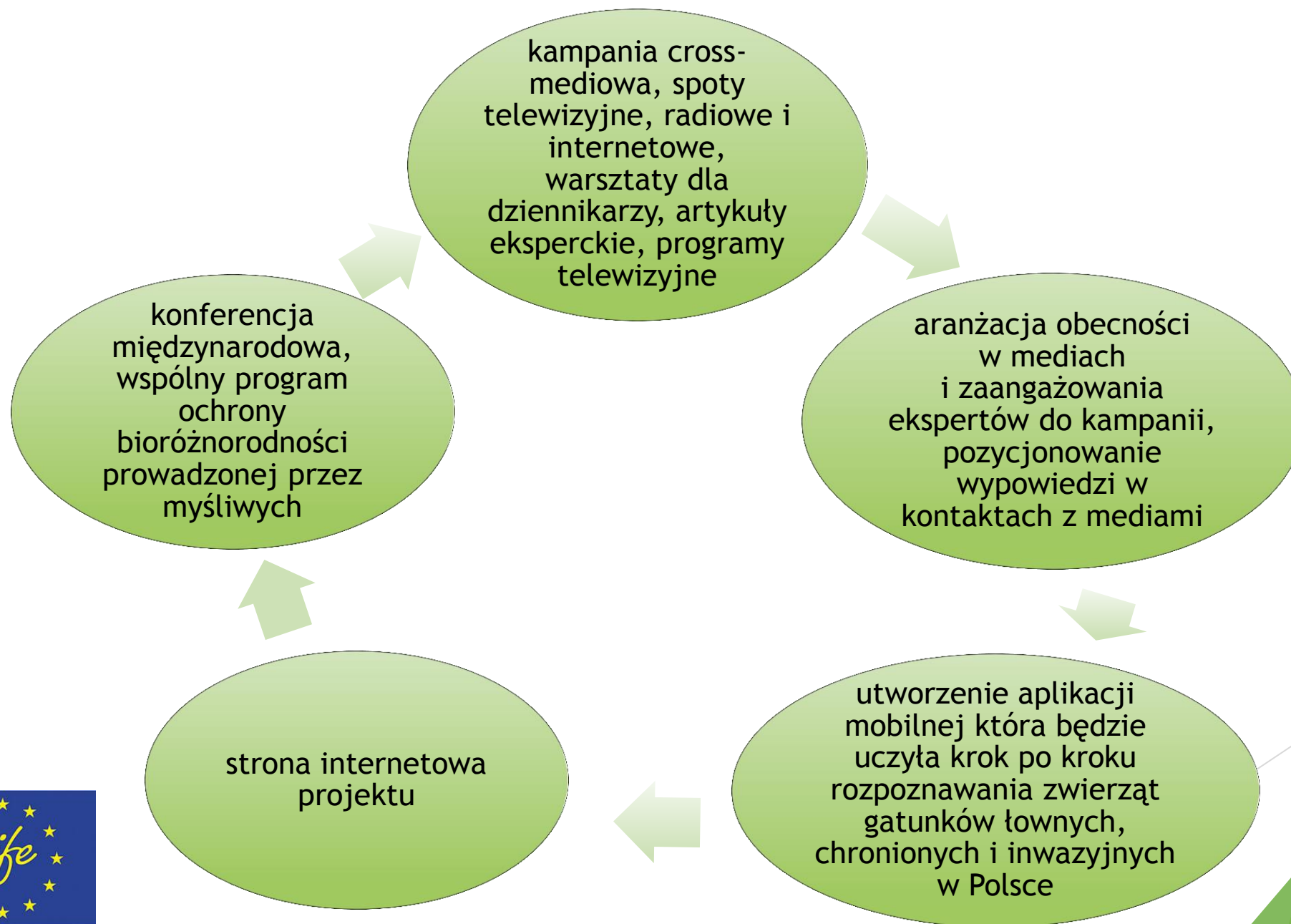
czas trwania: 1 październik 2019r. - 30 wrzesień 2021r.,

kwota przedsięwzięcia: 4 500 000 zł, dofinansowany ze środków UE w 65 %, do 20 % z NFOŚiGW + wkład własny

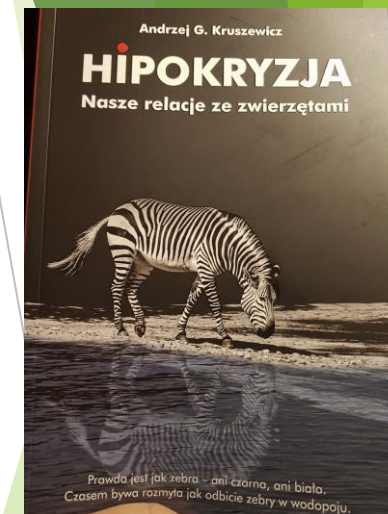
obszar projektu: ogólnopolski



Główne zadania w projekcie:



STRATEGIA PROMUJĄCA ŁOWIECTWO



GRUPA DOCELOWA

GRUPA BEZPOŚREDNIA:

○ Grupa odbiorców zewnętrznych:

- Osoby, które mają kontakt i wspólne cele z PZŁ (np. rolnicy, leśnicy)
- Osoby które o PZŁ i łowiectwie wiedzą mało lub mają wyrobioną złą opinię na temat łowiectwa, osoby działające na niekorzyść PZŁ (robiący tzw. „czarny PR”)

• Członkowie PZŁ

GRUPA POŚREDNIA:

- **media:** branżowe (łowiectwo), rolnicze, ogólnotematyczne, poradnikowe [druk, internet, radio, TV]
- **fora i opinie** (branżowe, rolnicze, poradnikowe)



ANALIZA PZŁ - PUNKT WYJŚCIA

- ▶ Bardzo **mało informacji na temat działalności PZŁ** w mediach branżowych i innych inicjowanych przez PZŁ
- ▶ **Brak aktualnych informacji o „dobrych praktykach” PZŁ** np. stałe rubryki w mediach, *case study*, kierunki działań itp.
- ▶ **Mało aktywna obecność PZŁ** w odniesieniu do aktualnych wydarzeń i planowanych zmian
- ▶ **Przykładowe tematy dobrych praktyk:**
 - ▶ **Dobra współpraca z rolnikami** -> lokalnie znane przykłady ale brak nagłośnienia ogólnopolskiego
 - ▶ **Myśliwi pomagają** -> lokalnie znane przykłady ale **brak nagłośnienia ogólnopolskiego**



KOLEJNY AMBULANS UFUNDOWANY PRZEZ MYŚLIWYCH
BĘDZIE RATOWAŁ LUDZI
www.pzlow.pl



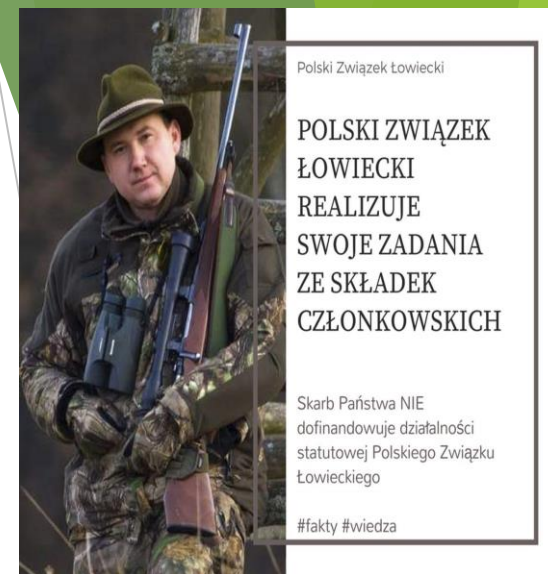
CELE PROPONOWANYCH DZIAŁAŃ

- Poprawa rozpoznawalności PZŁ poza strukturami związku
- Prezentowanie pozytywnych praktyk PZŁ (wewnątrz oraz w mediach)
- Edukowanie i wyznaczanie właściwych kierunków łowieckich
- Promowanie dobrych działań PZŁ z różnych regionów na skalę całego kraju
- Stała obecność w mediach branżowych i ogólnotematycznych
- Promowanie pozytywnych praktyk na forach i opiniach branżowych
- Poprawa wewnętrznej komunikacji – do członków PZŁ



KIERUNKI DZIAŁAŃ

- **INICJOWANIE** nowych tematów związanych z łowiectwem w mediach np. ABC ŁOWIECTWA, walka z kłusownictwem, łowiectwo a gospodarka narodowa
- **PROPONOWANIE** dobrych praktyk łowieckich dopasowanych do kalendarza polowań
- **REAGOWANIE** na aktualne wydarzenia związane z łowiectwem i proponowanie swojego eksperta oraz komentarza w mediach
- **STAŁA OBECNOŚĆ w mediach** (rubryki w mediach branżowych oraz w mediach regionalnych i ogólnotematycznych)
- **EKSPERT** – wypromowanie w mediach eksperta PZŁ



DZIAŁANIA:

► 1. STAŁA OBECNOŚĆ W MEDIACH:

Branża – przykładowe media:

- Łowiec Polski
- Sezon
- Brać Łowiecka
- Pasje
- Gazeta Łowiecka
- braclowiecka.pl
- Magazyn Łowiecki Knieja (kanał YouTube)
- dziennik.lowiecki.pl
- TVDarzBor (darzbortv.pl, kanał YouTube, TVR)
- Poradnik Łowiecki
- łowiecki.pl



Pokazanie dobrych praktyk, inicjowanie nowych tematów PZŁ

MEDIA ROLNICZE– przykładowe:

- AGRO Polska
- Wieści Rolnicze
- Agrofakt
- AgroSerwis
- Poradnik Rolnika
- Pierwszy portal Rolniczy
- Agrofakt
- Gosodarz.pl
- Dlafarmera.pl
- Rolonictwo.com.pl
- Farmer

MEDIA OGÓLNOTEMATYCZNE, PORADNIKOWE, LOKALNE – przykładowe:

- Rzeczpospolita.pl
- Onet.pl
- Wp.pl
- Naszemiasto.pl
- Polskathetimes.pl
- Polskie Radio
- PAP
- Gazetaprawna.pl
- Wyborcza.pl
- Dziennik.pl



Przykładowe tematy, które mogą pojawić w wybranych mediach:

- ▶ Szkody łowieckie - jak to rozliczyć ? - Radzą eksperci z PZŁ (media rolnicze, regionalne)
- ▶ Walka z kłusownictwem- jak to robić, co można, jak to robią członkowie PZŁ (media ogólnotematyczne, branżowe)
- ▶ Kalendarz polowań - Co to takiego? Zagrożenia i cenne wsparcie dla mieszkańców z okolic lasów (regionalne, branżowe)
- ▶ Zwierzęta pod ochroną - dlaczego warto zwrócić na nie uwagę, jak zabezpieczyć się przed zwierzyną - poradnik dla przeciętnego obywatela (media regionalne)
- ▶ Dlaczego łowiectwo wywołuje w Polsce histerię? - radzą eksperci PZŁ (media ogólnotematyczne, regionalne)
- ▶ Kolizje drogowe z udziałem dzikich zwierząt - radzą eksperci PZŁ (media ogólnotematyczne, regionalne)
- ▶ Dziczyzna - niedoceniona królowa polskich dań



STAŁA OBECNOŚĆ NA FORACH:

- ▶ Moderacja branżowych list dyskusyjnych
- ▶ Inicjowanie nowych tematów
- ▶ Pozycjonowanie pozytywnych opinii o PZŁ
- ▶ Depozycjonowanie negatywnych opinii
- ▶ Promowanie pozytywnych praktyk PZŁ
- ▶ Monitorowanie i raportowanie
- ▶ Opracowanie aktualnych i aktywnych tematów na forach



Poprawa komunikacji wewnętrznej:

- ▶ Wzmocnienie komunikacji wewnętrznej dla członków PZŁ:
- ▶ Newslettery - opracowanie newsletterów do członków PZŁ i regularne wysyłki
- ▶ media społecznościowe - prowadzenie kanałów w mediach społecznościowych
- ▶ aktualności na www (regularne newsy na www)
- ▶ współpraca z regionalnymi kołami łowieckimi
- ▶ opracowanie materiałów graficznych

SZKOLENIA DLA MYŚLIWYCH:

- ▶ szkolenia z etyki w internecie,
- ▶ prezentowania zdjęć z łowiectwa
- ▶ wypowiedzi na forach,
- ▶ dobrych praktyk



PROMOCJA DZICZYZNY

**DZICZYZNA - NIEDOCENIONA
KRÓLOWA MIĘS**

**TYLKO
108 kcal /100g**

1,5 - 2,5 % tłuszczu
aminokwasy egzogenne
witaminy: magnez, fosfor,
wapń, żelazo, B2,B5,B6
i minerały, aminokwasy,
wolna od antybiotyków

Zwierzyna - odnawialny zasób środowiska przyrodniczego

Dziczyzna:

- mięso o znakomitych walorach smakowych,
- skrajnie mała zawartość tłuszczu (mniej niż w oskórowanej piersi kurczaka, pięć razy mniej niż w tradycyjnej wołowinie),
- skrajnie mała zawartość kalorii (100 kcal mniej niż w 100 g wołowiny),
- bardzo dużo białka o korzystnym składzie,
- dużo cynku,
- mało cholesterolu,
- więcej łatwo przyswajalnego żelaza niż w jakimkolwiek czerwonym mięsie,
- zawartość kwasów tłuszczowych OMEGA 3, znajdujących zazwyczaj tylko w rybach
- wg najnowszych badań niemieckich spożycie 1 kg ziemniaków wiąże się ze spożycie 6 miligramów ołowiu, a 1 kilograma dziczyzny wiąże się ze spożycie 0,04 miligrama ołowiu.



► Według danych GUS roczna konsumpcja na 1 mieszkańca :

dziczyzny nie przekracza 10 dag rocznie

wołowiny ok. 1,2 kg.

wieprzowiny 41 kg

drobiu 27 kg

Całkowita produkcja dziczyzny w Polsce w sezonie 2016/2017 wyniosła

ok. 14-16 tys. ton.

Na użytek własny myśliwy kupili w kołach łowieckich ok. 30 % dziczyzny.

Należy dążyć do bardziej intensywnej promocji mięsa i wyrobów dziczyzny w społeczeństwie, promować właściwe nawyki żywieniowe oraz tradycyjną polską żywność.



- ▶ **Na obecny rynek dziczyzny w Polsce wpływa wiele czynników, m.in.:**
- ▶ – brak tradycji oraz nawyków żywieniowych w zakresie spożywania dziczyzny skutecznie ogranicza krajowy rynek tego produktu;
- ▶ – udział produkcji dziczyzny stanowi mały odsetek w ogólnej produkcji mięsa na rynku światowym (0,65%), europejskim (0,24%) i krajowym (0,30%);
- ▶ – z uwagi na udział w rynku, dziczyzna nie stanowi konkurencji dla mięsa wieprzowego czy drobiowego, jednak ze względu na swoje walory odżywcze i zdrowotne oraz zmieniającą się świadomość konsumentów może stać się surowcem alternatywnym w porównaniu z mięsem zwierząt gospodarskich, szczególnie żywionych w sposób intensywny;
- ▶ – na krajowy rynek dziczyzny niekorzystny wpływ ma wysoki kurs euro, po którym towar sprzedawany jest na rynki zachodnie, co skutkuje wysoką rynkową ceną produktu końcowego;
- ▶ – tusze zwierząt łownych charakteryzują się mniejszą wydajnością rzeźną od zwierząt gospodarskich, z uwagi na wysokość ceny skupu oraz duże koszty produkcji mięso oraz wyroby zwierzyny w sklepie osiągają bardzo wysokie ceny.



DZIĘKUJĘ ZA UWAGĘ

Katarzyna Sikora
Dyrektor Biura Promocji i Projektów
Zarządu Głównego Polskiego Związku Łowieckiego
E-mail: k.sikora@pzlow.pl
Tel. 509 170 389
Polski Związek Łowiecki
ul. Nowy Świat 35, 00-029 Warszawa
www.pzlow.pl

