



Brussels, 1st February 2024

How to switch Poles to eating organic?

**SWITCH TO ORGANIC
LOOK FOR EURO LEAF 2022-2024**

2 year campaign in Poland submitted
in the topic: AGRIP-SIMPLE-2021-IM-ORGANIC

KRYSTYNA RADKOWSKA President of the Chamber

PIŻE – Polish Chamber of Organic Food

- self-government organization with the status of a chamber of commerce
- established in 2017
- brings together farmers, producers, processors and sellers of UE certified organic food
- 96 members representing ca. 60% of the value of marketable production in the Polish organic sector
- our mission is to educate on EU organic production methods and its merits to the public, and thus foster growth of organic farmland, production and consumption

About our organization

Organic market in Poland in numbers

Almost **22k organic producers** in Poland (over 19k are farmers) – growing by 7-8% for past few years.

549,4 thousand ha of organic farmland (only 3,7% of total agricultural land in the country).

Share of organic in the food basket in Poland – **0,5% - 0,6%**.

Great **increase of the organic market** during the pandemic (**by €310 million**), followed by a major **slowdown in 2022** (war in Ukraine and its economic consequences).

Low **organic consumption per capita** in Poland – **9 euro** (vs EU average over 100 EUR).



Organic market in Poland in numbers

5 main channels to sell organic food in Poland:

- retail chains (super/hyper markets, discounters, convenience chains) – ca. 4K POS that account for 50-60% of organic sales (NielsenIQ)
- organic stores and specialized healthy food shops – ca. 850 POS
- traditional grocery (small retail)
- e-grocery (among which there are 150 specialized organic online stores) – ca. 15-20% of organic sales (PIŻE)
- bazaars

Private labels account for **39%** of organic products in retail chains (NielsenIQ).

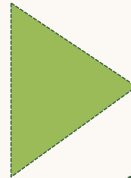
Greatest value of single organic food purchase is generated in organic / healthy food stores - **€16 per single purchase.**



How Poles perceive organic food and EU organic label?

According to **Eurobarometer of 2022** Poles are very much aware of the EU organic quality scheme and what organic food is about:

- for **84% of Poles, it is important** that a product is **labelled to guarantee its quality** (80% EU average)
- **Euro Leaf is recognized by 70% of Poles** (EU average is 61%)
- Poles are aware that organic food is produced:
 - ✓ with restrictions on use of pesticides & fertilizers – **85%**
 - ✓ with respect for the environment – **87%**
 - ✓ with respect for animal welfare – **86%**
- ✓ **84%** believe that it is **better quality** than ordinary products



Before starting the campaign in 2022 we conducted a **survey** on a population-based sample of Poles aged 18+ and its results were not that optimistic:

- **36,3%** declare they **buy organic food**
- most important advantages of organic food mentioned:
 - ✓ naturalness, lack of “chemicals” – **47%**
 - ✓ healthier than conventional – **29,5%**
 - ✓ good for the environment – **26,5%**
 - ✓ higher quality than ordinary products – **20%**
- the main **reason NOT to buy** organic is the price – **59%**
- too high price of organic food is a main barrier to purchase more organic for **84%**
- as the way to recognize organic products only **48,6%** **indicate Euro Leaf on the label**
- for **39%** organic is **“bought straight from a farm”**

Eurobarometer results make us optimistic, but they do not translate into purchase intention, as the price of organic products is too high a barrier. The high recognition of the Euro Leaf does not go with the belief that it is the only label indicating a certified organic product and does not indicate the level of trust in Euro Leaf.

Challenges we faced

Key objective: increase consumer demand for organic products

- to motivate farmers to convert to organic production
- to bring Poland closer to reach Farm-to-Fork Strategy goals (25% of farmland to be organic by 2030)

And to reach this objective we had to:

1. build trust in EU organic farming scheme labelled with Euro Leaf as the only one that guarantees quality organic certified products
2. translate values of the EU organic quality scheme into meaningful consumer benefits to minimize the price barrier to purchase organic products.

Target audiences of our campaign

1. CONSUMERS

Two group of consumers – younger ACTIVISTS, key audience for sustainable products and services. Mostly **Gen-Z** generation, urban inhabitants, high percentage of vegans, vegetarians and flexitarians. Older **PRAGMATISTS and CONTRIBUTORS**, mainly from **Millenials** generation, eager to pay more for sustainable and ethical products. Aware but more pragmatic in their actions.

2. OPINION LEADERS

Media, influencers (nutritionists, dieticians, zero waste freaks), academic circles

3. ORGANIC FARMERS & PRODUCERS



Creative Idea of our campaign



There are many reasons to switch to organic products ... because of their taste (better and fuller), for the planet, or for love, to keep safe the ones you love.



Media & Communication Tools

Digital:

1. Landing page
2. SEO content
3. Google ads
4. Native advertising
5. Video content marketing

ATL advertising:

1. Outdoor campaign
2. TV placement

Social Media:

1. Facebook
2. Instagram
3. Influencer marketing (Instagram)

Public Relations:

1. Opening press conference
2. Press releases
3. Media alert
4. Video press releases

B2B events:

1. BIO Expo trade fairs
2. Organic Forum

B2C events

Landing page + SEO + Google ads

Campaign landing page www.przestawsienaeko.eu works as a primary source of knowledge about EU organic quality scheme, organic farming, organic shopping, scientific data about organic products, organic labelling etc.

It's designed for all target groups of the campaign.

We add new SEO articles every month to provide better positioning in Google.

There is an ongoing Google ads campaign with 3M views and 50K landing page visitors and 1,9 M PV.

LP currently has almost 60 SEO articles, updates on campaign activities, video content with interviews and events.



Public Relations



- 1. Opening press conference** (streaming online): „Are we ready to switch to organic food?”
 - ✓ with organic market experts
 - ✓ market data and consumer survey presentation
 - ✓ 72 journalists attending
 - ✓ 5,6K views on social media
- 2. Press releases and video releases**
 - ✓ content focused on how to identify organic food, what the Euro Leaf stands for
 - ✓ explaining myths about organic food
 - ✓ explaining merits of organic farming
 - ✓ how to switch to organic step by step
 - ✓ how not to be fooled by greenwashing labels
 - ✓ expert positioning

Press Office

Media coverage so far: over 852 free publications in media (internet, press, TV, radio) with advertising equivalent of ca. 673.000 euro



PRZESTAW SIĘ NA EKO

Czy pokolenie Z jest przyszłością rynku eko w Polsce?

4/11/2024, 10:00 AM

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?

27 września 2023

„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 (nie)ekologicznie pole podczas



PRZESTAW SIĘ NA EKO

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

24 października 2023

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.

PRZESTAW SIĘ NA EKO

Jak rolnictwo ekologiczne zapobiega zmianom klimatu?

Rekordzie emisji gazów cieplarnianych, które w najbliższym okresie przysięgają się do wzrostu średnich temperatur.

Mniejsza emisja dwutlenku węgla do atmosfery oraz większe wyczerpanie zasobów chłodziwczymy dla rolnictwa ekologicznego mogą zmniejszyć emisję gazów cieplarnianych do 2025 r. Źródło: EURLAC 2012

Wybory ekologiczne pomagają zmniejszyć emisję gazów cieplarnianych i zapobiegają zmianom klimatycznym.

Rolnictwo ekologiczne ogranicza użycie powierzchniowej energii (zwiększa efektywność nawożenia) i ten sposób emisji gęsto i zapobiegają zmianom klimatycznym. Źródło: EURLAC 2012

Chwyt ekologiczny i zrównoważony, pomagający na rozwój Farmy i Farma.

Grudniowa ekologiczna emisja to ok. 40-72 proc. więcej emisji, porównywalnych z ok. 20 proc. więcej gazów cieplarnianych Farmy niż produkcja konwencjonalna. Źródło: EURLAC 2012

Hiszpanie coraz częściej wybierają żywność ekologiczną i zrównoważoną, stawiającą na dobrostan zwierząt i środowiska.

Wzrosty produkcji ekologicznej w Hiszpanii w 2023 r. wyniosły 10,4% w porównaniu z 10,1% w 2022 r. Źródło: EURLAC 2023

W Polsce żywność ekologiczną wybierają najczęściej osoby z wyższym wykształceniem i mieszkańcy miast.

Źródło: EURLAC 2023

CO₂ -35%

+30% **+50%**

Chcesz paszylki, które odpowiadają za zaplanowanie 1/2 wszystkich upraw rolniczych?

Rolnictwo ekologiczne ogranicza emisję gazów cieplarnianych, które w najbliższym okresie przysięgają się do wzrostu średnich temperatur. Źródło: EURLAC 2012

Wielki Instytut Makroekonomiczny Związku, Drzewi Kłosa (PCC) i 1/3 rolnictwa ekologicznego pomagają zmniejszyć emisję gazów cieplarnianych i zapobiegają zmianom klimatycznym.

Źródło: EURLAC 2012

Wspieraj ekologiczne rolnictwo, pomagając zmniejszyć emisję gazów cieplarnianych i zapobiegając zmianom klimatycznym.

Źródło: EURLAC 2012

ENJOY IT'S FROM EUROPE

piże **Europejski Fundusz Rolniczy** **Dofinansowane przez Unię Europejską**

Przestaw się na eko – szukaj Euroliścia! to kampania edukacyjna, realizowana przez Polską Biuro Biologiczne, której celem jest budowanie świadomości społeczeństwa w zakresie żywności ekologicznej i zrównoważonej. Dzięki jej realizacji zwiększamy wiedzę i świadomość Polaków na temat żywności ekologicznej i zrównoważonej. Dzięki temu możemy przyczynić się do rozwoju polskiego rolnictwa ekologicznego i zrównoważonego. Więcej informacji znajdziesz na stronie www.przestaw-sie-na-eko.pl lub poprzez kontakt z nami. Źródło: EURLAC 2023

Outdoor campaign



One month campaign in the first year of the program.

Top locations in 8 biggest cities in Poland, close to stores with organic food.

Frontlight formats of 6x3 m, 3 layouts used.

Over **40 million contacts** (based on Outdoor Track data).

Facebook & Instagram



Facebook fanpage:

<https://www.facebook.com/przestaw.sie.na.eko>

Over 9K page likes

Instagram profile:

https://www.instagram.com/przestaw_sie_na_eko/

Over 4K followers

Both promoted with social ads.

Total reach of content: 5,1 million users.

Note:

For Polish internet users organic farming is not a neutral topic. We have to deal with critical opinions from animal activists when it comes to organic eggs, dairy or meat. As well as from „organic denialists” who think organic is a brainwashing, not worth to pay more.



Influencer marketing - Instagram

Target group:

Younger consumer group (Gen-Z)

Influencers:

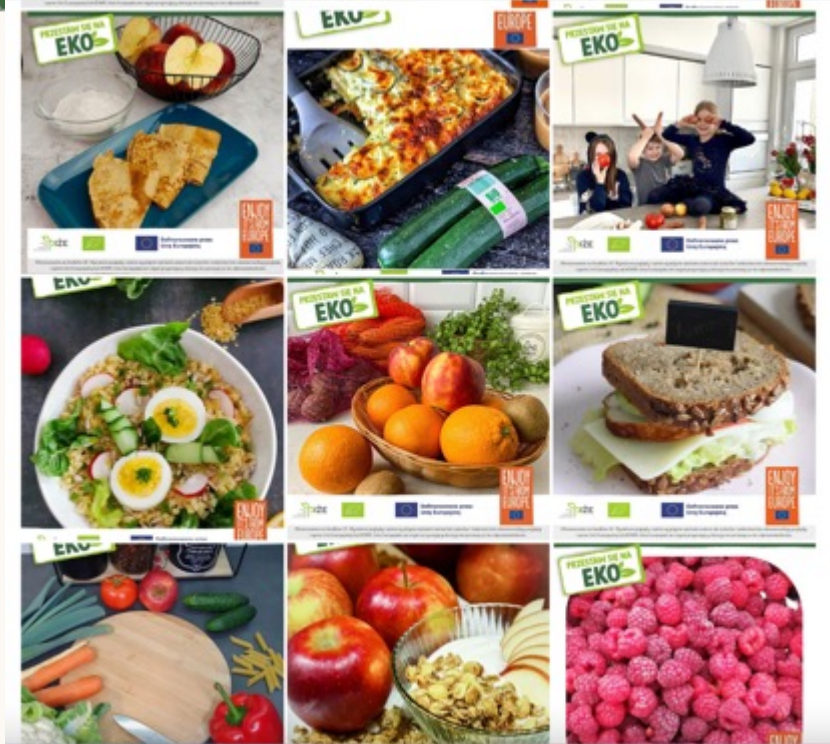
- 50 Instagramers up to 25K followers
- Profile: organic / eco freaks, zero waste promoters, nutritionists, dieticians

Task:

- One post, 3 instastories
- 3 topics to choose from:
 1. *How to identify organic food*
 2. *How to include organic products into a daily diet*
 3. *Key facts on EU organic farming*



Influencer marketing - Instagram



Results:

- Effective reach: 1,27 milion
- After follow reach: 2,8 milion
- Interactions: 17K
- Reach from campaign hashtags: 11K

Native advertising

medonet ZYWIENIE

DIETY ODCHUDZANIE SKŁADNIKI ODŻYWCZE ZDROWIE ODŻYWIENIE PRODUKTY SPOŻYWCZE

Narodowy Test Żywności Polaków zdemaskował nasze błędy żywieniowe!

Jego niedobór wpływa na ciążę

Dieta nie musi być nudna - sprawdź, która pasuje do ciebie [QUIZ]

Fleksitarianizm - moda czy konieczność?

Tylko co 8 z nas codziennie zjada warzywa i owoce. Jak nauczyć się jeść ich więcej?

Bądź eko - Bezy się kładła kropka. Jak dbać o ekologię, nie zapominając o zdrowiu?

Osłom błędów, przez które żywność w twojej lodówce psuje się za szybko

Rosół kolagenowy to piątko złoto. Pomaga na stawy, jelita i wątrobę

Zasady zdrowego odchudzania. Co jeść, żeby schudnąć?

NUTRI-SCORE
ABCDE
Nutri score - wybieraj świadomie

onet KOBIETA

Material reklamowy na zlecenie marki

TO RÓWNIEŻ CIĘ ZAINTERESUJE

Lisa Marie Presley kochała córkę nad życie. Kim jest Riley Keough?

Codziennie wrzucał 5 zł do słoika. Tyle zbierał w półtora roku

Julia Roberts nie jest tym, za kogo się uważała. Poznała prawdę przed kamerami

Tematy: Żywność, Bio, Organic

NAJPOPULARNIEJSZE DZIŚ W ON LINE

Widzi taki symbol na żywności? Wyjaśniamy, co oznacza

Dzień z dawno XIX-wiecznych polskich chłopców. Relacja większego gwiazdki

Córka Presleya z Jacksonem szokowali. Grozi, gdy nie chciała dzieci

onet

Google SZUKAJ

REKLAMA

eobuwie.pl
mamy miliony par i tę, której szukasz!
SPRAWDZ

2023/02/25 13:14:11

Niebezpieczny manewr policjantki. Mogło dojść do tragedii [FILM]

NETFLIX

Netflix jest za drogi dla Polaków? Ludzie przechodzą do konkurencji

Orki "Port" i "Sterburta" zagryzły 17 ofiar. Karmi się wątroбами

Hitowa wymiana między Liverpoolem a Milanem? Leao może wyładować w Anglii

Google SZUKAJ

MATERIAŁ PROMOCYJNY

Czy warto płacić więcej za "eko"? Sprawdziłmy

Native articles with display promotion in one of the top horizontal portals.
91.000 UU, 150.000 PV.

Video Content Marketing – Onet 100'

onet ZDROWIE

NAJWAŻNIEJSZE RODZINA URODA MODA DOM PREMIUM GOTOWANIE ZDRO
KOBIETA ZDROWIE Profilaktyka Psychologia Fitness Seks Diety BMI Życie i zdrowie Kobiect

Jak się żyje zwierzętom w chowie ekologicznym?

EKO Przystaw się na eko – szukaj Euroliścia
Materiał reklamowy na zlecenie marki

JAK SIĘ ŻYJE ZWIERZĘTOM W EKOHODOWLI?

Przebieg Getty Images

Krowy, kury, świnię i inne zwierzęta żyjące w gospodarstwach ekologicznych mają zapewnione warunki zgodne z wymogami w zakresie dobrostanu zwierząt. Oznacza to między innymi, że korzystają z dostępu do pastwisk i uśmierdów o odpowiednich umiarach oraz otrzymują nasze bez dodatków syntetycznych

<https://kobieta.onet.pl/zdrowie/jak-sie-zyje-zwierzetom-w-chowie-ekologicznym/zv2w56y>

onet ZDROWIE

NAJWAŻNIEJSZE RODZINA URODA MODA DOM PREMIUM GOTOWANIE ZDRO
KOBIETA ZDROWIE Profilaktyka Psychologia Fitness Seks Diety BMI Życie i zdrowie Kobiect

Jak produkcja ekożywności wpływa na naszą planetę?

EKO Przystaw się na eko – szukaj Euroliścia
Materiał reklamowy na zlecenie marki

JAK PRODUKCJA EKOŻYWNOSCI WPŁYWA NA NASZĄ PLANETĘ?

00:19 01:47

Coraz więcej ludzi uświadamia sobie, że żywność ekologiczna może przynieść korzyści środowisku

<https://kobieta.onet.pl/zdrowie/jak-produkcja-ekozywnosci-wplywa-na-nasza-planete/49p9110>

onet ZDROWIE

NAJWAŻNIEJSZE RODZINA URODA MODA DOM PREMIUM GOTOWANIE ZDRO
KOBIETA ZDROWIE Profilaktyka Psychologia Fitness Seks Diety BMI Życie i zdrowie Kobiect

Czym jest żywność ekologiczna?

EKO Przystaw się na eko – szukaj Euroliścia
Materiał reklamowy na zlecenie marki

CZYM JEST ŻYWNOSĆ EKOLOGICZNA?

00:20 01:43

Produkt ekologiczny, czyli taki, który wytwarzany jest w systemie rolnictwa ekologicznego, musi spełniać szereg ścisłych wymagań. Przy uprawie warzyw i owoców nie mogą być stosowane sztuczne środki ochrony

<https://kobieta.onet.pl/zdrowie/czym-jest-zywnosc-ekologiczna/t8xlwms>

384K video views

B2C Events

National Sports Day 2022, 2023

National Sports Day is a big event in Warsaw, once a year to celebrate active lifestyle, healthy diet and physical activity for the whole family.

The campaign was present at the event twice, with its own booth, cooking area, playground, workshop facilities.

Number of visitors at the campaign booth: 2.000



B2B Events

TRADE FAIRS

BIO EXPO organic food fairs, the biggest in Poland and central-easter Europe. Held once a year close to Warsaw.

The campaign was a partner of the event:

- with a front booth
- area for cooking shows with organic products
- sampling area
- experts area

2.000 participants.

POLISH ORGANIC FOOD FORUM

The only B2B forum/congress on the organic market in Poland, organised by PIŻE.

- dedicated to farmers, producers, processors and retailers of organic products
- 3 days of presentations and panel discussions with academics, market practitioners, regulators and other experts from Poland and Europe.

3.000 participants



Overall Results

The campaign is still ongoing so the final results will be measured in 2 months

However we already observe very positive outcomes:

1. After a major slowdown in 2022, **the organic market definitely rebounded in 2023 and we finally have increase** in sales
2. Consumer survey after 1st year of the program showed **improvement by a few percentage points**
3. Our organization has become much stronger, is **recognized as a market expert**
4. Media are much **more eager to talk about organic product** and EU organic farming scheme and we observe more coverage initiated by journalists themselves.



Thank you!



Krystyna Radkowska
President of the Board

 **+48 501104087**

 **zarzad@pize.info.pl**