



DOCEŃ DOBRE

Numer 5/2016



wiadomości

Kwartalnik Programu Promocyjnego „Doceń polskie”

BEZPŁATNY
KWARTALNIK
lipiec 2016

ISSN 2449-8793

wywiad numeru

Cel jest niezmienny



Z Dyrektorem Handlowym ZM NETTER - Ryszardem
Susołem rozmawia Katarzyna Salomon

DOCEŃ POLSKIE: Aż cztery wyroby oferowane przez ZM NETTER, a mianowicie: kielbasa krakowska z kresów, polędwica podsuszana, boczek podsuszany z czosnkiem oraz kielbasa polska dojrzewająca mogą poszczycić się najwyższymi laurami Programu Promocyjnego „Doceń polskie” - TOP PRODUKT. Proszę powiedzieć, czy nagrodzone produkty są również tymi, które są najczęściej wybierane przez Waszych klientów?

Kielbasa krakowska z kresów i kielbasa polska dojrzewająca to produkty ze znaczącą już historią, od lat pozostające w centrum zainteresowania naszych klientów zarówno w kraju, jak i za granicą. Wyroby podsuszane natomiast, to stosunkowo nowe produkty, których sprzedaż rozwija się bardzo dynamicznie i mogę powiedzieć to z całym przekonaniem, że niebawem dołączą do TOP 10 produktów ZM Netter.



DP: Czy można powiedzieć, że zdobycie znaku w jakiś sposób wpłynęło na wzrost sprzedaży wyróżnionych produktów?

Każde wyróżnienie, nagroda czy też wysoka lokata w prestiżowych konkursach wydatnie wpływają na poziom sprzedaży produktu, promocję i rozpoznawalność marki. Tak dzieje się również i w naszym przypadku. Co prawda od momentu certyfikacji upłynęło niewiele czasu, ale sprzedaż wyróżnionych wyrobów zdecydowanie się zwiększyła, a wręcz ewenementem jest boczek podsuszany, gdzie progresja wyniosła ponad 360% w odniesieniu do średniej miesięcznej z I kwartału br.

DP: W jaki sposób podkreślać swój sukces i jakie działania promocyjne prowadzić w związku ze zdobyciem Godła Promocyjnego „Doceń polskie” - TOP PRODUKT?



Godło „Doceń polskie” umieszczamy na opakowaniach i etykietach ozdobnych certyfikowanych produktów, a także na związanych z tymi produktami materiałach reklamowych firmy. W przygotowaniu jest ponadto poważny projekt reklamowy w mediach krajowych, gdzie również będziemy chcieli wykorzystać przyznany laur.

DP: Proszę przedstawić plany firmy na najbliższą przyszłość. Jakimi nowymi asortymentami zamierzacie oczarować swoich klientów?

Cel, który determinuje plany i działania firmy pozostaje niezmienny. To produkcja zdrowej, bezpiecznej i smacznej żywności. Nasz zakład znajduje się na Podlasiu, a więc w bardzo ekologicznym i zielonym obszarze, gdzie dominują wędliny tradycyjne, produkowane w oparciu o stare, przekazywane z pokolenia na pokolenie receptury. ZM Netter stara się również korzystać z tej skarbnicy wiedzy, stąd poczesne miejsce w naszej ofercie zajmują wyroby tego rodzaju - w tym między innymi seria „Biesiada Staropolska”. Staramy się wytwarzać produkty właściwe tylko dla nas, inne niż konkurencja, stąd też hit ostatnich miesięcy - kiszka mięsna wileńska, a najbliższy projekt to grupa produktowa „Smaki Wschodu”.

DP: I ostatnie pytanie - czy, według Pana, inicjatywy takie jak Program Promocyjny „Doceń polskie” są potrzebne polskim konsumentom i producentom, i dlaczego?

Programy rodzaju „Doceń polskie” poprzez to, że jako kryterium oceny przyjmują jakość, smak, oryginalność wyrobu, ułatwiają klientowi dokonanie właściwych wyborów, kształtują w znacznym stopniu jego świadomość w zakresie zdrowego żywienia. Dla producenta z kolei to poważna satysfakcja, a także duże wsparcie w działaniach biznesowych.

Dziękuję za rozmowę.

Pomysły na promocję można czerpać z... kalendarza

Dzień Ojca, Dzień Matki, Dzień Kobiet, czy Dzień Dziecka na stałe zapisały się w świadomości konsumentów. Te specjalne okazje umożliwiają budowanie działań promocyjnych określonych produktów. Podobne efekty można osiągnąć dzięki kulinarnym „świętom” takim jak Dzień Czekolady, Dzień Mleka czy Dzień Makaronu. Informacje na ich temat można z łatwością znaleźć w Internecie (wystarczy poszukać kalendarza nietypowych/zabawnych świąt). Nie trzeba kosztownych i skomplikowanych zabiegów, by dzięki tym wydarzeniom zwrócić uwagę kupujących na produkt z asortymentu danej firmy. W zależności od stopnia zaangażowania, można przygotować wpis w mediach społecznościowych, ogłosić konkurs, zaproponować specjalny przepis lub zachęcić do zabawy związanej z kulinariami i określoną okazją. W ten sposób producent eksponuje konkretny produkt, a jednocześnie inspirowanie do działania.

25 sierpnia obchodzić będziemy Dzień polskiej żywności. „Święto”, którego inicjatorami są twórcy programu „Doceń polskie”, pozwala promować różnorodne produkty rodzimych firm. Już teraz można przygotować się do wspólnego obchodzenia tego wyjątkowego wydarzenia. Zainteresowanie, jakim cieszyły się poprzednie trzy edycje Dnia polskiej żywności udowadnia, że naprawdę warto!



Anna Koza,
specjalista
ds. public relations,
Agencja Adventure Media

XXI certyfikacja „Doceń polskie” już 27 lipca w Czeladzi!

Dołącz do preżirowego grona
wyróżnionych producentów.
Wypełnij załączony formularz
(lub pobierz z www.docenpolskie.pl)
i wyślij na kontakt@docenpolskie.pl

Więcej szczegółów:
www.blog.docenpolskie.pl





Docień polskie w pigułce

Dla kogo i po co?

Program „Docień polskie” ma na celu promocję wysokiej jakości produktów dostępnych na polskim rynku oraz posiadających „polski akcent”. Skierowany jest do producentów dóbr konsumpcyjnych ze szczególnym naciskiem na produkty FMCG (produkty/dobra szybko zbywalne).



Uczestnictwo w programie „Docień polskie” gwarantuje producentowi szerokie wsparcie promocyjne na różnych płaszczyznach i za pośrednictwem różnych nośników informacji – za pośrednictwem mediów tradycyjnych, jak i elektronicznych.

Istnieją dwa sposoby dostarczenia produktu do oceny dopuszczającej przyznanie znaku „Docień polskie”:

- zgłoszenie produktu przez jego producenta,
- nominowanie produktu przez Łożę Ekspertów.

Zasady uczestnictwa

Zgłoszenie do programu promocyjnego „Docień polskie” jest BEZPŁATNE.

Producenci dostarczają swoje produkty do oceny przez Łożę Ekspertów. Ocena dostarczonych produktów jest prowadzona przynajmniej cztery razy w roku. Produkty oceniane są pod kątem spełnienia wymagań programu, na podstawie dostarczonych, razem z produktem, deklaracji zgłoszeniowych oraz podczas bezpośredniej oceny prowadzonej przez Łożę Ekspertów. Łoża Ekspertów oprócz przyznania lub nie, produktowi prawa do używania znaku „Docień polskie” może również, w wyjątkowych przypadkach, przyznać wyróżnienia TOP PRODUKT dla produktów posiadających szczególne walory jakościowe.

Wsparcie promocyjne

Produkty posiadające znak „Docień polskie” otrzymują szerokie wsparcie promocyjne:

- serwis internetowy www.docenpolskie.pl,
- Fanpage Programu w portalu Facebook,
- wsparcie w miejscach sprzedaży (m.in.: etykiety, plakaty, nalepki, ulotki informacyjne dla konsumentów),
- szeroko zakrojone działania w zakresie Social Media (serwisy społecznościowe, blogi itp.),
- bezpośrednie wsparcie w zakresie promocji produktów w mediach lokalnych, ogólnopolskich oraz branżowych (w tym portale internetowe oraz media związane z kulinariami).

Używanie znaku „Docień polskie”

Znak promocyjny „Docień polskie” może być wykorzystywany przez producenta we wszelkich działaniach promocyjnych dotyczących produktu, który znak otrzymał. Zgoda ta dotyczy wszelkich pól eksploatacji i jest obowiązująca po wykupieniu stosownej licencji.

Patronat honorowy / współpraca

Honorowy patronat nad certyfikacją programu pełni Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi. Współpracę merytoryczną nad oceną/przyznaniem znaku sprawują: Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy RP, Związek Polskie Mięso, UPEMI oraz Fundacja KLUBU SZEFÓW KUCHNI.



Rekomendacja

MLEKOVITA. Wiemy, co to znaczy być numerem 1, podkreślamy pochodzenie naszych produktów



MLEKOVITA to największa grupa mleczarska w Polsce i najcenniejsza marka produkcyjnego sektora polskiej gospodarki. Jest największym eksporterem produktów mleczarskich. MLEKOVITA to również niekwestionowany lider innowacji, który co roku wprowadza nowe, oryginalne rozwiązania. Wytwarza już ponad 700 znanych i lubianych markowych produktów mleczarskich, które skierowane są do szerokiego grona konsumentów, gdyż MLEKOVITA wytwarza także duży wybór specjalistycznych, innowacyjnych produktów o szczególnych właściwościach zdrowotnych, np.: DarPro+, którego spożywanie wspomaga odporność organizmu, produkty dla diabetyków pozbawione cukru mlecznego – laktozy: sery oraz mleko, Super BODY ACTIVE – mleczny napój o wysokiej zawartości białka przeznaczony dla osób aktywnych oraz uprawiających różnorodne sporty, a także inne produkty mleczne: mleko, masło, sery twarde i miękkie, śmietany i śmietanki, napoje fermentowane – smaczne i niezbędne w prawidłowej codziennej diecie.



MLEKOVITA to marka doskonale znana nie tylko w Polsce, ale i za granicą: posiadając szerokie możliwości eksportowe, dynamicznie się rozwija i aktualnie posiada uprawnienia eksportowe do 144 krajów na wszystkich kontynentach (28 państw Unii Europejskiej i 116 poza UE). Grupa co roku zdobywa liczne nagrody i wyróżnienia. Każdy z tych sukcesów potwierdza dobrą obraną drogę rozwoju i mobilizuje do dalszej pracy. Wśród nagród bardzo ważne są dla nas te podkreślające zarazem wysoką jakość produktów, jak również ich polskie pochodzenie. Jednym z nich są godła Ogólnopolskiego Programu Promocyjnego „Docień polskie”. W listopadzie ubiegłego roku Łoża Ekspertów programu uhonorowała nimi aż 10 produktów marki MLEKOVITA – wszystkie otrzymały nie tylko certyfikaty jakości, ale także zaszczytne tytuły TOP PRODUKT. Z dumą eksponowaliśmy znak „Docień polskie” na billboardach z nagrodzonymi wyrobami. Dwumiesięczna kampania obejmująca 1200 nośników zlokalizowanych w całym kraju promowała wyroby z certyfikatem „Docień polskie”. Uznanie Łoży Ekspertów zdobyły: masło klarowane, masło polskie, śmietanka Wypasiona, ser Sokół, a także pięć jogurtów z owsianką (deserowy, klasyczny, truskawkowy, jabłkowy oraz bananowy) oraz mleko Wypasione 3,2%.

Prezes grupy MLEKOVITA Dariusz Sapiński

Za nami XX certyfikacja.

Kolejni producenci zdobyli certyfikaty jakości



Do grona laureatów programu „Docień polskie” dołączyły kolejne firmy z branży spożywczej. 27 kwietnia br. miał miejsce XX audyt żywności, podczas którego Łoża Ekspertów oceniła blisko 170 propozycji z oferty 75 producentów. O zdobycie znaku jakości „Docień pol-

skie” starali się wytwórcy z całego kraju, z wszystkich 16 województw. Podobnie jak podczas dotychczasowych atestacji, do jubileuszowej oceny żywności zakwalifikowano szeroką gamę różnych wyrobów. Każdy z nich został indywidualnie oceniony przez specjalistów z branży spożywczej. Eksperci przyznawali artykułom żywnościowym noty za smak, wygląd i stosunek jakości do ceny. Relacja z atestacji jest dostępna na stronie programu „Docień polskie” (www.DocenPolskie.pl) w zakładce „Certyfikacje”. Charakterystyki nagrodzonych produktów są natomiast prezentowane na blogu programu (blog.DocenPolskie.pl). Uwagę zwraca stale rosnąca jakość polskich wyrobów, potwierdzona m. in. wysoką liczbą tytułów TOP PRODUKT, które Łoża Ekspertów przyznała podczas minionej certyfikacji.

Warto odnotować także znaczną liczbę producentów, którzy podczas kwietniowego audytu ubiegali się o ponowne wyróżnienie nagrodzonych 2 lata wcześniej wyrobów lub zgłosili do oceny kolejne specjały ze swojego asortymentu. Ich postawa jednoznacznie świadczy o sile znaku promocyjnego.

Zanim nadejdą gorące dni

Wraz ze wzrostem temperatury powietrza rośnie zapotrzebowanie organizmu na płyny. O czym należy pamiętać w gorące, letnie dni? Przypominamy najważniejsze zasady i wskazówki.

Rady na upalne dni

1. Aby nie dopuścić do odwodnienia organizmu należy pić od 2 do 3 litrów płynów dziennie.
2. Temperaturę ciała skutecznie obniżają nie tylko chłodne, ale także lekko ciepłe napoje.
3. Listek melisy lub mięty, a także plasterki cytryny, świeżego ogórka czy limonki dodane do wody wzbogacą jej smak, a jednocześnie będą działały orzeźwiająco.

wiesz więcej

4. Latem nie warto sięgać po kawę oraz bardzo mocną herbatę. Napoje te zawierają odpowiednio kofeinę oraz teinę, które sprzyjają usuwaniu elektrolitów z organizmu.
5. Tradycyjne kostki lodu możemy zastąpić mrożonymi owocami (takimi jak ananas, kiwi, jagody, winogrona, maliny czy truskawki) lub ich częstkami. Równie dobrze sprawdzi się mrożony sok przygotowany w pojemniku do kostek lodu.
6. Orzeźwienie przyniosą również owocowe i owocowo-warzywne koktajle, które z powodzeniem można przygotować na bazie soków owocowych, owoców i wody mineralnej.
7. Koktajle i owocowe smoothie najlepiej prezentują się w szklankach z grubego szkła. Ciekawy efekt oszronionych naczyń uzyskamy umieszczając puste szklanki na ok. godzinę w zamrażarce.



Mrożona herbata z Cytrynkami z Rumem

- Cudowna, mrożona herbata z Cytrynkami z Rumem, doskonała na orzeźwienie w słoneczny wiosenny dzień. Super szybka w przygotowaniu i niezwykle smaczna - tymi słowami przedstawiciele firmy ETERNO opisują napój na letnie dni.

Składniki:

- ok. 2 l zaparzonej i wystudzonej herbaty czarnej lub zielonej
- **1 słoiczek Cytrynek z Rumem ETERNO - TOP PRODUKT programu „Docień polskie”, dwukrotnie wyróżniony przez Łożę Ekspertów**
- lód
- pęczek świeżej mięty

Przygotowanie:

Do dzbanka z wystudzoną herbatą dodajemy kilka plasterków Cytrynek z Rumem i trochę syropu ze słoiczka, w zależności od tego, jaką słodycz napoju chcemy osiągnąć. Dodajemy listki świeżej mięty i mieszamy. Podajemy w wysokich szklankach z dużą ilością lodu.

Propozycje nie tylko na lato

Prezentujemy zestawienie wybranych produktów nagrodzonych certyfikatami programu „Docień polskie”. Soki, napoje i wody ugasać pragnienie, z ich pomocą przygotowujemy także orzeźwiające koktajle.

- **Naturalny Sok Jabłkowy** Tłoczni Soków „Gwiazda”
- **Woda Mineralna Bystra Niegazowana** z oferty PPHU SIMBA L. i R. Sim s.c. - TOP PRODUKT
- **Sok z malin 100%** firmy JARO-POL Jarosław Rozmus - TOP PRODUKT, nagrodzony dwukrotnie

- **Sok tłoczony jabłkowy** z asortymentu firmy KASINKA Katarzyna Zawada - TOP PRODUKT, nagrodzony dwukrotnie
- **Oranżada biała tradycyjna**, której producentem jest PPH RO-NISZ s.c. Ireneusz Niszczyński, Józef Romaniuk - TOP PRODUKT
- **Sok jabłkowy 100%** firmy PAMUŁA JACEK SOKI, nagrodzony także tytułem TOP PRODUKT
- **Sok tłoczony naturalny 100% jabłko** marki OGRÓDEK DZIA-DUNIA, TOP PRODUKT nagrodzony dwukrotnie
- **Sok jabłko-marchew** QUICK FRESH Sp. z o.o. „Soki na Dzień Dobry”, TOP PRODUKT
- **Sok malinowy** Gospodarstwa Ogrodniczego Urszula i Stanisław Faruga, TOP PRODUKT
- **Sok z czarnej porzeczki** Gospodarstwa Ogrodniczego Urszula i Stanisław Faruga, TOP PRODUKT
- **Sok wiśniowo-jabłkowy** PPUH SZYMEX Szymon Sułkowski, TOP PRODUKT
- **ARO Nektar Marchew, Jabłko, Brzoskwinia**, MAKRO Cash&Carry S.A., TOP PRODUKT „Docień polskie - MARKI WŁASNE”
- **Naturalna Woda Mineralna Jaworowy Zdrój Gazowana**, PREMIUM DISTRIBUTION Sp. z o.o., TOP PRODUKT
- **Naturalna woda źródłana gazowana**, PPHU MARTON Ireneusz Pyczak, TOP PRODUKT, wyróżniona dwa razy
- **Sok jabłkowy 100%**, TESCO Polska Sp. z o.o., TOP PRODUKT „Docień polskie - MARKI WŁASNE”
- **Sok 100% jabłko-dzika róża**, firmy POLSKA RÓŻA Ernest Michalski Sp. z o.o., TOP PRODUKT
- **Naturalna Woda Mineralna Niskonasycona Muszynianka**, Spółdzielnia Pracy MUSZYNIANKA, TOP PRODUKT
- **Sok pomidorowy z Kałęczewa**, WIATROWY SAD Grażyna Wiatr, TOP PRODUKT

Piwniczanka - promocja w oparciu o znak „Docień polskie”

wywiad

- Godło „Docień polskie” sprawia, że pozycja Piwniczanki na rynku dodatkowo się umacnia - mówi Marek Gaworucha. Koordynator ds. Marketingu i Sprzedaży firmy Piwniczanka Sp. P., przybliży sposoby wykorzystania znaku jakości w działaniach promocyjnych Piwniczanki.

DOCEŃ POLSKIE: Firma Piwniczanka Spółdzielnia Pracy zdobyła laury Ogólnopolskiego Programu Promocyjnego „Docień polskie” w 2015 roku, w trakcie XVII certyfikacji żywności. Godła „Docień polskie” i tytuły TOP PRODUKT otrzymała Woda Mineralna Piwniczanka w trzech stopniach zawartości gazu. Jakie znaczenie w Państwa działaniach promocyjnych ma te wyróżnienie?



Marek Gaworucha: Chce-my, żeby certyfikat „Docień polskie” był atutem, który dodatkowo potwierdzi jakość naszej wody mineralnej i przekona, zwłaszcza nowych konsumentów, do jej zakupu. Dlatego znak promocyjny programu umieszczamy przede wszystkim na etykietach Piwniczanki i naszych materiałach promocyjnych. O zdobyciu certyfikatu informowaliśmy dodatkowo na naszej stronie internetowej www.piwniczanka.pl i profilu na Facebooku.

DP: Czy obserwujecie Państwo wzrost zainteresowania nagrodzonymi produktami? Czy współpracownicy i partnerzy biznesowi interesują się zdobytym godłem?

Godło „Docień polskie” sprawia, że pozycja Piwniczanki na rynku dodatkowo się umacnia. Cieszymy się, że nasz produkt znalazł się w gronie wyróżnionych. Jest to dla nas dodatkowy atut, który potwierdza jakość produktu w oczach Partnerów Biznesowych i Klientów.

DP: Jakie znaczenie ma dla Państwa podkreślanie rodzimego pochodzenia wody? Czy jest to istotny element strategii budowania i rozwijania marki?



Naturalna Woda Mineralna Piwniczanka jest wydobywana w miejscowości Piwniczna - Zdrój, z ekologicznie czystych terenów Popradzkiego Parku Krajobrazowego na terenie Beskidu Sądeckiego. To wyjątkowe miejsce, dlatego staramy się podkreślać, że nasza woda pochodzi właśnie stamtąd. Dzięki miejscowej wyjątkowej strefie hydrologicznej, Piwniczanka jest bogata w wapń i magnez. To jej zawdzięcza swój smak, skład i właściwości. Warto zaznaczyć, że Spółdzielnia Pracy Piwniczanka to firma z polskim kapitałem i o polskich korzeniach. Wszystkie wypracowane zyski inwestowane są w Polskę, a podatki zasilają budżet tylko naszego Państwa. Piwniczanka aktywnie wspiera również życie regionu, angażując się w różnorodne inicjatywy i będąc mecenasem licznych projektów kulturalnych i charytatywnych.

DP: Marka jest laureatem wielu nagród i wyróżnień. Jakie mają one dla Państwa znaczenie? Czy traktujecie je Państwo w kategorii potwierdzenia wysokiej jakości, czy stanowią motywację do dalszej pracy?

Każda z nagród jest dla nas wyjątkowa i ważna na swój sposób. Nagrody, które Piwniczanka otrzymała za swój smak potwierdzają wysoką jakość naszego produktu, który przekazujemy konsumentom. Nie mniej ważne jednak są dla nas nagrody doceniające rozwój naszej firmy. Dają wiele satysfakcji, ale równocześnie motywują do rozwoju.

DP: Organizatorzy programu „Docień polskie” oferują jego laureatom szereg różnorodnych narzędzi promocyjnych. Które z nich są dla Państwa najcenniejsze?

W tym momencie najbardziej atrakcyjne byłyby dla nas publikacje w mediach i na fanpage'u programu. Mamy nadzieję, że dzięki nim dotrzemy do kolejnych nowych odbiorców naszego produktu.

DP: Dziękuję za rozmowę.

Program „Docień polskie” w liczbach
75

firm dostarczyło swoje wyroby na kwietniowy audyt

5

spółdzielni mleczarskich wzięło udział w XX audycie

2

artykuły na temat laureatów programu promocyjnego ukazały się na łamach dwumiesięcznika „Magazyn Przemysłu Rybnego” (nr 2/2016)

170

blisko
produktów ocenili członkowie Łoży Ekspertów podczas XX certyfikacji

9

słodkich specjalów marki własnej sieci „Piotr i Paweł” otrzymało certyfikaty „Docień polskie - MARKI WŁASNE” i tytuły TOP PRODUKT - MARKI WŁASNE

11

producentów z woj. wielkopolskiego wzięło udział w kwietniowym audycie żywności (żadne inne województwo nie miało tak silnej „reprezentacji” na jubileuszowej certyfikacji)

1907

w tym roku rozpoczynają się dzieje „Społem” Powszechnej Spółdzielni Spożywców w Bielsku Podlaskim, jednego z laureatów programu „Docień polskie”

MapaDobregoSmaku.pl wyjątkowo apetyczny GPS



Nawet najbardziej doświadczony kierowca korzysta z GPS, dzięki któremu szybko i bez trudu dotrze do celu. W gąszczu propozycji producentów z branży spożywczej funkcję systemu GPS pełni Mapa Dobrego Smaku. Dzięki niej każdy konsument z łatwością odnajdzie produkt spożywczy wysokiej jakości, rekomendowany przez Łożę Ekspertów programu „Docień polskie”. Kupujący mogą wybrać produkty wg kategorii lub wg siedziby wytwórcy. Nawigacja po Mapie Dobrego Smaku jest intuicyjna, zatem każdy świadomy konsument bez trudu dotrze do celu jakim jest znalezienie wysokiej jakości produktu polskiego wytwórcy. Zapraszamy do korzystania z mapy i odwiedzenia strony www.MapaDobregoSmaku.pl.

Docień Dobre Wiadomości

Wydawca: PHU GEMINI,

ul. Wojska Polskiego 1-3/3, 45-862 Opole

Adres Redakcji:

ul. M. Skłodowskiej 42, 47-400 Racibórz

tel./fax: 32 419 17 00, 32 419 16 90, 32 419 16 92

tel. kom. 509 230 711, 509 230 713, 509 230 714

e-mail: kontakt@docenpolskie.pl

Redaktor Naczelny:

Karolina Szłapańska

k.szlapanska@docenpolskie.pl

Skład graficzny:

Karol Musioł

Redakcja nie odpowiada za treść ogłoszeń i tekstów sponsorowanych oraz za treść i poprawność artykułów przygotowanych przez niezależnych autorów.

Materiałów niezamówionych nie zwracamy. Zastrzegamy sobie prawo do skracania i adiustacji tekstów. Przedruk materiałów lub ich części tylko za pisemną zgodą Redakcji.

www.docenpolskie.pl

www.blog.docenpolskie.pl



Wybrane produkty wyróżnione znakiem „Doceń polskie”



Przetwórstwo Owoców i Warzyw „DROS”
www.dros.pl
Produkt: ogórki diabelsko-dobre
nr 15/1037/2015; nadany: 09.02.2015; ważny do 30.04.2017



Scamark Polska Sp. z o.o.
www.e-leclerc.pl
Produkt: ciastka masłane 32% Masła, MARKA WŁASNA
nr 17/1313/2015; nadany: 11.08.2015; ważny do 31.10.2017



SERY ICC Pasłek Sp. z o.o.
www.stolicasera.pl
Produkt: masło pasłeckie ekstra
nr 20/1635/2016; nadany: 09.05.2016; ważny do 30.09.2018



Zawsze w dobrym smaku

Zakłady Mięsne ŁMEAT-ŁUKÓW S. A.
www.zmlukow.pl
Produkt: pasztet mazowiecki
nr 18/1422/2015; nadany: 03.11.2015; ważny do 28.02.2018



Przedsiębiorstwo Zbożowo-Młynarskie
„PZZ” w Stoislawiu S.A.
www.stoislaw.com.pl/pl
Produkt: mąka pszenna tortowa
nr 20/1626/2016; nadany: 06.05.2016; ważny do 30.09.2018



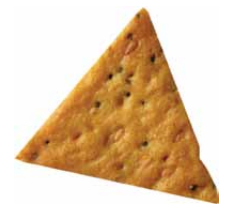
EOL Polska Sp. z o.o.
Princes Foods Besloten Vennootschap Sp. z o.o.
www.princes.eu
Produkt: olej wielkopolski rzepakowy
nr 19/1574/2016; nadany: 23.02.2016; ważny do 31.05.2018



Tłocznia Owoców PAWŁOWSKI
www.sokipawlowski.pl
Produkt: sok jabłkowo-marchwiowo-buraczany
nr 15/1058/2015; nadany: 12.02.2015; ważny do 30.04.2017



Piotr i Paweł S.A.
www.piotripawel.pl
Produkt: czekolada biała z truskawkami, malinami i lawendą
MARKA WŁASNA
nr 20/1606/2016; nadany: 05.05.2016; ważny do 30.09.2018



RARYTAS Sp. z o.o.
www.rarytas.pl
Produkt: krakersy sezamowe
nr 18/1466/2015; nadany: 17.11.2015; ważny do 28.02.2018



Maciej Kapała Sekret Smaku
www.sekretsmaku.pl
Produkt: pierogi miód malina
nr 20/1641/2016; nadany: 09.05.2016; ważny do 30.09.2018



Anna Sorgowicka

Uprawa Grzybów Anna Sorgowicka
Produkt: bocznik
nr 20/1647/2016; nadany: 10.05.2016; ważny do 30.09.2018



SPÓŁDZIELNIA „POKÓJ”
www.sp-pokoj.com.pl
Produkt: toffi z masłem
nr 19/1514/2016; nadany: 03.02.2016; ważny do 31.05.2018



Powszechna Spółdzielnia
Spożywców „Społem” w Katowicach
www.spolem.katowice.pl
Produkt: chleb żytni razowy
nr 17/1282/2015; nadany: 06.08.2015; ważny do 31.10.2017



Działalność Rolnicza Leszek Szczotka
www.pieczarkizajami.eu
Produkt: jaja z chowu ściółkowego
nr 16/1103/2015; nadany: 04.05.2015; ważny do 31.07.2017



TESCO Polska Sp. z o.o.
www.tesco.pl
Produkt: mleko świeże 3,2% MARKA WŁASNA
nr 16/1105/2015; nadany: 04.05.2015; ważny do 31.07.2017



Cukiernia u Adama
Adam Kajetanowicz
www.uadama.pl
Produkt: lody rożek o smaku waniliowym
nr 17/1292/2015; nadany: 07.08.2015; ważny do 31.10.2017



WILBO S.A.
www.wilbo.pl
Produkt: łosoś kawałki w lekkim sosie z suszonymi pomidorami,
czosnkiem i bazylią
nr 18/1471/2015; nadany: 17.11.2015; ważny do 28.02.2018



ZMB Dystrybucja Sp. z o.o.
www.zmbdystrybucja.pl
Produkt: Kindziuk
nr 17/1298/2015; nadany 10.08.2015; ważny do 31.10.2017