

**FUNDUSZ PROMOCJI RYB  
KOMISJA ZARZĄDZAJĄCA**

**Sprawozdanie rzeczowe na rok 2019**



RPW/134608/2020 P  
Data: 2020-04-07

*DRR*

## **I. Wstęp**

Zatwierdzony przez Komisję Zarządzającą Plan Finansowy Funduszu Promocji Ryb na rok 2019 obejmował dziesięć zadań zgłoszonych przez ogólnopolskie organizacje reprezentujące rybaków morskich , śródlądowych oraz przetwórców ryb.

W roku 2019 po raz kolejny nastąpił wzrost zainteresowania środkami Funduszu Promocji Ryb oraz możliwościami ich wykorzystania na realizację projektów promocyjnych. O dofinansowanie swoich działań promocyjnych do Komisji Zarządzającej zwróciły się nowe organizacje uprawnione do korzystania z Funduszu Promocji Ryb.

## II. Plan Finansowy i realizacja projektów dofinansowanych

Komisja Zarządzająca Funduszem Promocji Ryb swoje decyzje podejmowała w oparciu o zatwierdzone: regulamin oraz strategię promocji na rok 2019.

Zgłoszone i przyjęte do Planu Finansowego zadania koncertowały się wokół różnych form promocji i aktywności organizacji rybackich, i takich, które działają na rzecz zwiększenia zainteresowania branżą rybacką i rybami.

Największa część budżetu skierowana została, podobnie jak w latach ubiegłych na działania promocyjne bezpośrednio dedykowane odbiorcom finalnym-konsumentom. Niżej podane projekty promocyjne realizowane w 2019 r. miały charakter działań skierowanych bezpośrednio do konsumentów :

- „Rybaczy- żywność prozdrowotna” – zadanie zrealizowane przez Stowarzyszenie Rozwoju Rynku Rybnego.
- „Karpiove inspiracje kulinarne” – zadanie zrealizowane przez Towarzystwo Promocji Ryb
- Film p.t. „Skąd się biorą karpie” – zadanie zrealizowane przez Towarzystwo Promocji Ryb
- „Rybacktwo i Wędkarstwo na Targach Smaki Regionów” – zadanie zrealizowane przez Organizację Producentów Ryb Jesiotrowatych.
- Promocja ryb na Mazurskim Festiwalu Rybnym „Rybkę na zdrowie” w Mikołajkach  
- zadanie zrealizowane przez Stowarzyszenie Producentów Ryb Łososiowatych.
- „Święto Pstrąga w Wojtalu” – zadanie zrealizowane przez Stowarzyszenie Producentów Ryb Łososiowatych.
- ‘Małopolski Piknik Rybacki” zadanie zrealizowane przez Polskie Towarzystwo Rybackie.
- Kontynuacja promocji sprzedaży bezpośredniej w oparciu o markę „Nasi Rybaczy- zawsze świeże ryby” – zadanie zrealizowane przez Polskie Towarzystwo Rybackie.
- „Kreowanie pozytywnego wizerunku karpia”- zadanie zrealizowane przez Stowarzyszenie Rozwoju Rynku Rybnego.  
Tworzenie pozytywnego wizerunku, zwłaszcza wśród młodzieży oraz podniesienie wiedzy o roli i znaczeniu żywności – w tym ryb, miały na celu projekty pod nazwą ;
- „Bycie Fit jest Git”- zadanie zrealizowane zostało przez Ogólnopolskie Stowarzyszenie Przetwórców i Producentów Produktów Ekologicznych „Polska Ekologia”.  
Promocję ryb z produkcji regionalnej, lokalnej oraz podkreślenie znaczenia hodowli stawowej dla zachowania walorów przyrodniczych i retencji wody m.in. miała na celu:

- Film pt. „Skąd się biorą karpie”- zadanie to było zrealizowane przez Towarzystwo Promocji Ryb.

### **III. Szczegółowe omówienie zrealizowanych projektów**

#### **1. Ryby - żywność prozdrowotna.**

Przygotowano, opracowano merytorycznie ilustrowane materiały informacyjno-promocyjne w postaci ulotek i przekazano do Akwarium Gdańskiego do dystrybucji. Prowadzono serwis internetowy dla konsumentów i dziennikarzy , w tym elementów interaktywnych , jak kalkulator wartości odżywczych ryb.

Dofinansowanie z FPR – 49 770,00 zł

Podmiot realizujący:

Stowarzyszenie Rozwoju Rynku Rybnego

Środki przekazu: ulotki, internet

Promowane produkty: ryby, przetwory rybne

#### **2. Karpiove inspiracje kulinarne**

Opracowano i przygotowano receptury oraz sposoby przyrządzania potraw, i dań z karpia. Nagrywano filmy przedstawiające kucharzy i przyrządzanie potraw. Filmy realizowane w punktach internetowych.

Dofinansowanie ze środków FPR – 50 000,00 zł

Podmiot realizujący:

Towarzystwo Promocji Ryb

Środki przekazu: Internet

Promowane produkty: karp i jego przetwory.

#### **3. Skąd się biorą karpie**

Przedmiotem zadania było wyprodukowanie filmu z podkładem muzycznym , który przedstawia pełny cykl produkcyjny karpia.

Film został umieszczony na kanale You Tube i rozesłany do hodowców oraz organizacji rybackich do wykorzystania w celu promocji branży, i produktów akwakultury.

Dofinansowanie ze środków FPR- 50 000,00 zł

Podmiot realizujący:

- Towarzystwo Promocji Ryb

Środki przekazu : Internet, płyty CD

Promowane produkty:

- walory pro-zdrowotne spożycia ryb
- walory pro- środowiskowe ryb z tradycyjnej hodowli

#### **4. Rybactwo i wędkarstwo na Targach Smaki Regionów**

Zorganizowano i przygotowano stoisko promocyjne na „ Targach Smaki Regionów” w Poznaniu. Zadanie skierowano do uczestników Targów. Zaprezentowano różne dania z ryb, ulotkami przybliżano tematykę rybactwa i wędkarstwa w Polsce. Założony cel to zwiększenie konsumpcji ryb i produktów rybnych na krajowym rynku rybnym.

Dofinansowanie FPR 24 900,00 zł

Środki przekazu: degustacja, stoisko rybne, ulotki

Podmiot realizujący: Organizacja Producentów Ryb Jesiotrowatych.

Promowane produkty: ryby słodkowodne.

#### **5. Promocja ryb na Mazurskim Festiwalu Rybnym „Rybkę na zdrowie” w Mikołajkach.**

Przygotowano stoisko promocyjne, na którym przedstawiono materiały informacyjno- promocyjne. Zorganizowano promocję walorów smakowych ryb słodkowodnych poprzez ich degustację. Działania skierowane na edukację i promocję walorów ryb jeziorowych.

Dofinansowanie FPR – 28 741,54 zł

Środki przekazu: stoisko, degustacja, ulotki, przepisy na potrawy z ryb.

Podmiot realizujący: Stowarzyszenie Producentów Ryb Łososiowatych

Promowane produkty: ryby jeziorowe

#### **6. Święto pstrąga w Wojtalu.**

Podstawowym celem projektu – promocja pstrąga tęczowego pochodzącego z produkcji regionalnej i lokalnej. Festyn skierowany bezpośrednio do konsumentów, - rodzin z dziećmi i osób interesujących się zdrową żywnością. Działania promocyjne obejmowały namioty wystawowe, degustacje oraz konkursy konsumenckie. Przygotowano informacje o korzyściach płynących ze spożywania słodkowodnych ryb hodowanych w Polsce.

Dofinansowanie ze środków FPR 25 000,00 zł.

Podmiot realizujący:

Stowarzyszenie Producentów Ryb Łososiowatych

Środki przekazu: festyn, degustacja.

Promowane produkty: pstrąg tęczowy, ryby słodkowodne

## **7. Małopolski Piknik Rybacki**

Zakładanym i realizowanym celem było zwiększenie konsumpcji ryb i produktów rybnych pochodzących z krajowej hodowli ryb stawowych. Cel szczegółowy to- promocja walorów smakowych ryb słodkowodnych poprzez degustacje potraw rybnych oraz metod ich przyrządzania. Prowadzono stałą informację o ekstensywnej charakterystyce gospodarki rybackiej oraz jej pozytywnym wpływie na środowisko.

Działania promocyjne obejmowały prezentacje, namioty wystawowe, konkursy konsumenckie, degustacje, ekspozycje sprzętu rybackiego i narzędzi wykorzystywanych w gospodarce stawowej oraz akwaria z wieloma gatunkami ryb słodkowodnych.

Przeprowadzono konkursy dla dzieci i osób dorosłych n. t. wiedzy o rybach, potraw z ryb i korzyści prozdrowotnych wynikających ze spożywania potraw z ryb.

Dofinansowanie FPR – 30 000,00 zł

Podmiot realizujący: Polskie Towarzystwo Rybackie

Środki przekazu: event, degustacja, konkursy, ulotki, prezentacje, spotkania

Promowane produkty: karp, ryby słodkowodne pochodzące ze stawowej hodowli.

## **8. Kontynuacja promocji sprzedaży bezpośredniej w oparciu o markę „Nasi Rybacy” – zawsze świeże ryby.**

Celem projektu było zwiększenie udziału sprzedaży bezpośredniej ryb w Gospodarstwach Rybackich, korzyści płynących z walorów takiej dystrybucji ryb, zachęcanie konsumentów do zakupu ryb bezpośrednio u rybaka, promocję walorów świeżej ryby.

Grupę docelową stanowili rybacy skupieni w sieci sprzedaży bezpośredniej „Nasi Rybacy” oraz konsumenci – osoby dorosłe do 35 roku życia zainteresowane prozdrowotną żywnością i stosowaniem diety rybnej. Przeprowadzono warsztaty dla uczestników projektu, zmodyfikowano i uaktualniono stronę internetową ‘Nasi Rybacy’.

Dofinansowanie FPR; 48 000,00 zł

Podmiot realizujący; Polskie Towarzystwo Rybackie

Środki przekazu: Internet, radio, prasa, przepisy kulinarne, film promocyjny.

Promowane produkty: ryby słodkowodne pochodzące z hodowli

## **9. Bycie Fit jest Git**

Podobnie jak w poprzedniej edycji projektu- głównym celem była edukacja młodzieży w zakresie korzyści płynących z systematycznego spożywania ryb i produktów rybnych oraz walorów odżywczych i prozdrowotnych jedzenia ryb.

Uczono młodzież o produktach wytwarzanych w ramach systemu rolnictwa ekologicznego. Przeprowadzono degustację przetworów rybnych.  
Dofinansowanie FPR ; 15 000,00 zł

Podmiot realizujący: Ogólnopolskie Stowarzyszenie Przetwórców i Producentów Produktów Ekologicznych „Polska Ekologia”.

Promowane produkty: ryby słodkowodne

Środki przekazu: warsztaty kulinarne.

## **10. Kreowanie pozytywnego wizerunku karpia.**

W ramach realizowanego zadania zorganizowano spotkanie zespołu kryzysowego, który nakreślił cele prowadzonych działań w kontekście sytuacji na rynku karpia. Działania zespołu odbywały się drogą elektroniczną.

Wynajęto agencję zajmującą się public relation, która w oparciu o przygotowaną strategię działania: prowadziła monitoring mediów, reagowała na sytuacje kryzysowe w mediach, przygotowywała i dystrybuowała materiały dla prasy, zorganizowała konferencję prasową, zapewniła obsługę rzecznika prasowego.

Dofinansowanie FPR 42 940, 00 zł

Podmiot realizujący: Stowarzyszenie Rozwoju Rynku Rybnego

Promowane produkty: Karp z krajowej hodowli stawowej

Środki przekazu: Internet, konferencje prasowe, materiały informacyjne dla prasy.

#### **IV. Ocena działań w 2019.**

Środki pieniężne na działania promocyjne finansowane z Funduszy Promocji Ryb w roku 2019, były wydatkowane w sposób racjonalny, z wyraźnym postępowaniem w stosunku do lat ubiegłych. Realizowane projekty były lepiej przygotowane od dotychczasowych, z wykorzystaniem w sposób profesjonalny i większym zakresie serwisów internetowych, i obejmowały swoim zasięgiem kilkanaście razy więcej osób. Zostały w głównej mierze skierowane do końcowych odbiorców – konsumentów ryb i przetworów rybnych.

Zrealizowanych działań było więcej niż w roku ubiegłym oraz były o wiele bardziej zróżnicowane. Podobnie jak w latach ubiegłych, w przekazie promocyjnym przeważała promocja ryb pochodzących z hodowli, głównie stawowych (karpi), także pstrągowych.

Porównując realizowane działania promocyjne innych ryb słodkowodnych, pochodzących z połowów jeziorowych, wyraźnie widać, że były eksponowane w dużo mniejszym zakresie. Wydaje się, że istnieje tu jeszcze szeroki zakres działań promocyjnych dla tych ryb.

Mało widoczne w działaniach promocyjnych w roku 2019 były ryby pochodzące z połowów bałtyckich. Dotyczy to także przetworów rybnych, wysoko przetworzonych, sprzedawanych także w postaci konserw.



Przewodniczący Komisji Zarządzającej FPR