

Funduszu Promocji Ryb

Komisja Zarządzająca

Sprawozdanie rzeczowe za
rok 2014

I. Wstęp

Zatwierdzony przez Komisję Zarządzającą Plan Finansowego Funduszu Promocji Ryb na rok 2014 obejmował sześć zadań, zgłoszonych przez uprawnione organizacje.

W 2014 r. po raz kolejny wzrosło zainteresowanie środkami Funduszu Promocji Ryb oraz stopień wykorzystania środków.

II. Plan finansowy i realizacja projektów dofinansowanych

Zgłoszone i przyjęte do Planu Finansowego zadania koncentrowały się wokół różnych form promocji i aktywności organizacji rybackich, przy czym największa część budżetu skierowana została na działania promocyjne bezpośrednio skierowane do odbiorców finalnych – konsumentów. Charakter działań skierowany bezpośrednio do konsumentów miały w szczególności następujące projekty promocyjne, realizowane w 2013 r.:

- 1) „Dni Wody” – zadanie realizowane przez Związek Producentów Ryb,
- 2) „Ryba Wygrywa w 2014 roku” - zadanie Stowarzyszenia Rozwoju Rynku Rybnego;

Docieraniu do konsumentów, poprzez kreowanie pozytywnego wizerunku ryb w mediach (działania media relations) i w sektorze restauracyjnym służyły zadania:

- 3) „Karp i ryby bałtyckie w Rzymie” – zadanie Towarzystwa Promocji Ryb;
- 4) "Kompleksowa organizacja promocji TU PODAJEMY JESIOTRA" zadanie Organizacji Producentów Ryb Jesiotrowatych;
- 5) "Rybactwo na Dożynkach Prezydenckich" zadanie Organizacji Producentów Ryb Jesiotrowatych.

Tworzeniu i promocji sieci sprzedaży bezpośredniej ryb słodkowodnych służyło dofinansowanie zadania:

- 6) „Stworzenie i promocja aplikacji kierującej w dowolnym miejscu w Polsce do najbliższego punktu sprzedaży świeżej ryby z hodowli Nasi Rybacy” - zadanie Polskiego Towarzystwa Rybackiego;

III. Szczegółowe omówienie zrealizowanych projektów

1. „Dni Wody”

Uniejowskie Dni Wody to przedsięwzięcie ogólnodostępne, przeznaczone dla dzieci, młodzieży oraz dorosłych. Impreza służy upowszechnianiu świadomości zagrożeń wynikających z nieracjonalnego korzystania z zasobów wodnych, motywowania do działań przyjaznych środowisku naturalnemu, podejmowania racjonalnych działań służących poprawie stanu środowiska naturalnego, prawidłowego gospodarowania potencjałem wodnym oraz edukacji dotyczącej wykorzystania wód termalnych. Imprezie towarzyszą występy znanych artystów estradowych.

Dofinansowanie z FPR: 30 000 zł

Podmiot realizujący: Związek Producentów Ryb

Środki przekazu: udział w festynie, pokazy kulinarne, materiały drukowane (ulotki)

2. „Święto Ryba Wygrywa w 2014 roku”

W ramach kolejnego etapu realizacji projektu internetowego "Ryba Wygrywa" przeprowadzono szereg działań promocyjnych na portalu Facebook — publikowano posty zachęcające do regularnego spożywania ryb i przetworów rybnych.

Dofinansowanie z FPR: 8000 zł

Podmiot realizujący: Stowarzyszenie Rozwoju Rynku Rybnego

Środki przekazu: posty promocyjne i sponsorowane w Internecie

3. „Karp i ryby bałtyckie w Rzymie”

Kolejna promocyjna wyprawa z polskimi rybami do Rzymu i Watykanu — oprócz karpia, do Włoch trafiły ryby morskie. Były więc śledzie, dorsze i bałtyckie trocie, które dostarczyli członkowie Organizacji Rybaków Łódzianych - Producentów Ryb z Kołobrzegu i Pomorskiej Organizacji Producentów „Arka” z Gdyni. Organizacja tego kilkudniowego wydarzenia (załadunek ryb w Polsce, degustacja w Parafii Polskiej w Rzymie, poczęstunek przekazany Papieżowi i Papieżowi-Emerytowi), skupiły dużą uwagę mediów w Polsce, przyczyniając się do promocji ryb z krajowej hodowli i rybołówstwa.

Dofinansowanie z FPR: 69 800 zł

Podmiot realizujący: Towarzystwo Promocji Ryb

Środki przekazu: telewizja, radio, gazety i czasopisma (łącznie ekwiwalent reklamowy - ponad 800 tys. zł - patrz aneks I).

4. „Kompleksowa organizacja promocji TU PODAJEMY JESIOTRA" zadanie Organizacji Producentów Ryb Jesiotrowatych”

Projekt zakłada wprowadzenie (na minimum 1 rok) dań z jesiotra do menu kilku wybranych, prestiżowych restauracji (m.in. w Poznaniu, Warszawie, Sopocie). Wprowadzeniu jesiotra do menu towarzyszy pokaz gotowania i dystrybucja materiałów reklamowych.

Dofinansowanie z FPR: 15 000 zł

Podmiot realizujący: Organizacja Producentów Ryb Jesiotrowatych

Środki przekazu: festyn, degustacja

5. „Rybacko na Dożynkach Prezydenckich”

Celem projektu jest promocja wizerunku rybactwa śródlądowego - odbiorcami projektu są działacze organizacji rolniczych, politycy, media. Projekt obejmuje udział w Dożynkach Prezydenckich w Spale, przeprowadzenie degustacji, wydanie broszury promującego hodowlę ryb.

Dofinansowanie z FPR: 70 000 zł

Podmiot realizujący: Organizacja Producentów Ryb Jesiotrowatych

Środki przekazu: udział w festynie

6. „Stworzenie i promocja aplikacji kierującej w dowolnym miejscu w Polsce do najbliższego punktu sprzedaży świeżej ryby z hodowli Nasi Rybacy”

Celem projektu jest stworzenie aplikacji na urządzenia mobilnej kierującej do najbliższej hodowli ryb w ramach projektu Nasi Rybacy.

Dofinansowanie z FPR: 20 000 zł

Podmiot realizujący: Towarzystwo Promocji Ryb

Środki przekazu: aplikacja na urządzenia mobilne

IV. Ocena działań w 2014 r.

W 2014 r. działania finansowane ze środków Funduszu Promocji Ryb uległy dalszej intensyfikacji i zostały w znacznej mierze skierowane do końcowych odbiorców ryb i produktów rybnych – konsumentów. Działania były zróżnicowane.

W przekazie promocyjnym dominowała promocja ryb stawowych, a w szczególności karpia. Stosunkowo mało uwagi poświęcono przetworom rybnym wysoko przetworzonym oraz rybam bałtyckim.

Związek Producentów Ryb - Organizacja Producentów



www.zprzyb.pl

PRZEPIS NA KARPIA KRÓLEWSKIEGO BEZ OŚCI

Składniki:

Karp 2 – 2,5 kilogramowy, mąka, masło klarowane, cytryna, cebula, przyprawa do ryb, sól, pieprz.

Wykonanie:

Karpia bardzo dobrze sprawionego i oskrobanego oraz pozbawionego śluzu, filetujemy, wycinając kręgosłup i żebra. Uzyskujemy w ten sposób dwie półtuszki, które należy bardzo dobrze wypłukać. Następnie półtuszki należy położyć skórą na desce i bardzo ostrym nożem pociąć mięso tuszek poprzecznie na paski o szerokości ok. 8mm, nie nacinając skóry. Czynność ta wyeliminuje kłujące działanie ości karpia podczas jego spożywania.

Tuszki porcjujemy, a następnie skrapiamy cytryną, solimy i ewentualnie prószymy przyprawą do ryb, po czym umieszczamy na 3 godziny w lodówce.

Rybę przed smażeniem panierujemy w mące z świeżo mielonym pieprzem.

Smażymy na mocno rozgrzanym maśle klarowanym.

Pod koniec smażenia zasypujemy cebulą pokrojoną w pióro i posoloną do smaku. Cebula powinna się zeszklić. Wykładamy rybę na cebulę.

Tak przygotowanego karpia można podawać zarówno na ciepło jak i na zimno, z pieczywem lub ziemniakami i warzywami.



Finansowano z Funduszu Promocji Ryb



Dni Wody - Grzegorz Russak – kucharz, opowiada o walorach zdrowotnych ryb oraz o sposobach ich przyrządzenia.
Autor zdjęć: K. Karoń



Dni Wody - degustacja potraw z ryb, przyrządzonych przez Grzegorza Russaka. Autor zdjęć: K. Karoń



" Kompleksowa organizacja promocji TU PODAJEMY JESIOTRA " - materiały promocyjne



" Kompleksowa organizacja promocji TU PODAJEMY JESIOTRA " - promocja w restauracji TOGA w Poznaniu



) "Rybacko na Dożynkach Prezydenckich" - powitanie Prezydenta Bronisława Komorowskiego



„Karp i ryby bałtyckie w Rzymie” – kalendarz promocyjny

SZACUNKOWY EKWIWALENT REKLAMOWY (AVE)

TABELA 1. | Wartość szacunkowego ekwiwalentu reklamowego (AVE) w podziale na rodzaj medium

Typ	Wartość AVE [zł]
Internet	14 732
Prasa	290 768
Radio	157 921
Telewizja	379 235
Suma	842 656

źródło: : PRESS-SERVICE Monitoring Mediów

„Karp i ryby bałtyckie w Rzymie” – efekty medialne



Ryba Wygrywa w 2014 roku” - grafika z profilu promocyjnego na portalu Facebook



Ryba Wygrywa w 2014 roku” - grafika z profilu promocyjnego na portalu Facebook



Zbliża się sezon na belony

Ryba Wygrywa w 2014 roku” - grafika z profilu promocyjnego na portalu Facebook