

**FUNDUSZ PROMOCJI RYB  
KOMISJA ZARZĄDZAJĄCA**

**Sprawozdanie rzeczowe za rok 2018**

## **I. Wstęp**

Zatwierdzony przez Komisję Zarządzającą Plan Finansowy Funduszu Promocji Ryb na rok 2018 obejmował jedenaście zadań zgłoszonych przez organizacje ogólnopolskie reprezentujące rybaków morskich, śródlądowych i przetwórców ryb.

W 2018 roku po raz kolejny nastąpił wzrost zainteresowania środkami Funduszu Promocji Ryb oraz możliwościami ich wykorzystania na realizację projektów promocyjnych.

## **II. Plan Finansowy i realizacja projektów dofinansowanych.**

Podstawowym dokumentem, na podstawie którego Komisja zarządzała funduszem jest strategia Promocji Ryb na rok 2018. Zgłoszone i przyjęte do Planu Finansowego zadania koncentrowały się wokół różnych form promocji i aktywności organizacji rybackich. Największa część budżetu skierowana została na działania promocyjne bezpośrednio dedykowane odbiorcom finalnym- konsumentom.

Następujące projekty promocyjne realizowane w roku 2018 miały charakter działań skierowany bezpośrednio do konsumentów:

- „Święto Pstrąga w Wojtalu” – zadanie realizowane przez Stowarzyszenie Producentów Ryb Łososiowatych.
- „Wsparcie handlu” – w trakcie sprzedaży Świątecznej ryb - projekt zrealizowany przez Towarzystwo Promocji Ryb.
- „Małopolski Piknik Rybacki” – zadanie zrealizowane przez Polskie Towarzystwo Rybackie.
- „Rybactwo i Wędkarstwo na Targach Smaki Regionów” zadanie zrealizowane przez Organizację Producentów Ryb Jesiotrowatych.
- „Promocję walorów produktów tradycyjnego rybołówstwa przybrzeżnego” – zadanie zrealizowane przez Stowarzyszenie Rozwoju Rynku Rybnego.
- „Promocję sprzedaży bezpośredniej w oparciu o markę Nasi Rybacy – zawsze świeże ryby” - zadanie zrealizowane przez Polskie Towarzystwo Rybackie
- „Kulinarne warsztaty telewizyjne” – zadanie zrealizowane przez Towarzystwo Promocji Ryb.

Tworzenie pozytywnego wizerunku, zwłaszcza wśród młodzieży oraz podniesienie wiedzy o roli i znaczeniu żywności – w tym ryb, miały na celu projekt pod nazwą „Bycie Fit jest Git”.

Zadanie zrealizowane zostało przez Ogólnopolskie Stowarzyszenie Przetwórców i Producentów Produktów Ekologicznych „Polska Ekologia”.

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

#### 1. „Święto pstrąga w Wojtalu”- XVIII edycja.

Festyn skierowany bezpośrednio do odbiorców – konsumentów. Działania promocyjne obejmowały: namioty wystawowe, konkursy konsumenckie oraz degustacje. Najważniejszym zadaniem projektu były promocja jakości, zalet i cech pstrąga tęczowego, oraz informacja o korzyściach płynących ze spożywania ryb śródlądowych pochodzenia krajowego.

Dofinansowanie z FPR: 25 000 zł .

Podmiot realizujący:

Stowarzyszenie Producentów Ryb Łososiowatych.

Środki przekazu: event, degustacja,.

Promowane produkty: pstrąg tęczowy, ryby słodkowodne.

#### 2. „Wsparcie handlu w trakcie sprzedaży świątecznej ryb”.

W punktach sprzedaży hurtowej ogłoszony został konkurs wśród kupujących karpie. Zostały rozdane gadzety, ulotki i plansze. Rezultatem był rozgłos wokół zakupu karpia oraz wzrost świadomości konsumentów co do walorów prozdrowotnych konsumpcji ryb.

Dofinansowanie FPR- 50 000 zł

Środki przekazu: festyn, degustacja

Podmiot realizujący: Towarzystwo Promocji Ryb

Promowane produkty: karp i ryby słodkowodne.

#### 3. Małopolski Piknik Rybacki

Zadanie adresowane bezpośrednio do konsumentów. Działania promocyjne obejmowały: prezentacje, namioty wystawowe, konkursy konsumenckie, degustacje, ekspozycje sprzętu rybackiego wykorzystywanego w gospodarce stawowej oraz akwaria z gatunkami ryb słodkowodnych. Wg wypowiedzi osób odwiedzających walorem Pikniku jest staranność przygotowania potraw degustacyjnych, ich wysoka jakość i walory smakowe oraz możliwość pozyskania informacji o korzyściach prozdrowotnej diety rybnej.

Dofinansowanie FPR: 25 000 zł.

Podmiot realizujący: Polskie Towarzystwo Rybackie.

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

Promowane produkty: karp i ryby słodkowodne.

#### 4. „Rybackstwo i wędkarstwo na Targach Smaki Regionów”.

Zadanie zostało skierowane do uczestników Targów Smaki Regionów w Poznaniu. Założony cel to zwiększenie konsumpcji ryb i produktów rybnych na krajowym rynku rybnym, promocja ryb z produkcji regionalnej, lokalnej. Zdołano zaprezentować różnorodności dań rybnych oraz zainteresowano odbiorców produktami rybnymi oraz tematyką rybackstwa i wędkarstwa w Polsce.

Dofinansowaniami FPR: 24 900 zł.

Środki przekazu: event, degustacja, stoisko rybne.

Promowane produkty: ryby słodkowodne.

Podmiot realizujący: Organizacja Producentów Ryb Jesiotrowatych.

#### 5. Promocja Wolorów Produktów Tradycyjnego Rybołówstwa Przybrzeżnego.

Zadanie polegało na zrealizowaniu reklamy w formie filmu anonimowanego. Film stworzony został w technologii 3D. Zadanie zostało skierowane do użytkowników sieci Internet ( 150 000 wyświetleń filmu w serwisie YouTube), grupa docelowa to dzieci i młodzież interesujące się żywnością o cechach pro- zdrowotnych.

Dofinansowanie FPR: 50 000 zł

Środki przekazu: Internet

Promowane produkty: ryby morskie

Podmiot realizujący: Stowarzyszenie Rozwoju Rynku Rybnego.

#### 6. „Promocja sprzedaży bezpośredniej w oparciu o markę Nasi Rybacy-zawsze świeże ryby”.

Zadanie realizowało cel jakim jest wzmocnienie promocji sprzedaży bezpośredniej w Gospodarstwach rybackich, korzyści płynących z wyboru takiej dystrybucji ryb, zachęcanie konsumentów do zakupu ryb bezpośrednio u rybaka, promocję wolorów świeżej ryby. Grupę docelową stanowiły osoby dorosłe do 35 roku życia zainteresowane zdrowym odżywianiem i stosowaniem diety rybnej.

Dofinansowanie FPR: 50 000 zł

Podmiot realizujący: Polskie Towarzystwo Rybackie

Środki przekazu: reklama w TV, radio, prasa, film promocyjny.

Promowane produkty: ryby słodkowodne pochodzące z hodowli.

#### 7. „Kulinarne warsztaty telewizyjne”

Zadanie realizowało cel jakim jest zwiększenie konsumpcji ryb i przetworów rybnych na krajowym rynku rybnym. Przeprowadzono telewizyjne warsztaty

kulinarne, gdzie na oczach widzów odbyły się pokazy przyrządzania potraw z ryb słodkowodnych.

Dofinansowanie FPR: 50 000 zł

Podmiot realizujący: Towarzystwo Promocji Ryb

Środki przekazu: TV ogólnopolska

Promowane produkty: ryby słodkowodne.

#### 8. „Bycie Fit jest Git”.

Głównym celem projektu jest edukacja młodzieży w zakresie korzyści płynących z systematycznego spożywania ryb i produktów rybnych oraz walorów odżywczych i prozdrowotnych jedzenia ryb.

Dofinansowanie FPR: 15 000 zł

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

Promowane produkty: ryby słodkowodne

Środki przekazu: warsztaty kulinarne

#### **IV. Ocena działań w 2018 r.**

W 2018 r działania finansowane ze środków Funduszu Promocji Ryb ulegały intensyfikacji, były lepiej przygotowane od dotychczasowych z wykorzystaniem w sposób profesjonalny serwisów internetowych i obejmowały swoim zasięgiem kilkakrotnie więcej osób. Zostały w głównej mierze skierowane do końcowych odbiorców – konsumentów ryb i przetworów rybnych.

Działania były zróżnicowane. Podobnie jak w latach ubiegłych, w przekazie promocyjnym dominowała promocja ryb pochodzących z hodowli, głównie stawowych (karpi) także pstrągowych. Stosunkowo mało uwagi poświęcono przetworom rybnym, wysoko przetworzonym oraz rybom bałtyckim.

.....  
Marian Tomala