

**FUNDUSZ PROMOCJI RYB
KOMISJA ZARZĄDZAJĄCA**

Sprawozdanie rzeczowe na rok 2020

I. Wstęp

Komisja Zarządzająca Funduszem Promocji Ryb uchwaliła Plan Finansowy na rok 2020 w dniu 01.10.2020 r. Ze względu na wzrost zachorowań i rozprzestrzenianie się pandemii, Komisja zmieniła ten plan uchwałą z dnia 03.06.2020 r.

Zatwierdzony przez Komisję Zarządzającą Funduszem Promocji Ryb Plan Finansowy na rok 2020, pierwotnie obejmował jedenaście zadań zgłoszonych przez ogólnopolskie organizacje reprezentujące rybaków śródlądowych, rybaków morskich oraz przetwórców ryb.

Z roku na rok następuje wzrost zainteresowania środkami Funduszu Promocji Ryb w celu wykorzystania ich na realizację zadań promocyjnych.

O dofinansowanie swoich działań promocyjnych do Komisji Zarządzającej zwróciły się organizacje uprawnione do korzystania z Funduszy Promocji Ryb, choć nie są bezpośrednio związane z sektorem rybactwa i przetwórstwa.

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 2020.

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

Podobnie jak w latach ubiegłych, największa część budżetu skierowana została na działania promocyjne bezpośrednio dedykowane odbiorcom finalnym, czyli konsumentom. Niżej podane projekty promocyjne, zatwierdzone pierwotnie przez Komisję Zarządzającą miały być realizowane w 2020 roku. Miały one charakter działań skierowanych bezpośrednio do konsumentów:

- Rybactwo i wędkarstwo na Targach Smaki Regionów
 - zadanie Organizacji Producentów Ryb Jesiotrowatych
- Promocja Ryb na Mazurskim Festiwalu Rybnym – „Rybkę na zdrowie w Mikołajkach”
 - zadanie Stowarzyszenia Producentów Ryb Łososiowatych
- Święto Pstrąga w Wojtalu.
 - zadanie Stowarzyszenia Producentów Ryb Łososiowatych
- Promocja Ryb jako produktów ekologicznych w ramach projektu „Nasi Rybacy”
 - Zadanie polskiego Towarzystwa Rybackiego
- Kontynuacja promocji sprzedaży bezpośredniej w oparciu o markę „Nasi Rybacy – zawsze świeże ryby”
 - zadanie Polskiego Towarzystwa Rybackiego
- Warsztaty dla młodzieży – Karp na widelcu
 - zadania ogólnopolskiego Towarzystwa Przetwórców i Producentów Produktów Ekologicznych „Polska Ekologia”
- Zdrowe konserwy rybne z polskich szprotek i śledzi
 - zadanie Stowarzyszenia Rozwoju Rynku Rybnego
- Kucharze i dziennikarze z karpem
 - zadanie Towarzystwa Promocji Ryb
- Wsparcie sprzedaży karpia w mediach
 - zadanie Towarzystwa Promocji Ryb
- Bycie Fit jest git
 - zadanie OSP i PPE „Polska Ekologia”
- Ogólnopolska kampania wizerunkowa karpia i akwakultury stawowej
 - zadanie Polskiego Towarzystwa Rybackiego

W związku z pandemią która rozpoczęła się w marcu 2020 roku, nastąpiła konieczność zweryfikowania planów realizacji większości projektów. Poszczególne organizacje zaczęły zgłaszać rezygnację z zadań zatwierdzonych przez Komisję Zarządzającą i wycofywać projekty promocyjne z ich realizacji. Wobec powyższego Komisja Zarządzająca Funduszem Promocji Ryb uchwala 2/2020 z dnia 03.06.2020 r. zmieniała Plan Finansowy Funduszu postanawiając wykreślić z niego :

1. Zadanie pt. „Promocja ryb na Mazurskim Festiwalu rybnym” , „Rybkę na zdrowie w Mikołajkach”
2. Zadanie pt. „Święto pstrąga w Wojtalu”
3. Zadanie pt. „Promocja ryb jako produktów ekologicznych w ramach projektu „Nasi Rybacy”

oraz

wprowadzić do niego następujące zadania :

zadanie pt.

1. „Bycie Fit jest git”
2. Zadanie pt. Ogólnopolska Kampania wizerunkowa karpia i akwakultury stawowej.

Komisja Zarządzająca Funduszem Promocji Ryb stwierdziła, że zadania przyjęte do planu finansowego FPR na rok 2020 są zgodne ze Strategią Promocji Ryb na rok 2020 .

III. Szczegółowe omówienie zrealizowanych projektów

Uwaga!

Rozwój epidemii koronawirusa COVID-19 w roku 2020 uniemożliwił realizację większości zadań i projektów promocyjnych zatwierdzonych przez Komisję Zarządzającą Funduszem Promocji Ryb.

1. „Rybackstwo i Wędkarstwo na Targach Smaki Regionów”

Realizacja zadania miała miejsce we wrześniu 2020 roku w Poznaniu. Stoisko promocyjne zostało utworzone w ramach targów żywności regionalnej i ekologicznej na terenie Międzynarodowych Targów Poznańskich. Zadanie skierowano do uczestników Targów. Zaprezentowano różne dania z ryb. Założony cel to zwiększenie konsumpcji ryb produktów rybnych na rynku krajowym.

Dofinansowanie FPR – 19 458,00 zł

Środki przekazu: degustacja, stoisko rybne

Podmiot realizujący: Organizacja Producentów Ryb Jesiotrowatych

Promowane produkty: ryby słodkowodne.

2. Kontynuacja Promocji Sprzedaży Bezpośredniej w oparciu o markę „Nasi Rybacy – zawsze świeże ryby”

Opracowano i nakręcono projekt spotu radiowego.

Spot radiowy wyemitowano w 17 rozgłośniach na terenie całej Polski.

Zaprezentowano pozytywny wizerunek ryb, a w szczególności karpia pochodzącego z krajowej akwakultury, jako produktu dobrej jakości, smacznego, hodowanego tradycyjnymi metodami. Podkreślono, że karp jest rybą znakomitej jakości jako zdrowy produkt spożywczy i dietetyczny. Akcja trwała dwa tygodnie, a średnia słuchalności liczy się na około 1 200 000 odbiorców.

Dofinansowanie FPR 50 000,00 zł

Środki przekazu: radio

Podmiot realizujący: Polskie Towarzystwo Rybackie

Promowane produkty: ryby słodkowodne, w szczególności karp z polskiej hodowli.

3. Zdrowe konserwy rybne z polskich szprottek i śledzi.

Wyprodukowano film animowany poświęcony produkcji konserw ze szprottek i śledzi. Działanie to objęło pełny cykl produkcyjny – od opracowania scenariusza, poprzez kreację, animację, udźwiękowienie, aż do wygenerowania plików wideo.

Film został umieszczony na platformach Facebook, YouTube i Vimeo.

Zaktualizowano stronę www.rybawygrywa.pl poprzez dodanie filmu i treści promujących konserwy z polskich ryb.

Dofinansowanie FPR: 47 355,00 zł

Środki przekazu: Internet

Podmiot realizujący: Stowarzyszenie Rozwoju Rynku Rybnego

Promowane produkty: konserwy rybne.

4. Wsparcie sprzedaży karpia w mediach.

Projekt polegał na przygotowaniu 5 artykułów sponsorowanych i zamieszczeniu ich w ogólnopolskich dziennikach i czasopismach.

Celem było zwiększenie konsumpcji ryb i przetworów rybnych, w szczególności karpia z polskich hodowli na krajowym rynku rybnym.

Jedząc polskie ryby, nie tylko dbamy o swoje zdrowie, wspieramy nie tylko polską akwakulturę, ale również przyczyniamy się do zachowania przyrody na stawach rybnych oraz poprawy retencji wody na terenach ubogich w naturalne zbiorniki wodne.

Dofinansowanie FPR: 48 000,00 zł

Środki przekazu: Prasa

Podmiot realizujący: Towarzystwo Promocji Ryb

Promowane produkty: ryby słodkowodne, karp

IV. Ocena działań w 2020 r.

Fundusz Promocji Ryb w roku 2020 wykorzystany był w ograniczonym zakresie. Wymusiła to postępująca w ciągu całego okresu pandemia. Zatwierdzone przez Komisję Zarządzającą FPR jeszcze w 2019 roku zadania i projekty promocyjne na rok 2020 nie mogły być realizowane głównie z powodów nowych przepisów i ograniczeń jakie wprowadzono na czas pandemii COVID-19. Środki pieniężne na działania promocyjne z Funduszu Promocji Ryb w roku 2020 wydatkowane były w sposób racjonalny, z wyraźnym akcentem i w większym zakresie wykorzystania serwisów internetowych, radia i prasy.

Zrealizowanych działań było dużo mniej niż w latach ubiegłych, za to były bardziej zróżnicowane.

Większość działań promocyjnych koncentrowała się wokół promocji ryb pochodzących z hodowli, głównie stawowych (karpi), także pstrągowych. Ryby morskie promowane były w postaci wysoko przetworzonych przetworów rybnych, jako konserwy ze szprotów i śledzi.

Wszystkie projekty i zadania promocyjne zostały w głównej mierze skierowane końcowych odbiorców – konsumentów ryb i przetworów rybnych.



Przewodniczący Komisji Zarządzającej FPR

