

**FUNDUSZ PROMOCJI RYB  
KOMISJA ZARZĄDZAJĄCA**

**SPRAWOZDANIE RZECZOWE ZA  
ROK 2023**

## **I. Wstęp:**

Zatwierdzony przez Komisję Zarządzającą Plan Finansowy Funduszu Promocji Ryb na rok 2023 obejmował dziesięć zadań, z których zrealizowano osiem. Zadania zgłoszone zostały przez ogólnopolskie organizacje reprezentujące rybaków śródlądowych oraz organizacje zajmujące się m.in. promocją żywności i zdrowego odżywiania.

W roku 2023, po raz pierwszy od czasu kryzysu związanego z pandemią, nastąpił wzrost zainteresowania środkami Funduszu Promocji Ryb oraz możliwościami ich wykorzystania w celu realizacji 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 zatwierdzoną strategię promocji na rok 2023 oraz regulamin.

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

Największa część budżetu skierowana została, podobnie jak w latach ubiegłych, na działania promocyjne bezpośrednio dedykowane odbiorcom finalnym – konsumentom.

Niżej podane projekty promocyjne zrealizowane w 2023 r. były skierowane bezpośrednio do konsumentów:

- „Polski Karp – Polskie Wino” – zadanie zrealizowane przez Towarzystwo Promocji Ryb
- „Pan karp na szlaku” – zadanie zrealizowane przez Towarzystwo Promocji Ryb
- „Bycie Fit jest Git” – zadanie zrealizowane przez Ogólnopolskie Stowarzyszenie Przetwórców i Producentów Produktów Ekologicznych – „Polska Ekologia”
- „Skąd się biorą karpie ?” – zadanie zrealizowane przez Polskie Towarzystwo Rybackie
- „Kulinarna promocja jesiotra” – zadanie zrealizowane przez Organizację Producentów Ryb Jesiotrowatych”.

- „ Rybactwo i Wędkarstwo Na regionalnych Wydarzeniach Targowych „ – zadanie zrealizowane przez Organizację Producentów Ryb Jesiotrowatych
- „ Sportowy Karp” – zadanie zrealizowane ( 3 – letni okres realizacji ) przez Towarzystwo Promocji Ryb
- „ Wielofunduszowa Promocja Żywności Wysokiej Jakości” – zadanie zrealizowane przez Ogólnopolskie Stowarzyszenie Przetwórców i Producentów Produktów Ekologicznych „ Polska Ekologia”

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

#### **1. „Polski Karp – Polskie Wino”**

Na miejscu odbyły się animacje dla dzieci, warsztaty kulinarne, historyczny odłów karpia – inscenizacja, koncert muzyczny, a także konkurs wiedzy o rybach i zawody wędkarskie z nagrodami. Uczestnicy zostali poczęstowani zupą rybną i faworkami z karpia. Odbyły się 3 wykłady nt. wiedzy o rybach, karpniu.

Dofinansowanie z FPR – 50 000,00 zł.

Podmiot realizujący: Towarzystwo Promocji Ryb

Miejsce realizacji: Rytwiany – województwo świętokrzyskie

Środki przekazu: wykłady tematyczne, degustacje, zawody wędkarskie, konkursy, ulotki.

Promowane produkty: ryby, potrawy rybne, przepisy kulinarne.

#### **2. „Pan Karp Na Szlaku”**

Promocja karpia odbyła się na szlaku miejsc atrakcyjnych pod względem turystycznym ( okolice Brennej w Beskidzie Śląskim). Promocja polegała m.in. na współgraniu promocji w stacjach radiowych z działaniami na miejscu polegającymi na serwowaniu potraw z karpia, rozdawaniu ulotek i gadżetów promocyjnych.

Dofinansowanie ze środków FPR: 146 250,00 zł

Podmiot realizujący: Towarzystwo Promocji Ryb

Miejsce realizacji: cała Polska

Środki przekazu: radio, ulotki, gadżety.

Promowane produkty: karp, potrawy z karpia.

### 3. „Bycie Fit jest Git”

Projekt jest kontynuacją działań rozpoczętych w 2017 roku. Przedmiotem działań były imprezy plenerowe w szkołach połączone z prelekcjami. W trakcie zajęć przedstawiano jak jeść i przygotowywać potrawy zdrowe i dietetyczne z różnych rodzajów mięs i ryb. Utworzono stronę internetową, nakręcono film o zdrowym odżywianiu.

Dofinansowanie z FPR: 49 691,25 zł

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

Miejsce realizacji: cała Polska

Środki przekazu: internet , film tematyczny, prelekcja

Promowane produkty: ryby, potrawy z ryb.

### 4. „Skąd się biorą karpie?”

W ramach projektu przeprowadzono akcję promocyjną polegającą na wysłaniu pakietów promocyjnych z gadżetami do 340 hodowców tzw. ambasadorów karpia. Pakiety te zawierały m.in. opaski odblaskowe, naklejki, broszury promocyjne o karpie, karty promocyjne z przepisami kulinarnymi. Naklejki lansowały hasło: „ Karpie są super ! Jem Karpie!, Jem Zdrowo! Jestem Eko !”

Dofinansowanie z FPR: 46 400, 00 zł

Podmiot realizujący: Polskie Towarzystwo Rybackie

Miejsce realizacji: cały kraj

Środki przekazu: przepisy kulinarne, naklejki, opaski

Promowane produkty: karpie, potrawy z karpia.

### 5. „Kulinarna Promocja Jesiotra”

Utworzono stoisko promocyjne w ramach wydarzenia – Barwy Lata – Dary Jesieni. Korzystając z usługi cateringowej wydano 1000 porcji dań rybnych.

Dofinansowanie ze środków FPR: 19 974,00 zł

Podmiot realizujący: Organizacja Producentów Ryb Jesiotrowatych

Miejsce realizacji: Ośrodek Doradztwa Rolniczego w Minikowie

Środki przekazu: porcje degustacyjne potraw z ryb

Promowane produkty: potrawy z jesiotra.

#### 6. „Rybacktwo i Wędkarstwo na Regionalnych Wydarzeniach Targowych”

Utworzono stoisko promocyjne w ramach Targów Smaki Regionów na terenie Międzynarodowych Targów Poznańskich. Promocja polegała na degustacji potraw rybnych oraz zaprezentowaniu sprzętu wędkarskiego.

Dofinansowanie z FPR: 33 662,00 zł

Podmiot realizujący: Organizacja Producentów Ryb Jesiotrowatych

Miejsce realizacji: Poznań

Środki przekazu: degustacja potraw rybnych

Promowane produkty: potrawy rybne.

#### 7. „Sportowy karp”

Na antenie radia regionalnego prowadzono reklamę amatorskiej imprezy sportowej. Utworzono i prowadzono stronę internetową poświęconą akcji promocyjnej. Nawiązano współpracę ze środowiskiem sportowców zawodowych. Zorganizowano amatorską imprezę sportową w ramach której przeprowadzono degustację batonów i tzw. faworków z karpia, rozdawano gadżety promocyjne, torby foliowe z nadrukiem, czapki z daszkiem i koszulki T-shirt.

Wynajęto obrendowany bus z reklamą wizualną zadania.

Dofinansowanie z FPR: 620 000,00 zł

Podmiot realizujący: Towarzystwo Promocji Ryb

Miejsce realizacji: cała Polska

Środki przekazu: internet, radio , gadżety

Promowano produkty: karp, przetwory z karpia.

## 8. „Wielofunduszowa Promocja Żywności Wysokiej Jakości”

W ramach projektu zostały zrealizowane działania skupiające się na promocji produktów wysokiej jakości podczas Festiwalu Żywności Wysokiej Jakości na Stadionie Narodowym.

Promocja dotyczyła m.in. takich grup produktów: mleka, mięsa, owoców, warzyw, zbóż, ryb, roślin oleistych, produktów pszczelarskich.

Dofinansowanie z FPR: 2 467,50 zł

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

Miejsce realizacji: Warszawa – Stadion Narodowy

Środki przekazu: degustacja potraw

Promowane produkty: potrawy – żywność wysokiej jakości.

Nie zrealizowano zatwierdzonych przez Komisję Zarządzającą Funduszu Promocji Ryb następujących zadań:

- „Ogólnopolski Karpiowy Konkurs Kulinaryny” zgłoszony przez Towarzystwo Promocji Ryb z budżetem w wysokości 135 150,00 zł
- „100 lat Polskiego Stołu. Tradycja i jakość atutem polskiej akwakultury” zgłoszony przez Polską Izbę Produktu Regionalnego i Lokalnego z budżetem w wysokości 47 500,00 zł

#### **IV. Ocena działań 2023r.**

Środki pieniężne na działania promocyjne finansowane z Funduszu Promocji Ryb w roku 2023 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 w większym zakresie serwisów internetowych i obejmowały swoim zasięgiem kilkanaście razy więcej osób. Zostały w przeważającej 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 jesiotrowatych.

Porównując realizowane działania promocyjne innych ryb śródlądowych, 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.

Niewidoczne w zrealizowanych zadaniach na rok 2023 były ryby z połowów morskich. Dotyczy to także przetworów z ryb morskich, wysoko przetworzonych , sprzedawanych także w postaci konserw.

Marian Tomala

.....

Przewodniczący Komisji Zarządzającej FPR