

# **Fundusz Promocji Ryb**

## **Komisja Zarządzająca**

**Sprawozdanie rzeczowe  
za rok 2012**

## **I. Wstęp**

W 2012 r. komisja zarządzająca Funduszu Promocji Ryb odbyła trzy posiedzenia.

Zatwierdzony przez Komisję Zarządzającą Plan Finansowego Funduszu Promocji Ryb na rok 2012 obejmował sześć zadań (w tym jedno zadanie wieloletnie), zgłoszonych przez uprawnione organizacje. Ponadto w 2012 r. realizowane było cztery zadania objęte Planem Finansowym FPR na rok 2011.

W 2012 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 prokonsumenckich miały w szczególności następujące projekty promocyjne, realizowane w 2012 r.:

- 1) **„Karp bez ości, to proste”** – zadanie realizowane przez Towarzystwo Promocji Ryb (na podstawie Planu Finansowego na rok 2011);
- 2) **„Tworzenie mody na jedzenie ryb”** – zadanie realizowane przez Stowarzyszenie Rozwoju Rynku Rybnego (na podstawie Planu Finansowego na rok 2011);
- 3) **Promocja ryb odławianych w wielkich jeziorach mazurskich oraz innych produkowanych lub poławianych przez polskich rybaków na Mazurskim Festiwalu Rybnym „Rybkę na zdrowie” w Mikołajkach** - zadanie Polskiego Towarzystwa Rybackiego;
- 4) **„Święto Karpia – Carp Festival”** - zadanie Polskiego Towarzystwa Rybackiego (na podstawie Planu Finansowego na rok 2011);
- 5) **„Promowanie polskich ryb i ich produkcję oraz produktów rybnych na wystawie Opolagra w Kamieniu Śląskim k. Opola”** - zadanie Polskiego Towarzystwa Rybackiego;
- 6) **„Promocja polskich ryb i produktów rybnych na jarmarku Magdaleńskim Folk Art. w Pszczewie”** - zadanie Polskiego Towarzystwa Rybackiego;
- 7) **„Zachęcanie konsumentów do zakupów ryb poprzez konkursy oraz edukację kulinarną”** - zadanie Stowarzyszenia Rozwoju Rynku Rybnego.

Tworzeniu pozytywnego wizerunku branży rybnej zagranicą służyło dofinansowanie zadań:

- 8) **„Międzynarodowa promocja ryb i produktów rybnych z krajowej produkcji”** – zadanie Stowarzyszenia Rozwoju Rynku Rybnego (na podstawie Planu Finansowego na rok 2011);
- 9) **„Polskie stoisko na targach rybnych Fish International 2012 w Bremie”** – zadanie Stowarzyszenia Rozwoju Rynku Rybnego

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

- 10) **„Pierwszy ogólnopolski projekt promocji sprzedaży bezpośredniej w oparciu o profesjonalnie zaprojektowaną markę sieci sprzedaży oraz edukacje i wsparcie dla hodowców”** – zadanie Polskiego Towarzystwa Rybackiego

### Odbiorcy projektów

Głównymi odbiorcami projektów byli polscy konsumenci. Pozostałe grupy docelowe, to:

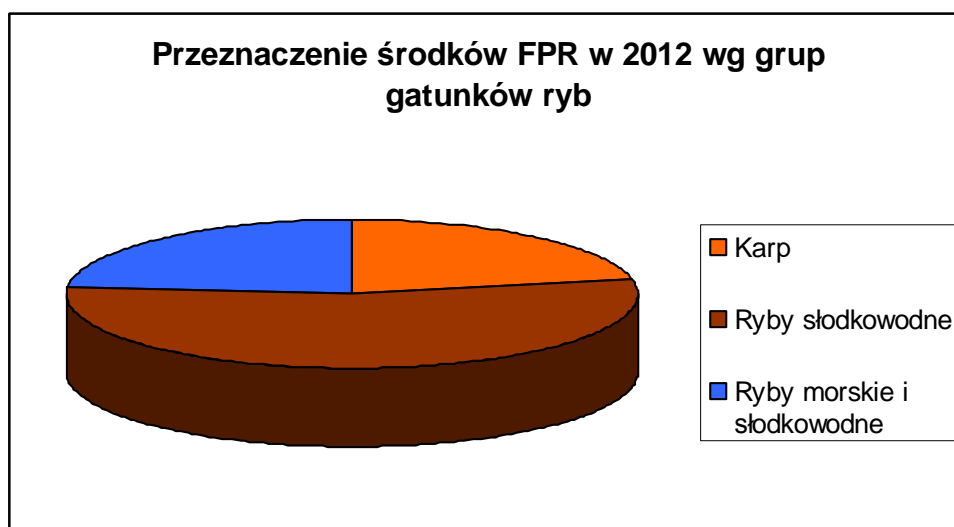
- zagraniczni nabywcy polskich ryb (kupcy),
- hodowcy i rybacy (elementy szkoleniowe w projekcie tworzenia sieci sprzedaży bezpośredniej).



Wykres 1. Udział poszczególnych grup docelowych w strukturze odbiorców projektów sfinansowanych w 2012 r. przez Fundusz Promocji Ryb (wg budżetu poszczególnych zadań)

### Promowane gatunki ryb

Większość projektów (ilościowo i wartościowo) związanych było z gospodarką stawową i promocją karpia. Pozostałe odnosiły się do promocji generycznej całej kategorii ryb i produktów rybnych.



Wykres 2. Przeznaczenie środków Funduszu Promocji Ryb (wg budżetu poszczególnych zadań i gatunków/grup ryb)

## Szczegółowe omówienie zrealizowanych projektów

### „Tworzenie mody na jedzenie ryb i produktów rybnych”

Głównym elementem kampanii jest profil promujący ryby na portalu społecznościowym Facebooku ([www.facebook.pl/RybaWygrywa](http://www.facebook.pl/RybaWygrywa)), który gromadzi fanów jedzenia ryb, publikuje i moderuje posty kulinarne i edukacyjne oraz prowadzi konkursy i kampanie banerowe. Działaniem wspierającym jest reklama prasowa. Kampania jest identyfikowana graficznie przez znak „Polskie ryby i produkty rybne” oraz ikonę „Ryba Wygrywa”.

**Dofinansowanie z FPR:** 157 209 zł (w tym 62 883,60 zł w 2012 r.)

**Podmiot realizujący:** Stowarzyszenie Rozwoju Rynku Rybnego

**Środki przekazu:** portal internetowy Facebook.pl (profil RybaWygrywa oraz banery), miesięcznik „W podróży”, miesięcznik „M, jak mieszkanie”

**Zasięg w 2012 r.:** 8 000 fanów; czytelnictwo postów do 120 000 wyświetleń miesięcznie, magazyn „W Podróży” – ok. 800 000 pasażerów PKP Intercity, „M, jak mieszkanie” – czytelnictwo – 100 tys. os., reklama banerowa na FB – 21,6 mln wyświetleń. Łączny szacunek dotarcia 1+ - 2 mln dorosłych Polaków.

### **„Karp bez ości, to proste”**

W ramach zadania w 2012 zawarto umowę sponsorską, w myśl, której logo Pana Karpia zabłysło na fokku jachtu, który od 16 listopada 2012 przez 3 tygodnie przemierzał Atlantyk. W zamian Towarzystwo Promocji Ryb otrzymało:

- 14 wejść sponsorskich w programach radiowych w PR III;
- podjęcie tematyki wskazanej przez TPR w 2 relacjach Kuby z Oceanu oraz przekazanie zdjęć z Rejsu - dużej rozdzielczości nie tylko dla celów promocji, ale również dla celów reklamowych z przeniesieniem wszystkich materialnych praw autorskich.

**Dofinansowanie z FPR:** 230 275,41 zł (w tym 92054,09 zł w 2012 r.)

**Podmiot realizujący:** Towarzystwo Promocji Ryb

**Środki przekazu:** Radio, strona www, kalendarz

**Zasięg w 2012 r.:** ok. 2,8-3,0 mln słuchaczy PR III

### **„Międzynarodowa promocja ryb i produktów rybnych z krajowej produkcji”**

W II etapie kampanii opublikowano reklamy prasowe:

- na II stronie okładki czasopisma „Eurofish Magazine”
- dwie emisje reklamy w magazynie pokładowym linii lotniczy Wizzair – WIZZ. Publikacja reklamy w numerze czerwcowym 2012 r. magazynu WIZZ została zaplanowana na okres zwiększonych przyjazdów turystycznych do Polski w okresie EURO 2012. Reklama zachęcała do spróbowania polskich specjałów z ryb, takich jak: karp po żydowsku, grillowany pstrąg, lin w śmietanie i smażony dorsz. Reklama w numerze grudniowym magazynu WIZZ zachęcała Polaków (emigrantów) wracających z zagranicy do Polski na święta, do tego by na świątecznym stole nie zabrakło tradycyjnego karpia i innych polskich ryb. W reklamie podano link do strony [www.poland-fish.com](http://www.poland-fish.com), a także [www.pankarp.pl](http://www.pankarp.pl), gdzie zamieszczono wiele przepisów na potrawy z karpia. Wersja anglojęzyczna tekstów na reklamie zachęcała zagranicznych turystów odwiedzających w tym czasie Polskę do spróbowania potraw z polskich ryb.

Kampania jest identyfikowana graficznie przez znak „Fish products from Poland”.

**Dofinansowanie z FPR:** 90 297,50 zł (w tym 36118,95 zł w 2012 r.)

**Podmiot realizujący:** Stowarzyszenie Rozwoju Rynku Rybnego

**Środki przekazu:** strona internetowa [www.poland-fish.com](http://www.poland-fish.com), czasopismo WIZZ, czasopismo „Eurofish Magazine”

**Zasięg w 2012 r.:** Zasięg reklamy WIZZ wynosi 1 900 000 czytelników / numer i około 3,5 mln czytelników na dwa wydania (przy czym około 10% czytelników spotyka się z reklamą więcej niż 1 raz). Narodowość czytelników to: 28% mieszkańcy Europy Zachodniej, 43% mieszkańcy Europy Centralnej i Wschodniej, zaś 29% obywatele krajów Europy Centralnej i Wschodniej pracujący i mieszkający w Europie Zachodniej..

### **„Zachęcanie konsumentów do zakupów ryb poprzez konkursy oraz edukację kulinarną”**

W ramach projektu wykonano opracowano konkurs paragonowy dla konsumentów (gadżety w zamian za paragony potwierdzające zakup dowolnych produktów rybnych), uruchomiono stronę [www.rybawygrywa.pl](http://www.rybawygrywa.pl), wyprodukowano gadżety (noże do

filetowania, deski do krojenia, torby bawełniane, notatniki magnetyczne na lodówkę). Wykonano także sesje zdjęciowe filetowania ryb.

**Dofinansowanie z FPR:** 17 849,99 zł

**Podmiot realizujący:** Stowarzyszenie Rozwoju Rynku Rybnego

**Zasięg:** przewidziano nagrody dla 530 osób, zdjęcia i informacje o konkursie dotarły do ok. 120 000 odbiorców (poprzez portal Facebook)

### **„Święto Karpia / Carp Festiwal”**

Sfinansowane działania objęły organizację Konkursu Satyrycznego Karpik, przeprowadzenie konkursu na potrawę z ryb, degustacja potraw z ryb podczas biesiady satyryczno-kulinarnej; konkurs dla najmłodszych, wykłady o gospodarce rybackiej, wydanie katalogu konkursowego. Działania odbywały się w listopadzie 2012 r. w Niemodlinie (woj. opolskie).

**Dofinansowanie z FPR:** 116 100 zł (w tym 38 186,37 zł w 2012 r.)

**Podmiot realizujący:** Polskie Towarzystwo Rybackie

**Środki przekazu:** wydarzenie artystyczne, materiały poligraficzne (katalog konkursowy, plakaty, zaproszenia, dyplomy)

**Zasięg w 2012 r.:** kilkaset osób z kraju i zagranicy ze środowisk artystycznych.

### **„Polskie stoisko na targach rybnych Fish International 2012 w Bremie”**

W ramach projektu zamówiono 16 m.kw. powierzchni na targach wraz z zabudową. Wydrukowano 750 szt. ulotek (4 x A4), 300 magnesów na lodówkę, 10 kg cukierków-krówek z logotypem promującym ryby. W dniach 12-14 lutego stoisko obsługiwało 2 przedstawicieli SRRR oraz 2 tłumaczki.

**Dofinansowanie z FPR:** 24 535,25 zł

**Podmiot realizujący:** Stowarzyszenie Rozwoju Rynku Rybnego

**Zasięg:** stoisko odwiedziło około 1000 profesjonalistów, głównie z Niemiec i Polski

### **„Promocja polskich ryb i produktów rybnych na jarmarku Magdaleńskim Folk Art. w Pszczewie”**

W dniach 21-22 lipca 2012 odbył się 19. Jarmark Magdaleński Folk Art. w Pszczewie. To wydarzenie promujące produkty regionalne. Stoisko Polskiego Towarzystwa Rybackiego (zamknięty namiot wyposażony z aranżacją w postaci akcentów rybackich) przyciągnęło rzeszę odwiedzających. Prowadzono degustacje ryb wędzonych i klopsików z ryb słodkowodnych. Wygłoszono prelekcję (dr J. Sadowski – ZUT) nt. korzyści jedzenia ryb pochodzenia krajowego. Przeprowadzono dwa konkursy: „Mistrz przygotowania zupy rybnej” oraz „Dzieci mają głos”

**Dofinansowanie z FPR:** 36086,34 zł

**Podmiot realizujący:** Polskie Towarzystwo Rybackie

### **„Promowanie polskich ryb i ich produkcje oraz produktów rybnych na wystawie Opolagra w Kamieniu Śląskim k. Opola”**

W dniach 15-17 czerwca 2012 odbyła się dziewiąta wystawa rolnicza Opolagra. Stoisko PTRyb w postaci namiotu zamkniętego znajdowało się na terenie Wioski Rybackiej. Przez 3 dni prowadzono degustacje ryb wędzonych, w zalewie pomidorowej itp. Rozdawano torby bawełniane, foldery, kapelusze wędkarskie i smycze. Hasłem promocji było „Idę na ryby, idy po zdrowie”. 16 czerwca zorganizowano forum rybackie z wykładami, a także: konkursy „Jak przygotować rybę do konsumpcji” i „Dzieci mają głos”.

**Dofinansowanie z FPR:** 44 173,98 zł

**Podmiot realizujący:** Polskie Towarzystwo Rybackie

**Zasięg:** targi Opolagra odwiedziło 50 000 osób

**„Pierwszy ogólnopolski projekt promocji sprzedaży bezpośredniej w oparciu o profesjonalnie zaprojektowaną markę sieci sprzedaży oraz edukacje i wsparcie dla hodowców”**

W dniach 01 kwietnia – 30 września 2012 przeprowadzono I etap projektu. Stworzono: markę „Nasi Rybacy”, system identyfikacji wizualnej marki. Projekt przedstawiono na dwóch imprezach branżowych, przeprowadzono również szkolenie dla rybaków. Opracowano także argumentację i prezentację promującą ideę i markę – materiały skierowane do hodowców ryb. Przygotowano też identyfikację wizualną dla pierwszych 10 gospodarstw rybackich – strzałki kierunkowe, banery, cenniki.

**Dofinansowanie z FPR:** 274 458,00 zł (z czego 207 289,20 z w 2012 r.)

**Podmiot realizujący:** Polskie Towarzystwo Rybackie

**„Promocja ryb odławianych w wielkich jeziorach mazurskich oraz innych produkowanych lub poławianych przez polskich rybaków na Mazurskim Festiwalu Rybnym „Rybkę na zdrowie” w Mikołajkach”**

W dniach 29 czerwca – 1 lipca 2012 r. odbyły się Dni Mikołajek oraz V Mazurski Festiwal Rybny „Rybkę na zdrowie”. W centralnym miejscu imprezy ulokowano namiot Polskiego Towarzystwa Rybackiego, wyposażony w stoły i ławy. Zaprezentowano sprzęt rybacki, akwarium, materiały informacyjno-promocyjne. Dr J. Sadowski wygłosił prezentację nt. walorów jedzenia ryb, prowadził też publiczną debatę z kucharzem Karolem Okrasą. Prowadzono degustację ryb słodkowodnych w postaci wędzonej i smażonej na miejscu. Przeprowadzono trzy konkursy: „Najszybszy sprawiasz ryb”, konkurs wiedzy o rybach oraz konkurs „Dzieci mają głos”.

**Dofinansowanie z FPR:** 42115,60 zł

**Podmiot realizujący:** Polskie Towarzystwo Rybackie

### **III. Ocena działań w 2012 r.**

W 2012 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. Zgodnie założeniami „Długofalowej strategii promocji ryb w Polsce” kampanie konsumenckie za pośrednictwem internetu i prasy zostały skierowane głównie do osób aktywnych zawodowo, w wieku 25-40 lat, z wykształceniem średnim i wyższym, w szczególności kobiet. Kontynuowanie realizacji projektów wieloletnich, obejmujących kampanię radiową, kampanie internetowe oraz prasowe gwarantuje dotarcie do kilku milionów polskich konsumentów oraz do ponad 3 mln odbiorców zagranicznych.

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



**Aneks 1. Przykładowe reklamy i materiały graficzne wykonane w ramach zadań finansowanych ze środków Funduszu Promocji Ryb**



Akcja promocyjna Pana Karpia w trakcie samotnego rejsu redaktora Kuby Strzyczkowskiego (PR Pr.3) na jachcie Delphia przez Atlantyk szlakiem Kolumba („Karp bez ości to proste” Towarzystwo Promocji Ryb)



Fragment kalendarza promującego akcję Karp bez ości – to proste („Karp bez ości to proste” Towarzystwo Promocji Ryb)



As an appetizer:  
herring  
or Jewish-style  
carp

When you're visiting Poland, it's a good idea to get acquainted with our culinary culture. Among many traditional dishes, delicious Polish sea and freshwater fish are definitely worth trying.

- Grilled trout
- Tench in cream
- Sautéed Baltic cod

There's something special on the menu for everyone!

Bon appetit

PROJECT OF THE FISH MARKET DEVELOPMENT ASSOCIATION IN Gdynia  
FINANCED BY THE FISH PROMOTION FUND



Promocja ryb ukierunkowana na zagranicznych gości odwiedzających Polskę w okresie EURO 2012 - w magazynie pokładowym PKP Intercity „W podróży” w czerwcu 2012 r., („Tworzenie mody na jedzenie ryb” Stowarzyszenie Rozwoju Rynku Rybnego) oraz w magazynie linii lotniczych WizzAir w maju-czerwcu 2012 („Międzynarodowa promocja ryb i produktów rybnych w latach 2011-2012” Stowarzyszenie Rozwoju Rynku Rybnego)





Promocja ryb ukierunkowana na zagranicznych gości odwiedzających Polskę w okresie Świąt Bożego Narodzenia oraz Polaków wracających na święta do Polski - w magazynie linii lotniczych WizzAir w grudniu 2012 („Międzynarodowa promocja ryb i produktów rybnych w latach 2011-2012” Stowarzyszenie Rozwoju Rynku Rybnego)





**RYBA  
WYGRYWA!**

**Z RYBĄ WYGRYWASZ ZDROWIE I SYLWETKĘ**

ZACHĘĆ ZNAJOMYCH  
DO ZDROWEGO ODŻYWIANIA SIĘ.  
DOŁĄCZ DO NAS NA:  
[WWW.FACEBOOK.PL/RyBAWYGRYWA](http://WWW.FACEBOOK.PL/RyBAWYGRYWA)

KAMPANIA STOWARZYSZENIA ROZWOJU RYNKU RYBNEGO,  
FINANSOWANA ZE ŚRODKÓW FUNDUSZU PROMOCJI RYB.



Promocja ryb w miesięczniku „W podróży” oraz „M, jak mieszkanie” („Tworzenie mody na jedzenie ryb” Stowarzyszenie Rozwoju Rynku Rybnego)

facebook Wyszukaj osoby, miejsca i inne Tomasz Kulikowski Szukaj znajomych Strona główna

**Ryba Wygrywa** Oś czasu 2012 Lubisz to! Utwórz stronę

**Ryba Wygrywa**  
19 grudnia 2012

Tym razem na życzenie jednego z fanów podpowiadamy co możemy zrobić z sumem. Faszerowany grzybami leśnymi, pachnący i aromatyczny będzie wspaniale prezentował się na wigilijnym stole.

**Sum europejski faszerowany**



Z suma wyciąć zebra i kręgosłup, tak aby nie przeciąć grzbietu. Rybę ułożyć w naczyniu cebulkę z grzybami, przyprawiamy solą i pieprzem dodajemy posiekaną natkę pietru i wszystko wymieszać. Tak przygotowany farsz wkładamy do rozłożonego suma, który będziemy pieczone przez 1 godzinę w temperaturze 200 °C.

Lubisz to! · Dodaj komentarz · Udostępnij 22 9 5

---

**Ryba Wygrywa**  
18 grudnia 2012

Na pierwszy ogień idzie niesamowita, pyszna i jedyna w swoim rodzaju zupa z karpia w wersji paprykowo-pomidorowej!

**Paprykowo-pomidorowa zupa z karpia**

Niekwestionowany król wigilijnego stołu - karp, dziś w wersji zapiekanej z sosem chrzanowym. Baaaardzo polecamy, smakuje naprawdę wyborne! :)

**Karp pieczony w sosie chrzanowym**



Z masła i mąki zrobić zasmażkę, rozprowadzić mlekiem doprawić solą i cukrem. Zagotować obranego karpia podzielić i namoczyć na 1 godzinę w mleku. Żaroodporny półmisek (aż mięso zmieknie) przez ok. 30 minut. Jajka pokroić w kostkę, obsypać nimi rybę i z Góry na wierzchu pojawi się rumiana skórka, ryba jest gotowa do jedzenia.

Lubisz to! · Dodaj komentarz · Udostępnij 23 1 2

**Sponsorowane**

**Nowy rekord ceny złota!**



Handluj złotem z Plus500™. Kursy na żywo. Darmowy bonus 50 zł - bez wymaganej wpłaty!

25.313 osób lubi stronę Plus500.

**Twoja domowa pielęgnarka**



Oferujemy m.in. opiekę długoterminową, zabiegi w domu, badania krwi i szpiczernia ochronne

55 osób lubi stronę MedAmi Centrum Usług Pielęgniarskich

Włącz czat, aby zobaczyć, kto jest dostępny.

Szukaj

Zrzut ekranu (printscreen) fanpage RybaWygrywa na portalu Facebook („Tworzenie mody na jedzenie ryb” Stowarzyszenie Rozwoju Rynku Rybnego)



# COMPETITIVENESS | FLEXIBILITY | STATE OF THE ART PROCESSING

Every day, from small fishing boats and family fish farms up to the world's biggest salmon smoke house with great passion we produce high quality fish and fish products for the most demanding European and non-European markets.

Polish fish industry, which directs over half of the production for export, is ready for the challenges thrown by the contemporary world. Following features distinguishing Polish fish industry:

- care for the highest hygienic standards and health safety of the produced food,
- competitive offer and flexible client approach,
- being open for different forms of cooperation even with the most demanding buyers.



February 12<sup>th</sup>–14<sup>th</sup> 2012  
Bremen Exhibition Centre

**fishinternational**

Visit us at: Hall 5 B-21

PROJECT FINANCED BY THE FISH PROMOTION FUND



**POLAND: SUSTAINABLE SOURCE OF QUALITY FISH PRODUCTS**  
**WWW.POLAND-FISH.COM**

Polska: zrównoważone źródło wysokiej jakości produktów rybnych — reklama na okładce „Eurofish Magazine”, luty 2012 r., wraz z zaproszeniem na polskie stoisko rybne na targach Fish International w Bremie („Międzynarodowa promocja ryb i produktów rybnych z krajowej produkcji”)





Gotowanie zupy rybnej i konkurs na potrawy z karpia („Święto Karpia – Carp Festiwal” Polskie Towarzystwo Rybackie)



← → ↻ 🏠 [www.rybawygrwa.pl](http://www.rybawygrwa.pl) 🌟 ⌵ ☰

START | REGULAMIN | WYŚLIJ PARAGONY

**ZBIERAJ PARAGONY  
ZA ZAKUP RYB  
I PRODUKTÓW RYBNYCH**



**I WYMENIAJ JE  
NA SUPER NAGRODY!!!**

facebook

**Ile jest nagród do zdobycia:**

0 x noży



75 x torb Eco



35 x desek



263 x notesów magnetycznych na lodówkę



235 x magnesów na lodówkę



**Co za ile wymieniamy:**

25 paragonów = nóż do filetowania  
 20 paragonów = deska  
 10 paragonów = torba Eco  
 5 paragonów = magnetyczny notes

**Co trzeba zrobić:**

1 Zbierz wymaganą liczbę paragonów

2 Zeskanuj paragony i wyślij za pomocą formularza

3 Cierpliwie czekaj na swoje nagrody

FINANSOWANE PRZEZ FUNDUSZ PROMOCJI RYB

Zrzut ekranu (printscreen) konkursu konsumenckiego (paragonowego) RybaWygrwa („Zachęcanie konsumentów do zakupów ryb poprzez konkursy oraz edukację kulinarną” Stowarzyszenie Rozwoju Rynku Rybnego)

**UNSERE REGELN**

**SICHERHEIT UND QUALITÄT DER LEBENSMITTEL**  
 Veterinär-Nummer die mit den Buchstaben „PL“ auf dem Fischprodukt beginnt, ist eine Garantie für höchste gesundheitliche Qualität des Produktes. Alle polnischen Fischverarbeitungsbetriebe arbeiten nach den Grundsätzen von HACCP und stehen unter ständiger Aufsicht sehr restriktiver Veterinärdienste. Viele für den Export produzierenden Betriebe legitimieren sich auch mit den Zertifikaten des Qualitätsmanagementsystems sowie BRC und IFS-Zertifikaten.

**QUELLEN VON ROHSTOFFEN UND EINE AUSGEWOGENE ENTWICKLUNG DIE ÜBERWIEGENDE**  
 Mehrheit der Rohstoffe für die Verarbeitungindustrie in Polen kommt aus:  
 • Nordeuropäischer und nationaler Aquakultur- Lachs, Forelle, Karpfen und andere Süßwasserfische;  
 • Nordatlantik und Ostseefische – Hering, Makrele, Sprotte, Scholle und Dorsche.

Ein derzeitiges Kontrollsystem für die Fischerei und Entlandungen garantiert fast 100%-ige Sicherheit, dass Dorsch aus der polnischen Ostsee aus legalen Fischen kommt, und seine Exploitation die Nachhaltigkeit der Fischerei nicht gefährdet.

Wenn Sie Fische und Fischprodukten mit der Veterinär-Nummer, die mit den Buchstaben „PL“ beginnt kaufen, können Sie sicher sein dass:  
 • es ein schmackhaftes und qualitativ hochwertiges Produkt ist;  
 • ein Produkt unter der Aufsicht der veterinären Dienste in sehr modernen Betrieben mit einem Höchstmaß an Hygiene produziert wird;  
 • ein Produkt auf Rohstoffe aus legalen, erneuerbaren Fischen basiert.

Ein Projekt von der Gesellschaft der Entwicklung von dem Fischmarkt, die vom Fonds zur Förderung der Fische finanziert wird.

**Fish products from Poland**









[www.poland-fish.com](http://www.poland-fish.com)

[www.poland-fish.com](http://www.poland-fish.com)

Pierwsza i czwarta strona broszury promującej polskie produkty rybne w języku niemieckim („Polskie stoisko na targach rybnych Fish International 2012 w Bremie” Stowarzyszenie Rozwoju Rynku Rybnego)





Wizualizacja stoiska promującego polskie produkty rybne („Polskie stoisko na targach rybnych Fish International 2012 w Bremie” Stowarzyszenie Rozwoju Rynku Rybnego)