

**FUNDUSZ PROMOCJI RYB
KOMISJA ZARZĄDZAJĄCA**

Sprawozdanie rzeczowe na rok 2021

I Wstęp

Komisja zarządzająca Funduszem Promocji Ryb uchwaliła Strategię Promocji na rok 2021 w dniu 17.08.2020 r. Według zatwierdzonej strategii poszczególne podmioty (czytaj: uprawnione ogólnopolskie organizacje) przygotowały wnioski dla swoich projektów promocyjnych.

Na posiedzeniu w dniu 27 listopada 2020 r. Komisja uchwaliła Plan Finansowy Funduszu Promocji Ryb na rok 2021.

W tym okresie władze państwowe ustawowymi przepisami, nałożyły wiele ograniczeń we wszystkich dziedzinach życia społecznego z powodu pandemii.

Zatwierdzony przez Komisję Zarządzającą Funduszem Promocji Ryb na rok 2021 początkowo obejmował osiem zadań zgłoszonych przez ogólnopolskie organizacje reprezentujące rybaków śródlądowych, rybaków morskich oraz przetwórców ryb.

Ze względu na pandemię, nie następował tak zauważalny jak w poprzednich latach wzrost zainteresowań środkami Funduszu Promocji Ryb, w celu wykorzystania ich na realizację zadań promocyjnych.

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

II Plan finansowy i realizacja projektów dofinansowanych

Komisja Zarządzająca Funduszem Promocji Ryb decyzje podejmowała w oparciu o zatwierdzone:

1. Strategię promocji na rok 2021
2. Regulamin

Stan środków finansowych Funduszu Promocji Ryb na dzień 01.01.2021 wynosił 801 996,00 zł natomiast na dzień 31.12.2021 wynosił 1 037 308,55 zł.

Zgłoszone projekty obejmowały działania mające na celu informowanie o jakości i cechach, w tym zaletach ryb oraz ich przetworów oraz działania mające na celu promocję spożycia ryb i ich przetworów.

Podobnie jak w latach ubiegłych, największa część budżetu, skierowana została na działania promocyjne bezpośrednio dedykowane odbiorcom finalnym, czyli konsumentom.

Przyjęte do planu finansowego zadania koncertowały się także wokół różnych form promocji i aktywności organizacji rybackich oraz takich, które działają na rzecz zwiększenia zainteresowania rybami i branżą rybacką.

Niżej podane projekty promocyjne, zatwierdzone pierwotnie przez Komisję Zarządzającą miały być realizowane w roku 2021. Należały one do tych zadań, które były skierowane bezpośrednio do konsumentów:

- Kontynuacja promocji sprzedaży bezpośredniej w oparciu o markę „Nasi Rybacy – zawsze świeże ryby”
 - Zadanie Polskiego Towarzystwa Rybackiego
- Promocja ryb na Mazurskim Festiwalu Rybnym „Rybkę na zdrowie” w Mikołajkach
 - zadanie Stowarzyszenia Producentów Ryb Łososiowatych
- Bycie Fit jest Git
 - zadanie OSP i PPE „Polska Ekologia”
- Rybactwo i Wędkarstwo na Ogólnopolskich wydarzeniach targowych
 - zadanie Organizacji Producentów Ryb Jesiotrowatych.
- Kucharze i dziennikarze z karpem
 - zadanie Towarzystwa Promocji Ryb
- Ogólnopolska kampania wizerunkowa karpia i akwakultury stawowej
 - zadanie Polskiego Towarzystwa Rybackiego
- Zadanie pt. „Święto Pstrąga w Wojtalu:
 - Zadanie Stowarzyszenia Producentów Ryb Łososiowatych
- Ogólnopolski Karpiowy Konkurs Kulinaryny
 - zadanie Towarzystwa Promocji Ryb

Trwanie pandemii powodowało konieczność dalszego weryfikowania planu realizacji niektórych projektów. Komisja Zarządzająca Funduszem Promocji Ryb uchwałą nr 4/2021 z dnia 29.07.2021 oraz uchwałą nr 8/2021 z dnia 09.11.2021 zmieniła Plan Finansowy Funduszu.

Komisja Zarządzająca Funduszem Promocji Ryb stwierdziła, że zadania przyjęte do planu finansowego FPR na rok 2021 są zgodne ze Strategią Promocji Ryb na rok 2021.

III Szczegółowe omówienie zrealizowanych projektów

UWAGA !

Pandemia koronawirusa COVID-19 w roku 2021 uniemożliwiła realizację wszystkich planowanych i zatwierdzonych przez Komisję Zarządzającą Funduszem Promocji Ryb.

1. Promocję ryb na mazurskim Festiwalu Rybnym „Rybkę na zdrowie” w Mikołajkach.

Przygotowano stoisko promocyjne, na którym przedstawiono materiały informacyjno-promocyjne w postaci ulotek i folderów. Zorganizowano promocję walorów smakowych ryb słodkowodnych poprzez ich degustację. Działania były skierowane na edukację i promocję walorów ryb jeziorowych. Mazurski festiwal stał się stałym punktem w kalendarzu imprez kulturalnych całego regionu.

Dofinansowanie FPR – 10 000, 00 zł.

Środki przekazu: stoisko, degustacja, ulotki, przepisy na potrawy z ryb.

Podmiot realizujący: Stowarzyszenie Producentów Ryb Łososiowatych

Promowane produkty: ryby jeziorowe

2. Bycie Fit jest Git

Podobnie jak w poprzedniej edycji projektu – głównym celem była edukacja młodzieży w zakresie korzyści płynących z systematycznego spożywania ryb i produktów rybnych oraz walorów odżywczych i prozdrowotnych jedzenia ryb.

Uczono młodzież o produktach wytwarzanych w ramach systemu rolnictwa ekologicznego. Przeprowadzono degustację ryb. Zorganizowano warsztaty kulinarne dla młodzieży wraz z konkursem wiedzy o rybach i hodowli ryb.

Dofinansowanie FPR : 18 900,00 zł

Środki przekazu: warsztaty kulinarne, degustacje

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

Promowane produkty i ryby słodkowodne.

3. Rybactwo i Wędkarstwo na ogólnopolskich wydarzeniach targowych.

Zorganizowano i przygotowano stoisko promocyjne w ramach Targów Smaki Regionów na terenie Międzynarodowych Targów Poznańskich .

Zadanie skierowano do uczestników Targów. Zaprezentowano różne dania z ryb, ulotkami przybliżono tematykę rybactwa i wędkarstwa w Polsce. Założony cel – to zwiększenie konsumpcji ryb i produktów rybnych na krajowym rynku rybnym.

Dofinansowanie z FPR: 29 900,00 zł

Środki przekazu: degustacja, stoisko rybne, ulotki.

Podmiot realizujący: Organizacja Producentów Ryb Jesiotrowatych

Promowane produkty: ryby słodkowodne.

4. Ogólnopolski Karpiovy Konkurs Kulinaryny.

W ciągu 2 tygodni na antenie ogólnopolskiej rozgłośni radia reklamowano karpia i organizację konkursu kulinarnego . Do ok. 300 szkół wysłano regulamin i na pendrive 10 filmów z recepturami karpia. Zorganizowano konkurs, a wyniki oceniane były przez jury konkursowe (koordynator, organizatorzy). Nagrodzono 10 najlepszych drużyn szkolnych.

Dofinansowanie z FPR: 40 000,00 zł

Środki przekazu: materiały reklamowe, konkurs kulinarny, reklamy w radiu

Podmiot realizujący: Towarzystwo Promocji Ryb

Promowane produkty: karp, potrawy z karpia

W trakcie realizacji niezakończone pozostały dwa zadania:

1. „Kucharze i dziennikarze z karpem”
- Projekt Towarzystwa Promocji Ryb
2. „Ogólnopolska kampania wizerunkowa karpia i akwakultury stawowej”
- Projekt Polskiego Towarzystwa Rybackiego

IV. Ocena działań 2021 r.

Kolejny rok był okresem realizowania zadań w warunkach nietypowych, wymuszonych przez pandemię.

Fundusz Promocji Ryb w roku 2021 wykorzystany był w ograniczonym zakresie. Wymusiła to postępująca w ciągu całego okresu pandemia. Zatwierdzone przez Komisję Zarządzającą FPR jeszcze w 2020 roku zadania i projekty promocyjne na rok 2021 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 2021 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 (karpie), także jeziorowych.

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

Projekty niezrealizowane, lub realizowane w ograniczonym zakresie w 2021 r. mają być kontynuowane w 2022 r. i w latach następnych.



Przewodniczący Komisji Zarządzającej FPR