

Funduszu Promocji Ryb

Komisja Zarządzająca

**Sprawozdanie rzeczowe
za rok 2013**

I. Wstęp

Zatwierdzony przez Komisję Zarządzającą Plan Finansowego Funduszu Promocji Ryb na rok 2013 obejmował osiem zadań, zgłoszonych przez uprawnione organizacje. Ponadto w 2013 r. realizowane było dwa zadania wieloletnie, objęte Planem Finansowym FPR na rok 2011 i 2012.

W 2013 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 2013 r.:

- 1) **„Promocja konsumentka Ryba Wygrywa w 2013 roku”** – zadanie realizowane przez Stowarzyszenie Rozwoju Rynku Rybnego
- 2) **„Święto Karpia / Carp Festival”** – zadanie Polskiego Towarzystwa Rybackiego (na podstawie Planu Finansowego na rok 2011);
- 3) **„Małopolski Piknik Rybacki”** – zadanie Polskiego Towarzystwa Rybackiego;
- 4) **„Piknik POLSKIE RYBY podczas pikniku POZNAJ DOBRĄ ŻYWNOSĆ”** – zadanie Krajowej Rady Izb Rolniczych;
- 5) **„Wydawnictwo kulinarne Wybierz jesiotra – wybierz zdrowie”** – zadanie Organizacji Producentów Ryb Jesiotrowatych.

Docieraniu do konsumentów, poprzez kreowanie pozytywnego wizerunku ryb w mediach (działania media relations) służyło zadanie:

- 6) **„Promocja spożycia karpia w polskich mediach poprzez organizację wydarzenia kulinarnego w Rzymie”** – zadanie Towarzystwa Promocji Ryb;

Tworzeniu pozytywnego wizerunku branży rybnej zagranicą służyło dofinansowanie zadań:

- 7) **„Promocja polskiego sektora rybnego na targach Riga Food w Rydze (Łotwa)”** – zadanie Stowarzyszenia Rozwoju Rynku Rybnego;
- 8) **„Składka członkowska Federacji Branżowych Związków Producentów Rolnych Organizacji Zawodowych w UE-COPA”** – zadanie Federacji Branżowych Związków Producentów Rolnych;

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

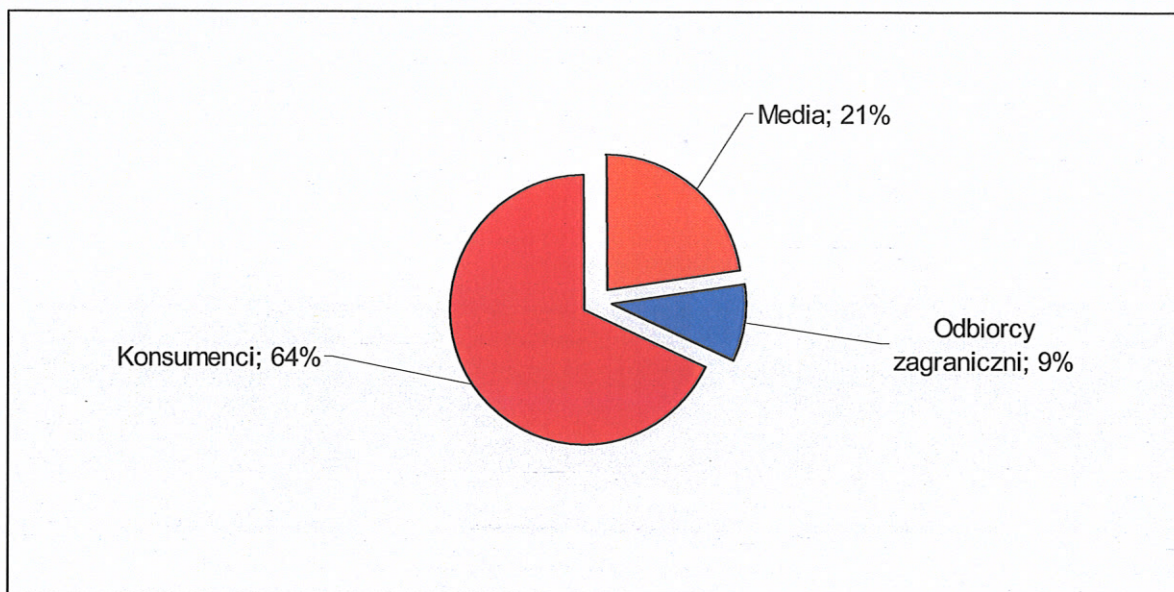
- 9) **„Pierwszy ogólnopolski projekt promocji sprzedaży bezpośredniej w oparciu o profesjonalnie zaprojektowaną markę sieci sprzedaży oraz edukacje i wsparcie dla hodowców”** – zadanie Towarzystwa Promocji Ryb (na podstawie Planu Finansowego na rok 2012);

Beneficjent jednego z zadań (Polskie Stowarzyszenie Przetwórców Ryb) odstąpił od realizacji projektu realizacji filmu edukacyjno-promocyjnego spożywania ryb na kwotę 137 760 zł.

Odbiorcy projektów

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

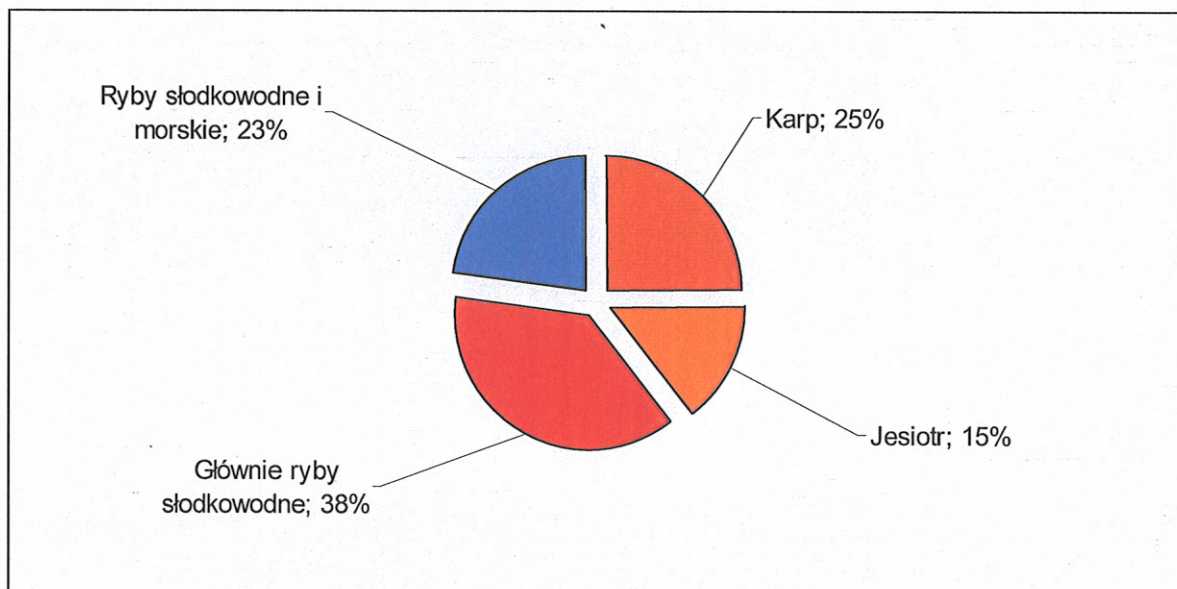
- zagraniczni nabywcy polskich ryb (kupcy),
- media (dziennikarze).



Wykres 1. Udział poszczególnych grup docelowych w strukturze odbiorców projektów sfinansowanych w 2013 r. przez Fundusz Promocji Ryb (wg budżetu poszczególnych zadań)

Promowane gatunki ryb

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



Wykres 2. Przeznaczenie środków Funduszu Promocji Ryb w 2013 r. (wg budżetu poszczególnych zadań i gatunków/grup ryb)

Szczegółowe omówienie zrealizowanych projektów

1. „Promocja konsumencka Ryba Wygrywa w 2013 roku”

Głównym elementem kampanii jest profil promujący ryby na portalu społecznościowym Facebooku (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: 55 000 zł

Podmiot realizujący: Stowarzyszenie Rozwoju Rynku Rybnego

Środki przekazu: portal internetowy Facebook.pl (profil RybaWygrywa oraz banery)

Zasięg w 2013 r.: 11 500 fanów; czytelność postów do 130 000 wyświetleń miesięcznie.

2. „Święto Karpia / Carp Festival”

W ramach III etapu zadania w 2013 został przeprowadzony konkurs satyryczny (międzynarodowy) pt. Karpik, konkurs dla najmłodszych (Mały Karpik), wykład dr Andrzeja Lirskiego (IRŚ) nt. gospodarki stawowej, Konkurs Kulinaryny na Potrawę z Ryb. W festiwalu wzięło udział kilkaset osób.

Dofinansowanie z FPR: 387 700 zł w 2013 r.

Podmiot realizujący: Towarzystwo Promocji Ryb

Środki przekazu: festyn, katalog pokonkursowy

Zasięg w 2013 r.: kilkaset osób

3. „Małopolski Piknik Rybacki”

W dniach 1-2 czerwca 2013 r. na terenie Zespołu Szkół w Książu Wielkim zorganizowano Małopolski Piknik Rybacki. Wydrukowano 300 plakatów i 500 zaproszeń oraz 1000 sztuk broszur. Piknikowi towarzyszyły prelekcje i konkursy dla publiczności. Prowadzono degustację.

Dofinansowanie z FPR: 40 000 zł

Podmiot realizujący: Polskie Towarzystwo Rybackie

Zasięg: ok. 2000 osób

4. „Piknik POLSKIE RYBY podczas pikniku POZNAJ DOBRĄ ŻYWNOŚĆ”

Piknik zorganizowano 15 czerwca 2013 r. w ogrodach SGGW w Warszawie. Dystrybuowano broszurę promującą walory ryb. Prowadzono degustację 7 potraw rybnych. Potrawy przyrządzali: Monika Goździalska i Kelvin Aiston. Piknikowi towarzyszyły konkursy dla dzieci i dorosłych.

Dofinansowanie z FPR: 50 000 zł

Podmiot realizujący: Rada Krajowa Izb Rolniczych

Środki przekazu: festyn, degustacja

Zasięg w 2013 r.: 15 000 uczestników pikniku PDŻ

5. „Wydawnictwo kulinarne Wybierz jesiotra – wybierz zdrowie”

Przewodnik wydano w nakładzie 4000 egzemplarzy, do przewodnika załączono płytę CD z materiałem filmowym.

Dofinansowanie z FPR: 35 000 zł

Podmiot realizujący: Organizacja Producentów Ryb Jesiotrowatych

Środki przekazu: książka promocyjna

Zasięg w 2013 r.: 4000 egzemplarzy

6. „Promocja spożycia karpia w polskich mediach poprzez organizację wydarzenia kulinarnego w Rzymie”

W świetle fleszy i kamer żywe karpie z Południowej Polski wjechały do Watykanu 18 grudnia 2013 r. Z karpia szef kuchni krakowskiego Hotelu Sheraton, jednocześnie kucharza polskiej kadry w piłce nożnej – Tomasz Leśniak wraz z trójką asystentów przygotował wystawny obiad dla Gwardii Szwajcarskiej i dwóch Papieży. Zainteresowanie mediów watykańskim konwojem trwało aż 22 dni. W przeliczeniu na ekwiwalent reklamowy (ile trzeba by zapłacić za reklamę, która zajmuje podobną powierzchnię w publikatorach jak artykuły i audycje o watykańskim karpie), wydarzenie to warte było ponad pół miliona złotych.

Dofinansowanie z FPR: 59 901 zł

Podmiot realizujący: Towarzystwo Promocji Ryb

Zasięg: ok. 4 mln widzów i radiosłuchaczy

7. „Promocja polskiego sektora rybnego na targach Riga Food w Rydze (Łotwa)”

Stoisko promocyjne polskiego sektora rybnego funkcjonowało na targach Riga Food 2013 w Rydze, w dniach 4-7 września 2013 r. W ramach projektu: udzielano informacji o polskiej branży rybnej, wydrukowano 1000 szt. ulotek promocyjnych oraz 75 szt. plakatów promocyjnych.

Dofinansowanie z FPR: 3 000 zł

Podmiot realizujący: Stowarzyszenie Rozwoju Rynku Rybnego

Środki przekazu: stoisko targowe, ulotki

Zasięg w 2013 r.: ok. 1000 osób

8. „Składka członkowska Federacji Branżowych Związków Producentów Rolnych Organizacji Zawodowych w UE-COPA”

Efektom jest aktywny udział przedstawicieli polskich producentów w COPA, co przyczynia się do reprezentacji polskich interesów na arenie Unii Europejskiej.

Dofinansowanie z FPR: 5 000 zł

Podmiot realizujący: Federacja Branżowych Związków Producentów Rolnych

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

6 maja 2013 r. w Mikołajkach odbyło się szkolenie dla rybaków przystępujących do projektu. Kontynuowano wyposażanie gospodarstw rybackich w strzałki kierunkowe i banery.

Dofinansowanie z FPR: 275 000 zł (3 lata)

Podmiot realizujący: Polskie Towarzystwo Rybackie

III. Ocena działań w 2013 r.


W 2013 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. Działania były zróżnicowane.

Działania prowadzone w formie festynów i pikników pozwoliły dotrzeć bezpośrednio do około 20 000 osób. Działania w Internecie do około 120 000 osób. Działania prowadzone w mediach – do ponad 4 mln konsumentów.

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

NIEMODLIN - OŚRODEK KULTURY
 NIEMODLIN - CENTER OF CULTURE
 LISTOPAD / NOVEMBER 2013



11 ŚWIĘTO KARPIA / CARP FESTIVAL
 MIĘDZYNARODOWY KONKURS
 RYSUNKU SATYRYCZNEGO „KARPIK 2013”
 11TH INTERNATIONAL CARTOON
 CONTEST „KARPIK 2013”

PROGRAM

15 LISTOPADA (PIĄTEK) 2013

10⁰⁰ Dworek w Graczech

- Konferencja rybacka
 - „Hodowia karpia szansą zrównoważonego rozwoju Opolszczyzny”

12⁰⁰ Sala widowiskowa Ośrodka Kultury w Niemodlinie

- wręczenie nagród Laureatom Konkursu „Mały Karpik 2013”
- spektakl teatralny „O rybaku i złotej rybce”

16 LISTOPADA (SOBOTA) 2013

11⁰⁰ Rynek w Niemodlinie

- „Karp nie tylko od święta” - warsztaty Opolskiej Akademii Kulinarnej i degustacja potraw z karpia

17⁰⁰ Sala widowiskowa Ośrodka Kultury w Niemodlinie

- gala wręczenia nagród Laureatom XI Międzynarodowego Konkursu Rysunku Satyrycznego „Karpik 2013”
- występ „Kabaretu Skeczów Męczących”
- odsłonięcie pamiątkowych tablic na „Ścianie Satyryków”
- wernisaż wystawy prac konkursowych „Karpik 2013”
- rozstrzygnięcie „V Polsko-Czeskiego Konkursu Kulinarnego na Potrawę z Ryb”
- degustacja potraw z karpia

IMPREZY TOWARZYSZĄCE:

Prezentacja działalności:

- Lokalnej Grupy Rybackiej „Opolszczyzna”;
- Agencji Rynku Rolnego;
- Polskiego Towarzystwa Rybackiego.

DARMOWE WEJŚCIÓWKI DO NABYCIA W OŚRODKU KULTURY W NIEMODLINIE W DNIU 12 LISTOPADA OD GODZ 10⁰⁰



Opolskie

Organizatorzy



Projekt współfinansowany ze środków finansowych Funduszu Promocji Ryb

Patronat honorowy



Patronat medialny



Partnerzy



METALICZNE RYBAKI
 Jerzy Bandrowski

OPOLE PIS System Niemodlin

Urząd Miejski w Niemodlinie

HASAN Mariusz Neckart

Opolski Związek Rybaków Spółka z o.o. Piotrowa 7 49-100 Niemodlin

Plakat promujący Święto Karpia / Carp Festiwal



Stoisko PIKNIKU RYBNEGO na pikniku POZNAJ DOBRĄ ŻYWNOSĆ



Promocja spożycia karpia w polskich mediach poprzez organizację wydarzenia kulinarnego w Rzymie – obiad dla Gwardii Szwajcarskiej

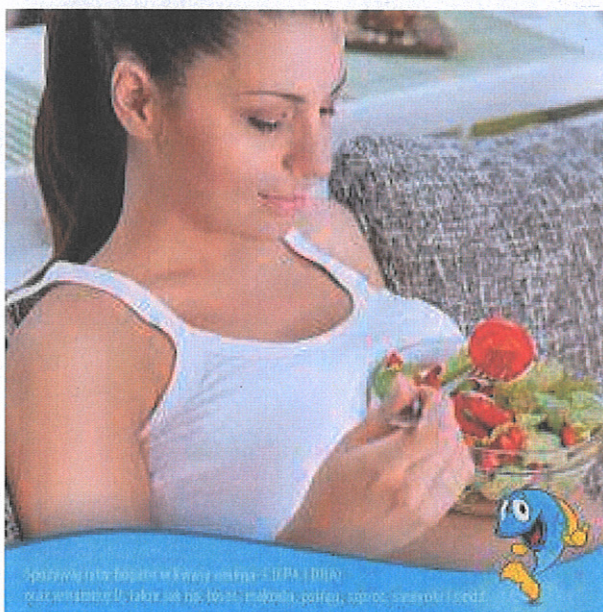


- 18: Morze Azowskie
- 21: Północno-zachodni Atlantyk
- 27: Północny wschodni Atlantyk
- 31: Śródziemnoziemne Morze
- 34: Środkowo-wschodni Atlantyk
- 37: Morze Śródziemne i Morze Czerwone
- 41: Północno-wschodni Atlantyk
- 47: Północno-zachodni Atlantyk
- 48: Indyjski
- 51: Zachodni Ocean Indyjski
- 57: Wschodni Ocean Indyjski
- 58: Akwiony Ocean Indyjski
- 61: Stosopocahamski Ocean Indyjski
- 67: Północno-wschodni Ocean Indyjski
- 71: Środkowo-zachodni Ocean Indyjski
- 77: Północno-wschodni Ocean Indyjski
- 81: Północno-wschodni Ocean Indyjski
- 87: Północno-wschodni Ocean Indyjski

KARMAZYN
Ryba morska zamieszkująca Północny Atlantyk, charakteryzując się chłodnym błękitnym mięsem o delikatnym smaku.

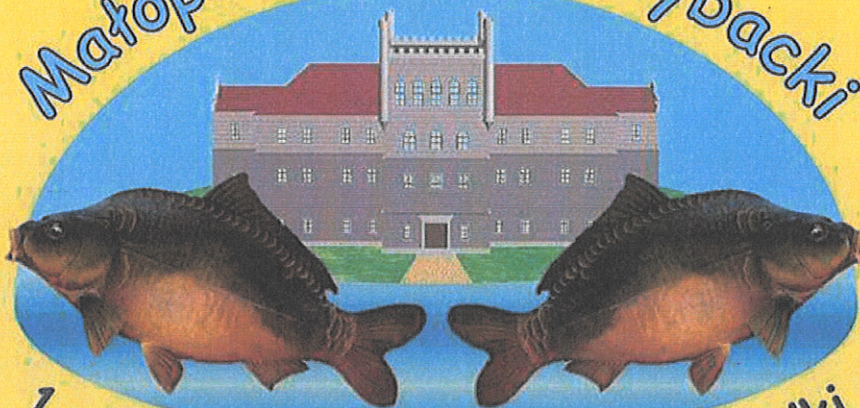
| | | | | |
|---------------------|--------------------|------------|------------|--------------------|
| 100g fileta zawiera | Energia 103 (Kcal) | Białko 17g | Tłuszcz 2g | PUFA Omega-3 0,71g |
| | 5% | 34% | 4% | 61% |

Idealna do:
pieczenia
smażenia
grillowania
Dostępna w formie filetów oraz tuszek



Przykładowe grafiki z profilu promocyjnego Ryba Wygrywa w 2013 r.

Małopolski Piknik Rybacki



1 - 2 czerwca 2013 Książ Wielki

1 czerwca - SOBOTA

14⁰⁰ - 18⁰⁰ Zawody wędkarskie

16⁰⁰ - 18⁰⁰ Prelegencje:

- "Wspólna polityka rolna" -
Eurodeputowany dr Czesław Siekierski
- "Nasze pożywienie a zdrowie" -
prof. dr hab. Krystyna Skibniewska,
Uniwersytet Warmińsko-Mazurski
- "Co z tym karpem?" -
dr inż. Andrzej Lirski,
Instytut Rybactwa Śródlądowego.

18³⁰ - 21⁰⁰ Ognisko:

- pieśni biesiadne
- degustacja zupy rybnej

21⁰⁰ Nocne zwiedzanie zamku
Pokazy walk rycerskich

2 czerwca - NIEDZIELA

14⁰⁰ Otwarcie Małopolskiego Pikniku Rybackiego

Konkursy: wiedzy, plastyczny
Krzyżówka z karpem

Występy zespołu "Książowiacy"

Degustacje potraw z ryb


Występy zespołów młodzieżowych


Pokazy: odłów ryb, policja, straż pożarna,
młodzieżowe grupy paramilitarne


18⁰⁰ Ogłoszenie wyników konkursów


18⁰⁰ - 22⁰⁰ Zabawa taneczna


22⁰⁰ Zakończenie

 Polskie Towarzystwo Rybackie

 Starostwo Powiatowe w Miechowie

 Małopolska Izba Rolnicza

 Urząd Gminy w Książu Wielkim

 Gospodarstwo Rybackie Przyborów

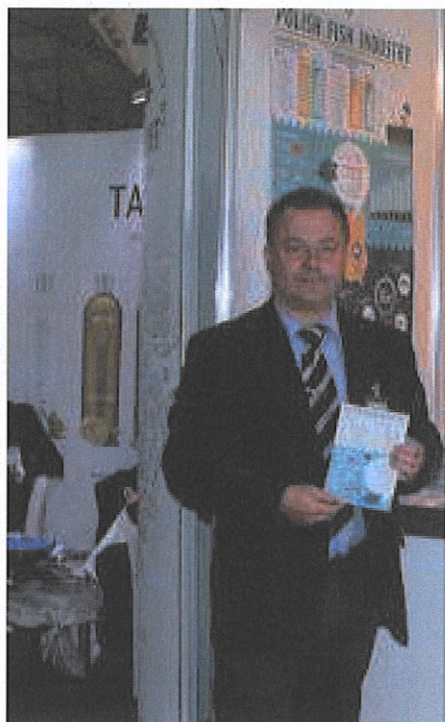
 Zespół Szkół im. W. Witosa w Książu Wielkim

Sfinansowano ze środków Funduszu Promocji Ryb

Plakat promujący Małopolski Piknik Rybacki



Marka Nasi Rybacy, wykreowana ze środków Funduszu Promocji Ryb



Stoisko promocyjne polskiego sektora rybnego na targach Riga Food 2013 w Rydze (Łotwa)