

FUNDUSZ PROMOCJI RYB

KOMISJA ZARZĄDZAJACA

**SPRAWOZDANIE RZECZOWE
ZA ROK 2025**

I Wstęp

Komisja Zarządzająca Funduszem Promocji Ryb w dniu 5 czerwca 2024 r. uchwałą nr 2/2024 zatwierdziła Strategię Promocji dla branży rybnej na rok 2025.

Wg uchwalonej Strategii uprawnione ogólnopolskie organizacje opracowały projekty zadań promocyjnych. Wnioski dla swoich projektów (zgodnie z ustawą o funduszach promocji) zostały złożone w Krajowym Ośrodku Wsparcia Rolnictwa do dnia 31.08.2024 r.

Na posiedzeniu Komisji Zarządzającej Funduszem Promocji Ryb w dniu 14.11.2024 r. uchwałą nr 3/2024 został zatwierdzony plan finansowy na realizację zadań zgłoszonych na rok 2025 na kwotę 119 540,00 zł. Kwota ta nie obejmowała będących już w trakcie realizacji zadań wieloletnich oraz zobowiązań z lat ubiegłych.

O dofinansowanie swoich zadań promocyjnych do Komisji Zarządzającej zwróciły się organizacje reprezentujące śródlądową gospodarkę rybacką oraz organizacje niezwiązane bezpośrednio z sektorem rybactwa i przetwórstwa, ale m.in. zajmujące się promocją żywności i zdrowego odżywiania.

II. Plan Finansowy i realizacja projektów dofinansowanych.

Komisja Zarządzająca Funduszem Promocji ryb decyzje podejmowała zgodnie z zatwierdzonymi:

1. Strategią Promocji na rok 2025.
2. Regulaminem.

Spośród zgłoszonych propozycji do Planu Finansowego, z uwagi na ryzyko braku możliwości pokrycia zobowiązań finansowych z lat poprzednich, przyjęto tylko jedno zadanie zgłoszone przez Krajową Radę Izb Rolniczych pn. Promocja Polskich Ryb. Zadanie miało na celu promocję spożycia ryb i ich przetworów.

Stan środków finansowych Funduszu Promocji Ryb na dzień 01.01.2025 r. wyniósł 699496,65 zł, natomiast na dzień 31.12.2025 r. - 526 873,67 zł. Największa część budżetu w roku 2025 przeznaczona została na działania promocyjne skierowane bezpośrednio do konsumentów.

Zgodnie z przyjętymi w Strategii celami promocyjnymi, realizowane projekty obejmowały m.in. informowanie o jakości, cechach ryb i ich przetworów. Polegały one na degustacji ryb przyrządzanych na różne sposoby i wg różnych przepisów kulinarnych w miejscach atrakcyjnych pod względem turystycznym. Ryby (głównie karp i jego przetwory) oferowane i prezentowane były w takiej postaci, aby mogły je konsumować także małe dzieci. Rozdawano różne gadzety reklamowe, m.in. baloniki, ulotki reklamujące zdrowy tryb życia i receptury na wygodne w przygotowaniu potrawy z ryb.

Komisja Zarządzająca Funduszem Promocji Ryb stwierdziła, że zarówno zadanie przyjęte uchwałą 3/2024 z 14.11.2024, jak i zadania wieloetapowe przewidziane do realizacji w roku 2025, są zgodne ze Strategią Promocji Ryb na rok 2025.

III Szczegółowe omówienie realizowanych projektów.

„Sportowy Karp” - Towarzystwo Promocji Ryb

W 2025 r. realizowano IV etap projektu promocyjnego „Sportowy Karp” – promocja spożycia karpia i tzw. batoników z karpia.

1. W ramach działań promocyjnych wykorzystano zasięgi 2 rozgłośni Polskiego Radia: „Łódź” i „PIK” oraz ogólnopolskiego „Radia 357”. W rozgłośniach Polskiego Radia promowano terenowe imprezy promocyjne: „Bełdowskie Wianki” i „CykloCekcyn”, natomiast w „Radio 357” przeprowadzono 2 kampanie, które obejmowały codzienne „jingle” reklamowe w miesiącu listopadzie i grudniu oraz 2 rozmowy sponsorowane z ekspertami rybackimi w czasie największej słuchalności, w miesiącu grudniu, tuż przed świętami Bożego Narodzenia.

2. Telewizja śniadaniowa - ONET RANO – promocja jedzenia karpia z udziałem Katarzyny Zillmann – wicemistrzyni olimpijskiej z Tokio. Widzowie (na żywo i z odtworzeń programu) dowiedzieli się jak karp i inne ryby są ważne w diecie sportowców. Zwrócono też uwagę na wielki potencjał nowego produktu – batoników z karpia dla utrzymania formy przez sportowców i ludzi aktywnych fizycznie.

3. Imprezy promocyjne:

- regionalna:

a) 14.05.2025 - Bełdowskie Wianki – impreza organizowana przez Gminę Aleksandrów Łódzki nad stawami w Bełdowie była oparta o kultywowanie tradycji puszczenia wianków w Noc Świętojańską. Przy tej okazji zgromadzeni goście i turyści oprócz innych atrakcji, mogli skosztować faworki z karpia i tzw. batoniki daktylowo-karpiove, a także wziąć udział w konkursach o karpniu, z nagrodami dla dzieci i dorosłych.

- ogólnopolskie

a) 28 czerwca 2025 - CykloCekcyn - impreza dla pasjonatów biegów i rajdów rowerowych na orientację. W strefie mety zainstalowane było stoisko z namiotami „Sportowy Karp”, gdzie rozdawano ulotki, faworki z karpia i tzw. batoniki daktylowo-karpiove, a także można było wziąć udział w konkursach o karpniu, z nagrodami dla dzieci i dorosłych.

b) 25 maja 2025 r. - stoisko na pikniku organizowanym przez MRiRW, które odwiedziło wielu spośród ok. 10 000 zwiedzających. Miała tam miejsce

degustacja potraw z karpia przez całą imprezę, a także konkursy, rozdawane były gadżety i nagrody.

4. Wydanie 4 numerów „Głos Pana Karpia” - czasopisma promującego hodowlę karpia i jedzenie tych ryb. Gazeta dociera do 1000 odbiorców, a drugie tyle otrzymywało w wersji elektronicznej (hodowcy ryb, administracja związana w rolnictwem, ochroną środowiska, weterynarią i gospodarką wodną).

5. Utworzono i prowadzono stronę internetową i profil na portalu Facebook „Sportowy Karp”. Zamieszczono tam 100 postów tematycznych, w tym 20 promowanych na temat diety rybnej i kampanii „Sportowy Karp”.

6. Zorganizowano kolejny ogólnopolski konkurs dla dzieci. W konkursie plastycznym na temat prozdrowotnej roli jedzenia ryb, w tym karpia, wzięła w tym roku udział rekordowa liczba 654 dzieci z 90 szkół, ze wszystkich województw.

7. Promocja akcji „Sportowy Karp” w partnerstwie z 10 restauracjami rybnymi w kraju (banery, plakaty, menu, gadżety).

8. Przygotowanie 10 potraw z karpia i ich promocja w mediach społecznościowych przez kucharza Jakuba Kuronia (zasięgi ponad 200 000 obserwujących) od lipca do grudnia 2025 r.

Zadanie dofinansowanie z FPR: - etap 4 - 310 000,00 zł

Podmiot realizujący: Towarzystwo Promocji Ryb

Miejsce realizacji: cała Polska

Środki przekazu: Internet, radio, TV, konkursy, wydawnictwa, gadżety

Promowane produkty: karp, batoniki z karpia, potrawy z karpia.

„JARMARKI RYBACKIE”

Polskie Towarzystwo Rybackie w 2025 roku zrealizowało II etap zadania pn. „Jarmarki Rybackie – Nasi Rybacy”.

Miejsce realizacji zadania lub etapu:

1. Gospodarstwo Rybackie Starzawa – 03.05.2025
2. Gospodarstwo Rybackie Milicz Ostoja – 21.06.2025
3. PGL LP Gospodarstwo Rybackie Niemodlin - 21.06.2026 i 29.06.2025
4. Stawy pod Skoroszowem „Skoroczysko” – 28.06.2025
5. Gospodarstwo Rybackie Pustelnia – 28-29.06.2025
6. Gospodarstwo Rybackie Sieraków – 12.07.2025
7. Gospodarstwo Rybackie Zarząd Dóbr Smolin – 20.07.2025
8. Gospodarstwo Rybackie Charzykowy – 26.07.2025
9. Gospodarstwo Rybackie Ślesin - 09.08.2025
10. Gospodarstwo Rybackie w Ińsku – 15.08.2025
11. Gospodarstwo Rybackie Radbur nad Jeziorem Kłodno – 16.08.2025
12. Gospodarstwo Rybackie Bełżec – 22-23.08.2025
13. Gospodarstwo Rybackie Rytwiany – 24.08.2025 i 06.09.2025

Opis zrealizowanych działań w ramach zadania lub jego etapu:

W 2025 roku (od maja do września) przeprowadzono 13 jarmarków rybackich, w ramach których:

- zorganizowano zawody wędkarskie z degustacją ryb dla uczestników (25 osób). Każdy z zawodników otrzymał gadżety w postaci: plecaka i czapki.
- zorganizowano zawody nordic walking z degustacją ryb dla uczestników (40 osób). Każdy z zawodników otrzymał gadżety w postaci kijków do nordic walking.
- przeprowadzono pokaz sprawiania ryb i pokaz kulinarny. Prowadzący pokaz oraz uczestnicy chcący spróbować sprawiania ryby, otrzymali fartuchy kuchenne. Łącznie 20 sztuk.
- zorganizowano degustacje ryb dla uczestników jarmarku (100 porcji dla uczestników każdego jarmarku)
- zaprezentowano stoiska promocyjne gospodarstw rybackich.

Ponadto na każdy jarmark dostarczono materiały informacyjne i promocyjne: broszury o karpniu, broszury z przepisami kulinarnymi, czasopismo branżowe, opaski odblaskowe i naklejki. Wszystkie elementy promocyjne zostały opatrzone informacją o źródle finansowania (logo Funduszy Promocji).

W ramach promocji wydarzenia na każdy jarmark dostarczono po 4 flagi ze standami oraz plakaty promocyjne. Zadanie obejmowało dystrybucję pakietów zawierających materiały promocyjne i gadżety do gospodarstw rybackich będących organizatorami jarmarków.

Ocena działań:

Zadanie jest bardzo pozytywnie oceniane, co potwierdzają informacje zwrotne z dotychczas zrealizowanych jarmarków oraz zapisy na rok 2026. Rekomenduje się poszerzenie współpracy z lokalnymi wytwórcami i restauratorami, aktywną promocję w mediach społecznościowych oraz łączenie jarmarków z innymi wydarzeniami plenerowymi mogącymi dodatkowo zwiększyć jego zasięg i oddziaływanie. W ramach projektu na lata 2024–2026, pozostało do zorganizowania w 2026 roku 12 jarmarków.

Promocję prowadzono poprzez dostarczenie na każdy jarmark materiałów informacyjnych, broszur o karpniu, z przepisami kulinarnymi, czasopismo Przegląd Rybacki, opaski odblaskowe, naklejki, Na miejscu pod nadzorem eksperta przeprowadzono pokazy sprawiania ryb i pokazów kulinarnych. Po pokazach gotowania i przyrządzania dań z karpia następowały degustacje. „Jarmarki rybackie – Nasi Rybacy” to projekt zatwierdzony do realizacji w ciągu 3 bieżących lat.

Dofinansowanie z FPR w roku 2025: 306 420 ,00 zł

Podmiot realizujący: Polskie Towarzystwo Rybackie

Miejsce realizacji: cała Polska

Środki przekazu: broszury, wydawnictwa ,degustacje, przepisy kulinarne.

Promowane produkty: karp, potrawy z karpia

IV Ocena działań 2025 r.

W roku 2025 środki pieniężne przeznaczone na działania promocyjne finansowane z Funduszu Promocji Ryb wydatkowane były racjonalnie. Kontynuowano dwa projekty trzyletnie (Sportowy Karp 2023-25 i Jarmarki Rybackie – Nasi Rybacy 2024-26). Łącznie przeznaczono na ten cel ponad 600 000 zł, czyli wartość porównywalną z wpływami na Fundusz Promocji Ryb za rok 2025. Niestety nie udało się zrealizować jednego zadania – Promocja Polskich Ryb na kwotę 119 540 zł.

Projekty były realizowane z wykorzystaniem w sposób profesjonalny serwisów internetowych, mediów społecznościowych, radia, TV i obejmowały swoim zasięgiem setki tysięcy konsumentów. Także w przeważającej mierze zostały skierowane bezpośrednio do konsumentów ryb, potraw i przetworów rybnych. Zrealizowanych zadań było mniej niż w roku poprzednim, ale objęły większą grupę odbiorców. Podobnie jak w latach ubiegłych w przekazie promocyjnym, przeważała promocja ryb pochodzących ze stawów karpowych.

Należy mieć nadzieję, że na Fundusz Promocji Ryb w latach kolejnych będą wpływały większe kwoty jako pochodzą rosnącego rynku polskich ryb.

Zbigniew Szczepański

Przewodniczący Komisji Zarządzającej FPR

Zbigniew Szczepański

31.03.2026r.