

## Przekonywanie przekonanych czyli słów kilka o promocji ryb ...

Większość z Nas – osób profesjonalnie zajmujących się tematyką rybacką, doskonale zdaje sobie sprawę z wartości odżywczej białka ryb oraz znaczenia diety bogatej w to białko dla profilaktyki zdrowotnej. Nie dość tego - w dobie ciągłych kłótni „fachowców” przerzucających się argumentami o szkodliwości bądź walorach różnych składników naszej diety – opinia o białku ryb jest jednomyślna i stabilna. Sam już nie wiem, co jest zdrowe – margaryna czy masło, olej rzepakowy czy oliwa z oliwek, tłuszcze roślinne czy zwierzęce, wreszcie – jak sprawdzić zawartość jedzenia w jedzeniu. A ryby – począwszy od dietetyków, poprzez lekarzy, na trenerach fitness kończąc - przez wszystkich zachwalane i polecane praktycznie nie budzą żadnych kontrowersji ! Jest to ogromny potencjał i kapitał zarazem, przede wszystkim z hodowli i sprzedaży tychże ryb żyjemy.

**CEL.** Celem tego artykułu nie jest przekonywanie Was wszystkich doskonale zorientowanych o słuszności tych twierdzeń, ale uporządkowanie pewnych faktów i być może dostarczenie twardych argumentów mogących budować świadomość społeczną. Jesteśmy niskowym uczestnikiem wielkiego rynku produktów spożywczych, nie możemy więc liczyć na skuteczną walkę marketingową z potentatami wydającymi na te cele setki milionów. Choć istnieją promocyjne „rodzynki”, choćby w przypadku inicjatywy „Pan Karp” – którego organizatorom należy się bezwzględny szacunek i wielkie uznanie, nie zwalnia nas to jednak z podejmowania lokalnych inicjatyw wspierających promocję spożycia ryb.



Nawet codzienne rozmowy z klientami, podczas których udałoby się przemyścić garść informacji, mogą skutkować większym zbytem w przyszłości – zwłaszcza, jeśli informacja ta będzie warta przekazania rodzinie czy znajomym. W ten sposób można zbudować sieć lojalnych, lokalnych Klientów będących cennym rynkiem zbytu, zwłaszcza dla małych rodzinnych

gospodarstw. Będzie to także taki mały lokalny wkład w podniesienie świadomości społeczeństwa, która będzie procentowała w przyszłości.

**Promocja profesjonalna.** Najlepszym i najskuteczniejszym sposobem promocji jest niewątpliwie zlecenie jej profesjonalistom. Jednak w dobie wielomilionowych budżetów kampanii promocyjnych, z jakimi mamy do czynienia w dzisiejszych realiach, złudną byłaby nadzieja przebicia się w powszechnej świadomości bez dodatkowego wsparcia. W ramach środków Programu Operacyjnego „Ryby” 2004-2006, zorganizowana została kampania „Ryba wpływa na wszystko”, która wbrew początkowym kontrowersjom odniosła duży sukces. Budżet tej kampanii teoretycznie nie pozwalał na podjęcie skutecznej walki z potentatami rynku spożywczego, mimo to kampania przebiła się w powszechnej świadomości, będąc zauważoną wśród osób niezwiązanych z branżą – a o to przecież chodzi.



Osobnym rozdziałem jest wspiana praca wykonana przez osoby zaangażowane w ideę Pana Karpia – inicjatywa ta była jednak także wspierana przez środki wspólnotowe. Skuteczna promocja produktu i utrzymanie jego pozycji w świadomości konsumentów musi być jednak ciągle podtrzymywana, o ile nie wzmacniana. Brak kontynuacji podjętego wysiłku oznaczałoby zaprzepaszczenie ogromnej szansy i dotychczasowych efektów, z tym większym niepokojem odbieram sygnały dochodzące z „frontu” wykorzystania środków przeznaczonych na kampanie promocyjne z obecnego Programu Operacyjnego. Jeśli faktycznie większość środków przeznaczona zostanie na organizację imprez plenerowych pod egidą promocji ryb, które „przypadkowo” wpisują się w kampanie polityczne związane z wyborami, będzie to wielka strata i marnotrawstwo środków zwłaszcza, jeśli miałyby zagrozić to brakiem dofinansowania Pana Karpia, bądź innych inicjatyw podejmowanych przez przedstawicieli branży. Lepszym rozwiązaniem byłoby już chyba powtórne zorganizowanie kampanii „Ryba wpływa na wszystko” – przynajmniej mielibyśmy pewność co do efektu końcowego. Pozostaje nam tylko apelować do



MRiRW i ARiMR o wnikiwość przy ocenie wątpliwych wniosków promocyjnych i wybór tych naprawdę najlepszych pod kątem interesu całej branży. Dodatkowym źródłem wsparcia promocji mogą być środki z Funduszu Promocji Ryb zorganizowanym przy Agencji Rynku Rolnego. Powołanie tego „ciała” (choć lepszym słowem byłby chyba urząd), wywołało sporo kontrowersji i oporu – zwłaszcza wobec braku jakichkolwiek konsultacji z branżą oraz chybioną polityką informacyjną (zamiast promować idee, przedstawiciele FPR straszili nas konsekwencjami nie płacenia składki na fundusz). Nie było to może dobrym prognostykiem, ale miejmy nadzieję, że to tylko złe dobrego początku, zwłaszcza, iż działania tego ciała zależeć będą od decyzji rady składającej się z przedstawicieli branży – przynajmniej w założeniach. Co prawda środki jakimi dysponował będzie FPR nie pozwolą na zorganizowanie dużych kampanii reklamowych, jeśli już jednak mamy obowiązek ustawowy odprowadzać nań składki, przypilnujmy aby środki te wydane były najlepiej jak tylko można.

**Praca u podstaw.** Wróćmy na nasze lokalne podwórko. Tym co każdy z nas może dołożyć do procesu uświadamiania konsumentów, jest garść danych i merytorycznych argumentów przemawiających za przewagą ryb jako składnika zdrowej diety. Oczywiście jest zawartość kwasów wielo-nienasyconych omega 3 oraz witamin A,D i B oraz innych składników mineralnych w tym łatwo przyswajalnego fosforu i jodu. Białko ryb jest dobrze przyswajalne i jest niezbędne zwłaszcza podczas procesu budowy tkanki mięśniowej u dzieci. Tematyka ta z jednej strony dość skomplikowana, z drugiej powszechnie powtarzana, nie jest już zbyt atrakcyjna dla większości konsumentów – głównie dzięki dostępności tych informacji w prasie, Internecie i innych mediach. Czym więc możemy jeszcze zaskoczyć? Otóż ostatnie badania dietetyków, prowadzone także na zasadzie oceny zapadalności na choroby przez różne nacje, wskazują na silną korelację pomiędzy spożyciem ryb a długością życia oraz zapadalnością na choroby wieńcowe. Przewodząca w długości i jakości życia Japonia, która przy okazji jest jednym z największych konsumentów ryb, zaczyna alarmować o pogarszającej kondycji zdrowotnej młodego pokolenia, co związane jest ze spadkiem spożycia ryb i „amerykanizacją” gastronomii. Jednocześnie Grenlandia, która ma jedną z najmniejszych zapadalności na choroby wieńcowe, nie będąc potentatem w spożyciu ryb, jednak łącząc w codziennej diecie białko i tłuszcze rybnie ze zwierzęcymi

(podstawą diety są tłuszcze zwierzęce pochodzące ze ssaków morskich). Wyniki badań prowadzą do wniosku, że odpowiednie łączenie innych tłuszczów z tłuszczami ryb, prowadzi do racjonalizacji diety i braku problemów z nadmiarem cholesterolu. Oznaczałoby to że ryby mogą pogodzić zwolenników margaryny i masła! Kolejnym argumentem – tym razem dla ekologów, jest indeks dwutlenku węgla, za którego emisję odpowiada produkcja poszczególnych rodzajów mięs. Z danych jakie udało mi się znaleźć w Internecie wynika, że w produkcji dwutlenku węgla łosoś przegrywa wyłącznie z drobiem – zakładając jednak, że indeks zawiera również średni „koszt” dwutlenku węgla emitowany przy transporcie, a duża część łososia jest importowana z obu Ameryk, sytuacja wyglądałaby pewnie nieco inaczej przy takich obliczeniach dla produkcji lokalnej. Niestety nie znalazłem takich danych oszacowanych dla produkcji pstrąga czy karpia, ale zaryzykuję tezę, że ich indeks byłby niższy od indeksu łososia, a to oznacza znacznie mniejszy wpływ naszej produkcji na środowisko w przeliczeniu na 1 kcal niż w przypadku mięsa ssaków. Argument ten ma znaczenie nie tylko podczas promocji spożycia, ale także w naszej codziennej walce z pseudo-ekologami uparcie obarczającymi nas rzekomym, destrukcyjnym wpływem na środowisko.

**Ryba = ryba?** Potrzeba promocji ryb jest sprawą bezsporną, czy jednak promocja powinna być skierowana bez wskazania gatunku podobnie jak było w przypadku kampanii „Ryba wpływa na wszystko?”. Po ekspansji wietnamskiej pangii na nasz rynek, pojawiło się wiele głosów krytykujących tę kampanię, jako reklamującą pangę właśnie. Czy jednak było to dla nas jednoznacznie niekorzystne? Po pierwsze wzrost spożycia ryb na głowę mieszkańca przy spadających połowach bałtyckich zawdzięczamy głównie taniej pandze, jednak jeśli tylko kilka procent konsumentów, którzy po raz pierwszy sięgnęli po rybę dzięki atrakcyjności cenowej pangii, sięgnie dzisiaj po inne gatunki, możemy mówić o długoterminowym pozytywnym wpływie tej kampanii na promocję ryb. Po drugie rosnąca świadomość konsumentów, co do jakości i wartości odżywczych tego gatunku, powoduje stopniowy spadek zainteresowania tą rybą, a co najważniejsze odbywa się to drogą ewolucyjną bez eskalowania konfliktu pomiędzy hodowcami a importerami pangii – co skończyłoby się zapewne stratami wizerunkowymi po obu stronach. Tutaj ponownie każdy z nas może dołożyć swoją cegiełkę do wzmacniania świadomości klientów, choćby poprzez szerzenie informacji o jakości mięsa pangii (dane



## STOWARZYSZENIE PRODUCENTÓW RYB ŁOSOSIOWATYCH

poniżej). Osobiście jestem zdania, że w ujęciu długoterminowym każda promocja jest dla nas korzystna, na pytanie o pangę zawsze odpowiadam, że jest to ryba, która ma najmniej ryby w rybie, więc jeśli komuś zależy na korzyściach płynących ze zdrowej diety, powinien wybrać inny gatunek.

**Podsumowanie.** Aby zdobyć więcej danych dotyczących znaczenia ryb jako składnika diety oraz informacji na temat szeregu niezbędnych elementów, odżywczych jakich ryby dostarczają naszym organizmom, wystarczy sięgnąć do prasy branżowej i tematycznej czy Internetu, zajmujących się dietetyką, zdrowym stylem życia czy „kulinariami”. Ogromna ilość informacji na ten temat, a przede wszystkim ich jednoznacznie pozytywny wydźwięk nie ma precedensu. Mimo starań nie udało mi się znaleźć negatywnych informacji o rybach (może z małym wyjątkiem pangi), co najważniejsze informacje te dystrybuowane są bez naszego udziału (zwłaszcza finansowego), co nie jest takie jednoznaczne w dobie artykułów sponsorowanych i konieczności płacenia za wszystko. Zachęcam więc do aktywnego włączenia się wszystkich przedstawicieli branży w proces uświadamiania konsumentów, mając również nadzieję na wygraną zdrowego rozsądku i skierowanie strumienia środków przeznaczonych na promocję w Programie Operacyjnym 2007-2013 tam, gdzie będą najlepiej spożytkowane.



Ziemek Pirtań  
SPRL

Garść danych i źródeł:

Emisja CO<sub>2</sub> podczas produkcji poszczególnych typów żywności:

Rodzaj żywności	gr CO <sub>2</sub> (total)/Kcal żywności	Kcal białka / Kcal żywności (% białka)
kurczaki	1,67	34,5%
mleko	2,82	25,6%
jaja kurcze	2,93	32,3%
wołowina (karm. zbożami)	13,82	43,5%
wieprzowina	9,03	40,0%
jagnięcina	25,97	43,5%
ryby (średnia)	6,04	-
śledź	0,25	45,5%
tuńczyk	4,79	83,3%
łosoś (fermowy)	4,87	43,5%
krewetki	30,86	76,9%

\* - opracowano na podstawie „CO<sub>2</sub> emissions of foods and diets” - <http://geosci.uchicago.edu/~glodon/papers/nutriIEI.pdf> - SPRL 2010

Skład mięsa niektórych gatunków ryb:

Istituto Nazionale di Ricerca per gli Alimenti e la Nutrizione	Pstrąg tęczowy „biały”	Pstrąg tęczowy „różowy”	Okoń nilowcy	Panga
	<i>Oncorhynchus mykiss</i>	<i>Oncorhynchus mykiss</i>	<i>Lates niloticus</i>	<i>Pangasius hypophthalmus</i>
Wielkość (g)	240-360	480-660	250-400 (filet)	170-260 (filet)
Woda (g/kg)	74,61	70,89	77,75	83,57
Białka (g/kg)	18,20	19,49	19,18	13,60
Tłuszcze (g/kg)	5,89	7,64	1,84	1,84
Kwasy omega3 (g/kg)	1,44	1,87	0,4	0,08
Omega3 we wszystkich tłuszczach (%)	24,6	24,5	22,2	4,4
Cholesterol (mg/kg)	73,61	54,63	68,23	17,39
Vit A (ug/kg)	2,16	12,36	n.d.	n.d.
Vit E (mg/kg)	0,95	1,58	0,84	0,11
Sód (mg/kg)	37-70	26-32	42,5 - 42,8	296-594

\* - opracowano na podstawie raportu INRAN - Istituto Nazionale di Ricerca per gli Alimenti e la Nutrizione - SPRL 2010

[http://wyborcza.pl/1,75248,7717475,My chcemy masła a nie margaryny.html](http://wyborcza.pl/1,75248,7717475,My_chcemy_masla_a_nie_margaryny.html)  
[http://dobrydietetyk.pl/czytelnia/70/ryby\\_i\\_owoce\\_morza/](http://dobrydietetyk.pl/czytelnia/70/ryby_i_owoce_morza/)  
<http://www.spaplanet.pl/artykuly.php?id=425>  
<http://www.kobieta.pl/zdrowie/zdrowo-jesc/zobacz/artikul/tluszcze-sluzace-zdrowiu/>  
<http://www.kobieta.pl/dziecko/zdrowie/zobacz/artikul/tluszcze-niezbedne-dzieciom/>  
[http://www.szkołazywienia.inspirander.pl/dziecko/zdrowie/ryby\\_na\\_wage\\_zlota.html](http://www.szkołazywienia.inspirander.pl/dziecko/zdrowie/ryby_na_wage_zlota.html)  
[http://kulturystryka.bajo.pl/news,19114,ryby,w\\_naszej\\_diece.html](http://kulturystryka.bajo.pl/news,19114,ryby,w_naszej_diece.html)  
<http://www.edziecko.pl/jedzenie/1,79379,3120681.html>  
<http://www.farmacjaija.pl/po-godzinach/kuchnia/ryby-maja-glos.html>  
<http://mamzdrowie.pl/ryby-zrodlem-dobrego-zdrowia/>  
<http://www.ochoroba.pl/artykuly/63-dlaczego-warto-jesc-ryby>  
<http://www.twojadieta.pl/zdrowie/21/Ryby-dlaczego-warto-je-jesc/>  
<http://www.zdrowe-odzywianie.waw.pl/?ryby-cenne-zrodlo- kwasow-omega-3,28>