



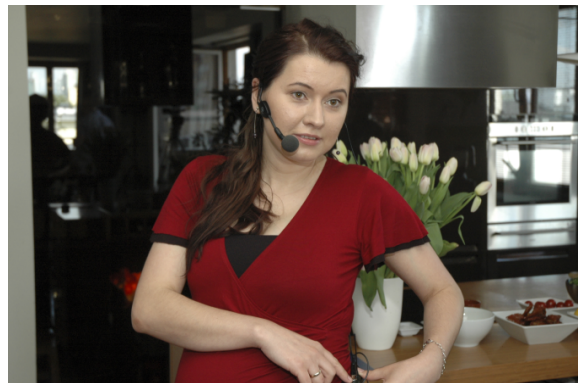
SMAK PSTRĄGA,,, PRZYCIĄGA

Czyli krótka relacja z konferencji prasowej inaugurującej III etap kampanii



Tegoroczną kampanię rozpoczęliśmy od „domówki u Prokopa” - inauguracja naszej akcji odbyła się w przytulnym apartamencie przy ulicy Wiktorskiej w Warszawie. Na nasze spotkanie smak pstrąga przyciągnął dziennikarzy, blogerów oraz inne osoby zainteresowane naszą kampanią oraz potrawami z pstrąga...

Marcin Prokop zaprosił do pomocy znaną blogerkę kulinarną – Dorotę Wdowińską-Rozbicką, która podczas spotkania zajęła się kuchnią, odpowiadała również na pytania dziennikarzy. Efekty zeszłorocznej kampanii oraz założenia tegorocznej omówili przedstawiciele domu mediowego – Media Group, oraz agencji reklamowej Brand New Heaven. Na spotkaniu nie zabrakło także przedstawicieli Zespołu ds. Promocji SPRL, który czuwał nad przygotowaniem do kampanii.



Marcin okazał się jak zwykle świetnie przygotowany, mimo wcześniejszych uzgodnień zaskoczył nas wieloma celnymi pytaniami... Nie zdziwiłbym się, gdyby po kolejnym roku postanowił zostać hodowcą pstrągów ☺ (co dodałoby zapewne smaczku, jego rywalizacji z pewnym miłośnikiem ryb św. Piotra...). Przy okazji okazało się, że od dziecka Marcin spożywał dużo ryb, co wyjaśnia

imponujące rozmiary popularnego prezentera – jak widać jedzenie ryb świetnie wpływa na przyrost – u niektórych w górę, u niektórych w szerz...

Podczas spotkania wybrana została grupa ochotników, którzy pomogli Dorocie w przygotowaniu pokazowej potrawy z pstrąga – pstrąga



zapiękanego z zielonym pesto i suszonymi pomidorami, który podany został z kuskusem i sałatką. Całość przygotowana została na oczach zebranych gości, wzbudzając niemałe zainteresowanie...



W tym samym czasie Marcin odpytał przedstawicieli agencji Brand New Heaven, którzy przedstawili wyniki zeszłorocznej kampanii, która wykreowała modę na pstrąga z grilla. W 2012 roku po długim okresie stabilizacji wzrosło spożycie pstrągów w Polsce. Z badań jakie przeprowadzone zostały we wrześniu 2012 roku wynika, że spożycie tej ryby na jednego mieszkańca wzrosło z 390 g do



440 g. Łączny

wzrost sprzedaży pstrąga do września sięgnął 24,5%, szacujemy że dane za cały rok mogą wskazać nawet 30% wzrost. Z badań wynikało również, że ponad 80% osób, które sięgnęły po pstrąga zrobiły to tylko raz – co stawia przed nami nowe wyzwanie – w tym roku postaramy się przekonać rodaków, że pstrąg nadaje się na każdą okazję i do każdego dania.



Kolejną część prezentacji zaprezentowali przedstawiciele domu mediowego Media Group, która to firma wygrała tegoroczny konkurs na realizację III etapu kampanii. Zaprezentowane zostały kanały medialne, które użyte zostaną w tym roku, mieliśmy również okazję obejrzeć spoty reklamowe oraz projekty plakatów. Ciekawostką jest zmiana podejścia do reklamy w internecie. W tym roku zrezygnowaliśmy z tradycyjnych banerów reklamowych na rzecz promowania spotu



w kanałach video – w tym drugiej, nieoficjalnej wersji spotu, nakręconej z dużym przymrużeniem oka. Założeniem obecnej odsłony kampanii jest promowanie pstrąga, jako ryby niezwykle plastycznej, która sprawdzi się jako składnik wszelkich posiłków i dań. Po wykreowaniu mody na grillowanie pstrąga, nadszedł czas na przekonanie rodaków, że pstrąg jest dobry na wszystko...

Oprócz informacji stricte marketingowych, zebrani otrzymali również sporą dawkę informacji o pstrągu i metodach jego hodowli. W tym roku to mi przypadła rola przepytywanego... A że moim spowiednikiem był nasz gospodarz, zadanie było niełatwe...



Po części prezentacyjnej, zaproponowaliśmy gościom wspólną zabawę – poprosiliśmy zebranych o przedstawienie oryginalnych lub wręcz absurdalnych połączeń smakowych, których elementem byłby pstrąg. Naszym zadaniem było wskazanie podobnego przepisu na naszej stronie lub spisanie koncepcji i zaprezentowanie przetestowanego przepisu w ciągu kilkunastu dni na naszych stronach... Liczyłem na to, że zebrani faktycznie zaskoczą nas trudnymi do realizacji pomysłami – tymczasem okazało się, że otrzymaliśmy kilka przepisów, których autorzy wcześniej już przetestowali owe pomysły – zamiast nas zaskoczyć, raczej chwalić się swoją pomysłowością. Marcin z niedowierzaniem wrzucił nam pomysł na pstrąga z karmelem – który to przepis opublikujemy jako jeden z pierwszych (w nieoficjalnych rozmowach zastanawialiśmy się nad połączeniem pstrąga i gwoździ – jednak obaj stwierdziliśmy, że takie danie byłoby zbyt ostre – w końcu pstrąg do delikatna ryba...). Pomysły naszych gości (prosimy również o propozycję nazwy potraw):

1. „Pstrąg a’la Prokop” – z karmelem i...
2. „Pstrąg pod kołderką z Jasiem” – pstrąg zapiekany w fasoli typu jaś...
3. „Pstrąg z serem Camembert z pomidorami suszonymi – a’la Monika”,
4. Tarta na kruchym spodzie orzechowym, pomidorki cherry, serek maskarpone, pstrąg wędzony, śmietana,
5. „Pstrąg – „jeszcze nie wiem”” - mus z pstrąga z koprem włoskim,



Rękawica podjęta – spróbujemy zmaterializować powyższe pomysły – efekty opublikujemy na naszej stronie www.terazpstrag.pl.

Oprócz dania przygotowanego przez naszą mistrzynię kuchni, goście uraczeni zostali pstrągowym bufetem, w skład którego wchodziło kilkanaście potraw z pstrąga – od zimnych przekąsek po ciepłe dania...

Konferencja inaugurowała tegoroczny etap kampanii, będąc jednocześnie zwieńczeniem pracy całego zespołu pracującego przy jej realizacji. Dziękujemy naszym partnerom – firmom Media Group oraz Brand New Heaven, a także pracownikom Agencji Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa – efektywna i partnerska współpraca pomiędzy wszystkimi uczestnikami projektu, pozwala nam na realizację coraz efektywniejszej kampanii w rekordowych terminach. Wielkie wyrazy uznania należą się również całemu Zespołowi SPRŁ, w tym Ani Pyć, Agnieszce Zarembie i Marcinowi Mikołajczakowi, a także pracownikom biura i członkom Zarządu SPRŁ – praca w takich okolicznościach, mimo skomplikowania materii – jest wielką przyjemnością.



Jestem pewny, że efekty kampanii będą równie imponujące... 😊

Z Warszawy donosił,

Ziemek Pirtań