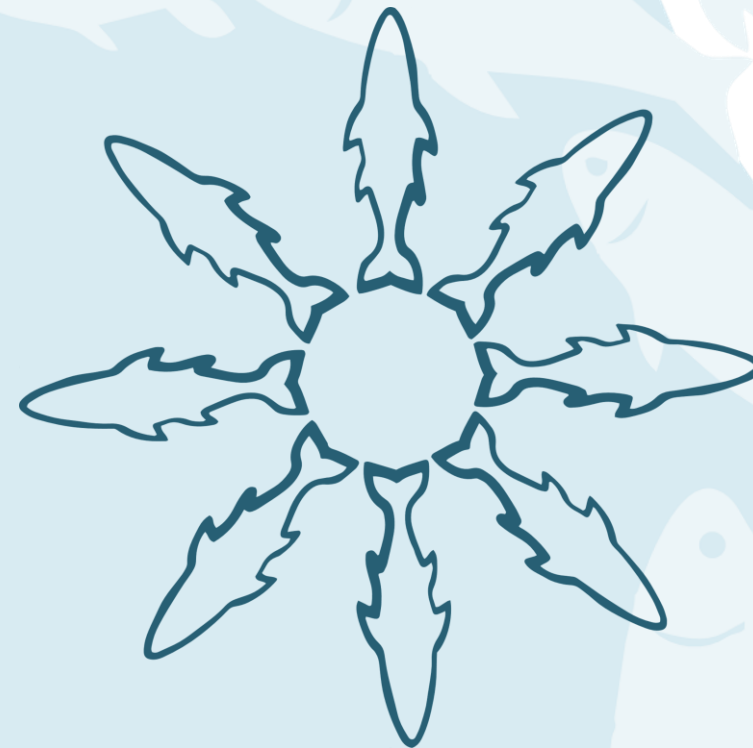


51. SZKOLENIE KONFERENCJA HODOWCÓW RYB ŁOSOSIOWATYCH



Fundusze Europejskie
dla Rybactwa



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Co zrobić, by pstrąg nie dzielił losu czarnej porzeczki?

Stan obecny i perspektywy rynku konsumenckiego pstrąga

Tomasz Kulikowski
Zakład Ekonomiki Rybackiej
Morski Instytut Rybacki – Państwowy Instytut Badawczy



51 SZKOLENIE
KONFERENCJA
HODOWCÓW RYB
ŁOSOSIOWATYCH



Fundusze Europejskie
dla Rybactwa



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Dlaczego czarna porzeczka, *jako punkt odniesienia?*

- **Wysokie walory pro-zdrowotne.** Wybrane składniki odżywcze (w 100 g): **witamina C:** 150–280 mg (200–370% dziennego zapotrzebowania – znacznie więcej niż cytrusy), **przeciwutleniacze** (polifenole i antocyjany), **składniki mineralne:** potas, wapń, magnez, żelazo, fosfor, mangan; **błonnik:** ok. 7,8 g, **niski indeks glikemiczny** (IG = 25)
- **1. miejsce na świecie w produkcji** (ok. 78 800 ton)

zdrowy produkt – sukces produkcyjny – ale...



Fot. CC



51 SZKOLENIE
KONFERENCJA
HODOWCÓW RYB
ŁOSOSIOWATYCH



Fundusze Europejskie
dla Rybactwa



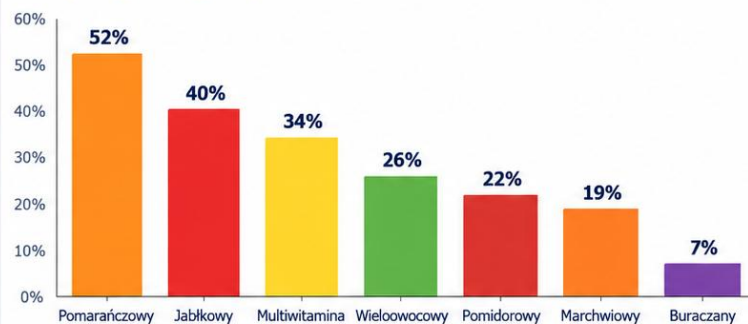
Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



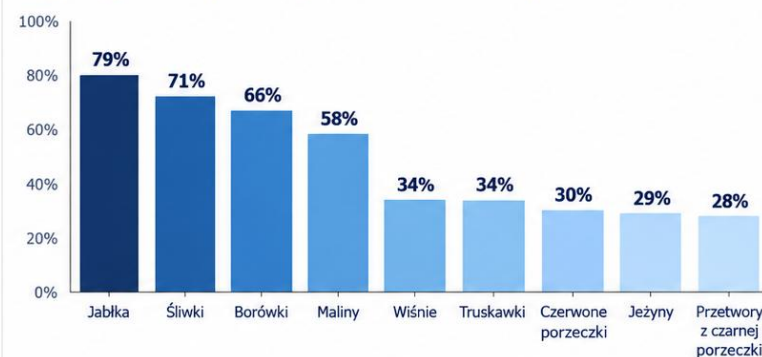
Dlaczego czarna porzeczka, *jako punkt odniesienia?*

Najczęściej wybierane smaki soków



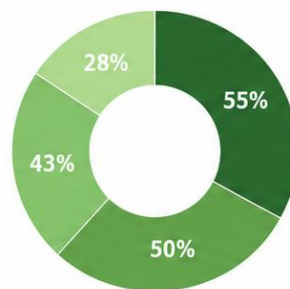
Źródło: KUPS, Polacy a soki. Badanie konsumenckie 2024

Spożycie wybranych owoców i przetworów



Źródło: Kantar Polska, badanie konsumpcji owoców, sierpień 2025

Dlaczego Polacy piją soki?



Źródło: KUPS, Polacy a soki. Badanie konsumenckie 2024



51 SZKOLENIE
KONFERENCJA
HODOWCÓW RYB
ŁOSOSIOWATYCH



Fundusze Europejskie
dla Rybactwa



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Zidentyfikujmy problemy

- Możesz być świetnym producentem świetnego produktu, ale to nie ma automatycznie przełożenia na rynek konsumencki
- Świadomość walorów pro-zdrowotnych produktu $\neq$ intencja zakupowa
- Deklaratywna intencja zakupowa $\neq$ nawyk kupowania
- Dostępność produktu w sklepie $\neq$ dostępność produktu w formie, jakiej oczekuje konsument
- Siła globalnej „popularności” („*produkt jest sexi*”) często decyduje o wejściu produktu do kanonu zakupów, do nawyku kupowania



Rysunek wygenerowany przez AI



51 SZKOLENIE
KONFERENCJA
HODOWCÓW RYB
ŁOSOSIOWATYCH



Fundusze Europejskie
dla Rybactwa



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Pojedynynek nierównych półtek



Fot. T. Kulikowski

Łosoś wygrywa liczbą produktów, które konsument może kupić

Czy naprawdę konkurujemy z łososiem, jeśli na półce oferujemy konsumentowi zupełnie inny zakres możliwości?

Łosoś nie jest już tylko rybą

Jest częścią stylu życia



Rysunek wygenerowany przez AI

**Łosoś wygrywa nie tylko liczbą produktów, które konsument może kupić, ale jeszcze bardziej:
liczbą okazji do spożywania**



51 SZKOLENIE
KONFERENCJA
HODOWCÓW RYB
ŁOSOSIOWATYCH



Fundusze Europejskie
dla Rybactwa



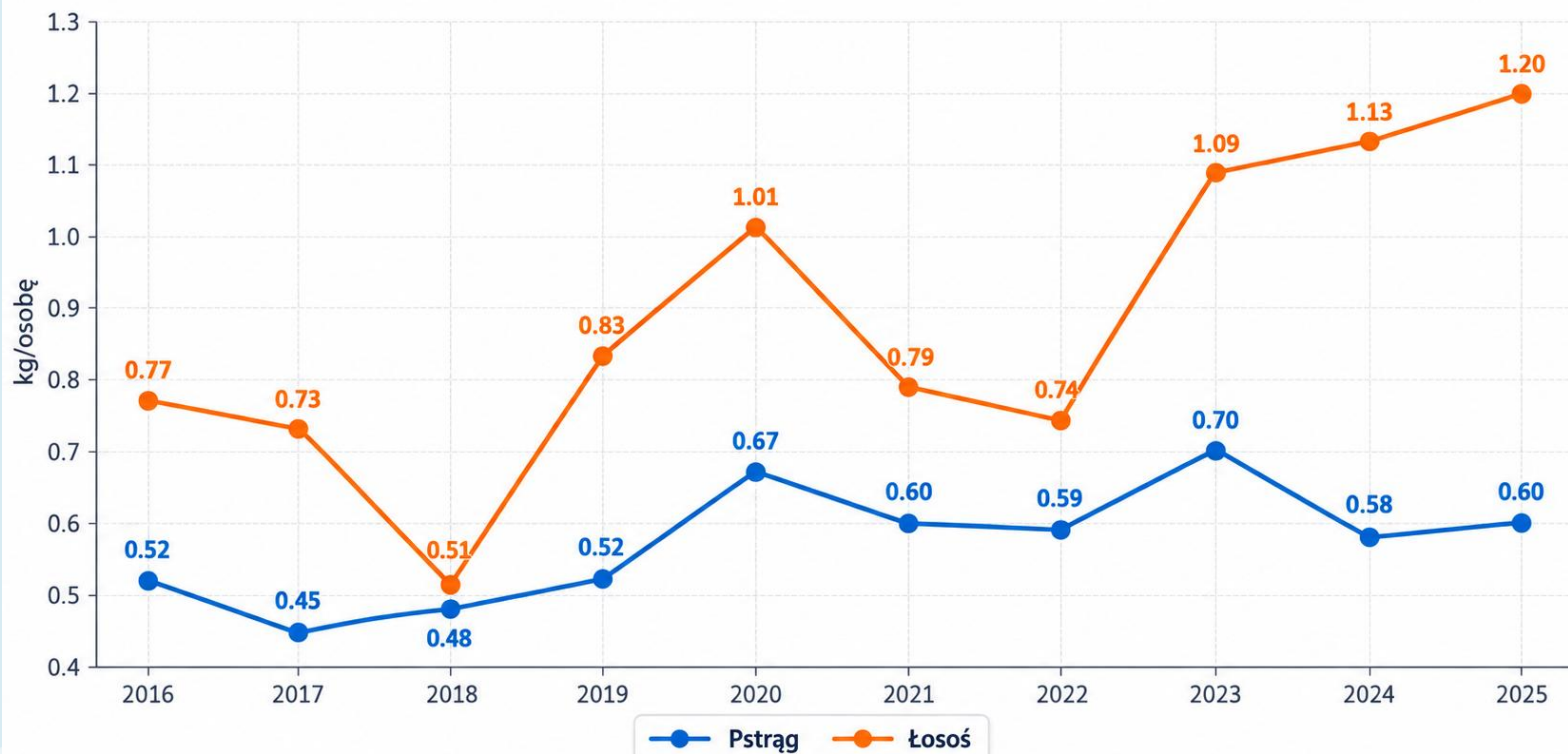
Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Łosoś *versus* Pstrąg: konsumpcja

Zmiany konsumpcji per capita: pstrąg i łosoś



Źródło: Hryszko K. (red), Rynek Ryb (wydania 30-36), IERiGŻ-PIB

* 2025: obliczenia własne, dane NSC

**W latach 2016–2025 spożycie pstrąga wzrosło o 15%, ale spożycie łososa aż o 56%.
Dziś przeciętny Polak zjada dwa razy więcej łososa niż pstrąga.**



51 SZKOLENIE
KONFERENCJA
HODOWCÓW RYB
ŁOSOSIOWATYCH



Fundusze Europejskie
dla Rybactwa



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Nie sprzedawajmy wyłącznie ryby.

Oferujemy pomysł na posiłek!

Tradycyjny przekaz	Nowy przekaz = okazja do spożycia
Pstrąg jest zdrowy	Zdrowe śniadanie: kanapka z pastą z pstrągiem
Pstrąg jest bogaty w białko	Po treningu: bowl z pstrągiem, ryżem i warzywami
Pstrąg jest smaczny	Smaczny lunch w pracy: wrap z wędzonym pstrągiem
Pstrąg jest łatwy w przygotowaniu	Szybki obiad: filet z pstrąga z air fryera w 12 minut
Pstrąg pochodzi z Polski	Weekend z przyjaciółmi: polski pstrąg z grilla
Jedz więcej ryb!	Kolacja we dwoje: pstrąg pieczony z ziołami i warzywami



51 SZKOLENIE
KONFERENCJA
HODOWCÓW RYB
ŁOSOSIOWATYCH



Fundusze Europejskie
dla Rybactwa



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Pstrąg musi stać się sexy.

Kto dziś tworzy kulinarną popularność?

Ile razy młody konsument widzi łososia, a ile razy pstrąga w swoim telefonie?

- Globalna kultura kulinarna pracuje na rzecz łososia: sushi, poke, przepisy, restauracje, Instagram, TikTok
- Popularne jedzenie staje się jeszcze bardziej popularne, bo jest pokazywane i naśladowane
- Branża pstrągowa powinna budować **stałą obecność w kulturze kulinarnej**, nie tylko realizować okresowe kampanie reklamowe



Rysunek wygenerowany przez AI

„Fabryka zastosowań pstrąga” – systematyczna współpraca z kucharzami, twórcami kulinarnymi, mikroinfluencerami i gastronomią.



51 SZKOLENIE
KONFERENCJA
HODOWCÓW RYB
ŁOSOSIOWATYCH



Fundusze Europejskie
dla Rybactwa



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Kampania reklamowa nie wystarczy

Potrzebujemy zintegrowanego budowania rynku



Rysunek wygenerowany przez AI

Naszym celem nie jest jednorazowe zainteresowanie pstrągiem, lecz kolejny zakup.



51 SZKOLENIE
KONFERENCJA
HODOWCÓW RYB
ŁOSOSIOWATYCH



Fundusze Europejskie
dla Rybactwa



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Od kampanii „Teraz Pstrąg”/„Nasz Pstrąg” do maszyny popularności pstrąga

- **JEDNA SILNA TOŻSAMOŚĆ** – „Nasz Pstrąg” jako rozpoznawalny parasol kategorii: także na opakowaniach, w sklepach, gastronomii i mediach społecznościowych
- **MASA KRYTYCZNA W SOCIAL MEDIACH** – nie kilkanaście filmów w ramach kampanii, ale stały strumień setek inspiracji kulinarnych. Kucharze, influencerzy, restauratorzy, zwykli konsumenci
- **PSTRĄG MUSI BYĆ „SEXY”** – modny, apetyczny, obecny w kulturze kulinarnej młodego i średniego pokolenia
- **BUDUJMY NAWYKI, NIE TYLKO ZASIĘGI** – powtarzalne okazje konsumpcyjne, łatwe przepisy, wygodne produkty i zachęty do kolejnego zakupu
- **WSPÓLNY NAPĘD, CIĄGŁOŚĆ DZIAŁANIA** – producenci, przetwórcy, handel, gastronomia i twórcy internetowi. Wspólna strategia, skoordynowane działania i stabilne finansowanie



Rysunek wygenerowany przez AI



**51. SZKOLENIE
KONFERENCJA
HODOWCÓW RYB
ŁOSOSIOWATYCH**



Fundusze Europejskie
dla Rybactwa



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



**Łosoś jest potężnym konkurentem pstrąga nie tylko dlatego,
że konsumenci go „lubią”, że im „smakuje”
lecz dlatego, że cały globalny ekosystem
przetwórców, marek, restauracji, handlu i popkultury
nieustannie pracuje nad tym
(mniej lub bardziej świadomie i intencjonalnie)
aby konsument jadł łososa częściej**



51 SZKOLENIE
KONFERENCJA
HODOWCÓW RYB
ŁOSOSIOWATYCH



Fundusze Europejskie
dla Rybactwa



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Nie kopiujmy łososa.

Skopiujmy mechanizmy, które uczyniły go popularnym



51 SZKOLENIE
KONFERENCJA
HODOWCÓW RYB
ŁOSOSIOWATYCH



Fundusze Europejskie
dla Rybactwa



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



**Pstrąg: zdrowy jak czarna porzeczka,
ale kupowany nawykowo jak sok z pomarańczy...
(lub łosoś)**



51 SZKOLENIE
KONFERENCJA
HODOWCÓW RYB
ŁOSOSIOWATYCH



Fundusze Europejskie
dla Rybactwa



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską





Dziękuję za uwagę

Tomasz Kulikowski
Zakład Ekonomiki Rybackiej
Morski Instytut Rybacki – Państwowy Instytut Badawczy
tkulikowski@mir.gdynia.pl
tel. 501 623 816



51 SZKOLENIE
KONFERENCJA
HODOWCÓW RYB
ŁOSOSIOWATYCH



Fundusze Europejskie
dla Rybactwa



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską

