

Producenci ryb chcą dotrzeć do konsumentów z pomocą Biedronki

data aktualizacji: 2020.01.15



W styczniu ruszyła kampania promocyjna Nasz Pstrąg dotycząca walorów smakowych i odżywczych pstrąga oraz korzystnego oddziaływania hodowli ryb łososiowatych na polskie środowisko naturalne. Polskie Stowarzyszenie Producentów Ryb Łososiowatych wraz z partnerem handlowym - Biedronką chce w ten sposób powiększyć krąg odbiorców swojej produkcji.

- Pstrąg jest pyszny, a jego właściwości odżywcze sprawiają, że zaliczany jest do żywności funkcjonalnej. Wbrew pozorom przygotowanie dań z pstrąga jest proste i szybkie. Jako stowarzyszenie branżowe hodowców prowadzimy badania i wiemy, że raz spróbowany, na stałe trafia do domowego menu. Dodatkowo ten gatunek wymaga nieskażonego środowiska, więc jego hodowla może działać na korzyść jakości wody nie obciążając przy tym środowiska dzięki niemal zerowej emisyjności. Dlatego tak ważne są kampanie promocyjne informujące o zaletach pstrąga i jego stała dostępność w sklepach w całej Polsce - zwłaszcza w sieci Biedronka - mówi Ziemowit Pirtań ze Stowarzyszenia Producentów Ryb Łososiowatych.

Akwakultura to stale rozwijająca się i perspektywiczna branża. Jej rozwój to ratunek dla kurczących się zasobów ryb mórz i oceanów. Ekspert dodaje, że metody hodowli akwakultury sprawiają, że jest to najbardziej przyjazny środowisku naturalnemu sposób produkcji mięsa, a co za tym białka zwierzęcego i jest w pełni identyfikowalna i certyfikowana na każdym etapie: od ikry aż po talerz konsumenta. Hodowle nie tylko dostarczają ryby wyhodowane w optymalnych warunkach, ale również swoją działalnością przyczyniają się do poprawy stanu wód i powietrza w ich najbliższym otoczeniu.

Stowarzyszenie Producentów Ryb Łososiowatych zrzesza aktualnie 59 ekologicznych i nowoczesnych firm rodzinnych działających w całym kraju. Wyhodowane tam pstrągi cieszą się ogromnym powodzeniem w kraju i za granicą, a w Polsce są stale dostępne dzięki współpracy z siecią sklepów Biedronka. Filety złowionych ryb wprost z gospodarstwa trafiają do przetwórci, gdzie są pakowane w nowoczesnej technologii MAP, zapewniającej zachowanie cennych właściwości smakowych i odżywczych pstrąga. Dzięki transportowi w ścisłym rygorze termicznym do sklepu trafiają ryby właściwe takie jak tuż po złowieniu.

Stowarzyszenie Producentów Ryb Łososiowatych od 2003 roku prowadzi systematyczne działania edukacyjne i promocyjne mające na celu wzrost świadomości Polaków na temat zdrowotnych, ekologicznych i gospodarczych korzyści płynących ze spożywania pstrąga. Działania podejmowane w ramach kampanii promocyjnej Nasz Pstrąg są współfinansowane ze środków Unii Europejskiej przyznawanych w ramach Programu Operacyjnego „Rybnictwo i Morze” na lata 2014-2020.

Stowarzyszenie Producentów Ryb Łososiowatych (SPRŁ) to profesjonalna organizacja społeczno-branżowa, zrzeszająca producentów pstrąga w Polsce. Prowadzi aktywne działania w zakresie edukacji społecznej i na rzecz rozwoju branży. Organizacja reprezentuje hodowców ryb łososiowatych i szeroko rozumianą akwakulturę przed krajową i międzynarodową administracją oraz na wszelkich istotnych forach, gdzie omawiane są kwestie dotyczące tego sektora. Dzisiaj SPRŁ to 134. członków reprezentujących 59 gospodarstw rybackich produkujących ponad 12 tysięcy ton pstrąga rocznie. SPRŁ należy do Europejskiej Federacji Producentów Akwakultury i jest uczestnikiem licznych międzynarodowych projektów, jak SustainAqua, AquaBest, Geofish SPRŁ było autorem „Strategii Rozwoju Zrównoważonej Akwakultury Intensywnej 2020” i ma czynny udział w tworzeniu edycji na kolejne lata.

Jeronimo Martins Polska S.A. jest właścicielem Biedronki - największej sieci detalicznej w Polsce, zlokalizowanej w ponad 1100 miejscowościach, która jest obecna na polskim rynku od 25 lat. Filarami strategii firmy są starannie wyselekcjonowane produkty najwyższej jakości, oferowane w codziennie niskich cenach. W 2018 r. Biedronka współpracowała z ponad 1000 polskich dostawców, od których pochodziło 92 proc. produktów w ofercie sieci. Jeronimo Martins Polska S.A., zatrudniając ponad 65 tys. osób, jest największym prywatnym pracodawcą w Polsce i drugą co do wielkości polską firmą. Spółka jest partnerem strategicznym Forum Odpowiedzialnego Biznesu. Wartość inwestycji Grupy Jeronimo Martins w Polsce od 1995 r. to ponad 14 mld zł.

Źródło: <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/produccenci-ryb-chca-dotrzec-do-konsumentow-z-pomoc,60096>