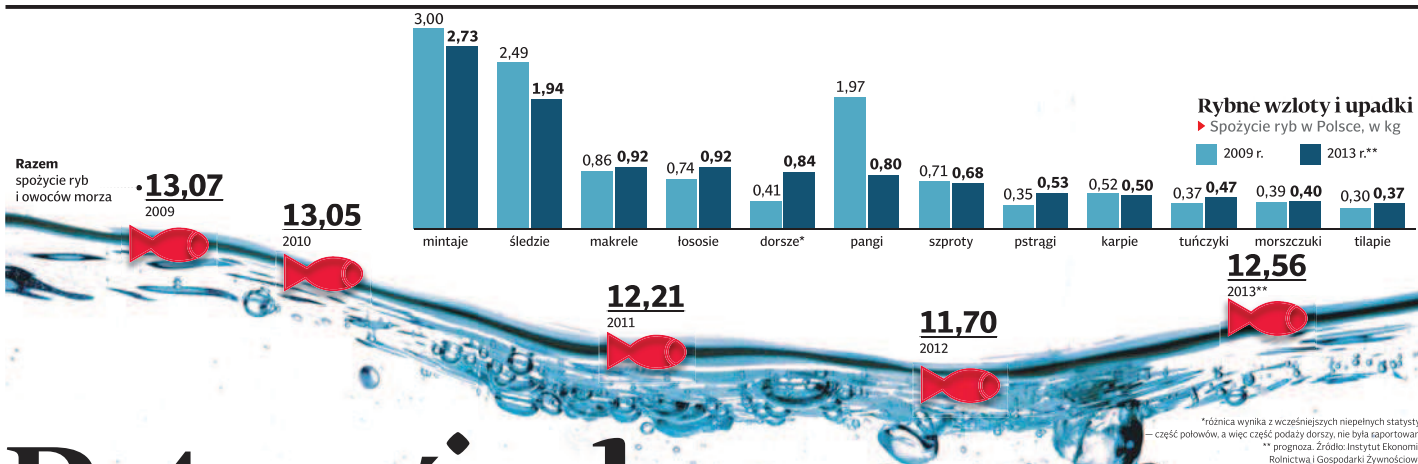


„Paolo Scaroni: Włochy dadzą sobie radę, jeśli z powodu sankcji zostaną wstrzymane dostawy gazu z Rosji.

► Szef Eni, największego włoskiego koncernu paliwowego, powiedział, że rosyjski gaz stanowi tylko około 30 proc. krajowego zużycia. W przyszłości Włochy będą kupować gaz z Azerbejdżanu dostarczany nowym gazociągami TAP. Diametralnie odmienne stanowisko Paolo Scaroni prezentował przed tygodniem, ostrzegając przed bojkotem gazu z Rosji. [D1, WYBORCZA.BIZ]



# Pstrągi płyną pod prąd

Jak w naturze, tak i w życiu — smaczne ryby nie poddają się rynkowym trendom. Ich spożycie rośnie wbrew globalnemu spadkowi konsumpcji

Michalina Szczepeńska



m.szczepeńska@pb.pl • 22-333-98-18

Ścieżki rybnych karier bywają kręte. Szansa stworzona przez dyskonty zadecydowała o rynkowym awansie jednego gatunku, zaś czarny PR — o wielkim regresie spożycia drugiego. Największą dynamikę w ostatniej pięcioletniej uzyskały pstrągi, a najbardziej spektakularny upadek — pangie. W długotrwałym trendzie spadkowym znalazły się natomiast śledzie.

## Opakowaniowa rewolucja

Z danych Instytutu Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej (IERiGŻ) wynika, że spożycie pstrągów podskoczyło od 2009 r. o ponad 50 proc. — z 0,3 kg do 0,53 kg na osobę rocznie. To wynik godny podziwu, zwłaszcza krajowa konsumpcja ryb — już wcześniej niska — spadła w tym czasie z 13,07 kg do 12,56 kg. Warto zaznaczyć, że pstrąg nie jest tanią rybą. Jaki jest więc klucz do sukcesu?

— To przede wszystkim efekt szerokiej dostępności tej ryby, zwłaszcza w wersji świeżej — mówi Krzysztof Hryszko z IERiGŻ.

Potwierdzają to sieci handlowe, m.in. Biedronka, która ma świeże pstrągi w całorocznej ofercie.

Handel zaczął szerzej serwować te smaczne ryby dzięki rewolucji na rynku opakowań.

— Wcześniej świeże ryby sprzedawano głównie „na lodzie” w hipermarketach. Klienci bardziej wrażliwi na higie-

nę nie mieli zaufania do takiego towaru. Nie pomagał roztaczający się dookoła charakterystyczny zapach. Pakowanie w atmosferze modyfikowanej sprawia, że kupujący otrzymuje świeżą rybę bez towarzyszących temu wcześniej niedo- godności — tłumaczy Mirosław Orzół, prezes Limito.

— Teraz widać dokładnie, kto, gdzie i kiedy rybę wyprodukował, a także jaka jest data ważności. To dało klientom poczucie bezpieczeństwa — dodaje Jacek Juchniewicz, prezes Stowarzyszenia Producentów Ryb Łososiowatych (SPRL), do których należą pstrągi.

Pomogła również promocja. Pstrąg jako jedna z niewielu ryb doczekał się corocznych ogólnopolskich kampanii reklamowych. Jeszcze dwa lata będzie trwała pięcioletnia akcja „Teraz pstrąg”, realizowana za pieniądze unijne przez SPRL.

## Lata pracy

W produkcję pstrągów zainwestował ostatnio Jerzy Małek, twórca Morpolu — jednego z największych przetwórców łososi — za który Marive Harvest, gigant w hodowli tych ryb, zapłacił rok temu 500 mln zł. W umowie sprzedaży Jerzy Małek zobowiązał się, że przez trzy lata nie będzie prowadził działalności konkurencyjnej. Zakaz dotyczy jednak tylko łososi, przedsiębiorca zabrał się więc za pstrągi. Na ich hodowlę w Polsce i na Islandii wyda — jak deklarował w rozmowie z „PB” — kilkanaście milionów euro.

Polskie Stowarzyszenie Przetwórców Ryb wroży pstrągom karierę na miarę łososi. Ale na taki sukces trzeba zapracować.

— Łososie są często widoczne w kampaniach reklamowych. To długofalowe dzia-

„Konsumenty podejmują decyzje o zakupie, uwzględniając ceny mięsa. W takiej konkurencji ryby nie mają szans — zwłaszcza teraz, gdy w związku z sytuacją na rynku trzody chlewnej schabowy tanieją.

► Krzysztof Hryszko IERiGŻ

łania norweskich producentów. Wzrost spożycia nastąpił również w zeszłym roku. Surowiec podrożał wprawdzie o około 40 proc., jednak producenci — w obawie, że znaczny wzrost cen zniechęci konsumentów — nie zaryzykowali podwyżki na taką skalę. Niższe marże w kraju zakłady rekompensują sobie zyskami z eksportu — 75 proc. z importowanych przez Polskę łososi trafia bowiem za granicę, gdzie ceny są wyższe niż w kraju — wyjaśnia Krzysztof Hryszko.

Mirosław Orzół jest przekonany, że dużą rolę w rozwoju spożycia odgrywają też restauracje sushi.

— Tam ryby spożywa się głównie na surowo, więc klienci mogą się przekonać o ich walorach smakowych. Łososie należą do najczęściej spożywanych gatunków — twierdzi prezes Limito.

Jego zdaniem, wzrostowi konsumpcji łososi sprzyja też rosnąca świadomość konsumentów.

— Klienci chcą wiedzieć, co kupują, a łososie pochodzą z kontrolowanego i wiarygodnego źródła. Norwegowie pracowali na taką opinię długie lata — dodaje Mirosław Orzół.

## Ofiara własnego sukcesu

Najszybszą karierę w rybnym światku zrobiła pangia. I również szybko ją... zakończyła.

— Gatunek pojawił się na naszym rynku około 2005 r. Spożycie urosło od zera do 2,2 kg w 2008 r. Na początku pangie wcale nie były tanie, a w cenowej konkurencji zaczęły uczestniczyć dopiero w 2006-07 r. Klientów zachęcał brak ości oraz wyraźnego rybnego zapachu i smaku. Rosnące spożycie zaczęło zagrażać producentom

innych ryb, więc pangia doczekała się kampanii czarnego PR. Jak widać, skutecznej — mówi ekspert IERiGŻ.

Mirosław Orzół uważa, że pangia stała się ofiarą własnego sukcesu.

— Silnie rosnący popyt doprowadził do powstania wielu niekontrolowanych hodowli i gatunek doczekał się złej opinii, choć miał szansę na stałe zagościć na rynku — mówi prezes Limito.

Zdaniem Krzysztofa Hryszki, żadna z ryb nie może obecnie liczyć na spektakularny wzrost spożycia.

— Konsumenty podejmują decyzje o zakupie, uwzględniając ceny mięsa. W takiej konkurencji ryby nie mają szans — zwłaszcza teraz, gdy w związku z sytuacją na rynku trzody chlewnej schabowy tanieją — przekonuje ekspert IERiGŻ.

Ryby nie mogą też liczyć na konsekwentną, wieloletnią strategię promocji.

— Norwescy producenci powołali wiele lat temu fundusz, który zajmuje się promocją ryb w imieniu całej branży. U nas większość producentów próbuje działać na własną rękę — dodaje Mirosław Orzół.

Rybnymi przedsiębiorcami mogą jednak liczyć na... dyskonty. Biedronka deklaruje, że zamierza sezonowo poszerzać ofertę świeżych ryb. Przekonuje też, że zmieniające się nawyki żywieniowe Polaków i postrzeganie ryb jako zdrowego składnika diety będą pozytywnie wpływać na spożycie.

— Całoroczna dostępność ryb w sieciach handlowych sprawia, że ich kupowanie wchodzi w konsumpcję w nawyk. Dzięki temu konsumpcja będzie rosła, a motorem tego wzrostu będą pstrągi — uważa Jacek Juchniewicz.