

Streszczenie projektu

Km 0

FLAG: Litoral Norte
Minho-Lima, Portugalia

Prezentacja projektu

„KM 0” to inicjatywa zarządzania marką mająca na celu promowanie zakupów lokalnych. Gromadzi ona zainteresowane podmioty spośród uczestników całego łańcucha produkcji, przetwórstwa, sprzedaży, marketingu i spożywania produktów rybnych z obszaru Minho-Lima.



Celem projektu jest promowanie lokalnych zakupów poprzez zarządzanie marką lokalnych produktów i zwiększanie świadomości na temat roli poszczególnych uczestników łańcucha dostaw produktów. Oprócz przekazywania użytkownikom końcowym wiedzy i informacji na temat lokalnych produktów projekt przyczynia się również do umocnienia związków pomiędzy restauracjami, szefami kuchni, rybakami oraz głównymi producentami z obszaru, zwiększając tym samym ich szanse rynkowe.



Rozwój marki „KM 0” został zainicjowany poprzez rozwój systemu wykrywalności z wysokiej jakości czafterem dla wielu produktów z Minho-Lima. Marka identyfikuje wysokiej jakości żywność wytwarzaną blisko lokalnych konsumentów. Aby przyciągnąć uwagę opinii publicznej oraz innych regionów, zorganizowano imprezę inauguracyjną, podczas której lokalni producenci i znani szefowie kuchni oraz hiszpańskie i francuskie delegacje przedstawicieli branży cateringowej mogli poznać produkty i dowiedzieć się, w jaki sposób je przyrządzać. Podczas imprezy zaprezentowano szeroką gamę lokalnych produktów, począwszy od win i produktów mlecznych, a na wyrobach cukierniczych skończywszy, a także przeprowadzono specjalne warsztaty na temat lokalnych owoców

morza. Narzędzia rozwijane w ramach projektu w celu przyciągnięcia odwiedzających i przedstawicieli branż spożywczych obejmują jeszcze sześć innych imprez tego rodzaju, dwa wykwintne przewodniki kulinarne oraz obecność w mediach lokalnych i internetowych.

Zgodnie z opisywaną strategią terenową oraz rozwojem marki, trzecia inicjatywa ma za zadanie wypromowanie wizerunku powyższych produktów oraz warunków ich sprzedaży lub spożycia. Poprzez wspieranie remontów stoisk sprzedaży połączone z dostarczaniem materiałów promocyjnych do sklepów i restauracji należących do inicjatywy KM 0, sprzedaż produktów podlega ujednoliceniu, a konsumenci otrzymują jasną i spójną wiadomość na temat korzyści płynących z zakupu lokalnych produktów marki Km 0.

Najważniejsze doświadczenia

- **Zbieżność z tematami FARNET:** Podnoszenie wartości lokalnych produktów rybnych, krótkie łańcuchy.
- **Rezultaty projektu:** W pierwszym wydarzeniu, które trwało dwa dni w maju 2011 r. (Spotkanie Smakoszy zorganizowane w 2011 r. przez stowarzyszenie FIAE), udział wzięło ponad 100 uczestników. Warsztaty dedykowane zagadnieniu „nowych zasobów morskich dla gastronomii” dały lokalnym małym przedsiębiorstwom oraz społeczności obszaru możliwość zdobycia praktycznych umiejętności w ramach szkolenia przeprowadzonego przez znaną hiszpańską platformę innowacyjnego żywienia (www.portomuiños.com/). Proces projektowania marki KM 0 znajduje się na ostatnich etapach i marka ma zostać zastosowana do różnorodnych zasobów rybackich z obszaru mórz lub rzek, wraz z innymi endogennymi zasobami Regionu Minho. Początkowo marka będzie obejmowana przez lokalne stowarzyszenia rybackie, rynki oraz restauracje z obszaru gminy wybrane przez zespół projektowy, szkoły hotelarskie oraz szefów kuchni.
- **Możliwość przenoszenia doświadczeń w inne warunki:** Programy wykrywalności i zarządzania marką mogą stanowić wartościowe narzędzie marketingowe dla wielu obszarów rybackich, które pragną podniesienia wartości swoich lokalnych produktów. Niemniej jednak promotorzy projektu powinni mieć na uwadze sezonowość produktów, które chcą promować, oraz zapotrzebowanie rynkowe w ich obszarze połowu. Projekt ten stawia na wysoki stopień odrębności objętych nim produktów oraz szeroką gamę różnego rodzaju produktów, które powinny przynosić korzyści zarówno dystrybutorom, jak i konsumentom.
- **Komentarz końcowy:** Dzięki trójstronnemu podejściu (zarządzanie marką – tworzenie sieci – strategia terenowa) projekt rozwija szereg zintegrowanych działań, które wzajemnie się uzupełniają i wzmacniają wspólny rezultat. Ponadto wnosi aspekt transnarodowy do działań, tworząc sieć połączeń z przedstawicielami branży z obszarów o podobnej tradycji kulinarnej i kulturze przedsiębiorczości.

Łączny koszt i wkład EFR

- **Łączny koszt:** 128 621,10 EUR
- **Oś 4 EFR:** 67 526,06 EUR
- **Współfinansowanie państwowe:** 22 506,69 EUR
- **Prywatne współfinansowanie (inwestycje indywidualne):** 38 586,33 EUR

Informacje o projekcie

Tytuł: Km 0

Czas trwania: 12 miesięcy (maj 2011 – maj 2012)

Data przygotowania studium przypadku: kwiecień 2012

Promotor projektu

CEVAL – Conselho Empresarial dos Vales do Lima e Minho

José Carlos Amorim – jose.amorim@ceval.pt

+351 258 801 450

www.ceval.pt

Informacje dotyczące FLAG

Litoral Norte, Portugalia

Cecília Marques – gac@cim-altominho.com

+351 258 800 200

www.gac.cim-altominho.pt – FLAG factsheet

Wydawca: Komisja Europejska, Dyrekcja Generalna ds. Gospodarki Morskiej i Rybołówstwa, Dyrektor Generalny.

Zastrzeżenie: Dyrekcja Generalna ds. Gospodarki Morskiej i Rybołówstwa odpowiada za całościowe wydanie niniejszego dokumentu, jednak nie odpowiada za jego treść ani nie gwarantuje poprawności danych.