

Žuvis iš aukciono

FLAG: Ebro delta

Katalonija, Ispanija

Projekto apžvalga

„Peix de llotja“ (išvertus pažodžiui – „Žuvis iš aukciono“) subūrė draugėn vietines žvejybos organizacijas, siekiančias reklamuoti savo produkciją vietiniams restoranams. Sukurtas prekių ženklas, leidžiantis suteikti žvaigžduotes restoranams, įsipareigojusiems pirkti žuvį tiesiai iš vietinio aukciono.



Ispanijoje aukcionas yra pirmasis bet kokių žuvų pardavimo punktas, ir dauguma Ebro deltos aukcionų pirkėjų perka dideliais kiekiais, o vėliau perparduoda savo klientams, pavyzdžiui, prekybos centrams ir žuvų parduotuvėms. Restoranai taip pat linkę priklausyti nuo didmenininkų ir labiau atsižvelgti į kainą, o ne į faktą, kad žuvis sugautos vietoje. Siekdama vietinių žuvų pardavimo kainas padaryti palankesnes ir palaikyti nuolatinį vietinių žvejų uždarbį, Ebro deltos Žvejų profesinių sąjungų asociacija suorganizavo iniciatyvą padidinti šviežių vietinių žuvų vartojimą regiono restoranuose.

Idėja buvo įdiegti sertifikavimo sistemą, garantuojančią vietinių žuvų kilmę, ir paskatinti restoranus pirkti tiesiogiai iš vietinio kiekvienos profesinės sąjungos rengiamo aukciono. Profesinių sąjungų asociacija, siekdama įvairinti pirkėjų dominančią bazę ir pasinaudoti augančio turizmo pranašumais reklamuojant regiono žvejybos produktus, artimai bendradarbiavo su restoranais, turizmo paslaugų operatoriais bei FLAG.

Projektas apėmė plataus masto veiklą reklamuojant prekių ženklo koncepciją, kuria skatinama pirkti patvirtintas šviežias žuvis iš vietinio aukciono, taip pat identifikuojant restoranus, kurie norėtų gauti naudos iš tokio prekių ženklo. Buvo sukurta reklaminė medžiaga, įskaitant prekių ženklo logotipą, skrajutes ir garbės ženklelius, taip pat su keletu restoranų buvo pasirašytos sutartys, kuriomis jie įsipareigojo per metus nupirkti tam tikrą kiekį vietinių žuvų. Atsižvelgiant į nuperkamų žuvų kiekį, restoranams suteikiamos viena, dvi arba trys žvaigžduotės. Panašiai restoranai žymimi „Michelin“ žvaigžduotėmis. Taip pat buvo sukurta interneto svetainė, kurioje reklamuojamas projektas ir vietinės žuvų rūšys, be to, rengiama receptų knyga su kiekvieno dalyvaujančio restorano tipinių žuvų patiekalų receptais, kuri bus platinama restoranuose ir internete. Projekto vykdytojas aktyviai dalyvauja gastronomijos mugėse, kur reklamuoja „Žuvis iš aukciono“ prekių ženklą.



Galutinis etapas – kontrolės sistema, užtikrinanti, kad dalyvaujantys restoranai laikytųsi savo įsipareigojimų pirkti vietines žuvis. Tam rengiami slapti klientų apsilankymai, per kuriuos tikrinama patiekiamų žuvų kokybė ir aukciono kvitai, o jei įsipareigojimų nesilaikoma, neatnaujinamas prekių ženklo garbės ženklelis.

Svarbiausios pamokos

- ▶ **Sąsajos su FARNET temomis.** Vietos žvejybos produktų vertės didinimas, trumpesnės prekybos grandinės, vietinio laimikio rinkodara.
- ▶ **Efektyvumas / produktyvumas.** Kol kas įgyvendinama tik ankstyvoji projekto stadija, tačiau jis jau pasirodė esąs efektyvus skatinant keturių Ebro deltos žvejybos profesinių sąjungų bendradarbiavimą, taip pat formuojant žvejybos ir turizmo bei restoranų sektorių ryšius. Projekte kol kas dalyvauja 8 restoranai, ir po pirmųjų metų Žvejybos profesinių sąjungų asociacija įvertino, kad restoranų tipiškai perkamų žuvų rūšių (jūrinių karšių, aštuonkojų, jūrinių velnių ir kt.) pirmojo pardavimo kainos vietiniuose aukcionuose pakilo maždaug 10–15 proc.

Dalyvaujantys restoranai savo ruožtu gauna naudos iš reklamos ir patikimumo, kurį užtikrina paties žvejybos sektoriaus sukurtas prekių ženklas. Dėl šio projekto regiono restoranuose didėja patvirtintų vietinių žuvų pasiūla, o tai skatina kokybiško turizmo regione plėtrą, kai vertinama ir reklamuojama vietinė gastronomija, pagrįsta tvariai gautais išteklių.

- ▶ **Perkeliamumas.** Projektai, kuriais restoranai skatinami siūlyti daugiau vietinių žuvų, aktualūs daugeliui Europos žvejybos regionų, kur žvejybos sektorius stengiasi išlikti konkurencingas globalizuotoje rinkoje. Nemažai Viduržemio jūros regiono FLAG grupių tyrinėja galimybę įdiegti tą pačią metodiką ir pritaikyti „Žuvis iš aukciono“ modelį bendradarbiavimo projektams, kurie išplėtotų koncepciją iki Viduržemio jūros regiono masto prekių ženklo. FLAG grupės, kurios domisi panašiomis iniciatyvomis, turėtų atidžiai stebėti šio plečiamo projekto rezultatus.
- ▶ **Baigiamasis komentaras.** Tokio tipo projektas kelia dvigubą iššūkį – restoranus reikia įkalbėti pirkti tiesiogiai iš aukciono, o vėliau reikia užtikrinti, kad dalyvaujantys restoranai laikytųsi įsipareigojimų. Restoranams, kurie prisijungė prie Ispanijoje vykdomo projekto, reikia pateikti nemažą užstatą, kad jie galėtų tapti vietinio aukciono pirkėjais, be to, produktų tiekimo procesas trunka ilgiau nei perkant tiesiogiai iš didmenininko. Projekto kontrolei užtikrinti sertifikavimas siejamas su suma, kurią restoranas išleidžia vietiniuose žuvų aukcionuose. Ši sistema mažiems restoranams nepalanki, tačiau ji gerokai paprastesnė už alternatyvią sistemą, kai vertinama procentinė restorano vietoje įsigyjamų žuvų dalis.

Bendros išlaidos ir EŽF įnašas

Bendros projekto išlaidos: 23 925 eurai

- › EŽF 4 krypties programa: 8 155 eurai
- › Regioninis bendras finansavimas: 8 155 eurai
- › Ebro deltos Žvejų profesinių sąjungų asociacija: 7 615 eurų

Projekto informacija

Pavadinimas: Žuvis iš aukciono

Trukmė: nuo 2013 m. sausio

Problemoms nagrinėjimo data: 2014 m. sausis

Projekto vykdytojas

Ebro deltos Žvejų profesinių sąjungų asociacija

Pascual Chacón Sánchez

condelt.pascual@dsi.es

+34 977 48 10 26

www.peixdellotja.com

FLAG duomenys

Ebro delta, Ispanija

grupacciolocalitoralebre@gmail.com

+34 620 11 83 93

[FLAG faktų suvestinė](#)

Redaktorius: Europos Komisijos Jūrų reikalų ir žuvininkystės direktorato generalinis direktorius.

Garantijų atsisakymas: nors Žuvininkystės ir jūrų reikalų generalinis direktoratas atsako už šio dokumento parengimą, jis neatsako už jo turinį ir negarantuoja duomenų tikslumo.