

Ryby z aukcji

FLAG: Delta Ebro

Katalonia, Hiszpania

Prezentacja projektu

W ramach projektu „Peix de llotja”, co tłumaczy się dosłownie jako „ryby z aukcji”, lokalne organizacje rybackie połączyły siły w celu promowania własnej produkcji wśród lokalnych restauracji poprzez stworzenie specjalnej marki i przyznawanie gwiazdek restauracjom, które zobowiązały się do kupowania ryb bezpośrednio na miejscowych aukcjach.



W Hiszpanii aukcja to pierwszy punkt sprzedaży wszystkich ryb, a większość kupujących na aukcjach w delcie Ebro dokonuje zakupów hurtowych, aby następnie odsprzedać ryby klientom takim jak supermarkety czy sklepy rybne. Poza tym restauracje zwykle są zależne od hurtowników i większą wagę przywiązują do ceny niż do tego, czy ryba pochodzi z danej okolicy. W celu podniesienia ceny sprzedaży miejscowych ryb i zapewnienia opłacalności zrównoważonego lokalnego rybołówstwa, Stowarzyszenie Izby Rybackich Delt Ebro podjęło się koordynacji inicjatywy, która ma na celu zwiększenie spożycia świeżych miejscowych ryb w restauracjach regionu. Chodziło o zachęcenie restauratorów do dokonywania zakupów bezpośrednio na lokalnych aukcjach organizowanych przez każdą z izb, a jednocześnie wprowadzono system certyfikacji, gwarantujący miejscowe pochodzenie ryb. Stowarzyszenie nawiązało ścisłą współpracę z restauracjami, biurami podróży i grupą FLAG w celu zdywersyfikowania swojej bazy klientów oraz wykorzystania rosnącego ruchu turystycznego do celów promowania produktów lokalnego rybołówstwa.

Częścią projektu były działania informacyjne podejmowane z myślą o popularyzacji marki promującej certyfikowane świeże ryby z lokalnych aukcji, a także ustaleniu, które restauracje byłyby zainteresowane korzyściami zapewnianymi przez taką markę. Zaprojektowano materiały promocyjne, w tym logo marki, ulotki i plaketkę, a także podpisano z szeregiem restauracji umowy, w których zobowiązały się one do corocznego zakupu określonych ilości miejscowych ryb. Zależnie od kupowanych ilości, restauracjom przyznaje się jedną, dwie lub trzy gwiazdki, w nawiązaniu do gwiazdek Michelin. Zaprojektowano również stronę internetową służącą promocji programu i lokalnych gatunków ryb, a ponadto przygotowany jest zbiór przepisów na typowe dania rybne z każdej z uczestniczących restauracji, który będzie dostępny w tych restauracjach i w internecie. Promotor projektu brał również czynny udział w targach gastronomicznych, promując markę „ryba z aukcji”.

Częścią projektu były działania informacyjne podejmowane z myślą o popularyzacji marki promującej certyfikowane świeże ryby z lokalnych aukcji, a także ustaleniu, które restauracje byłyby zainteresowane korzyściami zapewnianymi przez taką markę. Zaprojektowano materiały promocyjne, w tym logo marki, ulotki i plaketkę, a także podpisano z szeregiem restauracji umowy, w których zobowiązały się one do corocznego zakupu określonych ilości miejscowych ryb. Zależnie od kupowanych ilości, restauracjom przyznaje się jedną, dwie lub trzy gwiazdki, w nawiązaniu do gwiazdek Michelin. Zaprojektowano również stronę internetową służącą promocji programu i lokalnych gatunków ryb, a ponadto przygotowany jest zbiór przepisów na typowe dania rybne z każdej z uczestniczących restauracji, który będzie dostępny w tych restauracjach i w internecie. Promotor projektu brał również czynny udział w targach gastronomicznych, promując markę „ryba z aukcji”.



Ostatni etap obejmował stworzenie systemu kontroli, gwarantującego, że restauracje biorące udział w projekcie, zgodnie ze swoimi zobowiązaniami, kupują miejscowe ryby. System opiera się na wizytach anonimowych klientów sprawdzających jakość podawanych ryb, kontrolach rachunków z aukcji i wycofywaniu markowej plakietki w przypadkach niewywiązania się ze zobowiązań.

Najważniejsze doświadczenia

- › **Zbieżność z tematami FARNET:** Zwiększanie wartości lokalnych produktów rybołówstwa, krótkie kanały dystrybucji, sprzedaż poławianych lokalnie ryb.
- › **Skuteczność/efektywność:** Projekt znajduje się nadal na wczesnym etapie realizacji, lecz jego skuteczność uwidoczniła się już poprzez wspieranie współpracy między czterema izbami rybackimi w delcie Ebro, a także poprzez nawiązywanie kontaktów między sektorem rybołówstwa a sektorami turystyki i gastronomii. Dotychczas w programie bierze udział w sumie osiem restauracji, a po pierwszym roku Stowarzyszenie Izb Rybackich szacuje, że ceny sprzedaży gatunków ryb zwykle kupowanych przez restauracje (np. prażm, żabnic czy nawet ośmiornic...) wzrosły na lokalnych aukcjach o ok. 10-15%.

Restauracje biorące udział w projekcie ze swojej strony odnoszą korzyści z promocji oraz wiarygodności, którą zapewnia marka stworzona przez sam sektor rybołówstwa. Dzięki temu projektowi wybór certyfikowanych lokalnych ryb w restauracjach regionu powiększa się, co z kolei wzbogaca regionalną ofertę turystyczną, której cenionym i promowanym składnikiem jest lokalna gastronomia, oparta na produktach pozyskanych w sposób ekologiczny.

- › **Możliwość przenoszenia doświadczeń w inne warunki:** Programy zachęcające restauracje do oferowania w większej skali lokalnych ryb są odpowiednie dla wielu obszarów rybackich w całej Europie, w których sektor walczy o zachowanie konkurencyjności na zglobalizowanym rynku. Członkowie śródziemnomorskich grup FLAG analizują możliwości wdrożenia tej samej metodologii oraz koncepcji „ryb z aukcji” w ramach projektu współpracy zmierzającego do upowszechnienia tej inicjatywy w całym regionie Morza Śródziemnego. Grupy FLAG zainteresowane podobnymi działaniami powinny śledzić wyniki tego projektu w miarę jego rozwoju.
- › **Komentarz końcowy:** Tego rodzaju projekt niesie ze sobą podwójne wyzwanie: przekonania restauracji do bezpośrednich zakupów na aukcji oraz zagwarantowania, że uczestniczące restauracje wywiążą się ze swoich zobowiązań. Dla restauracji angażującej się w program w Hiszpanii oznacza to konieczność uiszczenia sporej kaucji w celu stania się „kupcem” na lokalnej aukcji, a poza tym takie zakupy są bardziej czasochłonne niż odbieranie dostaw bezpośrednio od hurtownika. Pod względem kontroli ten projekt wiąże certyfikację z kwotami wydanymi przez restaurację na lokalnych aukcjach rybnych. System ten jest zasadniczo mniej korzystny dla małych restauracji, lecz jest znacznie prostszy od alternatywnego systemu, bazującego na odsetku ryb kupowanych przez restaurację na miejscu.

Łączny koszt i wkład EFR

Łączny koszt projektu: 23 925 €

- › Oś 4 EFR: 8 155 €
- › Współfinansowanie regionalne: 8 155 €
- › Stowarzyszenie Izb Rybackich Delty Ebro: 7 615 €

Informacje o projekcie

Tytuł: Ryby z aukcji

Czas trwania: od stycznia 2013 r. –

Data przygotowania studium przypadku: styczeń 2014 r.

Promotor projektu

Stowarzyszenie Izb Rybackich Delty Ebro

Pascual Chacón Sánchez

condelt.pascual@dsi.es

+34 977 48 10 26

www.peixdellotja.com

Informacje dotyczące FLAG

Delta Ebro, Hiszpania

grupacciolocalitoralebre@gmail.com

+34 620 11 83 93

[Informacje dotyczące FLAG](#)

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.