

Mercado de peixe de Estocolmo – pescadores locais tomam a cidade

FLAG: Fiskefrämjandet Stockholms Skärgård
Estocolmo, Suécia

Apresentação do projeto

Durante muito tempo, em Estocolmo, os pescadores viveram isolados, dependentes de longas cadeias de comercialização e sem oportunidades de vender o peixe localmente. Com o apoio do FLAG, os pescadores criaram o mercado de peixe de Estocolmo no qual, através de vários eventos organizados na cidade, os pescadores locais podem vender o seu peixe e marisco fresco, local e rastreável diretamente a clientes urbanos. Desta forma, permitiu-se o desenvolvimento de uma marca coletiva e de um mercado de peixe permanente.



A região de Estocolmo acolhe cerca de 100 pescadores no ativo, que exercem a sua atividade num raio de 250 km e que garantem aproximadamente 800 toneladas de peixe todos os anos. Até há bem pouco tempo, toda a captura tinha de ser vendida a 450 km de distância, através da principal loja de peixe em Gothenburg, independentemente das 31 000 toneladas que, todos os anos, são enviadas para Estocolmo para serem consumidas. Desta forma, o peixe era vendido a preços baixos. Contudo os pescadores tinham de aceitar esta situação, pois, individualmente, não tinham capacidade para gerir os diferentes custos e a logística necessária para vender de forma direta e local.

Inaugurado em novembro de 2011, o projeto do mercado de peixe de Estocolmo mudou radicalmente esta situação, ao disponibilizar a estes pescadores um projeto e uma marca para trabalharem em conjunto, bem como um espaço onde pudessem vender diretamente as suas capturas. Com o apoio do FLAG e da Administração Regional das Pescas, os pescadores desenvolveram um projeto coletivo para organizar a logística necessária para recolher e transportar as respetivas capturas, comunicar com os clientes e entrar no mercado do peixe local. Este mercado, que ficou conhecido como o «Stockholm Fiskmarknad», foi registado enquanto marca e é gerido por pescadores, o que confere aos seus produtos uma identidade visual reconhecida pelos consumidores e utilizada pelos distribuidores. Trabalhando em estreita colaboração com a administração regional de Estocolmo, o projeto-piloto criou as condições para identificar e garantir um local permanente para organizar um novo mercado de peixe no centro da capital.

Principais lições

- › **Pertinência relativamente aos temas FARNET:** adicionar valor aos produtos de pesca locais
- › **Resultados:** Em 2014, o projeto-piloto contou com a participação de 50 pescadores do arquipélago que se envolveram na organização e ajudaram a organizar dois ou três eventos de vendas por ano. Estes eventos tiveram uma duração de cinco dias, venderam cerca de 300 kg de peixe e recebem a visita de 500 clientes. Como resultado, quatro restaurantes situados na praça mais agitada de Estocolmo começaram a comprar diretamente aos pescadores e tomou-se a decisão de abrir um mercado de peixe permanente no centro de Estocolmo, garantindo aos pescadores uma oportunidade de vender o seu produto localmente, sem ter de depender de uma cadeia de distribuição longa e anónima.
- › **Transferibilidade:** Este projeto é relevante em áreas de elevada densidade populacional com poucos pescadores locais sem acesso a mercados nas proximidades. Será útil perceber de que forma o projeto conseguiu reunir os esforços e o aconselhamento de especialistas de diferentes horizontes: os pescadores locais conceberam o projeto, uma escola de administração de empresas desenvolveu o plano de marketing e uma escola de arquitetura projetou um espaço para o futuro mercado de peixe permanente. Graças a esta forma de trabalhar, é possível abordar desafios de cariz social (coesão renovada entre os pescadores locais), comunicativo (com um design elegante e uma comunicação eficaz através da imprensa e das redes sociais) e relacionados com o marketing (desenvolvimento de uma marca dedicada).
- › **Comentário final:** Duas possíveis áreas candidatas foram já identificadas para receber, futuramente, um mercado de peixe permanente e, até lá, os pescadores continuam a demonstrar a existência e sustentabilidade da procura por peixe fresco e da região. Neste exemplo, o Axis 4 demonstra que apoiar o esforço coletivo de um grupo de pescadores pode ajudar a desbloquear uma situação de baixa rentabilidade.

Custo total e contribuição do FEP

Custo total do projeto: 240 000 €

- › Subsídio FLAG: 60 000 € (50% Axis 4; 50% cofinanciamento nacional/regional)
- › Apoio Axis 1 (apoio a pequenos pescadores): 46 000 € (50% UE; 50% nacional/regional)
- › Outro apoio nacional: 135 000 €

Informações sobre o projeto

Título: Mercado do peixe de Estocolmo

Duração: 2011 – 2012 (2 anos)

Data do estudo de caso: Fevereiro de 2014

Promotor do projeto

FLAG Fiskefrämjandet Stockholms Skärgård

Gestor do FLAG: Sverker Lovén

Coordenador do FLAG: Thomas Hjelm | +46 708 736 530

fiskeframjandet@gmail.com

<http://www.fiskeframjandet.se>

<https://www.facebook.com/stockholmsfiskmarknad>

[Fiskefrämjandet Stockholms Skärgård FLAG factsheet](#)



Editor: Comissão Europeia, Direcção-Geral dos Assuntos Marítimos e da Pesca, o Director-Geral.

Cláusula de exclusão de responsabilidade: A Direcção-Geral dos Assuntos Marítimos e das Pescas é responsável pela elaboração deste documento mas não se responsabiliza pelo seu conteúdo nem garante a exactidão dos dados.