

Piața de pește din Stockholm – pescarii locali ocupă orașul

FLAG: Fiskefrämjandet Stockholms Skärgård
Stockholm, Suedia

Prezentarea proiectului

În Stockholm, pescarii locali au fost mult timp izolați, depinzând de lanțul lung de comercializare și neavând oportunități pentru a-și vinde peștele la nivel local. Cu ajutorul primit de la FLAG, pescarii au dezvoltat piața de pește din Stockholm: au fost organizate evenimente orășenești regulate, în cadrul cărora pescarii locali pot vinde produse din pește proaspete, locale și ușor trasabile direct către clienții din oraș, ceea ce a contribuit la dezvoltarea unui brand colectiv și a unei piețe de pește permanente.



În regiunea Stockholm se află aproximativ 100 de pescari activi, care lucrează pe o rază de 250 km și care debarcă aproximativ 800 tone de pește în fiecare an. Până nu demult, întreaga captură trebuia vândută la o distanță de 450 km, prin intermediul principalei piețe de licitație a peștelui din Göteborg, împreună cu cele 31 000 de tone de produse din pește care sunt trimise apoi la Stockholm pentru consum în fiecare an. Acest lucru înseamnă că peștele era vândut la un preț mic; totuși, pescarii erau nevoiți să accepte această situație, deoarece nu aveau capacitatea de a gestiona individual diferitele costuri și logistica vânzării directe și pe plan local.

Lansat în noiembrie 2011, proiectul pieței de pește din Stockholm a schimbat în mod remarcabil această situație, punând la dispoziția acestor pescari un sistem și un brand, astfel încât să poată coopera, precum și un loc în care să-și poată vinde direct capturile. Cu ajutorul FLAG-ului și al Administrației Regionale a Pescuitului, pescarii au dezvoltat un sistem colectiv pentru a organiza logistica necesară pentru colectarea și transportul peștelui, pentru a comunica cu clienții și pentru a accede pe piața locală a produselor din pește. „Stockholm Fiskmarknad” a fost înregistrată ca un brand deținut de pescari, ce conferă produselor acestora o identitate vizuală care poate fi recunoscută de clienți și care este folosită de distribuitori. Colaborând îndeaproape cu administrația regională din Stockholm, proiectul pilot a creat condițiile necesare pentru identificarea și asigurarea unui punct permanent pentru o nouă piață locală a produselor din pește chiar în inima capitalei.

Lecții-cheie

- › **Relevanța pentru temele FARNET:** valorificarea produselor pescărești locale.
- › **Rezultate:** Până în 2014, proiectul pilot a mobilizat un număr total de 50 de pescari din arhipelag care au luat parte la acest sistem și au organizat două sau trei evenimente de vânzare pe an. Acestea au avut o durată de până la 5 zile, fiind vândut un volum de +/- 300 kg de pește către 500 de clienți vizitatori. Ca rezultat, patru restaurante situate în cea mai aglomerată piață din Stockholm au început să cumpere direct de la pescari; de asemenea, a fost luată decizia de a se deschide o piață de pește permanentă în centrul orașului Stockholm, asigurând pescarilor oportunitatea de a-și vinde produsele la ei acasă, fără a mai fi nevoie să apeleze la un lanț comercial lung și anonim.
- › **Transferabilitate:** Acest proiect este relevant pentru regiunile dens populate în care se află comunități mici de pescari locali care nu au oportunitatea de a avea acces la piață în mod direct. Aceștia au avut posibilitatea de a învăța din modul în care proiectul a reunit eforturile și recomandările experților din domenii diferite: pescari locali care au elaborat proiectul, o școală de afaceri care a conceput un plan de marketing, o școală de arhitectură care a propus o viitoare piață de pește permanentă. Cu această abordare, proiectul abordează provocări care țin de domeniul social (comunitatea pescarilor devine mai unită), de marketing (dezvoltarea unui brand special conceput în acest sens) și de comunicare (un design elegant și o comunicare eficientă, realizată prin intermediul presei și al rețelelor sociale).
- › **Comentariu final:** Două regiuni candidate au fost desemnate în prezent pentru găzduirea în viitor a unei piețe de pește permanente și, între timp, pescarii continuă să demonstreze existența și caracterul sustenabil ale cererii de pește proaspăt, procurat la nivel local. În acest exemplu, Axa 4 demonstrează faptul că susținerea efortului colectiv al pescarilor poate contribui la deblocarea unei situații de profitabilitate redusă.

Costuri totale și contribuție FEP

Costul total al proiectului: 240 000 €

- › Finanțare FLAG: 60 000 € (50 % Axa 4; 50 % cofinanțare națională/regională)
- › Sprijin Axa 1 (sprijin pentru pescuitul de mici dimensiuni): 46 000 € (50 % UE; 50 % național/regional)
- › Alt sprijin național: 135 000 €

Informații privind proiectul

Titlu: Piața de pește din Stockholm

Durată: 2011-2012 (2 ani)

Data studiului de caz: februarie 2014

Promotorul proiectului

Fiskefrämjandet Stockholms Skärgård FLAG

Manager FLAG: Sverker Lovén

Coordonator 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: Comisia Europeană, Direcția Generală Afaceri Maritime și Pescuit, Directorul general.

Clauză de nerespabilitate: Direcția Generală Afaceri Maritime și Pescuit este responsabilă pentru elaborarea generală a acestui document, dar nu este responsabilă pentru conținutul ei și nici nu garantează acuratețea datelor.