

„Fish All Days“ (liet. „Žuvis kasdien“): pristatymas į namus iš žvejų laivo

FLAG: Terre di Mare
Molfeta, Apulija, Italija

Projekto apžvalga

„Fish All Days“ teikia galimybę klientams įsigyti šviežių žuvų tiesiai iš laivo arba žuvis tiesiogiai pristatyti klientams. Suderindamas tradicines edukacines ir reklamines kampanijas su naujomis technologijomis ir socialine žiniasklaida, žvejybinis laivas iš Molfetos subūrė ištikimų klientų ratą.



Dal Mare alla Tavola

Pesce appena pescato, fresco e garantito
DIRETTAMENTE A CASA TUA.

Šeimyninė žvejybos bendrovė „Facchini Pesca“ sunkiai vertėsi dėl žemų kainų, kurios už laimikį buvo siūlomos vietiniame didmeninės prekybos aukcione. Tuo metu FARNET konferencijoje pristatytas tiesioginės prekybos iš laivų projektas „Fisch vom Kutter“ regiono Terre di Mare FLAG pateikė tiesioginio žuvų pardavimo vartotojams idėją – tai galėtų būti geras sprendimas kai kuriems vietiniams žvejybiniais laivams. Mimmo Facchini, atsakingas už savo šeimos bendrovės administracinius reikalus (jo brolis yra bendrovės 23 metrų ilgio žvejybinio laivo kapitonas), taip pat patikėjo šios idėjos potencialu ir, naudodamasis FLAG nuolatine parama bei paskatinimu, sukūrė savą verslo „Žuvis iš laivo“ versiją.

Projektą sudarė šeimos laivo aprūpinimas įranga, leidžiančia laikantis sveikatos ir saugos taisyklių žuvis pardavinėti tiesiai vartotojams, taip pat šaldymo įrangos įrengimas bendrovės vano tipo automobilyje, skirtame gabenti žuvis. Vėliau buvo atliktas reikšmingas darbas reklamuojant bendrovės tiesioginės prekybos

paslaugą ir informuojant vietos gyventojus apie žinomos kilmės kokybiškų ir vietoje sugaunamų žuvų naudą sveikatai.

Atlikti tokie veiksmai: šviečiamojo renginio „Mada ir žuvis“ organizavimas; lankstinukų ir staltiesėlių sukūrimas vietos restoranams; „Facebook“ puslapio, kuriame pateikiama informacija apie „Facchini Pesca“ sugaunamas žuvis ir nurodomos kainos, sukūrimas; socialinės žiniasklaidos naudojimas siekiant įtraukti vietos gyventojus į diskusiją apie vietinių žuvų ypatybes ir įvairius jų paruošimo būdus. Vartotojai gali užsakymus pateikti „Facebook“ svetainėje, el. paštu, telefonu, SMS žinute arba programėlėje „WhatsApp“ (mažiausiai 3 kg, kiekvienos rūšies po 1 kg) ir grįžus laivui, siuntinį gauti tiesiai į namus. Mimmo su sūnumi žuvis pristato asmeniškai, pateikia apie jas informacijos (papasakoja, kur žuvis buvo sugautos, kiek laiko galima įvairių rūšių žuvis laikyti neužšaldytas, kaip jas valyti, paruošti ir pan.) ir taip kuria artimus asmeninius ryšius su klientais. Be to, kuriama interneto svetainė su prekybos internetu funkcija.

Pagrindinės pamokos

- ▶ **Sąsajos su FARNET temomis.** Žuvininkystės produktų vertės didinimas, tiesioginė prekyba, naujovės.
- ▶ **Rezultatai.** Diversifikuodama savo prekybos veiklą, žvejybos bendrovė „Facchini Pesca“ iš naujo sukūrė ryšį tarp žvejų ir vartotojų, ir tai leido pajamas iš prekybos žuvimis padidinti 30–35 proc. Po 10 mėnesių „Fish all Days“ jau ėmė tiekti žuvis lojalių klientų tinklui, kurį sudaro 60 namų ūkių, tarp jų ūkiai, nuo iškrovimo vietos nutolę 100 km. Taip pat bendrovė žuvis tiekia 6 vietiniams restoranams ir tikisi, sulaukusi 100 pirkėjų, sukurti papildomą darbo vietą.
- ▶ **Perkeliamumas.** Šio projekto idėja pati buvo perkelta iš Vokietijos 4 krypties projekto „Fisch vom Kutter“, kuris buvo pritaikytas Molfetos sąlygoms ir išplėtotas įtraukiant pristatymo į namus paslaugą. Tiesioginės prekybos iš žvejų laivų, įskaitant pristatymą į namus, patirtį galima perkelti į daugelį Europos žuvininkystės regionų, kur žemos didmeninės kainos menkina vietinio žuvininkystės verslo pelningumą. Žvejybos bendrovės, svarstančios apie tiesioginės prekybos galimybę, turėtų atsižvelgti į nacionalinius ir ES teisės aktus dėl tiesioginės prekybos ir maisto saugos, o FLAG šioje srityje gali suteikti paramą. Svarbu, kad žvejybos bendrovėje dirbtų paskirtas asmuo, turintis laiko bei gebėjimų tvarkyti rinkodaros reikalus ir, kaip rodo šis pavyzdys, platinti laimikį.
- ▶ **Baigiamasis komentaras.** FLAG parama aiškinantis teisinės ir administracinės tiesioginės prekybos kliūtis rengiant šį projektą buvo esminė. Iš tiesų ankstesnis FLAG projektas – parengtas [tiesioginės prekybos vadovas](#) – buvo pagrindinė priemonė, palengvinusi „Fish All Days“ sukūrimą. Iš projekto sėkmės veiksnių svarbiausi buvo laikas, skirtas nuolatos profesionaliai tvarkyti socialinės žiniasklaidos svetainių („Facebook“, „Twitter“, „Google plus“, „Linked-in“, „Pinterest“, „Instagram“, „Youtube“ ir „Vimeo“) įrašams padedant profesionaliai rinkodaros agentūrai, bei asmeninis klientų ir veiklaus projekto propaguotojo, uoliai siekiančio tikslo realizuoti savo produktą, kontaktas. Emocinis ryšys, užsimezges tarp gamintojo ir vartotojo, užtikrino solidžią bazę patenkintų ir lojalių klientų, kurie vertina ir produkto, ir siūlomos paslaugos kokybę.

Bendros išlaidos ir EŽF įnašas

Bendros projekto išlaidos: 42 000 EUR

- ▶ Nuosavos lėšos: 42 000 EUR
- ▶ 4 krypties programa: parama iniciatyvai ir projektų kūrimo darbams

Projekto informacija

Pavadinimas: „Fish All Days (Žuvis kasdien)“

Trukmė: nuo 2013 m. gruodžio (tęsimas) | **Problemos nagrinėjimo data:** 2014 m. spalį

Projekto vykdytojas

„Facchini Pesca s.a.s.“ | Domenico Facchini | domenicofacchini@ticali.it
+39 335 135 3410 | <https://www.facebook.com/FishallDays?fref=nf>

FLAG duomenys

GAC Terre di Mare, Italija | Angelo Farinola
gacterredimare@libero.it | +39 0802146387
www.gacterredimare.net | [Terre di Mare 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.