

## Jaunu jūras pīlīšu produktu komercializācija

**FLAG: Ría de Vigo – A Guarda**  
Galisija (Galicia), Spānija

### Projekta pārskats

Galisijā ēdamos gliemežus tradicionāli vāc zvejnieki – gan vīrieši, gan sievietes –, un tie tiek pārdoti tikai kā svaigs produkts bez apstrādes vai pievienotās vērtības. Šā projekta, ko atbalsta gliemežu vācēji, mērķis ir izveidot jaunus produktus no ēdamajiem gliemežiem, kas Spānijā ir ļoti iecienīti vēžveidīgie. Šie jaunie produkti ietver konservētus dabiskos ēdamos gliemežus un ēdamo gliemežu pastēti ar jūraszālēm. Šie produkti rada pievienoto vērtību ēdamajiem gliemežiem, īpaši mazajiem, kas ir mazāk pieprasīti un parasti tiek pārdoti par zemāku cenu.



### Konteksts un galvenās problēmas



Ēdamo gliemežu lasīšanai ir senas tradīcijas Bajonā (*Baionā*) un Agvardā (*A Guarda*), kā arī Galisijā kopumā. Šis ir viens no populārākajiem vēžveidīgo produktiem Spānijā, bet vienai mazāku gliemežu sugai ir zemāka tirgus vērtība. Neskatoties uz zemo cenu, vēžveidīgo vācēji joprojām vāc šos gliemežus, lai nepieļautu to kolonizāciju vērtīgāko gliemežu izplatības vietās. Tāpēc ir svarīgi šos mazāk vērtīgos gliemežus izmantot komerciāli, nevis vienkārši izmest.

Bajonas (2010. gadā to apdzīvoja 12 154 iedzīvotāji) un Agvardas (ar 10 472 iedzīvotājiem) vēžveidīgo vācēji ir organizēti asociācijās (kopā 214 profesionāli gliemežu vācēji), un līdz šim viņi pārdeva gliemežus tikai izolēs. Tomēr mazāki gliemeži tiek savākti lielos daudzumos un pārdoti par ļoti zemu cenu.

2005. gadā sieviešu un vīriešu grupa no abām teritorijām sāka meklēt šīs problēmas risinājumu. Viņi izveidoja uzņēmumu „Mar de Silleiro LTD”, kurā apvienojās 27 gliemežu vācēji. Atzīstot tikai svaigu gliemežu pārdošanas ierobežojumus, viņi izstrādāja ideju par gliemežu konservēšanu, ieviešot tirgū jaunus, apstrādātus produktus un galvenokārt izmantojot mazākos un nevērtīgākos. Viņi sāka pētīt un studēt dažādas receptes un to tirgus potenciālu. Šo darbu finansēja valsts Zivsaimniecības ministrija un Zivsaimniecību reģionālā ministrija (*Consellería do Mar*).

## Projekta mērķi

Šā „Axis 4” projekta galvenie mērķi:

1. Izstrādāt un izlaist Spānijas tirgū divus jaunus produktus: dabiskos konservētos gliemežus un gliemežu pastēti ar jūraszālēm, izmantojot zemas komercvērtības gliemežus.
2. Izpētīt, kāds ir potenciāls šo jauno produktu ieviešanai starptautiskajos tirgos.

## Projekta apraksts

Projekts ietver divu jaunu produktu izstrādi un ieviešanu Spānijas tirgū: konservētus dabiskos gliemežus un gliemežu pastēti ar jūraszālēm. Projekta pirmā prioritāte bija konservēšanas iespēju organizēšana. Tas tika panākts, izveidojot partnersadarbību ar Galisijas „Antonio Pérez Lafuente” konservu fabriku, kas guvusi atzinību, pateicoties atbildīgai zvejošanai, izmantoto izejmateriālu kvalitātei un augstajiem kvalitātes standartiem. Notika vienošanās par partnersadarbību, kas paredzēja konservu fabrikas ražošanas līnijas noīrēšanu uz vienu dienu nedēļā.

Pēc nepieciešamo ražošanas telpu nodrošināšanas projekta uzmanības centrā bija tirgvedība un marķēšana. Pirmā darbība bija prečzīmes, logotipu un iesaiņojuma izstrāde, kā arī zīmolu reģistrācija, lai nodrošinātu to aizsardzību. Lai palīdzētu to izdarīt, projekta atbalstītāji noslēdza līgumu ar uzņēmumu, kas ir specializējies produktu izstrādē un izprot arī gliemežu vācēju darbu un dzīves veidu.

Nākamā darbība bija izstrādāt vietni ar tiešsaistes veikalu, un tā ir jauna ideja zvejniecības sektorā. Tas tika uzskatīts par svarīgu instrumentu, lai piekļūtu noteiktiem tirgiem un sazinātos ar patērētājiem. Tīmekļa vietne [www.mardesilleiro.com](http://www.mardesilleiro.com) patērētājiem dod iespēju veikt pirkumus tieši no uzņēmuma, un, lai sekmētu tiešsaistes pārdošanu, atbalstītāji ir iznomājuši biroju un noliktavu iesaiņošanai un izplatīšanai.

Pēc pamata infrastruktūras izveidošanas produktu izstrādes uzņēmums palīdzēja izveidot pirmos produktu paraugus nogaršošanai/izmēģināšanai, bet pēc tam gala produktus tirgum. Viņi palīdzēja arī koordinēt reklāmas kampaņu, tostarp izveidot reklāmas videomateriālu augšupielādei vietnē un parādīt to gadatirgos vai citos reklāmas vai zvejniecības pasākumos Spānijā un ārzemēs. Viņi arī izveidoja stendu izmantošanai izstādēs un tirdzniecībā, kā arī citus reklāmmateriālus.

Uzņēmuma „Mar de Silleiro” un tā produktu publiskā atklāšana notika „Jūras tehnoloģiskajā centrā” (CETMAR), Vigo, 2010. gada 3. novembrī. Uz šo prezentāciju ieradās visi 27 *percebeiras* (vēžveidīgo vācēji), un tās laikā preses pārstāvji un uzaicinātie viesi varēja nogaršot jaunus produktus.



Pēc atklāšanas sākās reklāmas kampaņa. Līdz šim tā ir ietvērusi, piemēram, zvejsaimniecību izstāžu apmeklēšanu, tikšanās ar izplatītājiem, mazumtirgotājiem, gardēžu un delikatesu veikaliem. Uzņēmuma „Mar de Silleiro” pārstāvji atzīst, ka jaunam uzņēmumam, lai nodrošinātu veiksmīgu produkta ieviešanu tirgū, izšķiroši svarīgi ir pirmie gadi. Tādēļ uzņēmums ir aktīvi piedalījies svarīgākajās izstādēs, piemēram, „Forum Gastronómico 2010” (Žironā), „Salón Internacional de Gourmets 2011” (Madridē) un „Feria Internacional de Galicia 2011” (Silledā).

## Galvenās iesaistītās puses

Projekta atbalstītāji ir vēžveidīgo vācēju grupa no Bajonas un Agvardas, kas izveidoja uzņēmumu „Mar de Silleiro”. Šis uzņēmums tika izveidots, lai pievienotu vērtību svaigajiem gliemežiem. Uzņēmums aptver 27 vēžveidīgo vācējus jeb “percebeiras/os”, bet projektu vada mazāka grupa jeb pārstāvju valde. Šī grupa strādā ciešā sadarbībā ar Vigo FLAG, kā arī ar CETMAR un ANFACO (Zivju un jūras pārtikas konservācijas profesoru valsts asociācija), kas sniedz ieteikumus par projekta tehniskajiem aspektiem.

## Projekta rezultāti

Vēl ir pārāgri noteikt šā projekta galīgo rezultātu. Tomēr ir redzams, ka vēžveidīgo vācēji, kuri pievienojās jaunajam uzņēmumam un iesaistījās projektā, vairāk zina un ir ieinteresējušies par iespēju apstrādes gaitā pievienot vērtību. Viņi jau gūst labumu no savu ienākumu pieauguma, pateicoties jauno produktu pārdošanai, un izbauda savu jauno uzņēmēju lomu. Viņiem ir arī nopietna pārliecība par esošo produktu potenciālu, zīmoliem un jauno vietni.



Projektam ir arī plašāka ietekme uz sabiedrību, nodrošinot jaunas darba iespējas, dodot ieguldījumu vietējā ekonomikā un paaugstinot kopienas turpmāko pārliecību.

## Šķēršļu pārvarēšana: pamatmācības

Pārvaramās problēmas galvenokārt bija restorānu, tirgotāju, lielveikalu un vispārējās sabiedrības informētības trūkums par jauno produktu, kā arī sarežģītā ekonomiskā vide. Produktu izlaišana tirgū bija ļoti veiksmīga, bet savu ietekmi atstāja globālā ekonomiskā krīze, un 4.-6. pārdošanas mēnesī apgrozījums bija trīsreiz mazāks nekā pirmajos trīs mēnešos.

Vēl viena problēma bija pastāvīga produkta piegāde. Vēžveidīgo vācējiem nopietna problēma bija arī tirgvedības pieredzes trūkums, it īpaši mēģinot atrast jaunus tirgus un tiem piekļūt.



Papildu sarežģījumi ir saistīti ar sektora iekšējiem konfliktiem, proti, tiem, kuri uzskata, ka zvejniekiem vajadzētu tikai zvejot, bet arī ar tiem, kuri uzskata, ka zvejniecības sektora problēmas vajadzētu risināt nevis pašiem zvejniekiem, bet reģionālo un valsts līmeņa valdību pārstāvjiem. Tas izraisīja procesa politizāciju, sarežģījot un aizkavējot zināmu attīstību.

Šo sarežģījumu pārvarēšanas un projekta panākumu galvenie faktori:

- › vēžveidīgo vācēju motivācija un aktīvā iesaistīšanās;
- › produkta novatorisms/jaunums tirgū;
- › gardēžu veikalu nopietnā interese par šo produktu;
- › plašs projekta atspoguļojums vietējā, reģionālajā un pat valsts presē un televīzijā;
- › nelielas sieviešu-vēžveidīgo vācēju grupas spēcīgā ietekme;
- › projekta atbalstītāju vēlēšanās iegūt pieredzi, lai palīdzētu noteiktos produktu attīstības un tirgvedības aspektos;
- › atbalstītāju lēmumus novērst projekta politizāciju un nodrošināt tā ilgtermiņa panākumus.

## Turpmākās perspektīvas

Tagad – pēc galveno ieguldījumu veikšanas un regulāro klientu skaita nodrošināšanas – vēžveidīgo vācēji var atļauties turpināt savu produktu reklamēšanu ar nogaršošanas sesiju un citu aktivitāšu palīdzību, lai paplašinātu pārdošanu.

Jaunais pasākums atbalstītājiem ir nodrošinājis nopietnu motivāciju, un viņi labprāt vēlas panākt izaugsmi un savu aktivitāšu dažādošanu, izstrādājot jaunus produktus un attīstot jaunus tirgus. Tomēr tirdzniecības tradīcijas joprojām rada sarežģījumus un ir jāatrisina daudzi svarīgi jautājumi. Piemēram, lai pārtikas produktus laistu pārdošanā, ir jāievēro noteikti higiēnas standarti, kam savukārt ir nepieciešami ievērojami finansiāli ieguldījumi. Šis un citi nepieciešamie ieguldījumi radīs ienākumus tikai ilgtermiņā, un, tā kā šīm aktivitātēm trūkst finansējuma, tas var apdraudēt uzņēmuma daudzsološo nākotni.

Turklāt zemas kvalitātes gliemežu vākšana ir saistīta ar pārvaldības plānu, kas tiek apstiprināts katru gadu. Lai nodrošinātu pastāvīgu piegādi, ir jānoslēdz ilgtermiņa līgums, jo tādējādi var pārliecinošāk apmierināt šīs vajadzības.

## Nodošanas iespēja

Šajā projektā ir iesaistītas sievietes, uzņēmēji un jaunieši, un tā ietvaros tiek veidota jaunu zvejsaimniecību produktu ilgtspējīgas izmantošanas un ražošanas sistēma. Projekta ideju var pārņemt citas mazo ražotāju organizācijas, it īpaši tās, kuras aptver ēdamo gliemežu vācējus citās Galisijas daļās un ārpus tās. Šī pieredze var būt noderīga citu zvejniecības produktu ražotājiem, kuri vēlas veidot apstrādātus produktus.

Atbalstītāji jau ir saņēmuši uzaicinājumus par projekta prezentāciju citās FLAG un zvejniecības asociācijās, kā arī Eiropas Zivsaimniecību teritoriju tīkla (FARNET) un Eiropas Komisijas organizētajos pasākumos.



## Izmaksas un finansējums

Projekta kopējās izmaksas: EUR 131 667,00

Kopējās attaisnotās izmaksas: EUR 91 667,00

FLAG ieguldījums: EUR 45 833,50 (50% attaisnojāmās izmaksas, no kurām 61% ir ES, 19,5% – valsts līdzfinansējums un 19,5% – reģionālais līdzfinansējums)

Privātais ieguldījums: EUR 45 833,50 (50%)

Kopējās izmaksas un „Axis 4” ieguldījums ir sadalīts šādi:

Projekta aktivitāte	Kopējās izmaksas	FLAG ieguldījums
Vietējās noliktavas un biroja atjaunošana	3 200	1 600
Biroja un stenda mēbeles	5 858	2 929
Informācijas un saziņas tehnoloģijas (tostarp tiešsaistes veikals)	13 209	6 604,50
Grafiskais dizains (piemēram, etiķetes un iesaiņojums) un uzņēmuma dizains	14 000	7 000
Atbalsta tirgvedība	4 800	2 400
Aprīkojums (iekārtas, transports)	48 000	24 000
Personāls (pārvaldība un tirgvedība)	40 000	0
<b>Kopā</b>	<b>131 667</b>	<b>45 833,50</b>

## Projekta informācija

**Nosaukums:** Jaunu jūras pilišu produktu komercializācija

**Ilgums:** no 2010. gada augusta vidus līdz 2011. gada oktobra beigām (15 mēneši).

**Lietas izpētes datums:** 2011. gada maijs

### Projekta atbalstītājs

*Mar de Silleiro SLT*

Koordinatore: Sjūzana Gonzalesa (*Susana Gonzalez*)

E-pasts: [info@mardesilleiro.com](mailto:info@mardesilleiro.com)

Tālr.: 00 34 986 191 962

[www.mardesilleiro.com](http://www.mardesilleiro.com)

### FLAG informācija

*Ría de Vigo* – Agvarda, Galisija, Spānija

E-pasts: [gac7@accioncosteira.es](mailto:gac7@accioncosteira.es)

Tālr.: +34 986 358 109

<http://www.accioncosteira.es/?q=node/127>

[FLAG faktu lapa](#)

**Redaktors:** Eiropas Komisija, Jūrlietu un zivsaimniecības ģenerāldirektorāts, ģenerāldirektors.

**Atruna:** Kaut arī Jūrlietu un zivsaimniecības ģenerāldirektorāts ir atbildīgs par šā dokumenta vispārējo izveidi, tomēr tas nav atbildīgs par dokumenta saturu un negarantē datu precizitāti.