



INFORME DE LES CONCLUSIONS DELS TALLERS DEL I WORKSHOP DEL SECTOR DEL PEIX. CÒM PODEM MILLORAR LA SEVA COMERCIALIZACIÓ?

A continuació s'agrupen les conclusions que es van recollir en els tallers organitzats el dia 29 de gener de 2018 en el I *Workshop* del Sector del peix organitzats per l'Associació Grup d'Acció Local Pesquer i l'Escola de Capacitació Agrària de l'Empordà.

TALLER DE GESTIÓ PESQUERA

Els **reptes** identificats per el grup de gestió pesquera per ordre d'importància varen ser:

1. Identificar i analitzar les variables que incideixen en la gestió pesquera a nivell dels diferents agents de la cadena de comercialització del peix fins arribar al consumidor.
2. Implantar la gestió pesquera 2.0 identificant les variables que afecten la cadena de comercialització del producte pesquer des de les barques fins al consumidor final.
3. Ús de les tecnologies de la informació i comunicació entre tots els agents de la cadena per arribar informar al consumidor en qualsevol moment.

TALLER DE COMERCIALIZACIÓ:

Els **reptes** identificats per el grup de comercialització per ordre d'importància varen ser els següents:

1. Valoritzar espècies pesqueres de menor valor comercial.
2. Reduir intermediaris.
3. Mantenir la qualitat dels productes: bones pràctiques en vaixells i millora dels arts de pesca.
4. Formats unitaris.



Unió Europea
Fons Europeu
Marítim i de la Pesca



Generalitat de Catalunya
Departament d'Agricultura,
Ramaderia, Pesca i Alimentació



TALLER DE RESTAURACIÓ

Els **reptes** identificats per el grup de restauració per ordre d'importància varen ser els següents:

1. Formació i capacitació del restaurador. Coneixement del producte i del productor.
2. Centralitzar fitxes de productes.
3. Jornades gastronòmiques de productes pesquers innovadores.
4. Potenciar marques comercials dels peixos locals.

CONCLUSIONS GENERALS

De forma general en els tres tallers s'ha comentat la manca de comunicació entre els diferents agents de la cadena de comercialització del producte pesquer, des de les barques fins al consumidor final. A mode d'exemple, des del sector pesquer es treballa contínuament introduint bones pràctiques per aconseguir millorar cada dia la qualitat del producte que arriba a port, i la sostenibilitat del recurs, informació que no sol arribar a la resta d'agents de la cadena de comercialització que són prescriptors del producte pesquer com són els peixaters i els restauradors, ni tampoc a la societat en general.

De les conclusions que s'han aportat dels tres tallers, s'escolliran els tres reptes següents:

1. Repte 1: Gestió pesquera 2.0: des de les embarcacions fins al consumidor final.
2. Repte 2: Valorització d'espècies pesqueres de menor valor comercial.
3. Repte 3: Formació i capacitació del restaurador. Coneixement del producte i del productor.

Des de l'Associació Grup d'Acció Local Pesquer COSTA BRAVA agraïm la participació de tots els que van assistir als tallers i ens posem a treballar per concretar les accions i aconseguir els reptes marcats.

El primer pas es informar-vos de la creació de grups de treball en el marc de l'Associació per concretar les accions i poder aprofitar els ajuts del Fons Europeu i Marítim de la Pesca.

Per aquest motiu, aprofitem la difusió del mateix informe de conclusions per animar als participants als tallers per treballar conjuntament.

Els que estiguin interessats en participar que es posin en contacte amb el Grup d'Acció Local a través del telèfon 659.68.54 i/o info@galpcostabrava.cat



Unió Europea
Fons Europeu
Marítim i de la Pesca



Generalitat de Catalunya
Departament d'Agricultura,
Ramaderia, Pesca i Alimentació

Part 1: Tendències en l'àmbit de la GESTIÓ PESQUERA



Unió Europea
Fons Europeu
Marítim i de la Pesca



Generalitat de Catalunya
Departament d'Agricultura,
Ramaderia, Pesca i Alimentació

Objectiu: Alineació de la Gestió pesquera actual amb les demandes del mercat (tendències i motivacions de compra dels clients de les llotges).

El sector pesquer coneix els minoristes i majoristes de les seves llotges però no el consumidor final.

Els pescadors saben que no poden abastir la demanda real de tota Catalunya

No pesca pensant en la cadena de comercialització sinó en el seu benefici diari propi de la seva activitat.

Manca de planificació de la gestió pesquera.
Model actual obsolet.

La pesca del peix blau és monoespecífica i de grans volums, més alienada a la demanda real.

Existeixen problemes en incentivar la compra de les espècies poc conegudes i pescades habitualment.

La major part del peix consumit és de fora

Els pescadors són productors d'origen

Necessitat d'adaptar l'oferta a la demanda

La pesca d'arts menors pot anar més alienada a la demanda real.
La pesca d'arrossegament és multiespecífica i de menys volum. Menys alineació a la demanda diària.

Perfils de clients i les motivacions de las demandes del mercat

Falta de planificació de la gestió pesquera aliniada amb la demanda de tota la cadena de comercialització

Desconeixement del consumidor final

La comercialització depèn de cada art de pesca.

Coneixement de client directe llotges: minoristes, majoriste i restauradors

Pressió sobre determinades espècies molt reconegudes i manca d'estratègies per fomentar espècies poc reconegudes.

Part 2: Reptes i solucions para a la GESTIÓ PESQUERA



Unió Europea
Fons Europeu
Marítim i de la Pesca



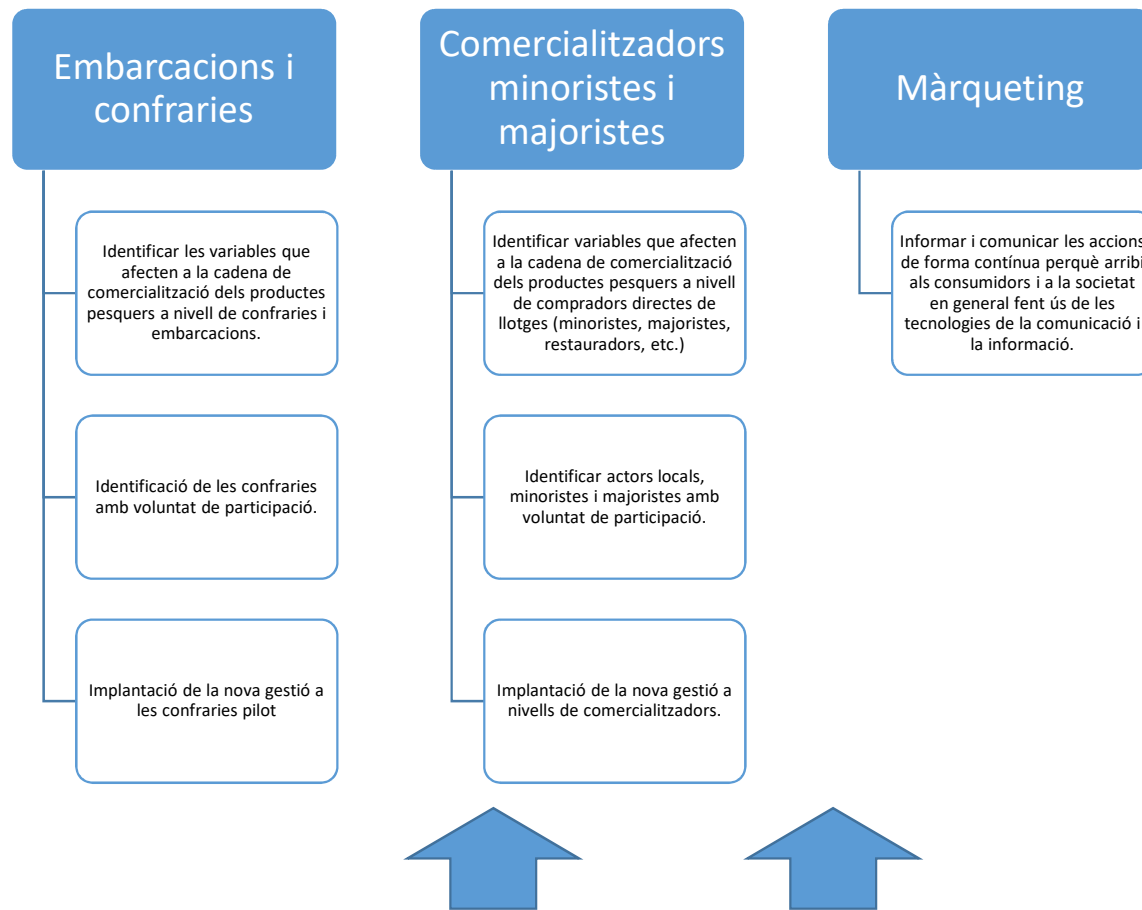
Generalitat de Catalunya
Departament d'Agricultura,
Ramaderia, Pesca i Alimentació

Objectiu: Identificació dels reptes per el sector i possibles accions per abordar-ho.



Gestió pesquera 2.0 es refereix a una actualització del GP tenint en compte totes les variables que afecten a la cadena de comercialització des de les barques fins al consumidor final aprofitant l'ús i aplicació de les tecnologies de la comunicació i la informació adequades que permetin la creació de xarxes entre els diferents agents implicats.

Repte 1: Gestió pesquera 2.0: des des les embarcacions fins al consumidor final



Construcció conjunta cap a la gestió pesquera 2.0
Seguiment conjunt de les accions.

CONCLUSIONS:

Implantació de la Gestió pesquera 2.0: actualització de la GP tenint en compte totes les variables que afecten a la cadena de comercialització des de les barques fins al consumidor final.

Els reptes identificats per el grup per ordre d'importància han estat:

1. Identificar i analitzar les variables que incideixen en la gestió pesquera a nivell dels diferents agents de la cadena de comercialització del peix fins arribar al consumidor.
2. Implantar la gestió pesquera 2.0 en tots els nivells amb entitats voluntàries.
3. Ús de les tecnologies de la informació i comunicació entre tots els agents de la cadena per arribar informar al consumidor en qualsevol moment.



Unió Europea
Fons Europeu
Marítim i de la Pesca



Generalitat de Catalunya
Departament d'Agricultura,
Ramaderia, Pesca i Alimentació

Parte 1: Tendencias en el ámbito alimentario, demandas de consumo y nichos de consumidores en RETAIL

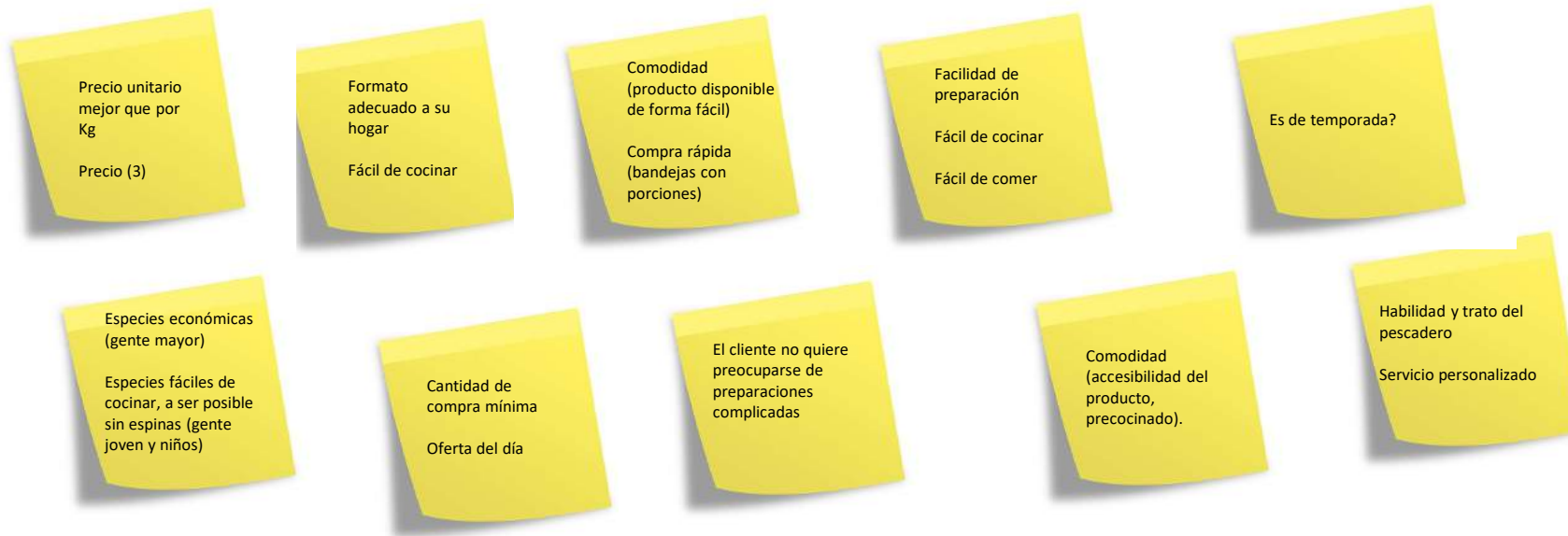


Unió Europea
Fons Europeu
Marítim i de la Pesca



Generalitat de Catalunya
Departament d'Agricultura,
Ramaderia, Pesca i Alimentació

Objetivo: Alineación de la oferta del sector pesquero con las demandas del mercado (tendencias y motivaciones de compra de los consumidores). Identificación de targets relevantes para el sector.



Perfiles de consumidores de pescado y las motivaciones que subyacen en la compra de productos pesqueros



Parte 2: Retos y soluciones para el sector RETAIL



Unió Europea
Fons Europeu
Marítim i de la Pesca

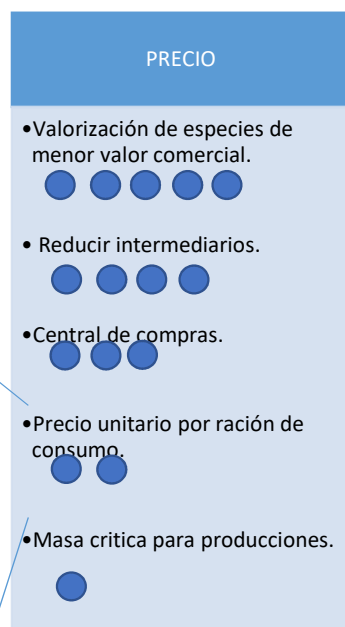


Generalitat de Catalunya
Departament d'Agricultura,
Ramaderia, Pesca i Alimentació

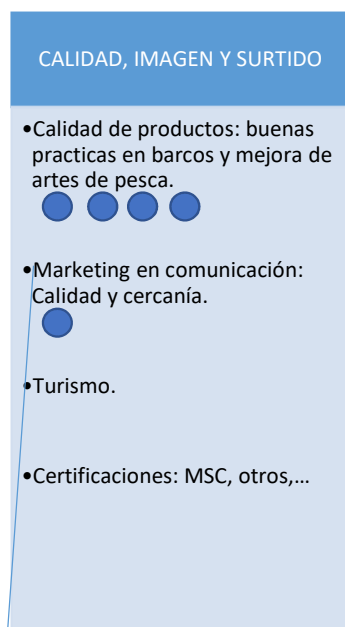
Objetivo: Identificación de “los retos” para el sector y posibles acciones para abordarlo.

Como hacer frente a las demandas identificadas – Retos (necesidades para cumplir con la demanda)

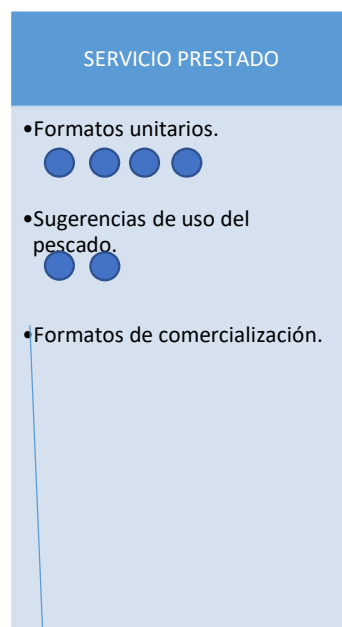
Debate sobre como competir con precios orientativos por unidades en lugar de precio por Kilo, se podría analizar en etiqueta poder colocar precios orientativos sabiendo que la pieza de pescado peso aprox. para competir en la primera imagen en mostradores con el pescado de acuicultura que se vende por ración.



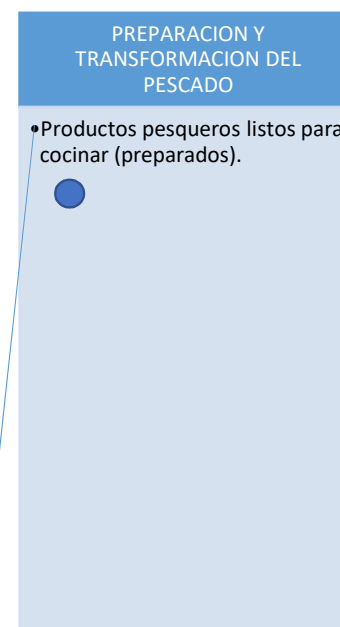
Centrar la preparación o transformación en 1 o 2 centros existentes para rentabilizar el precio de la operación en productos.



Interesante debate sobre la información en punto de venta con información de la temporalidad de los productos pesqueros locales, y el contraste de la campaña de marketing y soportes como cartelería con comercializadores y productores.

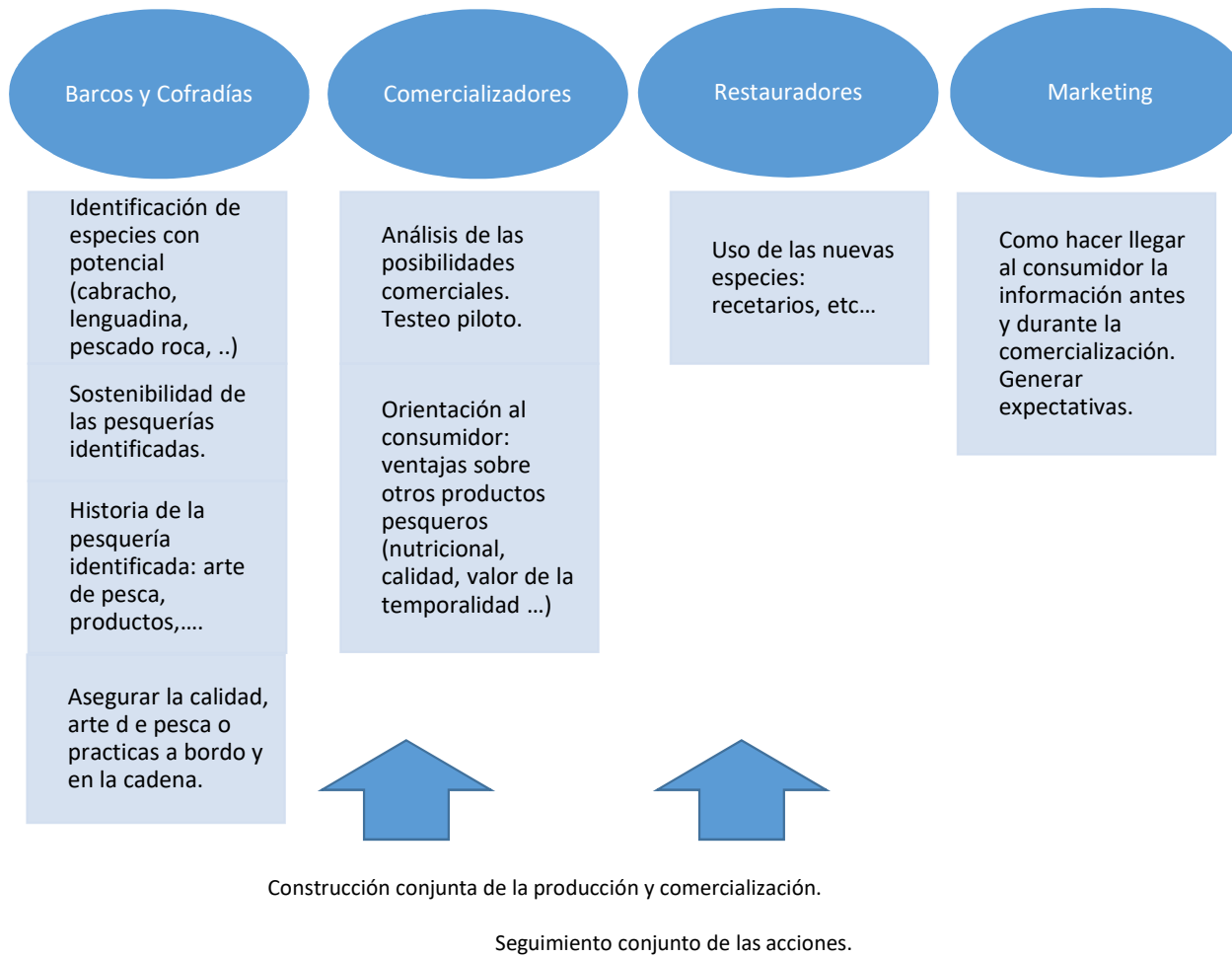


Los formatos de comercialización (cajas, pesos, etc..) bajo demanda a Cofradías, si ha generado una debate sobre si seria necesario normalizarlo entre Cofradías para los clientes. Seria conveniente un dialogo con Clientes de los formatos mas necesarios por especies y zonas.



La calidad de los productos vs su frescura (menor de 6-8 horas de pesca) se da por sentada, y con baja cantidad. Se ha discutido que serian mas adecuadas las presentaciones mas de tipo de corte o preparaciones para uso en cocina mas que transformados, con un debate sobre el tipo de clientes y consumidores con una reflexión sobre el canal mas adecuado comentando que el Retail no seria el mas adecuado, si pescaderías y restaurantes.

Reto 1: Valorización de especies de menor valor comercial.



Conclusiones:

Los retos identificados por el grupo por orden de importancia han sido:

1. Valorización de especies de menor valor comercial.
2. Reducir intermediarios.
3. Calidad de productos: buenas practicas en barcos y mejora de artes de pesca.
4. Formatos unitarios.



Unió Europea
Fons Europeu
Marítim i de la Pesca



Generalitat de Catalunya
Departament d'Agricultura,
Ramaderia, Pesca i Alimentació

Part 1: Tendències en l'àmbit alimentari, demandes de consum i nínxols de consumidors en RESTAURACIÓ



Unió Europea
Fons Europeu
Marítim i de la Pesca



Generalitat de Catalunya
Departament d'Agricultura,
Ramaderia, Pesca i Alimentació

Objectiu: Aliniació de l'oferta dels restauradors que ofereixen productes de la pesca amb les demandes del client (tendències i motivacions de consum). Identificar el perfil del client que ve en el nostre establiment a gaudir d'un àpat en base a peix.

Peix fresc: sense additius, saludable, fresc, bo i de qualitat

Peix de proximitat per contribuir en l'economia local

Producte autòcton del lloc que es visita

Consum de peix més alt en restaurant que a casa: desconeixement manipulació del peix a la cuina

Restauradors: prescriptors i mantenen la gastronomia local i tradicional

Consum de producte pesquer diferent dels canals de venda habituals

Els restauradors reclamen una centralització de la compra de productes de peix fresc

La gastronomia local és identitària del territori

Manipular peix requereix de personal qualificat

El client necessita recuperar la confiança amb tots els agents de la cadena de comercialització del peix

Publicació de resultats d'estudis científics i difusió en els mitjans de comunicació habituals que arribi a tothom

Macança treball en comú entre pescador, Confraria, distribuïdor, peixeter i restauració.

Objectiu: Identificació de les tendències de consum en els clients de la restauració.



Part 2: Reptes i solucions para a la Restauració.



Unió Europea
Fons Europeu
Marítim i de la Pesca

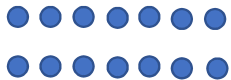


Generalitat de Catalunya
Departament d'Agricultura,
Ramaderia, Pesca i Alimentació

Objectiu: Identificació dels reptes per el sector i possibles accions per abordar-ho.

FORMACIÓ I COMUNICACIÓ ENTRE SECTOR PRIMARI (PESCADORS) I RESTAURADORS (feed back continu)

- Especialització de la restauració.
- Millorar el coneixement del producte.



CENTRALITZAR FITXES DE PRODUCTES

- Estudis nutricionals i publicitat de les espècies que arribi a la restauració
- Ubicació – tipologia de pesca



JORNADES GASTRONÒMIQUES MÉS INNOVADORES

- Que incloguin ciència, cultura gastronòmica i patrimoni marítim i pesquer.



POTENCIAR MARQUES COMERCIALS DELS PEIXOS LOCALS

- Els restauradors valoren positivament les marques de garanti i de qualitat abalades per l'administració.



Repte 1: Formació i capacitació del restaurador. Coneixement del producte i del productor.

Qui? Federació de Confraries, Gremis de Peixaters, Federació o gremis de Restauradors i distribuïdors. Escoles d'hosteleria. Ajuntaments.

Cóm?

- Anàlisi dels actors implicats en cada territori.
- Pla de formació i capacitació dels restauradors – basada en el coneixement que aporten els Pescadors/confraries i dels sector pesquer.
- Comunicació permanent entre entitats.

Conclusions :

Els reptes identificats per el grup per ordre d'importància han estat:

1. Formació i capacitat del restaurador. Coneixement del producte i del productor.
2. Centralitzar fitxes de productes.
3. Jornades de productes innovadores.
4. Potenciar marques comercials dels peixos locals.



Unió Europea
Fons Europeu
Marítim i de la Pesca



Generalitat de Catalunya
Departament d'Agricultura,
Ramaderia, Pesca i Alimentació