



MINISTERUL AGRICULTURII
ȘI DEZVOLTĂRII RURALE



DIRECȚIA GENERALĂ PESCUIT – AUTORITATE DE MANAGEMENT PENTRU POPAM

STRATEGIA DE MARKETING PENTRU PROMOVAREA PRODUSELOR PESCĂREȘTI

**Proiect cofinanțat din Fondul European pentru Pescuit și Afaceri Maritime prin
Programul Operațional Pescuit și Afaceri Maritime 2014-2020**

**Prioritatea Uniunii Europene nr. 4 - Creșterea gradului de ocupare a forței de muncă și sporirea coeziunii teritoriale
Măsura III.3 Implementarea strategiilor de dezvoltare locală, Măsura 1 - Contribuția la valoarea adăugată în sectorul de
pescuit și acvacultură (din cadrul implementării Strategiei de dezvoltare locală a Asociației Grupul Local Pescăresc
Dunărea de Sud-Vest)**

Proiect: **“Măsuri de revitalizare a sectorului de pescuit”**, cod SMIS 145034

Elaborat: August 2023, Beneficiar: Asociația Pro-Mehedinți



MINISTERUL AGRICULTURII
ȘI DEZVOLTĂRII RURALE



DIRECȚIA GENERALĂ PESCUIT – AUTORITATE DE MANAGEMENT PENTRU POPAM

Cuprins

CAPITOLUL I: INTRODUCERE.....	3
CONTEXT.....	3
TERITORIUL.....	5
CAPITOLUL II: SITUAȚIA ACTUALĂ.....	10
PRODUSUL PESCĂRESC.....	13
CONSUMUL DE PEȘTE ȘI PRODUSE PESCĂREȘTI ÎN REGIUNEA SUD-VEST (conform raportului menționat mai sus).....	15
Analiza SWOT.....	17
CAPITOLUL III: STUDIUL MEDIULUI CONCURENȚIAL ȘI AL PROBLEMELOR PRINCIPALE.....	19
CAPITOLUL IV: OBIECTIVELE DE MARKETING.....	22
CAPITOLUL V: MĂSURILE DE MARKETING.....	24
1. Strategia legată de produsul pescăresc.....	24
2. Strategia legată de prețuri.....	28
3. Strategia legată de promovare (reclama).....	28
4. Strategia legată de plasare (distribuție).....	30
CAPITOLUL VI: PROGRAMUL DE ACTIVITATE.....	36
CAPITOLUL VII. BUGETUL DE MARKETING.....	39
CAPITOLUL VIII. EVALUAREA PERFORMANȚELOR DE MARKETING.....	40
CAPITOLUL IX. APLICARE CHESTIONAR.....	41

Proiect cofinanțat din Fondul European pentru Pescuit și Afaceri Maritime prin
Programul Operațional Pescuit și Afaceri Maritime 2014-2020

Prioritatea Uniunii Europene nr. 4 - Creșterea gradului de ocupare a forței de muncă și sporirea coeziunii teritoriale
Măsura III.3 Implementarea strategiilor de dezvoltare locală, Măsura 1 - Contribuția la valoarea adăugată în sectorul de pescuit și acvacultură (din cadrul implementării Strategiei de dezvoltare locală a Asociației Grupul Local Pescăresc Dunărea de Sud-Vest)

Proiect: "Măsuri de revitalizare a sectorului de pescuit", cod SMIS 145034

Elaborat: August 2023, Beneficiar: Asociația Pro-Mehedinți



MINISTERUL AGRICULTURII
ȘI DEZVOLTĂRII RURALE



DIRECȚIA GENERALĂ PESCUIT – AUTORITATE DE MANAGEMENT PENTRU POPAM

CAPITOLUL I: INTRODUCERE

CONTEXT

Strategia de marketing pentru promovarea produselor pescărești pentru proiectul de revitalizare a sectorului de pescuit, smis 145034, are beneficiar Asociația Pro-Mehedinți, cu sediul în Municipiul Drobeta Turnu-Severin, Str. Decebal, nr. 40, jud. Mehedinți. Proiectul este finanțat prin Programul Operațional pentru Pescuit și Afaceri Maritime 2014-2020, Directiva Generală Pescuit – Autoritatea de Management pentru POPAM, Cod CPV: 793111008-8- Servicii de elaborare de studii, Procedura aplicată: procedura competitivă conform Ordinului MFE nr.1284/2016.

Conform Strategiei de dezvoltare locală integrată a *Asociației Grupul Local Pescăresc Dunărea de Sud-Vest*, finanțatorul prezentului material, se dorește „dezvoltarea durabilă a teritoriului prin valorificarea resurselor pe care le deține. Viziunea Strategiei este ca, până în anul 2023, dezvoltarea zonei pescărești să fie canalizată spre **fructificarea avantajelor oferite de resursele locale legate de pescuit și acvacultură**, astfel încât să determine un aport semnificativ atractivității generale a teritoriului și a regiunii și să contribuie la îmbunătățirea condițiilor de trai a comunităților locale. Măsurile Strategiei vor susține competitivitatea economică a zonei, vor stimula diversificarea economiei locale și vor îmbunătăți coeziunea socială, promovând principiile dezvoltării durabile și egalității de șanse și asigurând integrarea inovației în intervențiile de dezvoltare.

Strategia va susține dezvoltarea infrastructurii pentru turism și agrement, alimentație publică cu profil pescăresc, va îmbunătăți modalitățile de valorificare a resurselor locale, va îmbunătăți capacitatea resurselor umane locale de a se adapta condițiilor economice actuale, va contribui la conștientizarea generală cu privire la importanța resurselor locale și va crește atractivitatea zonei, va stimula și atrage tinerii către învățarea pe tot parcursul vieții. Prin acțiunile concrete care vor fi susținute, Strategia își propune să încurajeze crearea de noi surse durabile de venituri pentru populația din zona pescărească pentru a susține bunăstarea socială din comunitățile locale.”

Proiect cofinanțat din Fondul European pentru Pescuit și Afaceri Maritime prin
Programul Operațional Pescuit și Afaceri Maritime 2014-2020

Prioritatea Uniunii Europene nr. 4 - Creșterea gradului de ocupare a forței de muncă și sporirea coeziunii teritoriale
Măsura III.3 Implementarea strategiilor de dezvoltare locală, Măsura 1 - Contribuția la valoarea adăugată în sectorul de pescuit și acvacultură (din cadrul implementării Strategiei de dezvoltare locală a Asociației Grupul Local Pescăresc Dunărea de Sud-Vest)

Proiect: “Măsuri de revitalizare a sectorului de pescuit”, cod SMIS 145034

Elaborat: August 2023, Beneficiar: Asociația Pro-Mehedinți



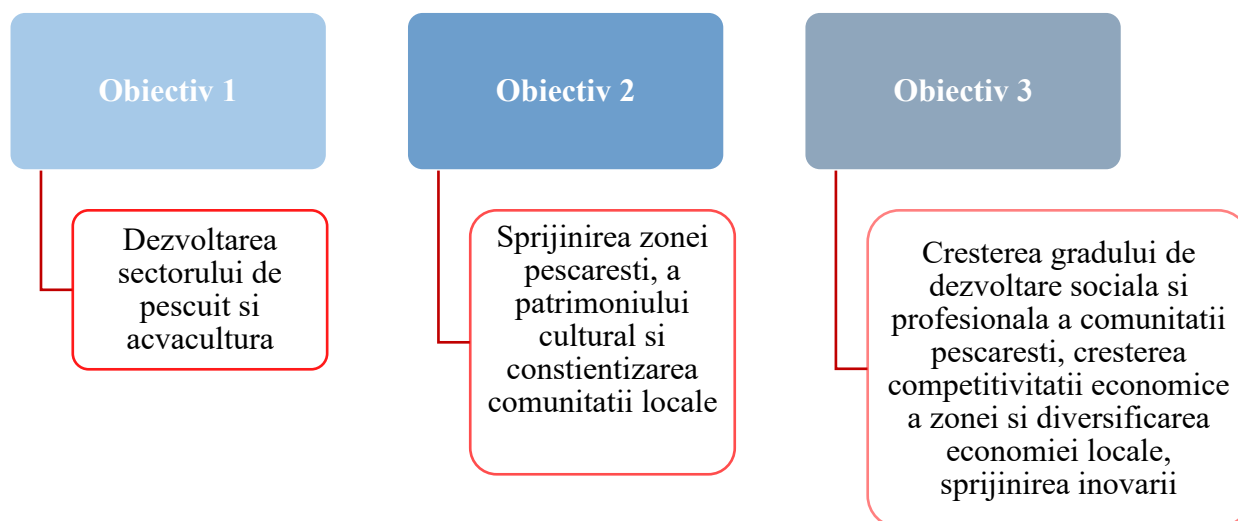
MINISTERUL AGRICULTURII
ȘI DEZVOLTĂRII RURALE



DIRECȚIA GENERALĂ PESCUIT – AUTORITATE DE MANAGEMENT PENTRU POPAM

Principala bogăție faunistică a zonei o reprezintă peștele, care este reprezentat de 42 de specii: *Platică, Nisetru, Cegă, Păstrugă, Rizeafcă, Scrumbie, Oblete, Somnul negru, Somnul pitic, Avat, Mreană, Caras, Scoabar, Cosaș, Crap, Știucă, Porcușor, Ghibort, Raspar, Morun, Sânger, Novac, Biban soare, Clean, Țipar, Guvid de baltă, Moaca de nămol, Guvid cu cap turtit, Stronghil, Sabită, Biban, Guvidul adormit, Murgoi bălțat, Boartă, Babușcă, Șalău, Roșioară, Somn, Lin, Morunaș, Fusar, Pietrar.*

Asociația Grupul Local pescăresc Dunărea de Sud-Vest are ca obiectiv *dezvoltarea echilibrată a teritoriului, reducerea disparităților și valorificarea potențialului teritorial*, până în anul 2023, prin:



Pescuitul și acvacultura sunt domenii strategice, contribuind la asigurarea securității alimentare și la sănătatea populației, având un rol activ în crearea și menținerea serviciilor de mediu, stimularea vitalității la nivelul comunităților costiere, precum și la dezvoltarea economiilor și păstrarea tradițiilor locale, ne arată MADR, SGG, în NOTĂ CONCEPTUALĂ pentru Elaborarea strategiei naționale pentru pescuit și acvacultură a României, 2021), mai ales în contextul actual, cu schimbările climatice care survin, în strânsă concordanță cu gestionarea durabilă a stocurilor de pești din toate apele naționale.

Proiect cofinanțat din Fondul European pentru Pescuit și Afaceri Maritime prin
Programul Operațional Pescuit și Afaceri Maritime 2014-2020

Prioritatea Uniunii Europene nr. 4 - Creșterea gradului de ocupare a forței de muncă și sporirea coeziunii teritoriale
Măsura III.3 Implementarea strategiilor de dezvoltare locală, Măsura 1 - Contribuția la valoarea adăugată în sectorul de pescuit și acvacultură (din cadrul implementării Strategiei de dezvoltare locală a Asociației Grupul Local Pescăresc Dunărea de Sud-Vest)

Proiect: "Măsuri de revitalizare a sectorului de pescuit", cod SMIS 145034

Elaborat: August 2023, Beneficiar: Asociația Pro-Mehedinți



UNIUNEA EUROPEANĂ



MINISTERUL AGRICULTURII
ȘI DEZVOLTĂRII RURALE



DIRECȚIA GENERALĂ PESCUIT – AUTORITATE DE MANAGEMENT PENTRU POPAM

TERITORIUL

Zona de implementare a proiectului cuprinde **teritoriul FLAG Dunărea de Sud-Vest, localizat în Regiunea Sud-Vest Oltenia, județul Mehedinți**. Este o zonă cu țărm fluvial, cu un nivel semnificativ de ocupare a forței de muncă în domeniul pescuitului. Zona FLAG Dunărea de Sud-Vest cuprinde teritoriul a 8 comune, care se întind de-a lungul fluviului Dunărea:

- Hinova;
- Devesel;
- Burila Mare;
- Gogoșu;
- Gruia;
- Pristol;
- Gîrla Mare;
- Vrata.

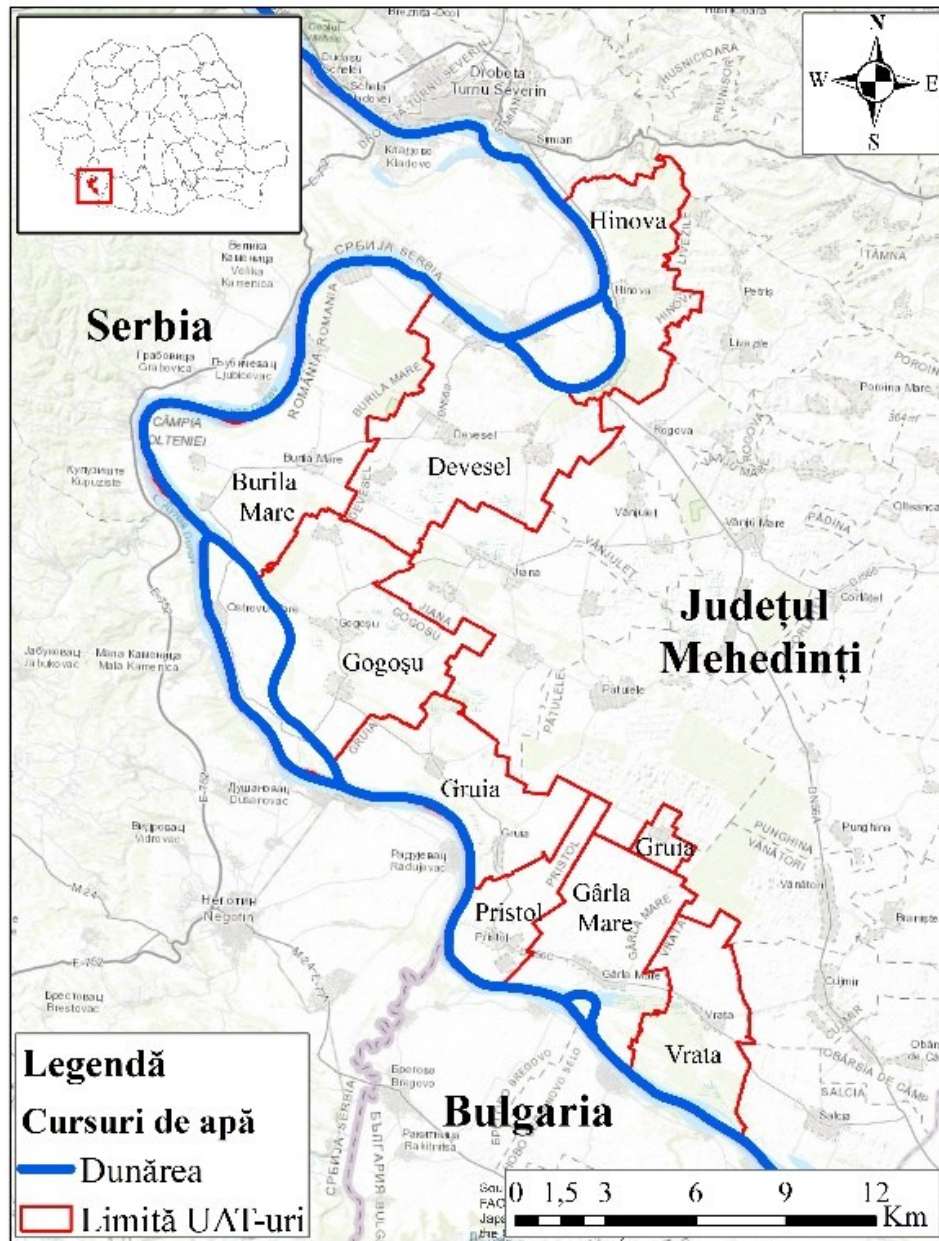
Proiect cofinanțat din Fondul European pentru Pescuit și Afaceri Maritime prin
Programul Operațional Pescuit și Afaceri Maritime 2014-2020

Prioritatea Uniunii Europene nr. 4 - Creșterea gradului de ocupare a forței de muncă și sporirea coeziunii teritoriale
Măsura III.3 Implementarea strategiilor de dezvoltare locală, Măsura 1 - Contribuția la valoarea adăugată în sectorul de pescuit și acvacultură (din cadrul implementării Strategiei de dezvoltare locală a Asociației Grupul Local Pescăresc Dunărea de Sud-Vest)

Proiect: "Măsuri de revitalizare a sectorului de pescuit", cod SMIS 145034

Elaborat: August 2023, Beneficiar: Asociația Pro-Mehedinți

DIRECȚIA GENERALĂ PESCUIT – AUTORITATE DE MANAGEMENT PENTRU POPAM



În teritoriul GLP Dunărea de Sud-Vest, activitatea principală și permanentă o reprezintă *pesculitul comercial*, care este practicat în special pe Dunăre, fiind de o importanță majoră pentru multe persoane care nu au un venit suficient din alte activități. Sectorul pescăresc este reprezentat în principal de cele 2 asociații de pescări comerciali existente, care sunt și membre în GLP Dunărea de Sud-Vest:

Proiect cofinanțat din Fondul European pentru Pescuit și Afaceri Maritime prin
Programul Operațional Pescuit și Afaceri Maritime 2014-2020

Prioritatea Uniunii Europene nr. 4 - Creșterea gradului de ocupare a forței de muncă și sporirea coeziunii teritoriale
Măsura III.3 Implementarea strategiilor de dezvoltare locală, Măsura 1 - Contribuția la valoarea adăugată în sectorul de pescuit și acvacultură (din cadrul implementării Strategiei de dezvoltare locală a Asociației Grupul Local Pescăresc Dunărea de Sud-Vest)

Proiect: "Măsurile de revitalizare a sectorului de pescuit", cod SMIS 145034

Elaborat: August 2023, Beneficiar: Asociația Pro-Mehedinți



MINISTERUL AGRICULTURII
ȘI DEZVOLTĂRII RURALE



DIRECȚIA GENERALĂ PESCUIT – AUTORITATE DE MANAGEMENT PENTRU POPAM

Asociația Grupului de Producători „Dunăre” – Salcia – Drobeta Turnu Severin și Asociația Grupului de Producători Gogoșu.

La nivelul Zonei pescărești, pescarii și unitățile de acvacultură resimt ***nevoia dezvoltării sistemului de valorificare a produselor pescărești***, atât din prisma necesității ***dezvoltării oportunităților de comercializare, dar și din punctul de vedere al asigurării condițiilor de igienă și siguranță alimentară***. Realizarea strategiei de marketing pentru promovarea produselor pescărești din zona de implementare a proiectului ***constituie un instrument necesar în vederea revitalizării economiei zonei, a creșterii condițiilor de trai în rândul comunității pescărești și a dezvoltării sectorului de pescuit***. Strategia de marketing realizată în cadrul proiectului va fi pusă la dispoziția comunității cu titlu gratuit, prin publicarea pe website-ul Asociației, pe website-urile UAT-urilor din teritoriu și prin prezentarea și distribuirea acesteia pe format hârtie în timpul evenimentelor publice.

Activitatea de baza a multor locuitori de pe teritoriul FLAG Dunărea de Sud-Vest o constituie ***pescuitul comercial și vânzarea peștelui***. Pescarii se plâng adesea despre prețurile reduse cu care comercializează peștele, deoarece producția se desfășoară printr-un număr mare de operatori, în timp ce distribuția este tot mai concentrată în mâinile unui număr mic de actori. Dar, prin crearea de valoare adăugată producției de pește (prin procesare, creare de produse pescărești și promovarea acestora), se poate dezvolta o piață nouă pentru pescari. Obiceiurile consumatorilor s-au schimbat mult în ultimii ani, stilul de viață fiind în general tot mai dinamic, iar consumatorii s-au distanțat de nivelul producției primare, acest aspect generând o lipsă de interes față de peștele proaspăt întreg, ***preferând produse ușor de utilizat și rapid de preparat***.

Pandemia a intensificat livrările la domiciliu în detrimentul mersului la cumpărături în magazine sau ieșitului la restaurant, astfel încât ***necesitatea de realizare a produselor pescărești finite*** este cu atât mai mare.

Cu o strategie de marketing corespunzătoare, produsele pescărești ale zonei FLAG Dunărea de Sud Vest vor putea fi cunoscute și apreciate.

Proiect cofinanțat din Fondul European pentru Pescuit și Afaceri Maritime prin
Programul Operațional Pescuit și Afaceri Maritime 2014-2020

Prioritatea Uniunii Europene nr. 4 - Creșterea gradului de ocupare a forței de muncă și sporirea coeziunii teritoriale
Măsura III.3 Implementarea strategiilor de dezvoltare locală, Măsura 1 - Contribuția la valoarea adăugată în sectorul de pescuit și acvacultură (din cadrul implementării Strategiei de dezvoltare locală a Asociației Grupul Local Pescăresc Dunărea de Sud-Vest)

Proiect: “Măsuri de revitalizare a sectorului de pescuit”, cod SMIS 145034
Elaborat: August 2023, Beneficiar: Asociația Pro-Mehedinți



MINISTERUL AGRICULTURII
ȘI DEZVOLTĂRII RURALE



DIRECȚIA GENERALĂ PESCUIT – AUTORITATE DE MANAGEMENT PENTRU POPAM

PESCARI

Ce înseamnă pescar tradițional în România?

Pescuitul tradițional în România se referă la *metodele tradiționale de pescuit* care sunt practicate de mult timp de către pescarii români și care au fost transmise din generație în generație.

Printre tehnicile de pescuit tradiționale din România se numără *folosirea undiței cu momeli naturale, a năvoadelor și a plasei de pescuit*. Unele dintre speciile de pești pescuite tradițional în România sunt știuca, somnul, carasul și cleanul.

De asemenea, pescuitul tradițional în România este adesea asociat cu stilul de viață rural, cu tradițiile și cultura locală. În multe zone rurale din România, pescuitul tradițional este încă o activitate importantă pentru comunitate și un mod de a obține hrană proaspătă din surse naturale.

Ce înseamnă pescar comercial modern în România?

Pescuitul comercial în România se referă la *activitatea de pescuit efectuată cu scopul de a obține profit*. Această activitate este reglementată de lege și necesită obținerea unor permise și autorizații speciale pentru a putea fi desfășurată.

Pescarii comerciali moderni din România sunt acei pescari care folosesc cele mai noi tehnologii și echipamente pentru a asigura un pescuit durabil și eficient. Aceștia respectă normele și reglementările internaționale pentru a proteja resursele naturale și pentru a asigura un pescuit sustenabil.

Pentru a fi pescar comercial în România, este necesar să se îndeplinească anumite condiții, cum ar fi:

- **Obținerea de permise și autorizații speciale:** Pescarii comerciali trebuie să obțină permise și autorizații speciale pentru a putea desfășura activitatea de pescuit comercial în România.
- **Utilizarea unor echipamente și tehnologii moderne:** Pescarii comerciali moderni folosesc tehnologii și echipamente noi pentru a-și îmbunătăți eficiența și productivitatea. Acestea pot include sonare de ultimă generație, echipamente de

Proiect cofinanțat din Fondul European pentru Pescuit și Afaceri Maritime prin
Programul Operațional Pescuit și Afaceri Maritime 2014-2020

Prioritatea Uniunii Europene nr. 4 - Creșterea gradului de ocupare a forței de muncă și sporirea coeziunii teritoriale
Măsura III.3 Implementarea strategiilor de dezvoltare locală, Măsura 1 - Contribuția la valoarea adăugată în sectorul de pescuit și acvacultură (din cadrul implementării Strategiei de dezvoltare locală a Asociației Grupul Local Pescăresc Dunărea de Sud-Vest)

Proiect: "Măsuri de revitalizare a sectorului de pescuit", cod SMIS 145034

Elaborat: August 2023, Beneficiar: Asociația Pro-Mehedinți



MINISTERUL AGRICULTURII
ȘI DEZVOLTĂRII RURALE



DIRECȚIA GENERALĂ PESCUIT – AUTORITATE DE MANAGEMENT PENTRU POPAM

comunicare la distanță, instrumente de navigație GPS și alte echipamente utile pentru localizarea și capturarea peștilor.

- **Respectarea reglementărilor internaționale privind pescuitul:** Pescarii comerciali moderni respectă normele și reglementările internaționale pentru a proteja resursele naturale și a asigura o pescuit durabilă. Acest lucru include respectarea mărimii minime de captură, a cotelor de pescuit și a altor reglementări similare.
- **Menținerea unui nivel ridicat de calitate și siguranță a produselor:** Pescarii comerciali moderni trebuie să asigure o calitate ridicată și siguranță a produselor lor pentru a putea exporta pe piețele internaționale. Acest lucru poate fi realizat prin respectarea standardelor internaționale de calitate și siguranță alimentară.
- **Formare și dezvoltare profesională:** Pescarii comerciali moderni își îmbunătățesc competențele și cunoștințele prin participarea la programe de formare și dezvoltare profesională. Acest lucru le permite să beneficieze de cele mai noi tehnologii și cele mai bune practici în domeniu și să își îmbunătățească eficiența și productivitatea.

Este important de menționat că, **în ultimii ani, pescuitul comercial în România a devenit o activitate din ce în ce mai dificilă și mai limitată**, din cauza reglementărilor impuse de Uniunea Europeană și de alte organizații internaționale pentru a proteja resursele naturale și a asigura un pescuit durabil.

Adaptarea pescarilor comerciali tradiționali la pescuitul modern poate fi o provocare, dar este importantă pentru a asigura un pescuit durabil și pentru a rămâne competitivi pe piața de profil.

Iată câteva moduri prin care pescarii tradiționali se pot adapta la pescuitul modern:

- Pescarii comerciali tradiționali trebuie să ia în considerare **achiziționarea de echipamente și tehnologii moderne** pentru a-și îmbunătăți eficiența și productivitatea.

Proiect cofinanțat din Fondul European pentru Pescuit și Afaceri Maritime prin
Programul Operațional Pescuit și Afaceri Maritime 2014-2020

Prioritatea Uniunii Europene nr. 4 - Creșterea gradului de ocupare a forței de muncă și sporirea coeziunii teritoriale
Măsura III.3 Implementarea strategiilor de dezvoltare locală, Măsura 1 - Contribuția la valoarea adăugată în sectorul de pescuit și acvacultură (din cadrul implementării Strategiei de dezvoltare locală a Asociației Grupul Local Pescăresc Dunărea de Sud-Vest)

Proiect: "Măsuri de revitalizare a sectorului de pescuit", cod SMIS 145034

Elaborat: August 2023, Beneficiar: Asociația Pro-Mehedinți



MINISTERUL AGRICULTURII
ȘI DEZVOLTĂRII RURALE



DIRECȚIA GENERALĂ PESCUIT – AUTORITATE DE MANAGEMENT PENTRU POPAM

- Pescarii comerciali tradiționali ar putea **să își diversifice portofoliul de produse** prin pescuitul unor specii noi sau prin producerea de produse cu valoare adăugată, cum ar fi peștele afumat sau conservat.
- Pescarii comerciali tradiționali trebuie să respecte reglementările și standardele internaționale pentru a asigura calitatea și siguranța produselor lor.
- Pescarii comerciali tradiționali își pot consolida poziția pe piață prin **colaborarea și crearea de parteneriate cu alți pescari** sau cu alte companii din industria pescuitului.

CAPITOLUL II: SITUAȚIA ACTUALĂ

Consumul de pește în România a **crescut de la 6,5 kg/locuitor/an în urma cu 12-13 ani, la 8,5 kg**, ne arată datele statistice din noiembrie 2022. Cifrele care se vehiculează neoficial arată că, de fapt, consumul este de **12-13 kilograme**, dacă e inclus peștele prins de pescari și care **nu e în statistici**. În România, se consumă în jur de 140.000 de tone de pește anual (din care doar aproximativ 25% este pește autohton, restul fiind pește oceanic provenit din importuri), iar potențialul este enorm. Preferințele românilor se duc către **peștele cu mai puține oase, mai ușor de fabricat, și peștele care se pretează a fi servit în restaurante**. Astăzi, aproape ca nu există restaurant în care să nu găsești pește în meniu, în timp ce în urmă cu 15 ani se găsea doar în restaurantele de pește și în restaurantele mari. Și procesatorii s-au dezvoltat foarte mult în ultimii ani, ceea ce permite **aprovizionarea lanțurilor de supermarketuri cu produse din pește procesate în România**.

În România sunt câțiva **procesatori mari și foarte mari**:

- Pescado Grup – brandurile Bonito și Salmar;
- Ocean Fish;
- Egan Prod – melci;
- Doripesco;
- Interfrig – brandul Delta Mar.

Aceștia aprovizionează rețelele de supermarket-uri și, din punctul acesta de vedere, față de porc, vită, pasăre, produsele din pește procesate **sunt toate procesate în România**. Nu se face import de

Proiect cofinanțat din Fondul European pentru Pescuit și Afaceri Maritime prin
Programul Operațional Pescuit și Afaceri Maritime 2014-2020

Prioritatea Uniunii Europene nr. 4 - Creșterea gradului de ocupare a forței de muncă și sporirea coeziunii teritoriale
Măsura III.3 Implementarea strategiilor de dezvoltare locală, Măsura 1 - Contribuția la valoarea adăugată în sectorul de pescuit și acvacultură (din cadrul implementării Strategiei de dezvoltare locală a Asociației Grupul Local Pescăresc Dunărea de Sud-Vest)

Proiect: "Măsuri de revitalizare a sectorului de pescuit", cod SMIS 145034

Elaborat: August 2023, Beneficiar: Asociația Pro-Mehedinți



MINISTERUL AGRICULTURII
ȘI DEZVOLTĂRII RURALE



DIRECȚIA GENERALĂ PESCUIT – AUTORITATE DE MANAGEMENT PENTRU POPAM

produse pescărești procesate, în România se importă doar materie primă. Din cele 140.000 de tone consum anual, România importă aproximativ 2.500 t de crap și 4.500 t de păstrăv, în total aproximativ 7.000 de tone, iar restul importurilor este pește oceanic.

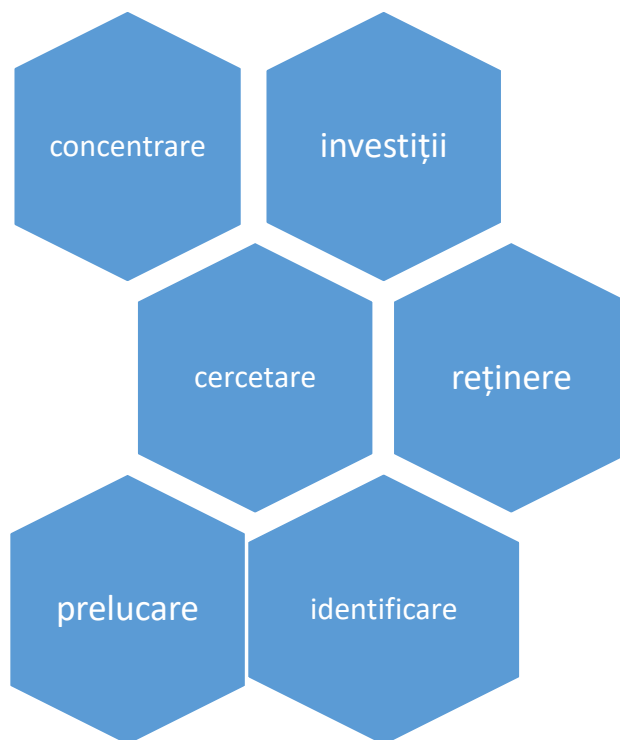
Importurile de pește:

- din Bulgaria și Ungaria - crap
- din Italia și Turcia – păstrăv

De unde provine peștele la nivel național?

Peștele provine din pescuitul maritim (Marea Neagră), din Delta Dunării și din Dunăre.

Ce presupune activitatea de pescuit?



Proiect cofinanțat din Fondul European pentru Pescuit și Afaceri Maritime prin
Programul Operațional Pescuit și Afaceri Maritime 2014-2020

Prioritatea Uniunii Europene nr. 4 - Creșterea gradului de ocupare a forței de muncă și sporirea coeziunii teritoriale
Măsura III.3 Implementarea strategiilor de dezvoltare locală, Măsura 1 - Contribuția la valoarea adăugată în sectorul de pescuit și acvacultură (din cadrul implementării Strategiei de dezvoltare locală a Asociației Grupul Local Pescăresc Dunărea de Sud-Vest)

Proiect: "Măsuri de revitalizare a sectorului de pescuit", cod SMIS 145034

Elaborat: August 2023, Beneficiar: Asociația Pro-Mehedinți



MINISTERUL AGRICULTURII
ȘI DEZVOLTĂRII RURALE



DIRECȚIA GENERALĂ PESCUIT – AUTORITATE DE MANAGEMENT PENTRU POPAM

Pescuitul comercial pe Dunăre

Situația actuală a pescuitului comercial pe Dunăre este una complexă și delicată, din cauza mai multor factori, cum ar fi presiunea pescuitului intensiv, poluarea și schimbările climatice. În România, activitatea de pescuit comercial pe Dunăre este reglementată de legislația națională și de acordurile internaționale la care România este parte.

Unele dintre metodele care pot fi folosite pentru a îmbunătăți situația pescuitului comercial pe Dunăre includ:

- **Promovarea unei abordări durabile:** Este important ca pescuitul comercial pe Dunăre să fie abordat dintr-o perspectivă durabilă, care să ia în considerare nu numai nevoile imediate ale pescarilor, ci și impactul asupra mediului și resurselor naturale.
- **Implementarea unor măsuri de conservare și gestionare:** Pentru a proteja resursele de pește și a asigura un pescuit durabil, este important să se implementeze măsuri de conservare și gestionare. Acestea pot include stabilirea unor zone de protecție, limitarea timpului și a numărului de capturi, precum și introducerea unor măsuri tehnice de protecție a speciilor vulnerabile.
- **Stimularea dezvoltării de ferme piscicole (acvacultură):** Dezvoltarea fermelor piscicole poate ajuta la reducerea presiunii pescuitului comercial asupra speciilor sălbatice și poate contribui la creșterea ofertei de pește pe piață.
- **Monitorizarea și colectarea de date:** Monitorizarea și colectarea de date despre stocurile de pește și activitatea de pescuit pot ajuta la identificarea problemelor și la dezvoltarea de soluții durabile (studiul ihtiologic).
- **Colaborarea între statele riverane:** Colaborarea între statele riverane ale Dunării poate contribui la o gestionare mai eficientă și sustenabilă a resurselor naturale și la îmbunătățirea situației pescuitului comercial.

Proiect cofinanțat din Fondul European pentru Pescuit și Afaceri Maritime prin
Programul Operațional Pescuit și Afaceri Maritime 2014-2020

Prioritatea Uniunii Europene nr. 4 - Creșterea gradului de ocupare a forței de muncă și sporirea coeziunii teritoriale
Măsura III.3 Implementarea strategiilor de dezvoltare locală, Măsura 1 - Contribuția la valoarea adăugată în sectorul de pescuit și acvacultură (din cadrul implementării Strategiei de dezvoltare locală a Asociației Grupul Local Pescăresc Dunărea de Sud-Vest)

Proiect: "Măsuri de revitalizare a sectorului de pescuit", cod SMIS 145034

Elaborat: August 2023, Beneficiar: Asociația Pro-Mehedinți



MINISTERUL AGRICULTURII
ȘI DEZVOLTĂRII RURALE



DIRECȚIA GENERALĂ PESCUIT – AUTORITATE DE MANAGEMENT PENTRU POPAM

PRODUSUL PESCĂRESC



Elementul cheie este **produsul pescăresc**. Produsul pescăresc înseamnă atât **pește proaspăt cât și produse din pește (pește procesat)**. Produsele pescărești menționate în acest document sunt **pești de apă dulce (Dunăre) și alte produse pescărești**, inclusiv produse proaspete, congelate, conservate sau produse prelucrate în alt mod pentru consum.

Produsul pescăresc (referitor la peștele pescuit din Dunăre) poate fi orice specie de pește care trăiește în această zonă și care este capturat prin metode de pescuit comercial sau de pescuit sportiv.

În general, peștele din Dunăre este apreciat pentru gustul său delicat și pentru faptul că este o sursă sănătoasă de proteine și acizi grași omega-3. Cu toate acestea, este important să se ia în considerare factori precum poluarea apei și supracapturarea, care pot afecta calitatea și cantitatea peștelui din această zonă.

Un factor foarte important este adaptarea produsului la **piață**. Piața produselor pescărești **este locul în care consumatorii și cerințele acestora se întâlnesc cu producătorii și produsele lor**. Deoarece consumatorul este cel care decide ce va cumpăra, producătorii trebuie să cunoască și să se adapteze nevoilor acestora.

Proiect cofinanțat din Fondul European pentru Pescuit și Afaceri Maritime prin
Programul Operațional Pescuit și Afaceri Maritime 2014-2020

Prioritatea Uniunii Europene nr. 4 - Creșterea gradului de ocupare a forței de muncă și sporirea coeziunii teritoriale
Măsura III.3 Implementarea strategiilor de dezvoltare locală, Măsura 1 - Contribuția la valoarea adăugată în sectorul de pescuit și acvacultură (din cadrul implementării Strategiei de dezvoltare locală a Asociației Grupul Local Pescăresc Dunărea de Sud-Vest)

Proiect: "Măsuri de revitalizare a sectorului de pescuit", cod SMIS 145034

Elaborat: August 2023, Beneficiar: Asociația Pro-Mehedinți



MINISTERUL AGRICULTURII
ȘI DEZVOLTĂRII RURALE



DIRECȚIA GENERALĂ PESCUIT – AUTORITATE DE MANAGEMENT PENTRU POPAM

Principiu: Producție locală → Consum local

Deoarece viziunea pentru anul 2035 a MADR este ca, până atunci, consumul de pește din specii autohtone să **fie asigurat în totalitate de producția internă**, acest lucru se poate realiza prin dezvoltarea armonioasă a acvaculturii și un pescuit sustenabil, astfel încât sectorul să contribuie nu doar la securitatea alimentară a țării, ci și la serviciile ecosistemice de mediu și la dezvoltarea locală.

Statistic, consum produse pescărești (conform Raportului de cercetare cantitativă elaborate în Septembrie 2021 - CONSUMUL DE PEȘTE ȘI PRODUSE PESCĂREȘTI în ROMÂNIA) se prezintă astfel:

- **Majoritatea cetățenilor români consumă produse pescărești (88%)**, fără diferențe semnificative între regiuni;
- Cel mai mare procent de consum se înregistrează în rândul persoanelor cu vârstă cuprinsă între **35 și 64 ani (~90%)**;
- O mică parte a cetățenilor (13%) nu consumă produse pescărești pentru ca nu le place mirosul sau gustul lor (67% dintre cei care nu consumă);
- Cel mai mare procent de persoane care nu consumă produse pescărești este înregistrat în rândul tinerilor (24% în rândul tinerilor cu vârsta de 18-24 ani).
- Cetățenii români consumă în cea mai mare parte pește datorită gustului bun al acestuia (61%) și datorită beneficiilor pentru sănătate (58%);
- Produsele pescărești proaspete sunt cele mai consumate (71%). Acestea sunt urmate de produsele congelate (57%) și de conserve (46%).
- Peștele este preferat (94%) comparativ cu alte produse pescărești (6%), fără diferențe semnificative între regiuni;
- În medie, peștele este consumat acasă de 2-3 ori pe lună; 39% dintre cetățeni mănâncă produse pescărești acasă cel puțin o dată pe săptămână și 54% cel puțin o dată pe lună;
- 67% dintre cetățeni cumpără produse pescărești din centre comerciale și jumătate din piețele locale sau din piețele de pește (acolo unde sunt disponibile).

Proiect cofinanțat din Fondul European pentru Pescuit și Afaceri Maritime prin
Programul Operațional Pescuit și Afaceri Maritime 2014-2020

Prioritatea Uniunii Europene nr. 4 - Creșterea gradului de ocupare a forței de muncă și sporirea coeziunii teritoriale
Măsura III.3 Implementarea strategiilor de dezvoltare locală, Măsura 1 - Contribuția la valoarea adăugată în sectorul de pescuit și acvacultură (din cadrul implementării Strategiei de dezvoltare locală a Asociației Grupul Local Pescăresc Dunărea de Sud-Vest)

Proiect: "Măsuri de revitalizare a sectorului de pescuit", cod SMIS 145034

Elaborat: August 2023, Beneficiar: Asociația Pro-Mehedinți



MINISTERUL AGRICULTURII
ȘI DEZVOLTĂRII RURALE



DIRECȚIA GENERALĂ PESCUIT – AUTORITATE DE MANAGEMENT PENTRU POPAM

CONSUMUL DE PEȘTE ȘI PRODUSE PESCĂREȘTI ÎN REGIUNEA SUD-VEST (conform raportului menționat mai sus)

„Regiunea Sud-Vest este una dintre cele două regiuni sărace din România, împreună cu regiunea Nord-Est, iar acest lucru are implicații asupra puterii de cumpărare a locuitorilor și asupra dezvoltării comerțului cu amănuntul modern. Cetățenii din Sud-Vest consumă produse pescărești pentru ca le place gustul lor, datorită beneficiilor pentru sănătate pe care le oferă, dar și din obișnuință. Produsele pescărești sunt consumate acasă o dată pe săptămână, iar în locațiile din afara casei acestea sunt consumate de câteva ori pe an, dar semnificativ mai rar decât în restul țării. Pe baza consumului mediu (kg) și a numărului mediu de membri ai gospodăriei, consumul mediu la o masă a fost estimat la 0,34 kg/membru.

Speciile preferate sunt macroul, carasul, crapul, tonul, șalaul, merluciul și păstrăvul curcubeu. Consumatorii din această regiune sunt mai conservatori în gusturi și manifestă o preferință puternică pentru pești în detrimentul altor produse pescărești, dar au o deschidere relativ mare pentru a încerca noi specii de pește.

Cetățenii din regiunea Sud-Vestică au o preferință pentru produsele pescărești locale și pentru peștii sălbatici de apă dulce. Atunci când decid dacă să cumpere sau nu produse pescărești, prospețimea și calitatea sunt cei mai importanți factori, urmați de preț.

*Principală sursă de informații privind beneficiile consumului de produse pescărești este televiziunea, urmată de informațiile pe care le află în familie sau de la cunoscuți. Pentru consumatorii din această regiune este mai puțin probabil să folosească internetul pentru a se informa despre beneficiile consumului de produse pescărești. Produsele pescărești sunt achiziționate în cea mai mare parte din comerțul tradițional (piețele locale), iar varietatea este percepută ca medie. **Prospețimea și calitatea, locația bună și obiceiul** sunt menționate ca motive pentru achiziția din locurile preferate.*

Principalul factor care ar motiva creșterea consumului de produse pescărești ar fi prețul mai accesibil al acestora.

Proiect cofinanțat din Fondul European pentru Pescuit și Afaceri Maritime prin
Programul Operațional Pescuit și Afaceri Maritime 2014-2020

Prioritatea Uniunii Europene nr. 4 - Creșterea gradului de ocupare a forței de muncă și sporirea coeziunii teritoriale
Măsura III.3 Implementarea strategiilor de dezvoltare locală, Măsura 1 - Contribuția la valoarea adăugată în sectorul de pescuit și acvacultură (din cadrul implementării Strategiei de dezvoltare locală a Asociației Grupul Local Pescăresc Dunărea de Sud-Vest)

Proiect: “Măsuri de revitalizare a sectorului de pescuit”, cod SMIS 145034

Elaborat: August 2023, Beneficiar: Asociația Pro-Mehedinți



MINISTERUL AGRICULTURII
ȘI DEZVOLTĂRII RURALE



DIRECȚIA GENERALĂ PESCUIT – AUTORITATE DE MANAGEMENT PENTRU POPAM

Chiar și așa, unul din trei consumatori declară că nu este interesat să consume mai multe produse pescărești, deoarece consideră suficientă cantitatea de produse pescărești consumată în prezent și nu găsec niciun motiv pentru care să consume mai mult.

În ceea ce privește peștii de crescătorie, percepția este că sunt mai grași decât peștii sălbatici, mai scumpi și că au o calitate mai scăzută. Cu toate acestea, consumatorii recunosc ca nivelul lor de cunoștințe despre peștii de crescătorie în general este la un nivel satisfăcător. O calitate mai bună și un preț mai mic ar fi cei mai importanți factori care ar determina achiziția de pești de crescătorie.

Cetățenii din Sud-Vest consideră că informațiile de pe etichetele produselor pescărești sunt clare și ușor de înțeles, sunt de obicei disponibile pe produse și de încredere, totuși informația cea mai importantă luată în considerare este dată expirării. Toate celelalte informații (congelare anterioară, origini, tip etc.) sunt mai puțin importante”.

Sursa: Raportul de cercetare cantitativă elaborate în Septembrie 2021 - CONSUMUL DE PEȘTE ȘI PRODUSE PESCĂREȘTI în ROMÂNIA

Pentru produsele pescărești, exista mai **multe tipuri de clienți și numeroase tipuri diferite de piețe**. Fiecare potențial client va percepe în mod diferit produsul care i se oferă, în funcție atât de factori personali, specifici individului respectiv, dar și de anumite caracteristici ale produsului pus în vânzare.

Ce poate influența decizia de cumpărare a unui anumit produs pescăresc:

- prețul accesibil;
- ușurința utilizării;
- durabilitatea;
- disponibilitatea;
- efectele asupra sănătății;
- calitatea constantă (menținerea calității).

Percepția consumatorului asupra modului în care un produs satisface aceste criterii va contribui la decizia de a cumpăra sau nu produsul. Prin urmare, deoarece percepția consumatorului nu poate fi influențată de către producător/vânzător, singurul mod de a influența comportamentul de cumpărare este prin **oferta de produse**. Specialiștii din sectorul pescăresc estimează că piața este într-un ritm de creștere lentă, determinată de creșterea gradului de conștientizare a beneficiilor consumului de pește

Proiect cofinanțat din Fondul European pentru Pescuit și Afaceri Maritime prin
Programul Operațional Pescuit și Afaceri Maritime 2014-2020

Prioritatea Uniunii Europene nr. 4 - Creșterea gradului de ocupare a forței de muncă și sporirea coeziunii teritoriale
Măsura III.3 Implementarea strategiilor de dezvoltare locală, Măsura 1 - Contribuția la valoarea adăugată în sectorul de pescuit și acvacultură (din cadrul implementării Strategiei de dezvoltare locală a Asociației Grupul Local Pescăresc Dunărea de Sud-Vest)

Proiect: “Măsuri de revitalizare a sectorului de pescuit”, cod SMIS 145034

Elaborat: August 2023, Beneficiar: Asociația Pro-Mehedinți



MINISTERUL AGRICULTURII
ȘI DEZVOLTĂRII RURALE



DIRECȚIA GENERALĂ PESCUIT – AUTORITATE DE MANAGEMENT PENTRU POPAM

pentru o viață sănătoasă. Oamenii au început să facă mai multe cercetări, să asculte de nutriționiști, să fie mai preocupați de o dietă echilibrată.

Produsele pescărești sunt cunoscute cu beneficii pentru sănătate, ni se recomandă să consumăm pește și produse pescărești în mod regulat pentru o viață sănătoasă. Se știe că acestea contribuie la lupta împotriva bolilor precum infecțiile bacteriene și cancerul. O dietă sănătoasă, care include activitate fizică și produse pescărești, reduce riscul de cancer. Boli care pot fi prevenite, întârziate sau atenuate de acizii grași nesaturați sunt bolile coronariene, accident vascular cerebral, deficiențe de acizi grași la nou-născuți, boli autoimune (nefropatie, lupus), boala Crohn, cancer de sân, colon, prostată, hipertensiune arterială, artrită reumatoidă, Alzheimer și astm. Alături de toate aceste caracteristici, sunt un nutrient foarte sănătos recomandat în timpul dezvoltării corpului.

Cu atâtea beneficii, produsele pescărești de calitate pot fi un produs ușor vândabil cu o strategie de marketing clară și eficientă.

Analiza SWOT

Puncte tari

- ❖ Trendul crescător al consumului de produse pescărești pe cap de locuitor
- ❖ Continuarea programelor pentru ferme piscicole și extindere pentru crap

Puncte slabe

- ❖ Lipsa pescării;
- ❖ Flotă de pescuit redusă;
- ❖ Tehnologii și dotări de procesare învechite;
- ❖ Imposibilitatea de a vinde peștele direct din barcă;
- ❖ Acces dificil în lanțurile de retail.

Proiect cofinanțat din Fondul European pentru Pescuit și Afaceri Maritime prin
Programul Operațional Pescuit și Afaceri Maritime 2014-2020

Prioritatea Uniunii Europene nr. 4 - Creșterea gradului de ocupare a forței de muncă și sporirea coeziunii teritoriale
Măsura III.3 Implementarea strategiilor de dezvoltare locală, Măsura 1 - Contribuția la valoarea adăugată în sectorul de pescuit și acvacultură (din cadrul implementării Strategiei de dezvoltare locală a Asociației Grupul Local Pescăresc Dunărea de Sud-Vest)

Proiect: "Măsuri de revitalizare a sectorului de pescuit", cod SMIS 145034

Elaborat: August 2023, Beneficiar: Asociația Pro-Mehedinți



UNIUNEA EUROPEANĂ



MINISTERUL AGRICULTURII
ȘI DEZVOLTĂRII RURALE



SUSȚINE INIȚIATIVA TA!

DIRECȚIA GENERALĂ PESCUIT – AUTORITATE DE MANAGEMENT PENTRU POPAM

Amenințări

- ❖ Unele specii de pești sunt amenințate de schimbările climatice;
- ❖ Reducerea pescuitului comercial;
- ❖ Creșterea constantă a chiriilor către Apele Române pune piedici acvaculturii – mai multe firme private devin nerentabile din acest motiv;
- ❖ Ape poluate cu microplastic și deșeuri.

Oportunități

- ❖ Introducerea posibilității de a concesiona/închiria suprafețe de luciu de apă pentru acvacultura marină sau ape dulci oferă noi oportunități;
- ❖ Programele operaționale relevante (POP, POPAM, PAP);
- ❖ Înființarea de puncte gastronomice locale;
- ❖ Tehnologii noi pentru conservarea peștelui;
- ❖ Cerințe europene pentru trasabilitatea produselor;
- ❖ Interconectare turism și pescuit;
- ❖ Turism culinar;
- ❖ Magazin online de pește și fructe de mare;
- ❖ Livrare produse pescărești fish to door;
- ❖ Preferința pentru produse pescărești românești.

Obiceiurile alimentare ale europenilor s-au schimbat mult în ultimii ani, înregistrându-se o migrație în direcția alimentelor industriale, care sunt practice și se gătesc rapid. ***Timpul petrecut pentru prepararea mâncării s-a redus, în special în zilele din timpul săptămânii.***

Aceasta este o tendință generală, mai pronunțată în special în rândul generațiilor mai tinere. Un pește proaspăt întreg este perceput adesea ca necesitând un timp mai îndelungat pentru preparare și fiind mai complicat de gătit.

Proiect finanțat din Fondul European pentru Pescuit și Afaceri Maritime prin
Programul Operațional Pescuit și Afaceri Maritime 2014-2020

Prioritatea Uniunii Europene nr. 4 - Creșterea gradului de ocupare a forței de muncă și sporirea coeziunii teritoriale
Măsura III.3 Implementarea strategiilor de dezvoltare locală, Măsura 1 - Contribuția la valoarea adăugată în sectorul de pescuit și acvacultură (din cadrul implementării Strategiei de dezvoltare locală a Asociației Grupul Local Pescăresc Dunărea de Sud-Vest)

Proiect: "Măsuri de revitalizare a sectorului de pescuit", cod SMIS 145034

Elaborat: August 2023, Beneficiar: Asociația Pro-Mehedinți



MINISTERUL AGRICULTURII
ȘI DEZVOLTĂRII RURALE



DIRECȚIA GENERALĂ PESCUIT – AUTORITATE DE MANAGEMENT PENTRU POPAM

Această tendință a dat naștere unei cereri tot mai accentuate pentru **produsele cu un grad sporit de prelucrare și preparare**, care constituie o sursă reală de valoare adăugată pentru pescarii comerciali și proprietarii de ferme de acvacultură. Această valoare adăugată constă în schimbarea paradigmei: trendul este de **trecere de la vânzarea de tip tradițional a materiei prime (pește întreg proaspăt și nepreparat) la vânzarea produselor preparate (taiat, fileuri, în porții de consum)**, adesea în formă ambalată.

CAPITOLUL III: STUDIUL MEDIULUI CONCURENȚIAL ȘI AL PROBLEMELOR PRINCIPALE

Studiul concurenței este foarte important, precum și să ascultăm **opinia clienților**, ori să monitorizăm **tendențele de piață**. În cadrul analizei concurenței se vor analiza **producătorii din zona de captură**, precum și **punctele de vânzare**, fie ele magazine independente, filiale ale unor lanțuri mari de supermarketuri, piețe sau producători care vând direct.

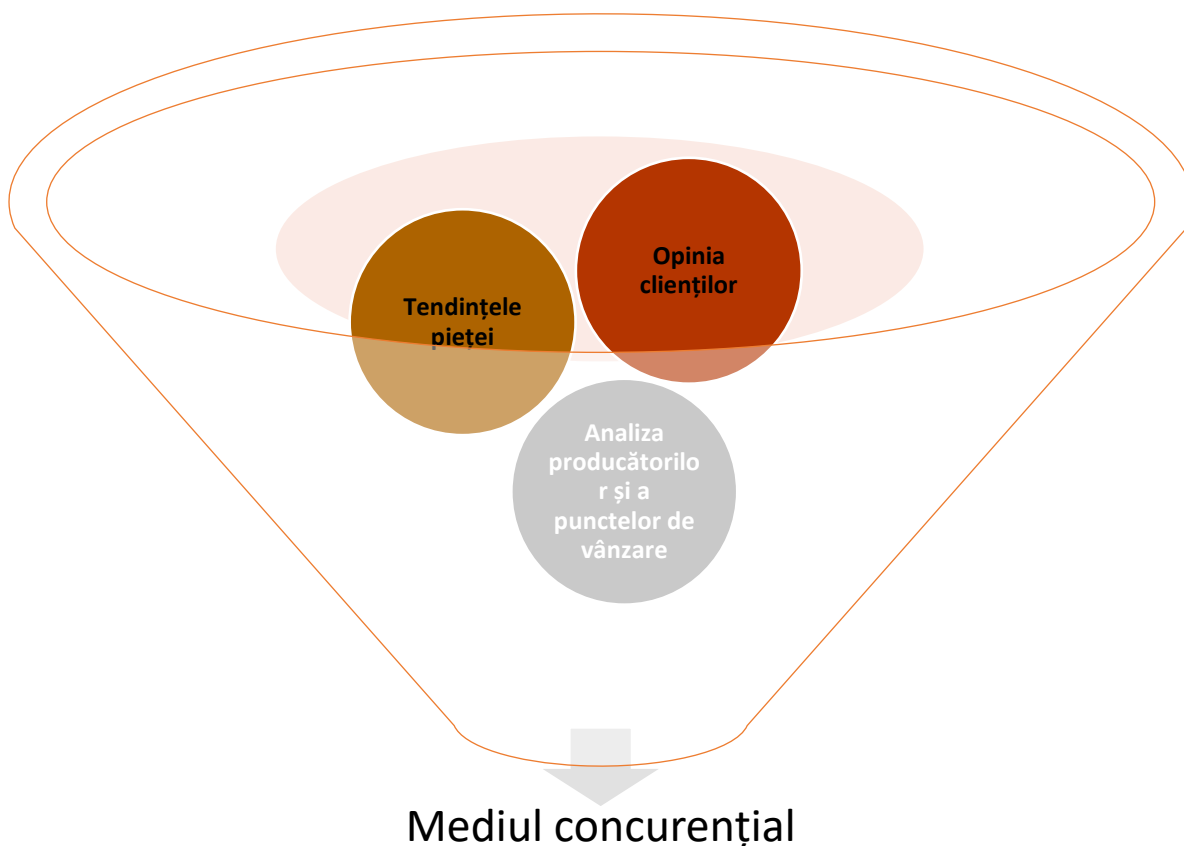
Proiect cofinanțat din Fondul European pentru Pescuit și Afaceri Maritime prin
Programul Operațional Pescuit și Afaceri Maritime 2014-2020

Prioritatea Uniunii Europene nr. 4 - Creșterea gradului de ocupare a forței de muncă și sporirea coeziunii teritoriale
Măsura III.3 Implementarea strategiilor de dezvoltare locală, Măsura 1 - Contribuția la valoarea adăugată în sectorul de pescuit și acvacultură (din cadrul implementării Strategiei de dezvoltare locală a Asociației Grupul Local Pescăresc Dunărea de Sud-Vest)

Proiect: "Măsuri de revitalizare a sectorului de pescuit", cod SMIS 145034

Elaborat: August 2023, Beneficiar: Asociația Pro-Mehedinți

DIRECȚIA GENERALĂ PESCUIT – AUTORITATE DE MANAGEMENT PENTRU POPAM



Ascultarea opiniei clienților ne poate oferi informații valoroase despre preferințele și nevoile lor, ceea ce ne ajută să înțelegem mai bine cum putem să ne diferențiem și să ne poziționăm produsul într-un mod atractiv pentru potențiali consumatori.

Monitorizarea tendințelor de piață este, de asemenea, esențială pentru a înțelege evoluția industriei pescărești și pentru a identifica oportunitățile și amenințările care pot apărea pe piață. Putem urmări trendurile legate de consumul de pește și produse pescărești, preferințele în materie de alimentație sănătoasă, schimbările în comportamentul de cumpărare și alte informații relevante. (așa cum reiese mai sus din *Raportul de cercetare cantitativă elaborate în Septembrie 2021 - CONSUMUL DE PEȘTE și PRODUSE PESCĂREȘTI în ROMÂNIA*). În cadrul analizei concurenței, luăm în considerare producătorii din zona de captură, dar și punctele de vânzare. Acestea includ magazine independente, filiale ale unor lanțuri mari de supermarketuri, piețe sau chiar producători care vând direct. Evaluăm modul în care acești competitori își promovează produsele, prețurile practicate,

Proiect cofinanțat din Fondul European pentru Pescuit și Afaceri Maritime prin
Programul Operațional Pescuit și Afaceri Maritime 2014-2020

Prioritatea Uniunii Europene nr. 4 - Creșterea gradului de ocupare a forței de muncă și sporirea coeziunii teritoriale
Măsura III.3 Implementarea strategiilor de dezvoltare locală, Măsura 1 - Contribuția la valoarea adăugată în sectorul de pescuit și acvacultură (din cadrul implementării Strategiei de dezvoltare locală a Asociației Grupul Local Pescăresc Dunărea de Sud-Vest)

Proiect: "Măsuri de revitalizare a sectorului de pescuit", cod SMIS 145034

Elaborat: August 2023, Beneficiar: Asociația Pro-Mehedinți



MINISTERUL AGRICULTURII
ȘI DEZVOLTĂRII RURALE



DIRECȚIA GENERALĂ PESCUIT – AUTORITATE DE MANAGEMENT PENTRU POPAM

calitatea oferită, canalele de distribuție utilizate și alte aspecte relevante. Aceste informații ne vor ajuta să identificăm avantajele noastre comparative și să dezvoltăm o strategie de promovare eficientă care să ne diferențieze pe piață. Competitorii de pe teritoriul GLP Dunărea de Sud Vest nu își promovează produsele, **deoarece le vând direct la restaurante locale, cu care au contracte, sau la piață.**

Producătorii din zona de captură sunt **pesarii comerciali**, înregistrați în cele două asociații pescărești. Unul dintre beneficiile de a face parte dintr-o asociație este că distribuția se poate face prin intermediul asociației, în mare parte, ei având astfel asigurată această etapă. Mai departe, asociația plasează produsele pescărești pe filiere comerciale.

Oferta de produse cuprinde atât peștele în sine (care se poate vinde proaspăt, la gheață, sau congelat), cât și produse procesate. **Calitatea produselor pescărești** este foarte importantă, este principalul motiv care face consumatorul să se întoarcă la același producător și să îi rămână fidel.

Pescuitul comercial practicat pe teritoriul FLAG Dunărea de Sud Vest se confruntă cu o serie de **probleme**, care țin atât de **concurența neloială, braconaj**, cât și de **fluctuația apelor Dunării și a cantității de pește care există în zonă**. Astfel, și oferta de produse este fluctuantă. Ea poate fi combătută prin **crearea unor ferme de acvacultură** care să asigure un **flux constant de produse** de aceeași calitate, apreciate de consumatori și prin popularea apelor Dunării cu pește. Dacă fluctuația apelor Dunării ține de condiții externe, de mediu, concurența neloială și braconajul țin de condiții legislative și de controale care ar trebui înăsprite în teritoriu.

Un mare ajutor îl poate oferi progresul tehnologic, deoarece internetul ajută atât la distribuția de pește și produse pescărești cât și la plasarea comenzilor clienților. Este un instrument care face accesul la piața de desfacere mai facil și totodată modern.

Producătorii trebuie să aibă permanent în vedere următoarele:

- Îmbunătățirea produselor existente;
- Dezvoltarea de produse noi;
- Exploatarea produselor secundare.

Proiect cofinanțat din Fondul European pentru Pescuit și Afaceri Maritime prin
Programul Operațional Pescuit și Afaceri Maritime 2014-2020

Prioritatea Uniunii Europene nr. 4 - Creșterea gradului de ocupare a forței de muncă și sporirea coeziunii teritoriale
Măsura III.3 Implementarea strategiilor de dezvoltare locală, Măsura 1 - Contribuția la valoarea adăugată în sectorul de pescuit și acvacultură (din cadrul implementării Strategiei de dezvoltare locală a Asociației Grupul Local Pescăresc Dunărea de Sud-Vest)

Proiect: "Măsuri de revitalizare a sectorului de pescuit", cod SMIS 145034

Elaborat: August 2023, Beneficiar: Asociația Pro-Mehedinți



MINISTERUL AGRICULTURII
ȘI DEZVOLTĂRII RURALE



DIRECȚIA GENERALĂ PESCUIT – AUTORITATE DE MANAGEMENT PENTRU POPAM

CAPITOLUL IV: OBIECTIVELE DE MARKETING

Obiectivele strategiei de marketing:

- **Creșterea vânzărilor:** Acest obiectiv poate fi atins prin creșterea cererii pentru produsul pescăresc prin intermediul campaniilor de marketing și prin încurajarea clienților să cumpere produsele locale.
- **Creșterea vizibilității produsului:** Acest obiectiv poate fi realizat prin intermediul campaniilor de publicitate și prin promovarea produsului în piețe și târguri.
- **Crearea unei imagini de brand puternice:** Acest lucru poate fi realizat prin intermediul campaniilor de marketing care evidențiază calitatea și prospețimea produselor, precum și prin asocierea produselor cu specificul și tradițiile locale.
- **Îmbunătățirea conștientizării și înțelegerii produsului:** Acest lucru poate fi realizat prin intermediul campaniilor de marketing care promovează beneficiile consumului de pește capturat din Dunăre și care educă clienții cu privire la modalitățile de preparare și consum a acestuia.
- **Promovarea practicilor sustenabile de pescuit:** Acest lucru va ajuta la protejarea mediului înconjurător și a ecosistemelor de pești din Dunăre, precum și la creșterea încrederii clienților în produsul pescăresc din zona Mehedinți.

Astfel, obiectivele strategiei de marketing pentru produsul pescăresc se concentrează pe creșterea vânzărilor și a vizibilității produsului, în timp ce promovează calitatea și prospețimea acestuia și protejează mediul înconjurător prin practici sustenabile de pescuit.

Stakeholderii din zona Mehedinți, care sunt implicați în marketingul produsului pescăresc (peștele capturat din Dunăre), ar trebui să își asume o serie de obligații pentru a promova produsele lor și pentru a asigura un succes pe termen lung în piață.

Aceste obligații includ:

Proiect cofinanțat din Fondul European pentru Pescuit și Afaceri Maritime prin
Programul Operațional Pescuit și Afaceri Maritime 2014-2020

Prioritatea Uniunii Europene nr. 4 - Creșterea gradului de ocupare a forței de muncă și sporirea coeziunii teritoriale
Măsura III.3 Implementarea strategiilor de dezvoltare locală, Măsura 1 - Contribuția la valoarea adăugată în sectorul de pescuit și acvacultură (din cadrul implementării Strategiei de dezvoltare locală a Asociației Grupul Local Pescăresc Dunărea de Sud-Vest)

Proiect: "Măsuri de revitalizare a sectorului de pescuit", cod SMIS 145034

Elaborat: August 2023, Beneficiar: Asociația Pro-Mehedinți



MINISTERUL AGRICULTURII
ȘI DEZVOLTĂRII RURALE



DIRECȚIA GENERALĂ PESCUIT – AUTORITATE DE MANAGEMENT PENTRU POPAM

- **Pescarii ar trebui să asigure calitatea și prospektimea produsului:** Pescarii ar trebui să se asigure că peștele este capturat în **condiții de siguranță și** este transportat și stocat în mod corespunzător pentru a se menține calitatea și prospektimea produsului. Acest lucru va asigura că produsul final va fi de înaltă calitate și va satisface așteptările consumatorilor.
- **Restaurantele ar trebui să promoveze produsele locale:** Restaurantele din zona Mehedinți ar trebui să promoveze produsele pescărești locale în meniurile lor și să încurajeze clienții să încerce peștele capturat din Dunăre. Aceasta va ajuta la creșterea cererii pentru produsele locale și la promovarea dezvoltării economice durabile în regiune.
- **Asociațiile de pescari ar trebui să promoveze produsele în piețe și târguri:** Asociațiile de pescari ar trebui să organizeze evenimente și târguri pentru a promova produsele lor și a atrage clienți noi. Acest lucru va ajuta la creșterea vizibilității produselor locale și la creșterea cererii pentru acestea.
- **Autoritățile publice ar trebui să promoveze turismul și gastronomia locală:** Autoritățile publice ar trebui să promoveze turismul și gastronomia locală prin organizarea de evenimente, festivaluri și campanii de marketing. Acest lucru va ajuta la creșterea vizibilității produselor locale și la creșterea numărului de clienți.
- **Clienții ar trebui să încurajeze practicile sustenabile de pescuit:** Clienții care cumpără produse pescărești din zona FLAG ar trebui să încurajeze practicile sustenabile de pescuit și să cumpere produsele care sunt capturate într-un mod responsabil și durabil. Acest lucru va ajuta la protejarea mediului înconjurător și a ecosistemelor de pești din Dunăre pe termen lung.

În general, toți **stakeholderii din zona FLAG Dunărea de Sud-Vest ar trebui să lucreze împreună pentru a promova produsele pescărești locale și pentru a dezvolta o industrie pescărească durabilă și prosperă în regiune.**

Introducerea componentei de conștientizare în strategia de marketing a produselor pescărești din zona FLAG este esențială pentru a crește gradul de înțelegere și apreciere a valorii acestor produse pentru mediul înconjurător și pentru comunitatea locală. Cum se va realiza:

Proiect cofinanțat din Fondul European pentru Pescuit și Afaceri Maritime prin
Programul Operațional Pescuit și Afaceri Maritime 2014-2020

Prioritatea Uniunii Europene nr. 4 - Creșterea gradului de ocupare a forței de muncă și sporirea coeziunii teritoriale
Măsura III.3 Implementarea strategiilor de dezvoltare locală, Măsura 1 - Contribuția la valoarea adăugată în sectorul de pescuit și acvacultură (din cadrul implementării Strategiei de dezvoltare locală a Asociației Grupul Local Pescăresc Dunărea de Sud-Vest)

Proiect: "Măsuri de revitalizare a sectorului de pescuit", cod SMIS 145034

Elaborat: August 2023, Beneficiar: Asociația Pro-Mehedinți



MINISTERUL AGRICULTURII
ȘI DEZVOLTĂRII RURALE



DIRECȚIA GENERALĂ PESCUIT – AUTORITATE DE MANAGEMENT PENTRU POPAM

- **Comunicarea beneficiilor produselor pescărești pentru mediu:** Pentru a crește gradul de conștientizare, se va comunica publicului larg faptul că produsele pescărești din zona FLAG sunt capturate în mod **responsabil și sustenabil**, ceea ce înseamnă că impactul asupra mediului este minim. De asemenea, se va sublinia faptul că, consumul acestor produse contribuie la protejarea mediului înconjurător.
- **Promovarea transparenței în lanțul de aprovizionare:** Se va promova transparența în lanțul de aprovizionare. Produsele pescărești sunt capturate de către pescari locali, procesate în mod responsabil și livrate direct către consumatori, astfel încât aceștia să știe exact de unde provine produsul pe care îl cumpără și să aibă încredere în calitatea acestuia.
- **Implicarea comunității locale:** Comunitatea locală trebuie să se implice în promovarea produselor pescărești.

CAPITOLUL V: MĂSURILE DE MARKETING

MIX DE MARKETING



1. Strategia legată de produsul pescăresc

Strategia legată de produsul pescăresc se concentrează pe aspectele specifice ale produsului, cum ar fi caracteristicile, calitatea, diversitatea și inovația, în vederea satisfacerii nevoilor și preferințelor clienților. Elemente cheie ale strategiei legate de produsul pescăresc sunt:

Proiect cofinanțat din Fondul European pentru Pescuit și Afaceri Maritime prin
Programul Operațional Pescuit și Afaceri Maritime 2014-2020

Prioritatea Uniunii Europene nr. 4 - Creșterea gradului de ocupare a forței de muncă și sporirea coeziunii teritoriale
Măsura III.3 Implementarea strategiilor de dezvoltare locală, Măsura 1 - Contribuția la valoarea adăugată în sectorul de pescuit și acvacultură (din cadrul implementării Strategiei de dezvoltare locală a Asociației Grupul Local Pescăresc Dunărea de Sud-Vest)

Proiect: "Măsuri de revitalizare a sectorului de pescuit", cod SMIS 145034

Elaborat: August 2023, Beneficiar: Asociația Pro-Mehedinți



UNIUNEA EUROPEANĂ



MINISTERUL AGRICULTURII
ȘI DEZVOLTĂRII RURALE



SUSȚINE INIȚIATIVA TA!

DIRECȚIA GENERALĂ PESCUIT – AUTORITATE DE MANAGEMENT PENTRU POPAM

- **Identificarea și diversificarea gamei de produse:** Evaluarea cererii și identificarea preferințelor clienților pentru a dezvolta o gamă de produse variată, adaptată nevoilor pieței. Aceasta include diferite specii de pește, preparate diferite, opțiuni de mărimi și sortimente.
- **Asigurarea calității și prospețimii:** Acordarea unei atenții deosebite calității și prospețimii produsului pescăresc. Acest lucru poate fi realizat prin adoptarea unor practici responsabile de pescuit, prelucrare și depozitare adecvată a peștelui. Stabilirea standardelor ridicate și implementarea unui control strict al calității contribuie la construirea încrederii în produs.
- **Etichetarea clară și informativă:** Furnizarea de informații relevante și clare pe eticheta produsului, cum ar fi proveniența, metoda de pescuit, data capturii, zona de captură și alte detalii importante pentru a oferi transparență și încredere consumatorilor.
- **Inovare și dezvoltare de produse:** Stimularea inovației în dezvoltarea de produse pescărești pentru a se adapta la cerințele și preferințele în continuă schimbare ale consumatorilor. Aceasta implică lansarea de produse noi, introducerea de tehnologii avansate de procesare sau dezvoltarea de produse specializate pentru anumite segmente de piață.
- **Sustenabilitate și responsabilitate:** Adoptarea practicilor sustenabile de pescuit și gestionare a resurselor acvatice pentru a asigura protecția mediului acvatice și a conserva biodiversitatea. Acest aspect devine din ce în ce mai important pentru consumatori și poate reprezenta un avantaj competitiv pentru produsele pescărești.
- **Asigurarea conformității legale și a standardelor:** Respectarea reglementărilor și standardelor legale privind pescuitul, prelucrarea și comercializarea produselor pescărești. Acest aspect este esențial pentru a obține aprobări și certificări necesare și pentru a asigura **siguranța alimentară a produselor**.
- **Evaluarea și îmbunătățirea continuă:** Monitorizarea feedback-ului clienților, evaluarea performanței produselor și identificarea oportunităților de îmbunătățire pentru a răspunde în mod eficient nevoilor și cerințelor pieței. Acest proces de

Proiect cofinanțat din Fondul European pentru Pescuit și Afaceri Maritime prin
Programul Operațional Pescuit și Afaceri Maritime 2014-2020

Prioritatea Uniunii Europene nr. 4 - Creșterea gradului de ocupare a forței de muncă și sporirea coeziunii teritoriale
Măsura III.3 Implementarea strategiilor de dezvoltare locală, Măsura 1 - Contribuția la valoarea adăugată în sectorul de pescuit și acvacultură (din cadrul implementării Strategiei de dezvoltare locală a Asociației Grupul Local Pescăresc Dunărea de Sud-Vest)

Proiect: "Măsuri de revitalizare a sectorului de pescuit", cod SMIS 145034

Elaborat: August 2023, Beneficiar: Asociația Pro-Mehedinți



MINISTERUL AGRICULTURII
ȘI DEZVOLTĂRII RURALE



DIRECȚIA GENERALĂ PESCUIT – AUTORITATE DE MANAGEMENT PENTRU POPAM

îmbunătățire continuă implică realizarea de cercetări de piață, colectarea de feedback de la clienți, analiza concurenței și identificarea tendințelor de consum.

- **Gestionarea lanțului de aprovizionare:** Asigurarea unei aprovizionări eficiente și fiabile a produsului pescăresc, începând de la captură sau achiziționare până la livrarea către punctele de vânzare. Optimizarea lanțului de aprovizionare contribuie la menținerea prospețimii produsului și la livrarea în timp util către clienți.
- **Colaborarea cu producătorii și furnizorii:** Dezvoltarea și menținerea unor relații solide între producătorii și furnizorii de pește pentru a asigura o aprovizionare constantă, calitatea și respectarea standardelor stabilite. Colaborarea strânsă și transparentă cu partenerii din industrie este esențială pentru succesul strategiei de produs.
- **Comunicarea valorii produsului:** Comunicarea valorii produsului pescăresc către consumatori prin intermediul tacticii de marketing adecvate. Acest lucru poate include informarea despre beneficiile nutriționale ale peștelui, metode de preparare și rețete, informații despre sustenabilitate și implicații sociale ale alegerii produsului.

În general, percepția peștelui provenind din Dunăre este una pozitivă, în sensul că este perceput de consumatori ca fiind un **produs sănătos, cu beneficii pentru sănătate**. Dar, produsul în sine nu este doar peștele, ci este compus dintr-o întreaga serie de elemente care au legătură cu vânzarea, (modul de prezentare - în gheață, în stare bună), locul de vânzare (în piață sau într-un supermarket), prețul (la bucată, la kilogram), aspectul vizual și mirosul.

Peștele proaspăt este cel mai bine văzut în ansamblu și în ceea ce privește beneficiile pentru sănătate. Totuși, acest tip de produs are o imagine mai puțin favorabilă în ceea ce privește **raportul preț-calitate** (în primul rând din cauza prețului, calitatea fiind percepută drept bună).

Peștele congelat are o „imagine a sănătății” ceva mai puțin favorabilă decât peștele proaspăt, dar este perceput ca având un raport preț-calitate mai bun, el fiind și mai larg disponibil.

Există multe elemente care intră în componența produsului. Producătorul poate varia gradul de prelucrare, tipul de ambalare, aspectul vizual (prospețimea), aspectele nutritive etc. care îi permit să

Proiect cofinanțat din Fondul European pentru Pescuit și Afaceri Maritime prin
Programul Operațional Pescuit și Afaceri Maritime 2014-2020

Prioritatea Uniunii Europene nr. 4 - Creșterea gradului de ocupare a forței de muncă și sporirea coeziunii teritoriale
Măsura III.3 Implementarea strategiilor de dezvoltare locală, Măsura 1 - Contribuția la valoarea adăugată în sectorul de pescuit și acvacultură (din cadrul implementării Strategiei de dezvoltare locală a Asociației Grupul Local Pescăresc Dunărea de Sud-Vest)

Proiect: “Măsuri de revitalizare a sectorului de pescuit”, cod SMIS 145034

Elaborat: August 2023, Beneficiar: Asociația Pro-Mehedinți



MINISTERUL AGRICULTURII
ȘI DEZVOLTĂRII RURALE



DIRECȚIA GENERALĂ PESCUIT – AUTORITATE DE MANAGEMENT PENTRU POPAM

întrunească așteptările sau să influențeze percepțiile anumitor clienți. Fileurile, de exemplu, sunt considerate de numeroși consumatori ca fiind mai practice decât peștele întreg. Astfel, producătorul trebuie să aleagă între variabilele produsului, conform pieței căreia i se adresează.

Calitatea este un atribut foarte important al produselor pescărești și o condiție esențială a oricărei acțiuni legate de adăugarea de valoare. Iar calitatea nu este inerentă produsului, un produs nu este neapărat de bună calitate doar pentru că se produce local și este proaspăt. Un produs atinge un nivel mai înalt de calitate datorită eforturilor producătorului de a **respecta anumite principii** în timpul procesului de producție. De exemplu, prin congelarea adecvată și evitarea supraîncărcării lăzilor cu pește se poate contribui la calitatea produsului. **Calitatea se poate asigura prin implementarea unui sistem de calitate, care poate fi certificat de către un organism extern (de exemplu, un organism de certificare ISO de către asociația de pescari) sau, mai simplu, pentru pescari, poate fi gestionat intern, în special prin respectarea unui cod de bune practici.**

Calitatea produselor pescărești se poate stabili în mai multe feluri:

- **Calitatea percepută de client prin simțuri** (văz, miros, gust, atingere și auz). De exemplu, aspectul și mirosul produselor proaspete influențează în mod decisiv cumpărătorul, deoarece reprezintă buni indicatori ai prospețimii. Peștele proaspăt are ochii limpezi și bombați, mucus curat și fără miros, solzii sunt curați, lucioși, dar și foarte bine lipiți de corp, branhiile au culoarea roz sau roșie, în funcție de specie, și sunt curate și umede.
- **Calitatea igienică a produselor:** este esențial ca alimentele să nu îmbolnăvească consumatorii. Ca prioritate, trebuie menținut lanțul de refrigerare. Curățenia gheții folosite și igiena persoanelor care lucrează în fiecare segment al lanțului sunt și ele de importanță vitală.
- **Calitatea nutritivă a produsului:** contribuie produsul la un regim alimentar echilibrat sau, pe de altă parte, are efecte dăunătoare asupra sănătății, de exemplu, din cauza unui conținut excesiv de colesterol sau zaharuri?

Proiect cofinanțat din Fondul European pentru Pescuit și Afaceri Maritime prin
Programul Operațional Pescuit și Afaceri Maritime 2014-2020

Prioritatea Uniunii Europene nr. 4 - Creșterea gradului de ocupare a forței de muncă și sporirea coeziunii teritoriale
Măsura III.3 Implementarea strategiilor de dezvoltare locală, Măsura 1 - Contribuția la valoarea adăugată în sectorul de pescuit și acvacultură (din cadrul implementării Strategiei de dezvoltare locală a Asociației Grupul Local Pescăresc Dunărea de Sud-Vest)

Proiect: "Măsuri de revitalizare a sectorului de pescuit", cod SMIS 145034

Elaborat: August 2023, Beneficiar: Asociația Pro-Mehedinți



MINISTERUL AGRICULTURII
ȘI DEZVOLTĂRII RURALE



DIRECȚIA GENERALĂ PESCUIT – AUTORITATE DE MANAGEMENT PENTRU POPAM

2. Strategia legată de prețuri

Prețul este unul dintre principalele elemente care influențează decizia de cumpărare în cazul produselor pescărești. **Prețul produselor pescărești este perceput ca fiind mare**, comparativ cu alte tipuri de carne, mult mai ieftine. Nivelul prețului este legat de **tipul de produs** oferit (tipul de pește) sau de **gradul de prelucrare** a produsului (curățat, necurățat, filetat etc). Un produs care necesită mai multă muncă și know-how va avea un cost de producție mai ridicat, și deci un preț de vânzare mai mare. Însă, prețul trebuie să rămână la un nivel acceptabil pentru clientul țintă.

Prețul unui produs pescăresc depinde și de prețul produselor concurente. În cazul în care concurenții (supermarketurile, de exemplu) reușesc să ofere produse similare la un preț mai mic (pește provenit din import), unii dintre clienți nu vor ezita să își schimbe furnizorul. Prețul poate, astfel, să fie un **posibil indicator al randamentului producătorului**, în cazul în care concurenții pot realiza produse similare la un preț mai mic. Tot din categoria prețului fac parte și reducerile sau ofertele speciale, precum și termenele de plată, atât în ceea ce privește perioadele de plată, cât și mijloacele de plată.

Faptul că producătorii livrează producția de pește către asociație, iar aceasta pune la dispoziția supermarketului o cantitate mai mare de produse pescărești, ajută asociația la stabilirea prețului de vânzare. **Termenele de plată mai mari oferite supermarketurilor pot contribui la obținerea unui preț de vânzare mai bun.**

3. Strategia legată de promovare (reclama)

Promovarea produselor care se adresează piețelor locale se face diferit de promovarea produselor vândute prin supermarketuri etc. Diferitele strategii de comunicare vor folosi diferite canale promoționale, precum **presa locală, participarea la târgurile comerciale/festivalurile, rețele sociale și internet** etc.

Festivalurile

Participarea la târguri și expoziții de produse locale poate fi o modalitate excelentă de a promova produsele pescărești din zona FLAG. Acest lucru permite pescarilor să prezinte direct produsele lor și să interacționeze cu potențiali clienți.

Proiect cofinanțat din Fondul European pentru Pescuit și Afaceri Maritime prin
Programul Operațional Pescuit și Afaceri Maritime 2014-2020

Prioritatea Uniunii Europene nr. 4 - Creșterea gradului de ocupare a forței de muncă și sporirea coeziunii teritoriale
Măsura III.3 Implementarea strategiilor de dezvoltare locală, Măsura 1 - Contribuția la valoarea adăugată în sectorul de pescuit și acvacultură (din cadrul implementării Strategiei de dezvoltare locală a Asociației Grupul Local Pescăresc Dunărea de Sud-Vest)

Proiect: "Măsuri de revitalizare a sectorului de pescuit", cod SMIS 145034

Elaborat: August 2023, Beneficiar: Asociația Pro-Mehedinți



MINISTERUL AGRICULTURII
ȘI DEZVOLTĂRII RURALE



DIRECȚIA GENERALĂ PESCUIT – AUTORITATE DE MANAGEMENT PENTRU POPAM

În teritoriul FLAG Dunărea de Sud-Vest se poate iniția un festival anual al crapului de Dunăre (sau al scrumbiei de Dunăre), în scopul de a promova teritoriul cu ajutorul acestei/acestor specii reprezentative, dezvoltând produse locale de înaltă calitate și oportunități de ecoturism. La acesta pot participa restaurante care vând produse (mâncare) pe bază de crap sau de scrumbie. Festivalurile beneficiază de o promovare foarte bună, iar oamenii sunt mai mult decât încântați să participe la acestea, prin urmare este o situație câștigătoare: se promovează produsele pescărești și li se adaugă plus valoare, iar restaurantele își promovează oferta culinară din pește.

Prin acest concept se pot dezvolta și noi produse pescărești.

Rețele sociale și internet

Website-urile și rețelele sociale pot fi utilizate pentru a promova produsele pescărești din zona Mehedinți. Acest lucru poate fi realizat prin intermediul postărilor și a reclamelor plasate pe rețelele sociale, dar și prin prezentarea detaliată a produselor și a povestirii din spatele lor pe site-urile web.

Promovarea prin intermediul social media are foarte multe avantaje, deoarece se pot urmări rezultatele.

Oferă:

Awareness – vizibilitate

Interacțiune – crearea primei relații

Conversie – etapa de transformare a potențialilor clienți în clienți cumpărători

Facebook este cea mai cunoscută platformă socială la nivel global. Doar în România are peste 11 milioane de utilizatori. Acest lucru face ca Facebook să fie unul dintre cele mai accesate site-uri la nivel național, iar românii petrec în medie 2,3 ore pe zi pe Facebook, conform studiilor, iar anunțurile pe Facebook nu sunt scumpe.

Strategii de promovare pe Facebook:

- **Crearea unei pagini de Facebook pentru produsul pescăresc:** În acest fel, va fi un loc centralizat pentru a promova produsul pescăresc și se poate realiza interacțiunea cu clienții și potențialii clienți.

Proiect cofinanțat din Fondul European pentru Pescuit și Afaceri Maritime prin
Programul Operațional Pescuit și Afaceri Maritime 2014-2020

Prioritatea Uniunii Europene nr. 4 - Creșterea gradului de ocupare a forței de muncă și sporirea coeziunii teritoriale
Măsura III.3 Implementarea strategiilor de dezvoltare locală, Măsura 1 - Contribuția la valoarea adăugată în sectorul de pescuit și acvacultură (din cadrul implementării Strategiei de dezvoltare locală a Asociației Grupul Local Pescăresc Dunărea de Sud-Vest)

Proiect: "Măsuri de revitalizare a sectorului de pescuit", cod SMIS 145034

Elaborat: August 2023, Beneficiar: Asociația Pro-Mehedinți



MINISTERUL AGRICULTURII
ȘI DEZVOLTĂRII RURALE



DIRECȚIA GENERALĂ PESCUIT – AUTORITATE DE MANAGEMENT PENTRU POPAM

- **Postarea de fotografii și videoclipuri atractive:** Fotografii și videoclipurile care prezintă produsele pescărești într-un mod atractiv pot fi un mod excelent de a atrage atenția utilizatorilor Facebook și de a-i convinge să cumpere produsul.
- **Plasarea de reclame Facebook:** Facebook oferă opțiuni de plasare a reclamelor care pot ajuta la promovarea produselor pescărești în rândul unui public mai larg. Este important să se segmenteze publicul țintă în funcție de interese și preferințe, astfel încât reclamele să ajungă la cei mai potriviți potențiali clienți.
- **Promovarea prin intermediul concursurilor:** Organizarea unui concurs pe Facebook poate fi o modalitate bună de a crește implicarea utilizatorilor și de a-i determina să încerce produsul pescăresc.
- **Utilizarea de influenceri:** Colaborarea cu influenceri din domeniul culinar sau al pescuitului poate fi o modalitate eficientă de a promova produsul pescăresc și de a câștiga noi clienți.

Conținutul paginii de Facebook trebuie actualizat și păstrat relevant, să se răspundă rapid la întrebările și comentariile utilizatorilor, astfel încât să se construiască o comunitate online puternică în jurul produsului pescăresc din zona FLAG Dunărea de Sud-Vest.

Comunitatea locală

Comunitatea locală poate fi un alt canal important pentru promovarea produselor pescărești din zona Mehedinți. Acest lucru poate fi realizat prin intermediul colaborării cu organizațiile și asociațiile locale, dar și prin organizarea de evenimente locale pentru a promova produsele.

4. Strategia legată de plasare (distribuție)

Există o nevoie clară de dezvoltare a sistemului de distribuție și valorificare a produselor pescărești pescuite pe Dunăre în județul Mehedinți, întrucât acesta ar putea aduce beneficii economice semnificative și ar ajuta la creșterea nivelului de trai al comunităților locale.

În prezent, pescarii de pe teritoriul FLAG Dunărea de Sud-Vest se confruntă cu dificultăți în valorificarea produselor lor, din cauza faptului că nu folosesc canalele eficiente de distribuție și

Proiect cofinanțat din Fondul European pentru Pescuit și Afaceri Maritime prin
Programul Operațional Pescuit și Afaceri Maritime 2014-2020

Prioritatea Uniunii Europene nr. 4 - Creșterea gradului de ocupare a forței de muncă și sporirea coeziunii teritoriale
Măsura III.3 Implementarea strategiilor de dezvoltare locală, Măsura 1 - Contribuția la valoarea adăugată în sectorul de pescuit și acvacultură (din cadrul implementării Strategiei de dezvoltare locală a Asociației Grupul Local Pescăresc Dunărea de Sud-Vest)

Proiect: "Măsuri de revitalizare a sectorului de pescuit", cod SMIS 145034

Elaborat: August 2023, Beneficiar: Asociația Pro-Mehedinți



MINISTERUL AGRICULTURII
ȘI DEZVOLTĂRII RURALE



DIRECȚIA GENERALĂ PESCUIT – AUTORITATE DE MANAGEMENT PENTRU POPAM

comercializare. În acest context, o mare parte din produsele pescărești sunt vândute în piețe locale sau la oameni din comunitatea locală, la prețuri reduse, fără a ajunge la consumatorii din alte zone.

În plus, pescarii se confruntă adesea cu probleme legate de transportul și depozitarea produselor lor. Din cauza lipsei unor facilități de depozitare adecvate, aceștia sunt nevoiți să vândă produsele la prețuri reduse sau să le distrugă. De asemenea, transportul produselor pescărești poate fi dificil din cauza distanțelor mari și a infrastructurii insuficiente, ceea ce duce la creșterea costurilor și la scăderea calității produselor.

Pentru a aborda aceste probleme, este necesară dezvoltarea unui sistem de distribuție și valorificare eficient și sustenabil a produselor pescărești din zona Dunării, iar acest lucru poate fi realizat prin construirea de depozite frigorifice și a unor facilități de prelucrare a peștelui, care să permită păstrarea și prelucrarea produselor în condiții optime. De asemenea, dotări dispune asociația de pescari comerciali de pe teritoriul FALG Dunărea de Sud-Vest, dar pescarii nu folosesc acest canal de distribuție (prin asociație).

De asemenea, este important să se construiască o rețea de drumuri și poduri care să permită accesul facil la zonele de pescuit și să faciliteze transportul produselor pescărești către piețele de desfacere.

În final, dezvoltarea unui sistem de distribuție și valorificare eficient și sustenabil a produselor pescărești poate aduce beneficii semnificative atât pentru pescari, cât și pentru consumatori și poate contribui la dezvoltarea economică a zonei. Prin urmare, autoritățile ar trebui să ia în considerare această problemă și să ia măsurile necesare pentru a îmbunătăți sistemul de distribuție și valorificare a produselor pescărești în județul Mehedinți.

Canale de distribuție:

Adaptarea canalului de distribuție la produs constituie o bună modalitate de a adăuga valoare. Sunt canalele de distribuție lungi și scurte, în funcție de numărul de intermediari implicați. Canalele de distribuție scurte au *cel mult un singur intermediar între producător și consumator* și, de aceea, includ vânzările directe. *Canalele lungi au mai mult de un intermediar*. Aceste două tipuri de

Proiect cofinanțat din Fondul European pentru Pescuit și Afaceri Maritime prin
Programul Operațional Pescuit și Afaceri Maritime 2014-2020

Prioritatea Uniunii Europene nr. 4 - Creșterea gradului de ocupare a forței de muncă și sporirea coeziunii teritoriale
Măsura III.3 Implementarea strategiilor de dezvoltare locală, Măsura 1 - Contribuția la valoarea adăugată în sectorul de pescuit și acvacultură (din cadrul implementării Strategiei de dezvoltare locală a Asociației Grupul Local Pescăresc Dunărea de Sud-Vest)

Proiect: "Măsuri de revitalizare a sectorului de pescuit", cod SMIS 145034

Elaborat: August 2023, Beneficiar: Asociația Pro-Mehedinți



MINISTERUL AGRICULTURII
ȘI DEZVOLTĂRII RURALE



DIRECȚIA GENERALĂ PESCUIT – AUTORITATE DE MANAGEMENT PENTRU POPAM

distribuție principale nu se exclud reciproc, iar diversificarea oportunităților de vânzări este o modalitate de a spori certitudinea vânzărilor.

Vânzările directe

Vânzările directe se caracterizează prin *contactul direct dintre producător și consumator*. Această categorie include vânzările în locul de producție sau de acostare (încă nereglementată vânzarea direct din barcă), precum și vânzările la piețe, vânzările mobile sau vânzările în magazinul producătorului.

Deși vânzările directe elimină intermediarii dintre producători și consumatorul final, ele necesită investiții considerabile în ceea ce privește *forța de muncă*, mai ales din punctul de vedere al timpului dedicat activității de vânzare.

Pentru a determina viabilitatea vânzărilor directe, este necesar să ținem cont de toate costurile asociate (achiziționare/închiriere de echipamente, vehicul, locație, costul respectării normelor de sănătate publică etc.), precum și timpul de lucru necesar (pregătirea produselor, încărcarea și descărcarea înainte și după orarul pieței, timpul de vânzare, etc.).

Vânzările directe se bazează, în cea mai mare parte, pe *piața locală*. Populația locală constă din localnici, dar și din turiști și foști localnici, care revin în zona în vacanțe. Aceștia din urmă reprezintă ceea ce se numește *cererea sezonieră*.

Este nevoie de strategii de marketing adaptate, atât în ceea ce privește tipul de vânzări directe, cât și al tipului de produse propuse. De exemplu, probabil că *populația locală știe care sunt speciile de sezon*, dar *turiștii și consumatorii urbani au nevoie de informații în acest sens*.

Totuși, este important să fim conștienți de limitările impuse de legislația UE în cazul oricărei inițiative de vânzări directe. Există unele limitări care decurg din regulile de igienă și siguranță alimentară. De aceea, este recomandabil ca înainte să fie consultate autoritățile naționale competente cu privire la volumele și speciile care pot fi vândute direct în teritoriul FLAG Dunărea de Sud-Vest.

Un aspect important al vânzărilor directe este apropierea producătorului de consumatorul final. *Povestea care însoțește produsul este la fel de importantă ca și produsul însuși și face parte din valoarea adăugată a vânzărilor directe*. Nu este vorba doar despre cumpărarea unui produs cotidian,

Proiect cofinanțat din Fondul European pentru Pescuit și Afaceri Maritime prin
Programul Operațional Pescuit și Afaceri Maritime 2014-2020

Prioritatea Uniunii Europene nr. 4 - Creșterea gradului de ocupare a forței de muncă și sporirea coeziunii teritoriale
Măsura III.3 Implementarea strategiilor de dezvoltare locală, Măsura 1 - Contribuția la valoarea adăugată în sectorul de pescuit și acvacultură (din cadrul implementării Strategiei de dezvoltare locală a Asociației Grupul Local Pescăresc Dunărea de Sud-Vest)

Proiect: "Măsuri de revitalizare a sectorului de pescuit", cod SMIS 145034

Elaborat: August 2023, Beneficiar: Asociația Pro-Mehedinți



MINISTERUL AGRICULTURII
ȘI DEZVOLTĂRII RURALE



DIRECȚIA GENERALĂ PESCUIT – AUTORITATE DE MANAGEMENT PENTRU POPAM

ci de **crearea unei legături cu producătorul**. Această dimensiune imaginară și emoțională pe care o creează sporește satisfacția clienților.

Pentru consumatori, există o percepție generală că un produs cumpărat direct de la producător este de o „calitate mai bună” decât același produs cumpărat de la un negustor de pește, acesta din urmă fiind și el mai „calitativ” față de un produs cumpărat de la supermarket.

Totuși, este important ca această percepție a calității superioare să fie într-adevăr corelată cu valoarea reală a produsului. Într-adevăr, consumatorii nu vor reveni la un producător dacă **gustul, prospețimea sau aroma produsului i-a dezamăgit**, chiar dacă produsul este însoțit de cea mai frumoasă poveste din lume.

Canalele scurte de distribuție

Canalele scurte de distribuție, care diferă de vânzările directe, implică cel mult un singur intermediar între producător și consumator. Acesta poate fi un detailist (comerciant / antreprenor local de pește sau supermarketuri) sau un restaurant. Pensiunile și alte forme de turism rural pot și ele să constituie canale de distribuție excelente pentru produsele locale de pescuit, datorită tipului de cazare și serviciilor oferite.

Pescarii comerciali fac parte din asociații, iar acestea preiau în mare măsură partea de plasare (distribuție, vânzare).

Canalele lungi

Utilizarea canalelor lungi este adesea esențială, mai ales în cazurile în care centrele de consum sunt la distanțe mari de centrele de producție. Canalele lungi presupun **volume mai mari și producători mai mulți decât cele scurte**. În aceste sisteme, există **cel puțin un intermediar** (adesea angrosist) între producători și punctul de vânzare către consumatorul final. Aceste puncte de vânzare pot fi reprezentate de **negustori de pește tradiționali sau chiar supermarketuri mari**.

Proiect cofinanțat din Fondul European pentru Pescuit și Afaceri Maritime prin
Programul Operațional Pescuit și Afaceri Maritime 2014-2020

Prioritatea Uniunii Europene nr. 4 - Creșterea gradului de ocupare a forței de muncă și sporirea coeziunii teritoriale
Măsura III.3 Implementarea strategiilor de dezvoltare locală, Măsura 1 - Contribuția la valoarea adăugată în sectorul de pescuit și acvacultură (din cadrul implementării Strategiei de dezvoltare locală a Asociației Grupul Local Pescăresc Dunărea de Sud-Vest)

Proiect: “Măsuri de revitalizare a sectorului de pescuit”, cod SMIS 145034

Elaborat: August 2023, Beneficiar: Asociația Pro-Mehedinți



MINISTERUL AGRICULTURII
ȘI DEZVOLTĂRII RURALE



DIRECȚIA GENERALĂ PESCUIT – AUTORITATE DE MANAGEMENT PENTRU POPAM

Totuși, supermarket-urile mari impun numeroase constrângeri: trebuie respectate specificații precise cu privire **la calitatea și trasabilitatea produselor; livrările trebuie să se facă regulat pentru fiecare specie**, în ceea ce privește cantitatea sau calitatea. În cazul nerespectării termenilor contractuali se aplică penalizări, iar lanțurile de supermarketuri își rezervă și dreptul de a schimba furnizorul, în cazul în care cel actual nu se ridică la nivelul așteptărilor (de exemplu, dacă produsul nu se vinde).

Mai mult, sistemul de plată este complex; marjele de profit pentru furnizori sunt mici, iar perioadele de plată sunt îndelungate.

De aceea, producătorii/pescarii comerciali tratează rareori direct cu marile lanțuri de supermarket-uri, preferând adesea să vândă prin intermediul asociațiilor de pescari și/sau al angrosiștilor, care reunesc oferta din surse multiple și oferă game de produse cuprinzătoare. Sistemul are avantajul de a oferi un sistem logistic, care ar fi imposibil de dezvoltat individual, iar producătorii/pescarii comerciali pot vinde întreaga producție sau o parte a acesteia prin acest canal.

Argumente pro și contra privind canalele de vânzare a produsului pescăresc în zona FLAG Dunărea de Sud-Vest:

Argumente pro pentru vânzarea directă, de la pescari către restaurante sau clienți:

- **Proveniența sigură a peștelui:** Pescarii care vând direct peștele pe care l-au prins pot oferi informații precise cu privire la locul și momentul capturii, iar astfel se pot garanta proapeșpețimea și calitatea produsului.
- **Eliminarea intermediarilor:** Pescarii care vând direct elimină intermediarii, ceea ce reduce costurile și asigură un preț mai mic pentru clienți.
- **Dezvoltarea economiei locale:** Vânzarea directă de la pescari poate stimula economia locală prin sprijinirea producătorilor locali și menținerea resurselor în comunitate.

Argumente pro pentru vânzarea prin asociație:

- **Respectarea normelor de igienă și siguranță alimentară:** Asociațiile de pescari au reguli stricte cu privire la condițiile de depozitare și transport al peștelui, ceea ce garantează respectarea normelor de igienă și siguranța alimentară.

Proiect cofinanțat din Fondul European pentru Pescuit și Afaceri Maritime prin
Programul Operațional Pescuit și Afaceri Maritime 2014-2020

Prioritatea Uniunii Europene nr. 4 - Creșterea gradului de ocupare a forței de muncă și sporirea coeziunii teritoriale
Măsura III.3 Implementarea strategiilor de dezvoltare locală, Măsura 1 - Contribuția la valoarea adăugată în sectorul de pescuit și acvacultură (din cadrul implementării Strategiei de dezvoltare locală a Asociației Grupul Local Pescăresc Dunărea de Sud-Vest)

Proiect: "Măsuri de revitalizare a sectorului de pescuit", cod SMIS 145034

Elaborat: August 2023, Beneficiar: Asociația Pro-Mehedinți



MINISTERUL AGRICULTURII
ȘI DEZVOLTĂRII RURALE



DIRECȚIA GENERALĂ PESCUIT – AUTORITATE DE MANAGEMENT PENTRU POPAM

- **Promovarea unui standard de calitate:** Prin intermediul unei asociații, pescarii pot dezvolta un standard comun de calitate pentru peștele vândut. Acest lucru poate ajuta la îmbunătățirea imaginii produselor și la creșterea vânzărilor.
- **Consolidarea poziției de negociere:** Asociațiile de pescari pot consolida poziția de negociere a producătorilor locali în raport cu cumpărătorii, prin centralizarea ofertelor și negocierea de prețuri mai bune.

Argumente contra vânzării directe de la pescari:

- **Riscuri de siguranță alimentară:** Vânzarea directă de la pescari poate reprezenta un risc pentru siguranța alimentară, dacă nu sunt respectate regulile de igienă. Pescarii trebuie să fie atenți la manipularea și depozitarea corectă a produselor.
- **Acces limitat pentru clienți:** Vânzarea directă de la pescari poate fi limitată la o anumită zonă geografică sau la un grup mic de clienți.
- **Potențialul de concurență neloială:** Unele restaurante sau comercianți pot prefera să cumpere direct de la pescari pentru a obține un preț mai mic, fără a lua în considerare aspecte legate de siguranța alimentară sau de calitatea produselor.

Argumente contra vânzării prin asociație:

Costuri mai mari: Vânzarea prin intermediul unei asociații poate implica costuri suplimentare pentru pescari, cum ar fi taxa de membru, costurile de transport și depozitare.

- **Birocrație:** Asociațiile pot impune reguli și proceduri stricte, care pot fi percepute ca fiind birocratice sau incomode pentru pescari.
- **Reducerea flexibilității:** Vânzarea prin intermediul unei asociații poate limita capacitatea pescarilor de a decide cu cine și cum să vândă produsele lor. Pescarii trebuie să respecte regulile și procedurile impuse de asociație, ceea ce poate reduce flexibilitatea lor în a face afaceri.

Proiect cofinanțat din Fondul European pentru Pescuit și Afaceri Maritime prin
Programul Operațional Pescuit și Afaceri Maritime 2014-2020

Prioritatea Uniunii Europene nr. 4 - Creșterea gradului de ocupare a forței de muncă și sporirea coeziunii teritoriale
Măsura III.3 Implementarea strategiilor de dezvoltare locală, Măsura 1 - Contribuția la valoarea adăugată în sectorul de pescuit și acvacultură (din cadrul implementării Strategiei de dezvoltare locală a Asociației Grupul Local Pescăresc Dunărea de Sud-Vest)

Proiect: "Măsuri de revitalizare a sectorului de pescuit", cod SMIS 145034

Elaborat: August 2023, Beneficiar: Asociația Pro-Mehedinți



MINISTERUL AGRICULTURII
ȘI DEZVOLTĂRII RURALE



DIRECȚIA GENERALĂ PESCUIT – AUTORITATE DE MANAGEMENT PENTRU POPAM

- **Posibilitatea unei supraproducții:** Asociațiile pot avea tendința de a promova producția excesivă, ceea ce poate duce la o creștere a stocurilor de pește, în condițiile în care cererea este limitată. Aceasta poate duce la o scădere a prețurilor și la o pierdere financiară pentru pescari.

În concluzie, atât vânzarea directă de la pescari, cât și vânzarea prin intermediul unei asociații prezintă avantaje și dezavantaje. Decizia de a alege una dintre aceste modalități de vânzare ar trebui luată în funcție de necesitățile și preferințele fiecărui pescar. În orice caz, este important ca pescarii să respecte regulile de igienă și siguranța alimentară, pentru a asigura produse de calitate și pentru a proteja sănătatea consumatorilor.

CAPITOLUL VI: PROGRAMUL DE ACTIVITATE

Planificarea permite o bună pregătire a acțiunilor de marketing, deoarece executarea corectă depinde de luarea unor decizii în avans și este concepută ca un ansamblu de decizii ce se vor executa într-o *ordine logică* și într-un *timp stabilit*, asigurând coerența activităților. Fiind asigurată formularea explicită pentru executarea pas cu pas a deciziilor, cu menționarea responsabilităților și a termenelor de îndeplinire, planificarea constituie un mijloc de comunicare și control.

Prin programul de activități, se vor putea atinge obiectivele de promovare a produselor pescărești locale, se va sprijini economia locală și li se va oferi consumatorilor acces la produse de calitate superioară, proaspete și sănătoase. În plus, acest demers va contribui la creșterea cunoașterii și aprecierii tradițiilor pescărești din regiune.

Planul de activități de marketing se elaborează conform tabelului de mai jos:

Proiect cofinanțat din Fondul European pentru Pescuit și Afaceri Maritime prin
Programul Operațional Pescuit și Afaceri Maritime 2014-2020

Prioritatea Uniunii Europene nr. 4 - Creșterea gradului de ocupare a forței de muncă și sporirea coeziunii teritoriale
Măsura III.3 Implementarea strategiilor de dezvoltare locală, Măsura 1 - Contribuția la valoarea adăugată în sectorul de pescuit și acvacultură (din cadrul implementării Strategiei de dezvoltare locală a Asociației Grupul Local Pescăresc Dunărea de Sud-Vest)

Proiect: "Măsuri de revitalizare a sectorului de pescuit", cod SMIS 145034

Elaborat: August 2023, Beneficiar: Asociația Pro-Mehedinți



MINISTERUL AGRICULTURII
ȘI DEZVOLTĂRII RURALE



DIRECȚIA GENERALĂ PESCUIT – AUTORITATE DE MANAGEMENT PENTRU POPAM

PLAN DE ACȚIUNI

Scop	Situația actuală	Acțiunea	Responsabil	Data de începere	Data de finalizare	Buget
Creșterea vizibilității și conștientizării produselor pescărești locale de pe teritoriul FLAG Dunărea de Sud-Vest și stimularea cererii pentru aceste produse.	Produsele pescărești locale sunt de calități diferite și nu au atins încă un nivel de notorietate. De asemenea, nici cantitatea de produse pescărești nu este suficientă. Iar potențialul de promovare și de a atrage noi clienți este subexploatat.	Acțiuni propuse: Dezvoltarea de materiale de promovare: Designul și tipărirea materialelor de promovare (afise, flyere, broșuri) cu un aspect atractiv și informativ. Lansarea unei campanii de marketing digital: Crearea și administrarea unui website (sau a unei pagini de FB) dedicat produselor pescărești locale, prezentând informații despre producători, procesul de pescuit și rețete delicioase.	Beneficiarul va putea coordona și supraveghea campanii de promovare viitoare. Pescarii vor fi responsabili de furnizarea de informații.	La cerere	12 luni	Trebuie stabilită o alocare financiară pentru fiecare acțiune în parte. Iar pentru acestea trebuie identificate surse de finanțare.

Proiect cofinanțat din Fondul European pentru Pescuit și Afaceri Maritime prin Programul Operațional Pescuit și Afaceri Maritime 2014-2020

Prioritatea Uniunii Europene nr. 4 - Creșterea gradului de ocupare a forței de muncă și sporirea coeziunii teritoriale
Măsura III.3 Implementarea strategiilor de dezvoltare locală, Măsura 1 - Contribuția la valoarea adăugată în sectorul de pescuit și acvacultură (din cadrul implementării Strategiei de dezvoltare locală a Asociației Grupul Local Pescăresc Dunărea de Sud-Vest)

Proiect: "Măsuri de revitalizare a sectorului de pescuit", cod SMIS 145034

Elaborat: August 2023, Beneficiar: Asociația Pro-Mehedinți



UNIUNEA EUROPEANĂ



MINISTERUL AGRICULTURII
ȘI DEZVOLTĂRII RURALE



SUSȚINE INIȚIATIVA TA!

DIRECȚIA GENERALĂ PESCUIT – AUTORITATE DE MANAGEMENT PENTRU POPAM

		<p>Utilizarea rețelelor sociale pentru a promova produsele, oferind conținut interactiv și atractiv (imagini, videoclipuri, concursuri).</p> <p>Organizarea de evenimente de promovare:</p> <p>Evenimente de degustare și demonstrații culinare cu bucătari renumiți, care să pună în valoare preparatele realizate din produsele pescărești locale.</p> <p>Participarea la târguri, expoziții și festivaluri culinare pentru a prezenta produsele și a le face cunoscute publicului larg.</p> <p>Colaborarea cu restaurante și retaileri locali:</p>				
--	--	---	--	--	--	--

Proiect cofinanțat din Fondul European pentru Pescuit și Afaceri Maritime prin
Programul Operațional Pescuit și Afaceri Maritime 2014-2020

Prioritatea Uniunii Europene nr. 4 - Creșterea gradului de ocupare a forței de muncă și sporirea coeziunii teritoriale
Măsura III.3 Implementarea strategiilor de dezvoltare locală, Măsura 1 - Contribuția la valoarea adăugată în sectorul de pescuit și acvacultură (din cadrul implementării Strategiei de dezvoltare locală a Asociației Grupul Local Pescăresc Dunărea de Sud-Vest)

Proiect: "Măsuri de revitalizare a sectorului de pescuit", cod SMIS 145034

Elaborat: August 2023, Beneficiar: Asociația Pro-Mehedinți



MINISTERUL AGRICULTURII
ȘI DEZVOLTĂRII RURALE



DIRECȚIA GENERALĂ PESCUIT – AUTORITATE DE MANAGEMENT PENTRU POPAM

		Încheierea de parteneriate cu restaurante și magazine locale pentru a introduce produsele pescărești locale în meniuri și pe rafturi. Organizarea de promoții și oferte speciale pentru a atrage clienți noi și fideli.				
--	--	--	--	--	--	--

CAPITOLUL VII. BUGETUL DE MARKETING

Pentru activitățile de promovare propuse la Capitolul V, punctul 3, un buget pentru 12 luni ar putea fi structurat astfel:

1. Festivalul anual al crapului de Dunăre (sau al scrumbiei de Dunăre):
 - Organizare eveniment: 30.000 lei (includând cheltuieli pentru închiriere spațiu, standuri, decor, securitate etc.)
 - Promovare și publicitate: 5.000 lei (includând afișe, flyere, reclame în presa locală, promovare pe rețelele sociale)
2. Rețele sociale și internet:
 - Creare și administrare pagină de Facebook: 2.000 lei (costuri de design și dezvoltare)
 - Plasare reclame Facebook: 10.000 lei (buget anual pentru plasarea de anunțuri plătite)
 - Colaborare cu influenceri: 10.000 lei (costuri pentru compensarea influencerilor sau sponsorizarea conținutului creat de ei)

Proiect finanțat din Fondul European pentru Pescuit și Afaceri Maritime prin Programul Operațional Pescuit și Afaceri Maritime 2014-2020

Prioritatea Uniunii Europene nr. 4 - Creșterea gradului de ocupare a forței de muncă și sporirea coeziunii teritoriale
Măsura III.3 Implementarea strategiilor de dezvoltare locală, Măsura 1 - Contribuția la valoarea adăugată în sectorul de pescuit și acvacultură (din cadrul implementării Strategiei de dezvoltare locală a Asociației Grupul Local Pescăresc Dunărea de Sud-Vest)

Proiect: "Măsuri de revitalizare a sectorului de pescuit", cod SMIS 145034

Elaborat: August 2023, Beneficiar: Asociația Pro-Mehedinți



MINISTERUL AGRICULTURII
ȘI DEZVOLTĂRII RURALE



DIRECȚIA GENERALĂ PESCUIT – AUTORITATE DE MANAGEMENT PENTRU POPAM

3. Participarea la târguri și expoziții:

- Costuri de înregistrare și standuri: 6.000 lei (includând taxe de participare și costuri pentru standuri de prezentare)
- Mărfuri de prezentat la evenimente: 4.000 lei (costuri pentru produsele pescărești prezentate la târguri)

4. Colaborarea cu comunitatea locală:

- Organizarea evenimentelor locale: 3.000 lei (costuri pentru organizarea de evenimente de degustare sau prezentări în comunitate)

Buget total estimat: 70.000 lei

Este important să menționăm că bugetul poate varia în funcție de dimensiunea evenimentelor, alocarea fondurilor pentru publicitate, negocierile cu influencerii sau costurile locale specifice. De asemenea, trebuie identificate sursele de finanțare, cum ar fi sponsorizările din partea producătorilor locali sau granturile disponibile pentru promovarea produselor tradiționale și locale. Cu o planificare atentă și o utilizare eficientă a resurselor, se poate obține o promovare de succes a produselor pescărești din zona FLAG Dunărea de Sud-Vest, susținând dezvoltarea economică locală și conservarea tradițiilor locale.

De asemenea, se pot căuta parteneriate cu alte organizații locale, instituții guvernamentale sau ne-guvernamentale, pentru a sprijini și îmbunătăți eforturile de promovare.

CAPITOLUL VIII. EVALUAREA PERFORMANȚELOR DE MARKETING

Evaluarea performanțelor de marketing este un proces esențial pentru a măsura eficiența și eficacitatea strategiilor și tacticilor de promovare. Aceasta implică colectarea și analiza datelor relevante pentru a înțelege cum au funcționat diferitele acțiuni de marketing și pentru a lua decizii informate în viitor. Chestionarul aplicat comunității de pescari a avut în vedere colectarea de date pentru situația actuală, redată la capitolul IX. **Folosirea datelor și a feedback-ului** pentru a lua decizii

Proiect cofinanțat din Fondul European pentru Pescuit și Afaceri Maritime prin
Programul Operațional Pescuit și Afaceri Maritime 2014-2020

Prioritatea Uniunii Europene nr. 4 - Creșterea gradului de ocupare a forței de muncă și sporirea coeziunii teritoriale
Măsura III.3 Implementarea strategiilor de dezvoltare locală, Măsura 1 - Contribuția la valoarea adăugată în sectorul de pescuit și acvacultură (din cadrul implementării Strategiei de dezvoltare locală a Asociației Grupul Local Pescăresc Dunărea de Sud-Vest)

Proiect: "Măsuri de revitalizare a sectorului de pescuit", cod SMIS 145034

Elaborat: August 2023, Beneficiar: Asociația Pro-Mehedinți



MINISTERUL AGRICULTURII
ȘI DEZVOLTĂRII RURALE



DIRECȚIA GENERALĂ PESCUIT – AUTORITATE DE MANAGEMENT PENTRU POPAM

informate este cheia pentru a obține rezultate de succes în promovarea produselor pescărești din zona FLAG Dunărea de Sud-Vest și pentru a sprijini dezvoltarea economică și sustenabilă a teritoriului.

Un aspect esențial în promovarea produselor pescărești pe viitor este construirea unei **povesti autentice și relevante** în spatele acestor produse. Povestea lor unică, legătura cu tradițiile locale și cu comunitatea pescărească pot adăuga valoare și atractivitate pentru potențialii clienți. În cadrul fiecărei acțiuni de promovare, este important să se ofere informații detaliate despre produsele pescărești locale, proveniența lor, metodele de pescuit și sustenabilitatea activității de pescuit. Transparența și autenticitatea sunt elemente cheie în a câștiga încrederea clienților și a construi o relație de lungă durată cu aceștia. Pe măsură ce promovarea produselor pescărești din zona FLAG Dunărea de Sud-Vest va câștiga amploare, se va observa o creștere a interesului și aprecierii publicului pentru aceste produse locale, aducând beneficii nu doar producătorilor locali și comunității pescărești, dar și întregii regiuni. Un efort continuu de promovare și educare a publicului va contribui la conservarea tradițiilor pescărești, la protejarea mediului și a ecosistemelor acvatice, precum și la dezvoltarea economică și turistică a teritoriului FLAG Dunărea de Sud-Vest.

Promovarea produselor pescărești prin intermediul festivalurilor, a rețelelor sociale, participarea la târguri și colaborarea cu comunitatea locală poate crea experiențe de cumpărare și consum autentice și memorabile pentru clienți, sprijinind în același timp sustenabilitatea și dezvoltarea durabilă a resurselor locale. Cu o abordare integrată și coordonată, strategia de promovare propusă va contribui la atingerea obiectivului propus de a crește vizibilitatea și aprecierea produselor pescărești din zona FLAG Dunărea de Sud-Vest, aducând beneficii multiple atât producătorilor locali, cât și comunității locale în ansamblu.

CAPITOLUL IX. APLICARE CHESTIONAR

Au fost susținute întâlniri cu pescarii din zona GLP Dunărea de Sud Vest, în cadrul cărora participanților li s-a aplicat un chestionar. În cele ce urmează vor fi detaliate rezultatele chestionării pe teme de marketing.

Proiect cofinanțat din Fondul European pentru Pescuit și Afaceri Maritime prin
Programul Operațional Pescuit și Afaceri Maritime 2014-2020

Prioritatea Uniunii Europene nr. 4 - Creșterea gradului de ocupare a forței de muncă și sporirea coeziunii teritoriale
Măsura III.3 Implementarea strategiilor de dezvoltare locală, Măsura 1 - Contribuția la valoarea adăugată în sectorul de pescuit și acvacultură (din cadrul implementării Strategiei de dezvoltare locală a Asociației Grupul Local Pescăresc Dunărea de Sud-Vest)

Proiect: "Măsuri de revitalizare a sectorului de pescuit", cod SMIS 145034

Elaborat: August 2023, Beneficiar: Asociația Pro-Mehedinți



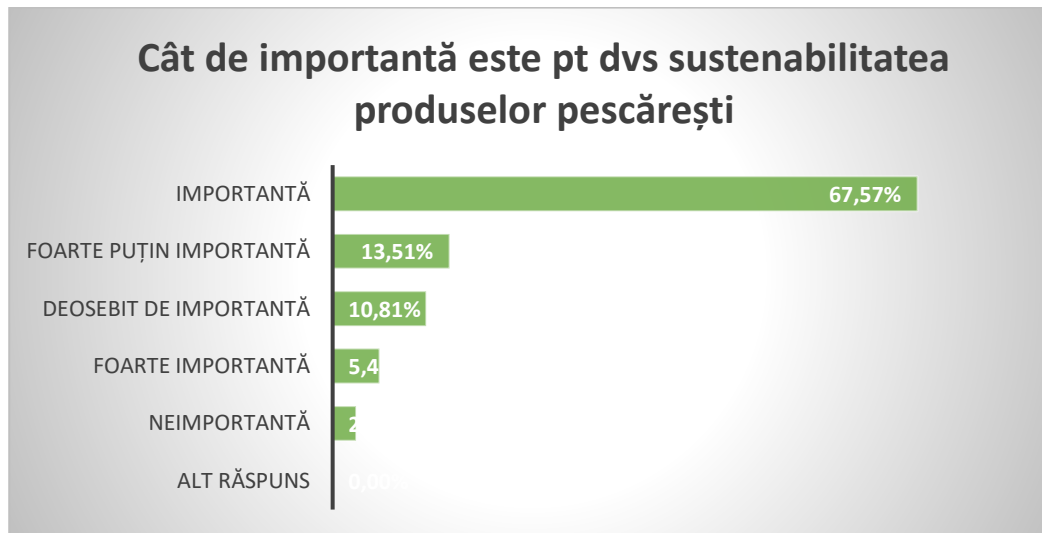
MINISTERUL AGRICULTURII
ȘI DEZVOLTĂRII RURALE



DIRECȚIA GENERALĂ PESCUIT – AUTORITATE DE MANAGEMENT PENTRU POPAM

Întrebare: Cât de importantă este pt dvs sustenabilitatea produselor pescărești?

Răspunsuri: Pentru 78,38% dintre respondenți, sustenabilitatea este importantă și foarte importantă. Sunt, însă, 21,62% pentru care sustenabilitatea este foarte puțin importantă sau neimportantă.



Întrebare: Care este canalul preferat prin care vindeți produse pescărești?

Răspunsuri: Aproape trei sferturi dintre pescarii participanți la activitatea de chestionare au răspuns că vând peștele prin intermediul asociației de pescuit, iar restul îl comercializează prin magazine de specialitate sau direct la ușa clientului.

Proiect cofinanțat din Fondul European pentru Pescuit și Afaceri Maritime prin
Programul Operațional Pescuit și Afaceri Maritime 2014-2020

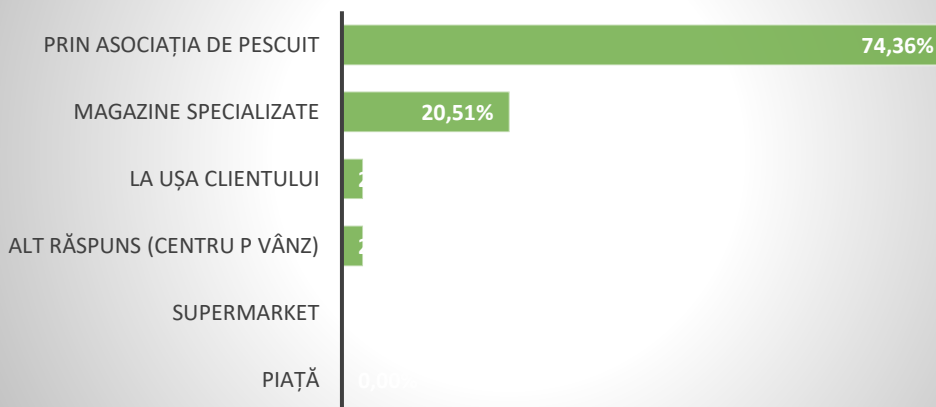
Prioritatea Uniunii Europene nr. 4 - Creșterea gradului de ocupare a forței de muncă și sporirea coeziunii teritoriale
Măsura III.3 Implementarea strategiilor de dezvoltare locală, Măsura 1 - Contribuția la valoarea adăugată în sectorul de pescuit și acvacultură (din cadrul implementării Strategiei de dezvoltare locală a Asociației Grupul Local Pescăresc Dunărea de Sud-Vest)

Proiect: "Măsuri de revitalizare a sectorului de pescuit", cod SMIS 145034

Elaborat: August 2023, Beneficiar: Asociația Pro-Mehedinți

DIRECȚIA GENERALĂ PESCUIT – AUTORITATE DE MANAGEMENT PENTRU POPAM

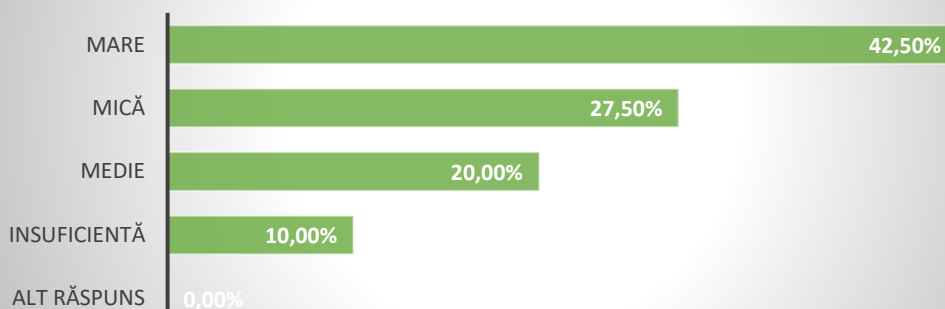
Care este canalul preferat prin care vindeți produse pescărești



Întrebare: Cum ați descrie calitatea produselor pescărești pe care le vindeți?

Răspunsuri: Nici măcar jumătate dintre pescari nu consideră că vând un produs de calitate bună. Doar 42,5% consideră că produsul lor are o calitate mare, în timp ce 20% consideră o calitate medie, iar 37,5% consideră calitatea produsului pescuit și vândut ca fiind insuficientă sau slabă (mică).

Cum ați descrie calitatea produselor pescărești pe care le vindeți



Proiect cofinanțat din Fondul European pentru Pescuit și Afaceri Maritime prin
Programul Operațional Pescuit și Afaceri Maritime 2014-2020

Prioritatea Uniunii Europene nr. 4 - Creșterea gradului de ocupare a forței de muncă și sporirea coeziunii teritoriale
Măsura III.3 Implementarea strategiilor de dezvoltare locală, Măsura 1 - Contribuția la valoarea adăugată în sectorul de pescuit și acvacultură (din cadrul implementării Strategiei de dezvoltare locală a Asociației Grupul Local Pescăresc Dunărea de Sud-Vest)

Proiect: "Măsuri de revitalizare a sectorului de pescuit", cod SMIS 145034

Elaborat: August 2023, Beneficiar: Asociația Pro-Mehedinți



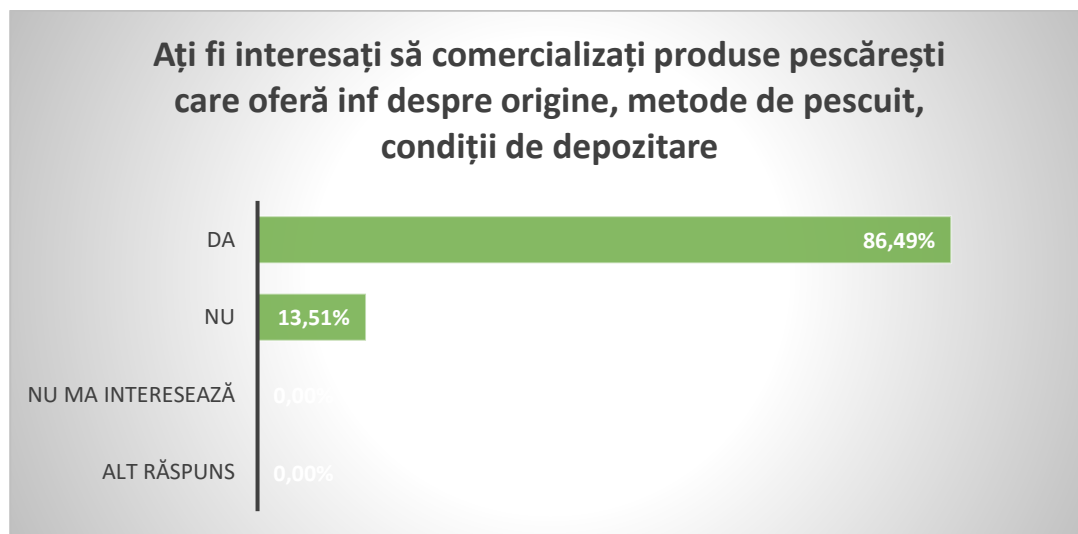
MINISTERUL AGRICULTURII
ȘI DEZVOLTĂRII RURALE



DIRECȚIA GENERALĂ PESCUIT – AUTORITATE DE MANAGEMENT PENTRU POPAM

Întrebare: Ați fi interesați să comercializați produse pescărești care oferă informații despre origine, metode de pescuit, condiții de depozitare?

Răspunsuri: Respondenții sunt interesați să comercializeze produse care să ofere toate informațiile precizate în procent de 86,49%, în timp ce 13,51% nu sunt interesați.



Întrebare: Ce ați dori să aște clienții despre produsele pescărești?

Răspunsuri: Pescarii sunt interesați să transmită clienților faptul că produsele pescărești pe care le comercializează sunt de calitate (62,5%), care este proveniența lor (20%) și că sunt proaspete (17,5%). Faptul că doresc să transmită calitate se contrazice cu calitatea pe care o au capturile, considerată de 37,5% dintre respondenți ca fiind slabă sau insuficientă (mai sus).

Proiect cofinanțat din Fondul European pentru Pescuit și Afaceri Maritime prin
Programul Operațional Pescuit și Afaceri Maritime 2014-2020

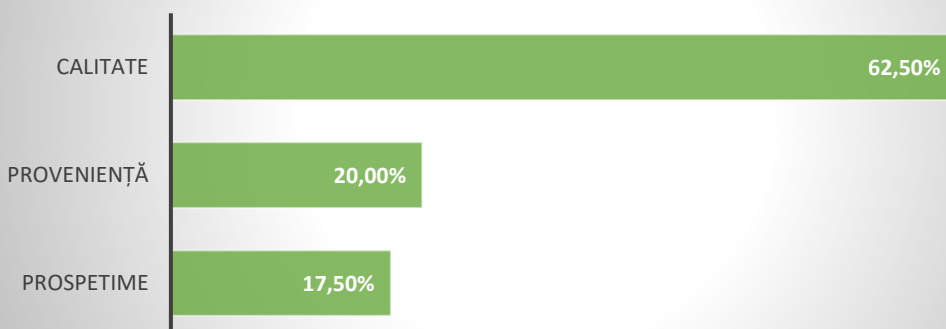
Prioritatea Uniunii Europene nr. 4 - Creșterea gradului de ocupare a forței de muncă și sporirea coeziunii teritoriale
Măsura III.3 Implementarea strategiilor de dezvoltare locală, Măsura 1 - Contribuția la valoarea adăugată în sectorul de pescuit și acvacultură (din cadrul implementării Strategiei de dezvoltare locală a Asociației Grupul Local Pescăresc Dunărea de Sud-Vest)

Proiect: "Măsuri de revitalizare a sectorului de pescuit", cod SMIS 145034

Elaborat: August 2023, Beneficiar: Asociația Pro-Mehedinți

DIRECȚIA GENERALĂ PESCUIT – AUTORITATE DE MANAGEMENT PENTRU POPAM

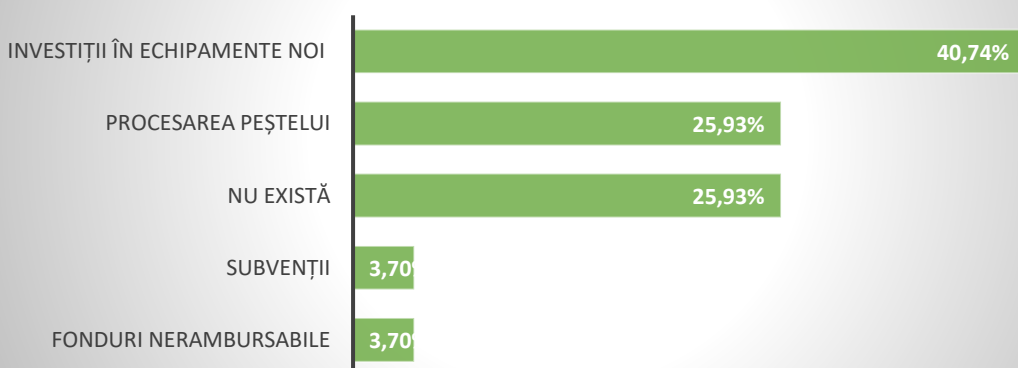
Ce ați dori să afle clienții despre produsele pescărești



Întrebare: Credeți că există oportunități pentru îmbunătățirea produselor și serviciilor pescărești pe care le oferiți?

Răspunsuri: Un sfert dintre respondenți consideră că nu există asemenea oportunități. Unii și-ar dori, însă, să existe investiții în echipamente noi (40,74%), alții să existe investiții în facilități de procesare a peștelui (25,93%), iar alții își doresc subvenții (3,7%) și fonduri nerambursabile (3,7%).

Credeți că există oportunități pentru îmbunătățirea produselor și serviciilor pescărești pe care le oferiți



Întrebare: Ce avantaje considerați că aveți prin vânzarea direct către consumatori?

Proiect cofinanțat din Fondul European pentru Pescuit și Afaceri Maritime prin
Programul Operațional Pescuit și Afaceri Maritime 2014-2020

Prioritatea Uniunii Europene nr. 4 - Creșterea gradului de ocupare a forței de muncă și sporirea coeziunii teritoriale
Măsura III.3 Implementarea strategiilor de dezvoltare locală, Măsura 1 - Contribuția la valoarea adăugată în sectorul de pescuit și acvacultură (din cadrul implementării Strategiei de dezvoltare locală a Asociației Grupul Local Pescăresc Dunărea de Sud-Vest)

Proiect: "Măsuri de revitalizare a sectorului de pescuit", cod SMIS 145034

Elaborat: August 2023, Beneficiar: Asociația Pro-Mehedinți

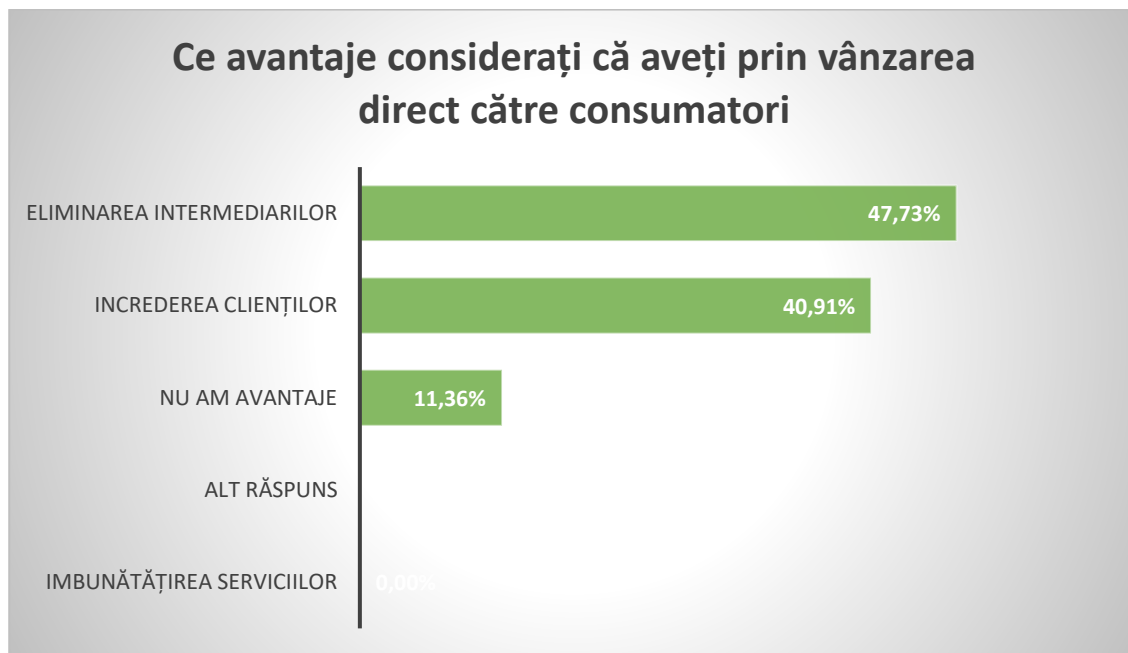


MINISTERUL AGRICULTURII
ȘI DEZVOLTĂRII RURALE



DIRECȚIA GENERALĂ PESCUIT – AUTORITATE DE MANAGEMENT PENTRU POPAM

Răspunsuri: 47,73 % dintre respondenți consideră că avantajul cel mai important este eliminarea intermediarilor, fapt ce ar duce la obținerea unui preț mai mare per kg. Dar și o relație de încredere și loialitate cu clienții li se pare importantă la 40,91% dintre ei. 11,36% consideră că nu au avantaje.



Întrebare: Care sunt condițiile de igienă și siguranță pe care le oferiți?

Răspunsuri: 65,12 % dintre pescari consideră că respectă reglementările legale și standardele legate de manipularea, depozitarea și transportul peștelui, 20,93% consideră că îndeplinesc acest standard dacă livrează peștele imediat după capturare, iar 13,95% dintre respondenți consideră că îndeplinesc condițiile dacă transportă peștele în condiții adecvate.

Proiect cofinanțat din Fondul European pentru Pescuit și Afaceri Maritime prin
Programul Operațional Pescuit și Afaceri Maritime 2014-2020

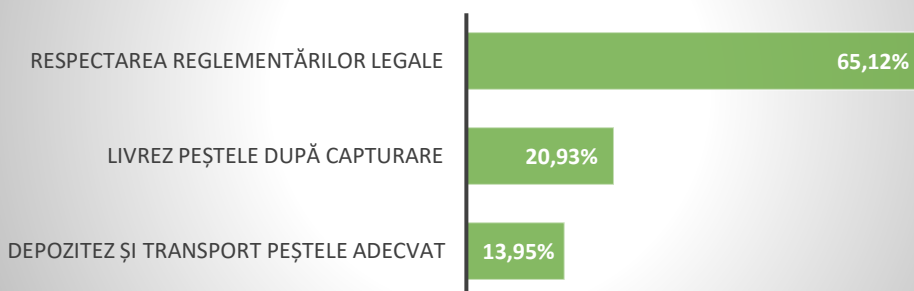
Prioritatea Uniunii Europene nr. 4 - Creșterea gradului de ocupare a forței de muncă și sporirea coeziunii teritoriale
Măsura III.3 Implementarea strategiilor de dezvoltare locală, Măsura 1 - Contribuția la valoarea adăugată în sectorul de pescuit și acvacultură (din cadrul implementării Strategiei de dezvoltare locală a Asociației Grupul Local Pescăresc Dunărea de Sud-Vest)

Proiect: "Măsuri de revitalizare a sectorului de pescuit", cod SMIS 145034

Elaborat: August 2023, Beneficiar: Asociația Pro-Mehedinți

DIRECȚIA GENERALĂ PESCUIT – AUTORITATE DE MANAGEMENT PENTRU POPAM

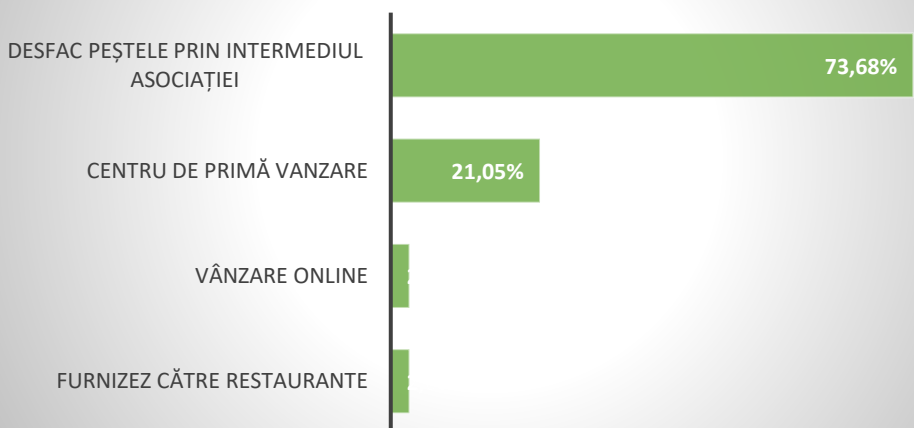
Care sunt condițiile de igiena și siguranță pe care le oferiți



Întrebare: Care sunt modalitățile de desfacere a peștelui pe care le practicați?

Răspunsuri: Respondenții livrează peștele capturat către asociația de pescari din care fac parte (94,73% - centrul de primă vânzare este deținut de asociație), iar restul îl furnizează către restaurante sau îl vînd online.

Care sunt modalitățile de desfacere a peștelui pe care le practicați



Proiect finanțat din Fondul European pentru Pescuit și Afaceri Maritime prin Programul Operațional Pescuit și Afaceri Maritime 2014-2020

Prioritatea Uniunii Europene nr. 4 - Creșterea gradului de ocupare a forței de muncă și sporirea coeziunii teritoriale
Măsura III.3 Implementarea strategiilor de dezvoltare locală, Măsura 1 - Contribuția la valoarea adăugată în sectorul de pescuit și acvacultură (din cadrul implementării Strategiei de dezvoltare locală a Asociației Grupul Local Pescăresc Dunărea de Sud-Vest)

Proiect: "Măsuri de revitalizare a sectorului de pescuit", cod SMIS 145034

Elaborat: August 2023, Beneficiar: Asociația Pro-Mehedinți



MINISTERUL AGRICULTURII
ȘI DEZVOLTĂRII RURALE



DIRECȚIA GENERALĂ PESCUIT – AUTORITATE DE MANAGEMENT PENTRU POPAM

Concluzii și recomandări:

Pe baza datelor colectate din sondaj, se trag următoarele concluzii și se pot face recomandări:

- **Sustenabilitatea produselor pescărești:** Majoritatea respondenților consideră sustenabilitatea un aspect important în produsele pescărești, ceea ce indică o preocupare crescută pentru impactul asupra mediului și conservarea resurselor acvatice. Nu doar în teorie, ci și în practică, pescarii comerciali trebuie să își ia un angajament față de sustenabilitate și să implementeze practici sustenabile în activitățile de pescuit și procesare.
- **Canalul de vânzare preferat:** Sondajul relevă faptul că majoritatea pescarilor preferă să-și vândă produsele prin intermediul asociației de pescuit. Aceasta oferă un control mai mare asupra calității și distribuției produselor. Cu toate acestea, există și un segment minoritar care utilizează magazine de specialitate sau vânzarea directă la ușa clientului.
- **Calitatea produselor pescărești:** Rezultatele sondajului arată că o proporție semnificativă de pescari nu consideră că produsele lor pescărești au o calitate bună. Aceasta poate avea un impact negativ asupra percepției clienților și a valorii produsului. Recomandarea este de a acorda o atenție sporită asigurării calității peștelui, de la captură până la livrarea către clienți. Implementarea unor practici de manipulare, procesare și depozitare adecvate, precum și monitorizarea constantă a calității, pot contribui la îmbunătățirea percepției despre produsele pescărești.
- **Informații despre produsele pescărești:** Sondajul arată că informațiile despre proveniența, metodele de pescuit și condițiile de depozitare ale produselor pescărești sunt apreciate de clienți. Recomandarea este de a oferi aceste informații în mod transparent și accesibil clienților, prin intermediul etichetelor, ambalajelor și comunicării de marketing. Acest lucru poate spori încrederea și aprecierea clienților față de produsele pescărești.
- **Oportunități de îmbunătățire:** Există o proporție semnificativă de pescari care consideră că există oportunități de îmbunătățire a produselor și serviciilor pescărești pe care le oferă. Aceste oportunități includ investiții în echipamente noi, facilități de procesare a peștelui, subvenții și fonduri nerambursabile. Recomandarea este de a identifica surse potențiale de finanțare și sprijin pentru a putea implementa îmbunătățiri în activitatea de pescuit și în serviciile oferite.

Proiect cofinanțat din Fondul European pentru Pescuit și Afaceri Maritime prin
Programul Operațional Pescuit și Afaceri Maritime 2014-2020

Prioritatea Uniunii Europene nr. 4 - Creșterea gradului de ocupare a forței de muncă și sporirea coeziunii teritoriale
Măsura III.3 Implementarea strategiilor de dezvoltare locală, Măsura 1 - Contribuția la valoarea adăugată în sectorul de pescuit și acvacultură (din cadrul implementării Strategiei de dezvoltare locală a Asociației Grupul Local Pescăresc Dunărea de Sud-Vest)

Proiect: "Măsuri de revitalizare a sectorului de pescuit", cod SMIS 145034

Elaborat: August 2023, Beneficiar: Asociația Pro-Mehedinți



MINISTERUL AGRICULTURII
ȘI DEZVOLTĂRII RURALE



DIRECȚIA GENERALĂ PESCUIT – AUTORITATE DE MANAGEMENT PENTRU POPAM

De asemenea, este important să se optimizeze procesele și să se aducă valoare adăugată produselor pescărești.

- **Avantajele vânzării directe către consumatori:** Sondajul relevă că avantajele majore ale vânzării directe către consumatori includ eliminarea intermediarilor și obținerea unui preț mai mare per kilogram de pește, precum și construirea unei relații de încredere și loialitate cu clienții. Recomandarea este de a continua să exploateze aceste avantaje și de a dezvolta strategii de fidelizare a clienților, prin oferirea unor servicii și produse de calitate superioară, comunicare eficientă și personalizată și experiențe pozitive.
- **Condiții de igienă și siguranță:** Majoritatea pescarilor afirmă că respectă reglementările legale și standardele legate de manipularea, depozitarea și transportul peștelui. Aceasta este o bună practică pentru a asigura calitatea și siguranța produselor pescărești. Recomandarea este de a continua să respecte și să implementeze măsuri stricte de igienă și siguranță în toate etapele procesului, de la captură până la livrare, pentru a oferi produse de înaltă calitate și pentru a asigura satisfacția și încrederea clienților.

În concluzie, este important să se acorde atenție sustenabilității, calității, informațiilor despre produse, îmbunătățirii serviciilor și vânzării directe către consumatori, în vederea dezvoltării unei afaceri pescărești de succes. Implementarea recomandărilor menționate poate contribui la creșterea valorii produselor pescărești, satisfacția clienților și consolidarea poziției pe piață.

BIBLIOGRAFIE:

- **Pescuitul și acvacultura 2035. Dezvoltarea colaborativă a viziunii și a foii de parcurs. Raport al atelierelor de lucru din 14-15 aprilie și 10-11 mai 2022. Institutul de Prospectivă. 20 iunie 2022**
- **Studiu privind influența și efectele sociale specifice pescuitului marin românesc**
- **Studiu de evaluare adecvată. Programul pentru Acvacultură și Pescuit 2021-2027**
- **Adăugarea de valoare produselor locale de pescuit și acvacultură**

Proiect cofinanțat din Fondul European pentru Pescuit și Afaceri Maritime prin
Programul Operațional Pescuit și Afaceri Maritime 2014-2020

Prioritatea Uniunii Europene nr. 4 - Creșterea gradului de ocupare a forței de muncă și sporirea coeziunii teritoriale
Măsura III.3 Implementarea strategiilor de dezvoltare locală, Măsura 1 - Contribuția la valoarea adăugată în sectorul de pescuit și acvacultură (din cadrul implementării Strategiei de dezvoltare locală a Asociației Grupul Local Pescăresc Dunărea de Sud-Vest)

Proiect: "Măsuri de revitalizare a sectorului de pescuit", cod SMIS 145034

Elaborat: August 2023, Beneficiar: Asociația Pro-Mehedinți