

• MJERA 6.

Brendiranje proizvoda ribarstva i akvakulture

Cilj ove mjere je omogućiti razvoj i konkurentnost ribarskog sektora na domaćem i međunarodnom tržištu. Razvojem marketinga, certificiranjem, brendiranjem i promocijom ribarskih proizvoda osigurat će se valorizacija i jačanje prepoznatljivosti lokalnih proizvoda na tržištu.

IZNOS POTPORE PO PROJEKTU:

Najniža vrijednost javne potpore iznosi 5.000 EUR, a najviša 40.000 EUR

PRIMJERI PROVEDBE PROJEKTA U DRUGIM DRŽAVAMA:

Za Aktivnost 6.1.1.

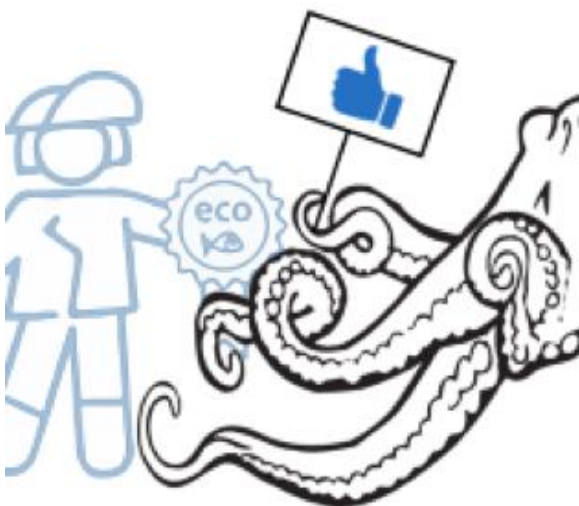
IME PROJEKTA: Certificirani ulov hobotnica, Španjolska

Kako bi dali prepoznatljivost lokalnom ulovu, 4 ribarske organizacije koje su predstavljale jednu flotu, udružile su se kako bi olakšale postupak dobivanja certifikata koji pomaže održivosti morske hrane. Navia-Porcía FLAG pomogao je svojim sredstvima u podupiranju ideje, financiranju, suradnji s ribarima i znanstvenicima te u prikupljanju i analizi podataka. Certifikatom je omogućeno dodavanje vrijednosti lokalnim ribarskim proizvodima. To je rezultiralo i povećanjem cijene samog proizvoda (cijena je povećana za 1.5 EUR/kg).

Ukupna vrijednost projekta: 43.974,50 EUR

FLAG: 36.342,05 EUR

Privatni doprinos (korisnik): 7.632,45 EUR



IME PROJEKTA: [Koristite organsko: Novi imidž šarana](#), Njemačka

Stavljanjem naglaska na organsku akvakulturu i poboljšavanjem imidža šarana, njemačka regija Oberlausitz mijenja potrošačke navike i podiže svijest o proizvodima od šarana među mlađim generacijama. S vremenom se potrošnja šarana smanjila zbog nedostatka interesa i svijesti među mlađim generacijama, a ovim projektom se podiže vrijednost tradicionalnog proizvoda.

Ukupni trošak projekta: 165.628,00 EUR
EFF Axis 4: 124.221,00 EUR
Nacionalni doprinos: 41.407,00 EUR



Za [Aktivnost 6.1.2.](#)

IME PROJEKTA: [Vianapesca PO – Pomicanje konzervirane ribe s pričom](#), Portugal

Ovaj projekt organizacije proizvođača Vianapesca usredotočio se na dodavanje vrijednosti lokalnim ribarskim proizvodima kroz preradu i marketinšku kampanju. Suočeni s problemima niskih cijena, trebalo je povećati vrijednost ribe kao što su sardina i skuša. Promatrajući rastuću potrošnju za visokokvalitetnim gotovim proizvodima, odlučili su razviti i promicati asortiman ribljih konzervi. Prateća marketinška kampanja bila je usmjerena na kvalitetu, sigurnost i održivost aspekta proizvodnje kao i na „ljudsku“ priču iza proizvoda. Projekt je doveo do uvođenja inovativnih metoda obrade, povećanja raznolikosti, vidljivosti te osiguranja boljih uvjeta za ribare.



Ukupna vrijednost projekta: 199.917,00 EUR
FLAG: 179.925,00 EUR
Privatni doprinos (korisnik): 19.992,00 EUR