



INOVATĪVI RISINĀJUMI, JAUNI PRODUKTI UN PATĒRĒTĀJU IZVĒLE ZIVJU PRODUKTU KLĀSTĀ

Aina Afanasjeva

Direktore, Starptautiskā organizācija Eurofish

Konference "Izaicinājumi nozarē un pievienotās vērtības
radīšana zivju produktiem"

Latvija, Engure, 2017. gada 30.novembris

Eurofish
INTERNATIONAL ORGANISATION

TIRDZNIECĪBA AR ZVEJAS PRODUKTIEM EIROPĀ (2016)



Imports no valstīm
ārpus ES: **EUR 24,4 miljardi** (+9.2% salīdz. ar 2015)



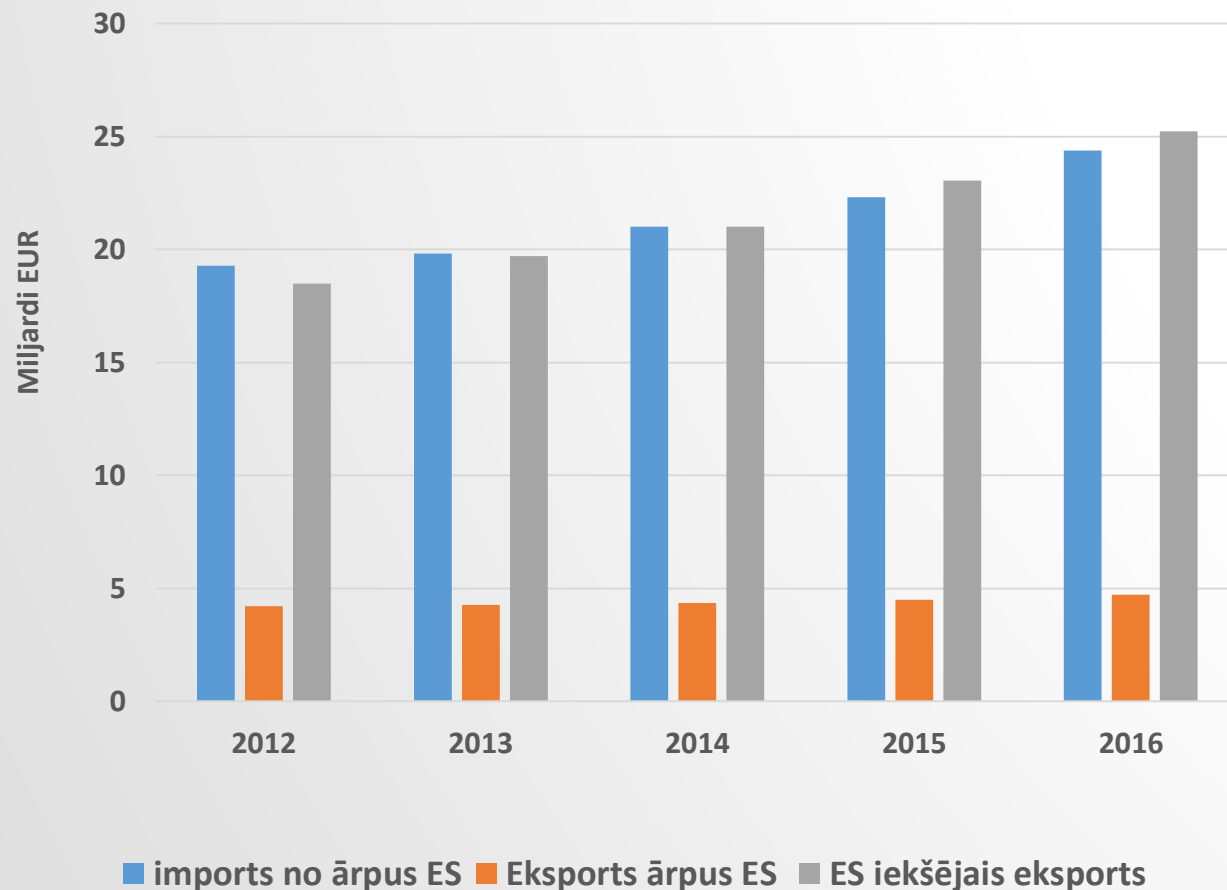
Eksports uz valstīm ārpus
ES:
EUR 4,7 miljardi (+5% salīdz. ar 2015)



ES iekšējais eksports:
EUR 25,2 miljardi (+9.4% salīdz. ar 2015)

ZVEJAS PRODUKTU TIRDZNIECĪBAS PLŪSMA ES

ES tirdzniecības plūsmas vērtība



Avots: Eurostat

Tirdzniecības plūsma (2016)

- Kopējais tirdzniecības apjoms EUR 54,3 miljardi un 14,1 miljons tonnu,
- Vispārējais pieaugums 2012-2016: +29% vērtības un 7% apjoma izteiksmē;
- Tirdzniecības tendences 2012-2016:

	Imports no ES ārpus	Eksports ārpus ES	ES iekšējais eksports
Vērtība	+26%	+13%	+36%
Apjoms	+5%	-6%	+15%

GALVENĀS TENDENCES



- **Pasaulē: augošs pieprasījums** un augošs zivju un jūras produktu patēriņš (20,5 kg uz 1 iedzīvotāju 2016.g. Salīdzinot ar 20,3 kg 2015.g. un 17,6 kg 2006.g.*), kamēr kopējais tirdzniecības apjoms saglabājas **stabils**. Pieaug iekšējām vajadzībām ražojošo valstu nozīme.



- **Eiropā: augsts pieprasījums no patērētāju puses** par spīti augošajām cenām un lēnam ekonomiskās atveseļošanās procesam eirozonā. Tirdzniecības deficīts lielāks kā jebkad, tomēr ES pašpietiekamība aug, pateicoties iekšējās ražošanas izaugsmei.

TEHNOLOĢISKĀS UN TEHNISKĀS INOVĀCIJAS

Jaunas ražošanas tehnoloģijas un metodes

Jauni iepakojšanas veidi

Jauni loģistikas paņēmieni

Jauni tirdzniecības veidi

JAUNAS RAŽOŠANAS TEHNOLOĢIJAS UN METODES

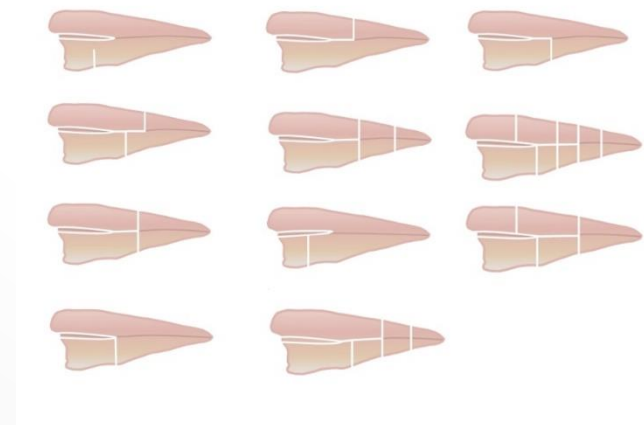
- Pieaugoša **automatizācija**
- **Robotizācija** pārstrādē
- Jaunas **ierīces** (asaku noteikšana utt.)
- Uzlabota zivju **izmantošana**, iesk. subproduktus



Avots: Marel



Source: Marel



JAUNI IEPAKOŠANAS VEIDI: “DEKOMODITIZĀCIJA”-PLAŠA PATĒRIŅA PRECES TĒLA ATŅEMŠANA PRODUKTIEM



Source: Kefalonia Fisheries



Source: Young's Seafood



Source: Riscos



Source: The Reel Catch

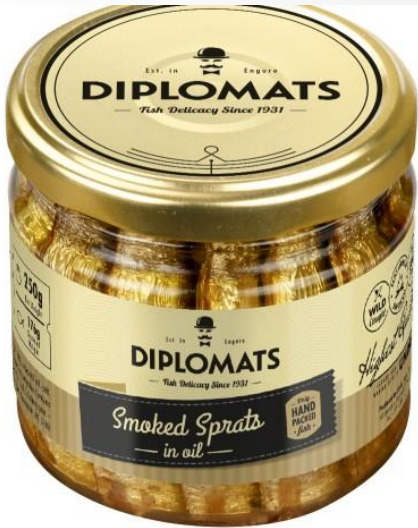


Source: Dang Vo & Yen Vy Vo



Source: Chesil Smokery

LATVIJA



JAUNI LOĢISTIKAS PAŅĒMIENI UN TIRDZNIECĪBAS VEIDI

- **Piegādes revolūcija** pārtikas pakalpojumu un viesnīcu/restorānu/kafejnīcu sektorā

- Jauno realizācijas kanālu jauda, piem., **e-tirdzniecība** (Amazon, Alibaba utt.)

- Pasūtījumu un norēķināšanās aplikācijas un **trešo pušu** tiešsaistes pasūtījumi

- **Personalizētas** piegādes (veselīgu maltīšu komplektu pakalpojumi)

- **Zivju tirgus** un **zivju veikalu** koncepcijas paplašināšana un integrēto koncepciju izveide (vīna degustācijas, produktu patērēšana tirdzniecības vietā utt.)

- **Tirdzniecības automāti**

- **Aktīva komunikācija** ar pircējiem (Instagram, īpaši notikumi kā Valentīndiena utt.)

- Pozicionēšana uzturā (brokastis, uzkodas, pamatēdiens,...., super produkts)



Avots: Skagenfood

PRODUKTU INOVĀCIJAS

Jaunas produktu īpašības

Jaunas sugas

JAUNAS PRODUKTU ĪPAŠĪBAS

- Eiropā ievērojami paaugstinās **svaigi iepakotu** zivju un jūras produktu patēriņš (ilgtspēja) (t.sk. Izmantojot SKIN vakuuma plēvi)
- Pastiprinās produktu **parocīgums izmantošanai**: gatavi cepšanai, gatavi ēšanai utt.
- Aizsargāta **izcelsmes/bioloģisko zivju norāde/sertificēta produkcija**
- **Subproduktu** izmantošana (dažādas zivju uzkodas, želatīns, zivju eļļa patēriņam cilvēku vajadzībām, kosmētika un farmaceitiskā industrija)



Avots: DORIPESCO

JAUNAS SUGAS

- Iekšējo ūdeņu zivis (**zandarts, breksis, rauda ...**)
- **Tilapijas**
- **Jūras aļģes**
- **Jūras gurķi**
- **Abalone**
- **Jūras eži**

un citas sugas

JAUNI MĀRKETINGA VEIDI

Jauna stila mārketinga kampaņas

Fokusā jaunāka gadagājuma patērētāji

REKLĀMAS KAMPAŅA – FORELE POLIJĀ

- Polijas Foreļu audzētāju asociācija uzsāka 4 gadu valsts mēroga kampaņu foreļu popularizēšanai **“Teraz Pstrąg!”** (Tagad forele!)
- Kampaņas galvenais mērķis bija palielināt foreļu patēriņu ar īpašu uzsvaru uz Polijas sabiedrības iepazīstināšanu ar **veselības priekšrocībām un daudzveidīgajām kulinārajām iespējām**, izmantojot uzturā foreli.



Source: www.terazpstrag.pl



REKLĀMAS KAMPAŅA – FORELES POLIJĀ

- Reklāmas kampaņas galvenās sastāvdaļas bija kampaņa televīzijā, plakātu izveidošana un uzstādīšana uz ceļiem, kā arī kampaņa radio, internetā un presē.
- Foreļu popularizācijas koncepcija šo gadu laikā ietvēra vairākas tēmas kā “Veselības priekšrocības” (2011.g.), “Barbekjū” (2012.g.), “Vienmēr un visur” (2013.g.) un “Ballīte un prieks” (2014.g.).
- Kampaņas nepārtrauktie vēstījumi uzsvēra šādus aspektus: pozitīvs iespaids par šīm zivīm, svaigums, vietējās zivju audzētavas, vietējā gastronomija un “retro stils” (no 2012. gada).



Source: www.terazpstrag.pl

FOKUSĀ JAUNĀKA GADUGĀJUMA PATĒRĒTĀJI

Iniciatīvas: **AUDZĒTS ES**



Avots: <https://ec.europa.eu>

SKOLU PROJEKTS Mācīšanās par Eiropas akvakultūru

Projekts tika realizēts **10 ES valstīs** (Čehijas Republikā, Francijā, Vācijā, Grieķijā, Ungārijā, Īrijā, Itālijā, Polijā, Spānijā un Apvienotajā Karalistē).

FOKUSĀ JAUNĀKA GADUGĀJUMA PATĒRĒTĀJI

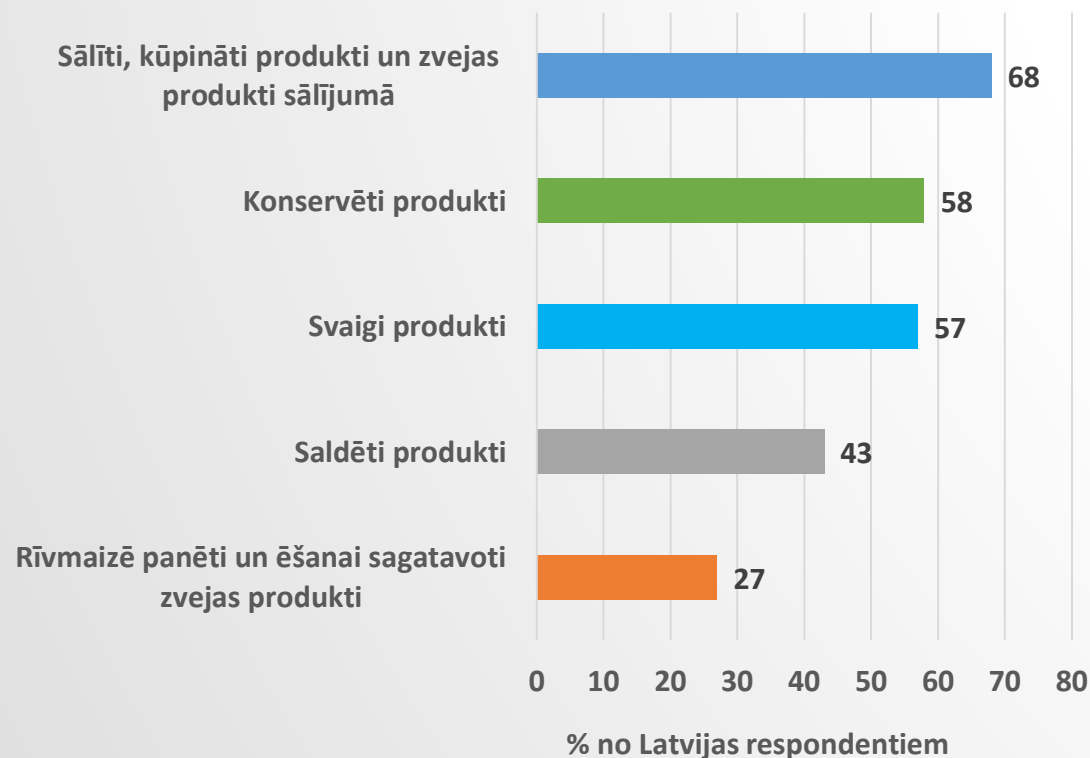


FOKUSĀ JAUNĀKA GADUGĀJUMA PATĒRĒTĀJI



PATĒRĒTĀJU IZVĒLE - LATVIJA

Zvejas produkti, kam Latvijas patērētāji dod priekšroku



- Trīs ceturtdaļas Latvijas patērētāju (75%) ēd zivis un jūras produktus mājās vismaz **vienu reizi mēnesī**, ieskaitot lielu vairumu patērētāju (40%), kas tos ēd **vienu reizi nedēļā**.
- **40-54 gadus** veci Latvijas respondenti sastāda lielāko daļu no regulārajiem zivju un jūras produktu patērētājiem (82%) valstī, kamēr Eiropā šī pati grupa pārstāv 75% no regulārajiem zivju un jūras produktu patērētājiem.

PATĒRĒTĀJU IZVĒLE - LATVIJA

Latvijas patērētāji ir pozitīvi noskaņoti pret jaunu zivju produktu izmēģināšanu

Priekšroka attiecībā uz **jaunu produktu** izmēģināšanas vietu:

- **Mājās (66%)**
- **Reklāmas pasākumu laikā (48%)**
- **Restorānos (39%)**



Avots: Viesistaba

Avots: "Speciālais Eiobarometrs 450: ES patērētāju paradumi attiecībā uz zvejas un akvakultūras produktiem", 2017, Eiropas Komisija

Paldies par uzmanību!