

Anexo B

Estudos de Casos de Boas Práticas

T 070108

**Ministério da Agricultura, do Desenvolvimento Rural
e das Pescas**

**ESTUDO PARA A AVALIAÇÃO DA COMERCIALIZAÇÃO DE
PESCADO EM PORTUGAL CONTINENTAL
RELATÓRIO INTERCALAR**

**Anexo B
Estudos de Casos de Boas Práticas**

Índice

Pág.

B.1 – ESTUDO DE CASOS DE BOAS PRÁTICAS NA GESTÃO DA PRIMEIRA VENDA DE PESCADO, EM ESPANHA	2
B.1.1 PUERTO DE CELEIRO	2
B.1.2 PUERTO DE VIGO	9
B.2 – ESTUDO DE CASOS DE BOAS PRÁTICAS NA GESTÃO DA PRIMEIRA VENDA DE PESCADO, EM FRANÇA.....	16
B.2.1 LOTA DE ROSCOFF	16
1. Descrição geral	16
2. Proveitos e Custos. Controlo de custos.	20
3. Elementos estratégicos.....	22
B.2.2 LOTAS DE CÔTES D’ARMOR - SAINT QUAY PORTRIEUX – ERQUY – LOGUIVY	25
1. Descrição geral	25
2. Proveitos e Custos. Controlo de custos.	31
3. Elementos estratégicos.....	35
B.3 – ESTUDO DE CASOS DE BOAS PRÁTICAS NA COMERCIALIZAÇÃO DE PESCADO POR PRODUTORES, EM ESPANHA	38
B.3.1 LONXANET	38
B.4 – ESTUDO DE CASOS DE BOAS PRÁTICAS NA COMERCIALIZAÇÃO DE PESCADO POR PRODUTORES, EM FRANÇA	42
B.4.1 INICIATIVAS COLECTIVAS DE QUALIDADE	42

B.1 – Estudo de casos de boas práticas na Gestão da Primeira Venda de Pescado, em Espanha

B.1.1 Puerto de Celeiro



a) Tipo de organização, data da criação, accionistas

A lota de Celeiro está instalada no porto de Celeiro, na província de Lugo (Galiza) e é o centro de distribuição de produtos do mar do grupo Puerto de Celeiro, S.A, sociedade anónima de que são accionistas todos os armadores de barcos de pesca que operam em Celeiro.

Em Março de 1994, os 65 armadores do porto de Celeiro, com um total de 87 barcos (da frota de Gran Sol, Arrastreros, Cerco e Bajura) criaram esta sociedade anónima com o objectivo de aplicarem critérios empresariais na gestão do porto pesqueiro. Actualmente são 70 armadores com uma frota, com base operacional em Celeiro, com um total de 176 barcos: 61 barcos de Gran Sol e 115 de pesca costeira artesanal e de pesca de atum ("boniteros"), pesca de cerco e redes de emalhar. Assim, os accionistas da lota são única e exclusivamente empresas armadoras.

Na origem desta sociedade anónima está uma organização de pescadores, pelo que já havia um bom conhecimento do funcionamento de uma lota. Contudo, a nova sociedade originou uma modernização na gestão da lota e a construção de uma mais moderna, na qual foram cumpridos todos os requisitos sanitários que até então não haviam sido considerados (a climatização, inexistência de rupturas na cadeia de frio, etc.).

b) Investimento inicial e investimentos posteriores. Fontes de financiamento

A sociedade inicia-se com um capital de 900 000 euros, dos quais foram desembolsados 25% em Março de 1994.

O investimento mais importante de Porto de Celeiro foi a construção de uma lota climatizada, cuja construção representou um investimento de cerca de 11 milhões de Euros, de 1998 a 2000. Foi co-financiado em 50% com fundos do IFOP. Outros investimentos foram realizados na aquisição de barcos e direitos para fortalecimento da frota.

c) Breve descrição das instalações e serviços

A actual lota de Celeiro iniciou a sua actividade em 2000, ocupa um total de 30 954 m², dos quais 17 491 m² de área de construção e dispõe de um cais de desembarque com 262 m². Tem uma capacidade máxima de descarga, leilão e manipulação de 75 toneladas diárias. Possui 6 salas de exposição com cerca de 4 184 m² e conta com uma superfície de 6 328 m² para utilização dos exportadores locais.

A lota possui as seguintes características: climatização em todas as áreas de recepção, leilão, manipulação e expedição do pescado; informatização da gestão; distribuição geral, concebida de forma a racionalizar as operações e preservar a qualidade do pescado.

Para não romper a cadeia de frio, a climatização de frio abrange zonas a temperatura ambiente a 4°C (salas de leilão) e a 10°C (locais de exportadores e corredor).

A lota dispõe também de 3 câmaras frigoríficas anexas a – 25° C, com um túnel de congelação. As câmaras dispõem de plataformas de carga com abrigo retráctil e plataforma móvel para camiões.

Nas instalações pode ser feita a descarga simultânea de 8 pesqueiros, em 6 salas de exposição independentes. Há também uma sala de expedição onde se centralizam as saídas para os mercados centrais, com 10 cais de entrada/saída directa de camiões.

A lota também dispõe de um edifício que engloba escritórios e uma fábrica de gelo equipada com 6 geradores, com capacidade para produzir 150 t/dia de gelo.

O Porto de Celeiro possui um sistema de rastreabilidade que permite seguir e reconstituir o percurso do pescado, desde o barco até ao consumidor final. Este sistema possui as seguintes características:

- Base de dados centralizada na lota
- Transmissão electrónica de dados
- Rotulagem de código de barras
- Utilização do LOTE como unidade básica

O processo de rastreabilidade está implementado nos barcos de pesca costeira, nos barcos de pesca longínqua e na rotulagem na lota. No leilão lê-se o código de barras da caixa e associa-se esta ao comprador, à data e à hora da transacção. Este processo estende-se aos grossistas e distribuidores, transportadores e cliente final.

As capturas que são leiloadas na lota de Celeiro foram distinguidas com a marca "Galicia Calidade" e "Calidad Tradición Carrefour".

Para a obtenção da marca "Galicia Calidade" o porto de Celeiro implementou um sistema de gestão de qualidade em todos os barcos, o que os obriga a possuírem um registo documentado das capturas, incluindo o armazenamento e a evisceração que se realiza a bordo, a fim de evitar que haja danos do produto.

A lota de Celeiro dispõe de um controlo de qualidade exaustivo. Além de um veterinário da administração pública, dispõe de pessoal próprio que leva a cabo o controlo de HACCP, controlo de parasitas no pescado, etc.

O sistema de controlo da lota é constituído por uma série de Módulos Inteligentes de Supervisão distribuídos pelas instalações da lota e ligados entre si a um Posto de Comando Centralizado, através de uma série de redes de comunicação, com o objectivo de facilitar a manutenção da instalação: electricidade, iluminação, climatização, câmaras frigoríficas, fábrica de gelo, etc.

d) Número de trabalhadores e qualificação

Director-geral	1
Adjunto da Direcção	1
Técnicos	3
Administrativos	2
Licitadores	6
(com carteira profissional de manipuladores de alimentos)	
Chefe de lota	1
Trabalhadores da lota e fábrica de gelo	18
(com carteira profissional de manipuladores de alimentos)	

A empresa de serviços SERFRIO (do Grupo Puerto de Celeiro, S.A) que se ocupa dos serviços de manutenção e assistência técnica das instalações de frio tem 4 trabalhadores.

A empresa NOVOMAR (do Grupo Puerto de Celeiro, S.A), que, desde 1999, se dedica à comercialização de produtos do mar, opera nas mesmas condições que as restantes que trabalham no porto de Celeiro, mas diferencia-se pelo facto de vender directamente ao cliente, com preço fixo. Tem 8 trabalhadores, todos eles com a categoria de manipulador de alimentos.

O Porto de Celeiro transmite toda a informação da venda na lota ao Instituto Nacional de Estatística Espanhol (Instituto Nacional de Estadística) e também ao Serviço de Informação da Pesca da Junta da Galiza (Servicio de Información Pesquera de la Xunta de Galicia).

Entrega as guias de circulação (obrigatórias) aos compradores da lota, para estes poderem transportar por via rodoviária os artigos comprados.

e) Identificação das espécies mais vendidas na lota.

A espécie principal é a pescada (Merluza del pincho) que é capturada com a arte de pesca selectiva de palangre e que pode ultrapassar os 50% da facturação. Em 2003 conseguiram registar o primeiro pescado fresco comercializado como “Merluza de Pincho de Celeiro”, com certificação de qualidade “Galicia Calidade”. Esta marca de certificação de qualidade permitiu-lhes diferenciar o seu produto, sendo este apreciado nos circuitos comerciais, devido às suas especiais e exigentes características de qualidade.

Os principais requisitos exigidos pela marca Galicia Calidade “Pincho de Celeiro” dizem respeito à manipulação e tratamento a bordo, conservação, apresentação e condições de frescura. Deste modo, a etiqueta identifica a pescada com mais de 1,2 kg, capturada em águas de “grande sol” durante a última semana de pesca da maré e conservada limpa, eviscerada e refrigerada.

Actualmente estão a trabalhar para uma outra certificação, para o verdinho.

Evolução das espécies mais vendidas na lota de Celeiro de 2004 a 2006:

Quadro B1 – Puerto de Celeiro. Capturas mais importantes 2004

Espécies principais	kg	€	Preço médio
Pescada (<i>Hake European</i>)	5 924 276	26 558 777	4,48 €
Verdinho (<i>Blue Whiting</i>)	3 906 200	3 252 677	0,83 €
Atum	286 948	956 946	3,33 €
Xaputa (<i>Ray's bream</i>)	127 289	256 296	2,01 €
Carapau (<i>Horse mackerel</i>)	1 779 498	1 027 385	0,58 €
Sarda (<i>Atlantic mackerel</i>)	1 404 485	422 522	0,30 €
Outras espécies	4 826 434	12 656 416	2,62 €
TOTAL	18 255 130	45 131 019	2,47 €

Quadro B2 – Puerto de Celeiro. Capturas mais importantes 2005

Espécies principais	kg	€	Preço médio
Pescada (<i>Hake European</i>)	6 557 248	27 155 447	4,14 €
Verdinho (<i>Blue Whiting</i>)	4 050 325	3 012 084	0,74 €
Atum	472 390	1 396 017	2,96 €
Xaputa (<i>Ray's bream</i>)	260 517	670 325	2,57 €
Carapau (<i>Horse mackerel</i>)	1 247 987	702 677	0,56 €
Sarda (<i>Atlantic mackerel</i>)	1 981 940	635 792	0,32 €
Outras espécies	4 267 136	11 504 088	2,69 €
TOTAL	18 837 543	45 076 430	2,39 €

Quadro B3 – Puerto de Celeiro. Capturas mais importantes 2006

Espécies principais	kg	€	Preço médio
Pescada (<i>Hake European</i>)	6 021 566	24 493 940	4,07 €
Verdinho (<i>Blue Whiting</i>)	3 519 436	3 002 515	0,85 €
Atum	519 149	1 306 862	2,52 €
Xaputa (<i>Ray's bream</i>)	385 567	874 792	2,27 €
Carapau (<i>Horse mackerel</i>)	936 001	673 487	0,72 €
Sarda (<i>Atlantic mackerel</i>)	3 454 631	1 419 433	0,41 €
Outras espécies	3 893 916	13 098 184	3,36 €
TOTAL	18 730 266	44 869 213	2,39 €

f) Taxas e comissões

Os barcos pagam, por todas as tarefas e pela prestação de serviços, uma comissão de 3% do valor das capturas vendidas.

Os compradores pagam 2% do montante das compras efectuadas, percentagem que a lota destina para o pagamento a Portos da Galiza.

g) Formas de pagamento

Pagamentos aos pescadores

A lota entrega aos pescadores os vales das vendas, diariamente para a pesca costeira e semanalmente para a pesca longínqua. A lota tem um acordo com uma entidade bancária que paga esses vales. Se o pescador é cliente dessa entidade bancária, esta dá-lhe um abono, referente ao vale de venda da lota, em 24 horas. Se o pescador não é cliente dessa entidade bancária o abono será concedido num prazo máximo de 3 semanas.

Cobranças ao comprador

O comprador tem que ter uma garantia bancária, baseada na estimativa do valor das compras que vai efectuar durante a semana.

Regra geral, as compras efectuadas na lota de 2ª a 6ª feira são facturadas à 6ª feira e devem ser pagas na 4ª feira da semana seguinte. Em casos muito especiais, poderá haver um adiamento desses pagamentos à lota, mas nunca excedendo as 3 semanas.

h) Serviços complementares

A lota conta com uma série de serviços complementares, tais como armazém e instalação de lavagem automática de caixas; banco; laboratório; serviços de inspecção; armazém de resíduos de pescado.

Dispõe também de uma central de co-geração para a produção de energia eléctrica, água quente para aquecimento e água fria para refrigeração e climatização.

No cais de amarração há 6 postos de abastecimento de combustível, ligados a 4 tanques, cada um com uma capacidade de 100.000 m³.

i) Medidas estratégicas para atrair vendedores e compradores à lota

A maior parte das vendas, na lota de Celeiro, provém das capturas dos seus associados ou accionistas, que são 70 armadores de várias artes. Não obstante, também chegam a esta lota

embarcações de outros portos, atraídas pelos bons preços e pela alta qualidade dos compradores.

As medidas estratégicas tomadas pela Puerto de Celeiro foram as seguintes:

- A agilização do processo de distribuição. Quanto menor for o tempo utilizado desde a descarga das capturas até à expedição para os mercados de consumo, maior é o ganho em termos de qualidade e de aceleração do processo de distribuição. Um dos principais objectivos é reduzir o período de permanência nas instalações.
- O horário de leilão restrito: das 6:30 até às 11:00 da manhã. Foi estabelecido deste modo, para que em menos de 4 horas seja tudo vendido, dando assim tempo aos grossistas para preparem as suas expedições.
- Estratégia de concentração de ofertas de pescado fresco de grande qualidade. Esta circunstância suscitou o interesse dos comerciantes pela lota de Celeiro. Actualmente operam ali cerca de 175 grossistas e retalhistas.
- A reorganização e melhorias na rede de transportes, que opera a partir de Celeiro, foram fundamentais para o aumento das vendas na lota. A moderna frota distribui o pescado de Celeiro em 60 pontos geográficos espanhóis, entre 12 a 24 horas. Portugal, França, Itália e a Alemanha começam a ser destinos frequentes da produção de pescado de Celeiro.
- A rede de transportes de Celeiro também opera na Escócia e Irlanda para trazer até Celeiro as capturas dos barcos da sua frota que efectuam as descargas nos portos dessas regiões, mais próximos das suas zonas de pesca.

j) Níveis de rentabilidade

Os factores que mais influenciam os níveis de rentabilidade são os seguintes:

- O custo do combustível não é discriminado na facturação, porque não é permitido repercuti-lo directamente no preço final do pescado. Estes custos são suportados directamente pelos armadores.
- O leilão descendente e as importações massivas, provenientes de países terceiros condicionam a rentabilidade.
- Factor de desvalorização do pescado por cada dia de captura. Por cada dia estima-se uma desvalorização na ordem dos 6%. As capturas dos primeiros dias de maré ou deterioradas necessitam de um processamento do pescado para melhorar o preço de venda.
- Redução do número de marés e de períodos de inactividade do barco.
- Aumento da frequência das descargas em lota, conseguindo uma média de frescura mais elevada, conduz ao incremento do valor do produto.
- Controlos exaustivos que garantam que todo o pescado importado cumpre os requisitos sanitários exigidos ao produto espanhol; identificação da proveniência, método de captura e denominação correcta.

O Puerto de Celeiro, S.A é uma sociedade privada e tem por norma não divulgar, em pormenor, o seu Relatório & Contas. Por isso, apenas estão disponíveis alguns dados, em percentagem, dos proveitos e custos mais importantes (Quadro B4).

Quadro B4 – Puerto de Celeiro. Incidência das principais rubricas de exploração

	2004	2005
Proveitos	100%	100%
Vendas	97 %	92%
Custos	100%	100%
CMVMC	91%	87%
Pessoal	1,86%	1,88%
FSE	3,37%	2,18%

Além da comercialização de produtos da pesca, o grupo Puerto de Celeiro integra 12 empresas que também tratam dos serviços que abrangem os equipamentos electrónicos do porto e das embarcações, o aprovisionamento de artigos navais, a manutenção de frio, o entreposto, as embalagens de plástico, o pessoal de descarga e manutenção. No seu conjunto, estas empresas ultrapassaram uma facturação de 60 milhões de euros em 2005.

k) Colaborações com a Organização de Produtores

Em Puerto de Celeiro, S.A são os próprios produtores que fazem a gestão empresarial. Os 70 armadores, que actualmente integram a empresa Puerto de Celeiro, S.A, pertencente a uma organização local (“Cofradía de Pescadores de Santiago Apóstol”), são membros da Organização de Produtores Pesqueiros da região de Lugo (Organización de Productores Pesqueros de Lugo (OPP-7)).

O Puerto de Celeiro, S.A e a Confraria têm uma estreita colaboração, pois esta ocupa-se das funções administrativas, sociais e de formação e Puerto de Celeiro administra a lota onde se vende o pescado dos membros da Confraria.

O Puerto de Celeiro também colabora estreitamente com a “Cofradía de Pescadores de San Cibrao”, em cuja lota se vendem os mariscos pescados pela frota artesanal de Celeiro.

l) Colaboração com outras lotas. Benefícios resultantes

Há colaboração com outras lotas, com acordos pontuais, tais como a venda de verdinho (Blue Whiting), quotas de pesca, etc.

O Puerto de Celeiro tem um acordo de colaboração com o porto de Douarnenez (França) e com outros portos comunitários, tais como Lockinver e Castltown (Escócia). Mediante este acordo, estes portos transformaram-se em bases operacionais para a frota de Celeiro, proporcionando-lhe o necessário apoio logístico.

Desde 1995 que o Puerto de Celeiro organiza anualmente as Jornadas Técnicas, para divulgação do sector das pescas de Celeiro e nas quais se reúnem representantes das empresas de pesca, da administração pública, das universidades, etc. Estas jornadas constituem espaços de discussão sobre estratégias para melhorar o sector das pescas.

m) Actividades de I+D próprias e em colaboração

Em 2005, o Puerto de Celeiro, S.A, a Cofradía de Pescadores de Celeiro e os Servicios Integrales de Celeiro, S.A (SERVICEL) constituíram a Fundación para la Investigación, Desarrollo Tecnológico e Innovación en el Sector Pesquero de Celeiro (FDTISPC) que tutela um centro tecnológico (CETPEC - Centro Tecnológico de la Pesca). Este Centro, criado com a finalidade de contribuir eficazmente para o desenvolvimento do sector das pescas, tem entre os seus objectivos específicos, a investigação de novos canais de comercialização do pescado fresco, a melhoria da qualidade e o valor acrescentado do pescado, a procura de novas oportunidades de negócio e de alternativas viáveis para a minimização e gestão de resíduos. Contam com a assessoria e a colaboração da Universidade de Santiago de Compostela

(Instituto de Investigación y Análisis Alimentario de la Facultad de Biología de Santiago de Compostela).

O Grupo Puerto de Celeiro exerce o Secretariado da Associação Europeia de Portos de Pesca e Lotas de Pescado e contribui com a sua experiencia na implementação de sistemas de rastreabilidade para a Projecto "European Fish Auction Data-Net (EFAD)" e para os projectos EAFF de normalização de processos, qualidade e mercados.

Coopera em programas de formação contínua em colaboração com a Cofradía de Pescadores Santiago Apóstol de Celeiro.

Dispõe de uma Aula Tecnológica Marinha a bordo da embarcação Santiago Apóstol e colabora com o Centro de Formación Náutico-Pesquera Vicente Gradaille

n) Medidas para aumentar a eficácia e o benefício da operação

A venda na lota é sempre feita com a exposição do produto. A excepção é o pescado de arrasto do litoral, que é vendido frequentemente via rádio.

o) Medidas para promover a pesca sustentável e boas práticas ambientais

A lota de Celeiro escolheu o ozono para tratamento ambiental e tratamento das águas. A principal vantagem é que elimina os odores e a contaminação anaeróbica ao ser injectado nas condutas de climatização e promove desinfecção ao ozonar a água do mar que se utiliza para lavar as instalações. Também se ozona a água doce utilizada para fazer gelo em escamas, a fim de evitar a presença de bactérias no pescado e permitir conservar por mais tempo a sua frescura.

O Puerto de Celeiro está a desenvolver linhas de investigação para minimizar e gerir os resíduos: recuperação de resíduos orgânicos gerados na lota e recuperação de resíduos gerados pela frota de palangre.

Colabora com a organização Sea Birdlife mediante um acordo que permite embarcar um biólogo nos barcos de Gran Sol, para observarem a incidência da mortalidade dos pássaros.

p) Conclusão

Os elementos a que se atribuí mais importância na boa gestão da Lota de Celeiro são:

- Os barcos que descarregam no porto de Celeiro são, em 90%, propriedade dos accionistas do próprio porto ou de seus associados
- Bom produto com venda regular e em quantidade suficiente
- Boa política de controlo de cobranças e pagamentos
- Rigor nos requisitos exigidos aos compradores
- Boas instalações
- Ênfase na qualidade e na investigação, desenvolvimento e inovação, como factores decisivos do progresso futuro do sector.

B.1.2 Puerto de Vigo



a) Tipo de organização, data da criação, accionistas

As lotas do porto de Vigo são geridas directamente pela autoridade portuária dependente dos “Portos do Estado” (Ministério do Fomento), se bem que numerosas organizações profissionais colaborem para o bom funcionamento comercial do sistema. A entidade gestora é uma empresa pública que pertence à “Administración General del Estado”.

As lotas foram construídas em diversas datas e sofreram recentemente várias reestruturações e modernizações. Entre 1905 e 1949 foram geridas pela câmara municipal de Vigo; desde essa altura passaram para a autoridade portuária.

As suas linhas estratégicas e planos de acção foram estabelecidos após amplos debates entre especialistas e operadores do sector.

b) Investimento inicial e investimentos posteriores. Fontes de financiamento

Desde 1999 investiram-se cerca de 36 milhões de euros em obras de ampliação, melhoria e modernização das infra-estruturas do porto pesqueiro de Vigo, valor que foi financiado em 50% pelo IFOP.

A lota de construção mais recente é a lota de mariscos, que arrancou em 2001, e foi a primeira lota espanhola da especialidade. Nela foi feito um investimento inicial de 361 000 euros. Em 2004 o Ministerio de Fomento atribuiu 1 202 000 euros para a “lota do relógio”.

c) Breve descrição das instalações e serviços

O centro operacional do porto pesqueiro de Vigo fica na área de Berbés, onde se concentram as operações do pescado fresco, com quatro cais e terraplenos onde se situam as principais empresas do sector de comercialização e venda.

No porto pesqueiro há várias lotas que procuram satisfazer as necessidades dos diversos operadores que diariamente transaccionam pescado:

- Altura – pescado proveniente de todo o mundo, sendo que mais de 50% chega por via terrestre e/ou aérea, em embalagens isotérmicas;
- Grandes Peces – destinada à comercialização de pescado de grande porte (atum, espadarte, tubarão, etc.);
- Bajura – destinada a espécies variadas de peixe e marisco provenientes das frotas das rias de Vigo e portos vizinhos; comercialização por leilão decrescente e amostragem, grande parte do produto (sardinha, cavala, etc.) destina-se à indústria transformadora;
- Litoral – destinada à pesca costeira da Galiza e de Portugal;
- Mariscos – destinada a marisco fresco.

Em conjunto, dispõem de 10 000 m² de salas de exposição, refrigeradas por sistema de frio industrial por acumuladores centrais, com climatização do ar ambiente entre 12 e 15°C.

Nestas lotas, os leilões são realizados por 216 empresas vendedoras autorizadas pela autoridade portuária (contra a apresentação de garantias e avales). Estas empresas dispõem de concessões do porto pesqueiro para aí instalarem as suas câmaras frigoríficas e outras instalações especializadas.

Quando os barcos pesqueiros chegam ao porto, as empresas vendedoras autorizadas procedem à descarga do pescado, depositam-nos em locais assinalados pela autoridade portuária para a sua manipulação e exposição durante a noite a fim de se iniciarem os leilões pelas 6 da manhã. Algumas destas empresas vendedoras pertencem a armadores de frotas pesqueiras.

Cada uma das lotas tem as suas normas de organização próprias. O porto pesqueiro dispõe também de uma lota interactiva digital que permite realizar aquisições *on-line*.

Lota de Altura (pesca longínqua):

Esta lota tem uma superfície de 35 000 m² e é constituída por um conjunto de edifícios, incluindo a nave de exposição e venda com 6 000 m² e 10 edifícios para instalações de exportadores de pescado, num total de 74 departamentos, com uma superfície total de 13 600 m². Esta lota dispõe de 414 lugares de estacionamento e um depósito de água salgada de 1 200 m³. O leilão faz-se na forma tradicional decrescente. Está actualmente em processo de informatização.

Lotas de Grandes Peces e de Bajura

Ocupam uma área de 16 164 m², dos quais 1 249 correspondem ao cais, 372 à sala de exposição, 234 à sala de pré-carga e 2 338 a estacionamento.

O edifício foi desenhado de forma a evitar contaminações durante o processamento do pescado e a otimizar o espaço e projectaram-se as diversas instalações de maneira a que o conjunto funcione de forma “inteligente”.

Lota de Litoral:

Está anexa à lota dos grandes peixes e à da Bajura. Movimenta produtos procedentes do litoral galego e português, pesca de cerco (sardinha, cavala e carapau). Grande parte do pescado destina-se à indústria transformadora.

Lota de Mariscos:

É um edifício recente (2001) com uma área coberta de 582 m². A lota está informatizada para a realização de leilões para as diversas espécies. A lota dos mariscos resultou da concentração de 7 lotas que funcionavam anteriormente na Ria de Vigo. Da sua concentração resultou uma substancial redução do pessoal e de outros custos directos e, por outro lado, um aumento significativo do valor do produto transaccionado.

As lotas do porto de Vigo (Altura, Bajura e Grandes Peces) foram as primeiras a nível mundial a obter a certificação pela norma ISO 9001/2000, aplicável a todo o processo desde a chegada do pescado ao porto até ao seu carregamento em camiões que o transportam para diversos destinos do continente europeu. Esta circunstância permitiu uma maior valorização do pescado comercializado e, do mesmo passo, favoreceu a sua exportação para os países europeus mais exigentes em matéria higio-sanitária.

Após ter obtido essa certificação ISO, a autoridade portuária intensificou os seus sistemas internos de forma a cumprir com requisitos de qualidade ainda mais estritos dos que os previstos na norma. Através deste sistema, o porto de pesca (“O Berbés”) transformou-se num dos pontos do litoral europeu mais controlados e mais conformes com os normativos europeus.

A alta concentração da oferta e a grande variedade dos produtos disponíveis, associadas às garantias de qualidade, fez incrementar significativamente o número de empresas estrangeiras a operar como compradores e expedidores de pescado no porto de Vigo. Actualmente as instalações estão já certificadas também pela norma ISO 14001.

As diversas lotas contam com excelentes infra-estruturas para a manipulação do pescado fresco, com salas de recepção e exposição diferenciadas para as diversas espécies e para as vísceras. Há portas de fole que separam as zonas “limpas” das zonas “sujas”.

Dispõem de um controlo exaustivo de qualidade. Na lota da Altura existe um quadro de controlo HACCP, fazendo-se também o controlo de parasitas. Os pontos de controlo de HACCP cobrem as fases de descarga e manipulação, descarga e transporte à sala de leilão, acondicionamento para venda, armazenamento e manipulação, carga e expedição.

O sistema de rastreabilidade assegura o seguimento do pescado desde a sua origem até à chegada aos mercados de retalho está ainda em desenvolvimento, dadas as dificuldades que resultam dos enormes volumes de pescado processado provenientes de uma vasta diversidade de origens e envolvendo uma extensa gama de espécies. Está em fase de implementação para algumas espécies, sendo que a Cooperativa de Armadores do Porto de Vigo (ARVI) está já a etiquetar com Denominação de Origem algumas espécies como o Areeiro, a Pescada e o Tamboril.

d) Número de trabalhadores e qualificação

Actualmente o número de pessoas que trabalham de forma directa nas lotas de Vigo é de 5 770, das quais 40 são empregadas pela autoridade portuária (20 no sector administrativo e 20 em funções policiais)

As restantes distribuem-se da seguinte forma:

- 1 829 em actividades diversas
- 1 705 de mercados e autarquias
- 752 empregados de armadores
- 216 vendedores
- 426 empregados de vendedores
- 118 exportadores
- 590 empregados de exportadores
- 6 compradores de fábricas
- 90 pessoal de descarga
- 3 veterinários, da “Consellería de Sanidade de la Xunta de Galicia”

Todas estas pessoas têm que ser acreditadas pela autoridade portuária.

As empresas vendedoras autorizadas transmitem os dados de primeira venda em lota aos serviços de informação da pesca da Xunta de Galicia através da autoridade portuária. Esta emite as guias de circulação para o transporte do pescado, antes de ser comercializado em lota. Os vendedores autorizados entregam o documento de transporte ou factura comercial aos compradores após aquisição do pescado em leilão.

e) Identificação das espécies mais vendidas na lota.

Quadro B5 – Lotas de Vigo. Espécies mais vendidas 2004

Espécies	kg	€	Preço médio
Areiro	6 677 427	27 215 923	4,08 €
Solha	1 565 341	3 668 742	2,34 €
Raia	3 110 358	4 574 094	1,47 €
Sardinha	4 640 880	2 658 369	0,57 €
Pescada	3 175 874	17 439 764	5,49 €
Tamboril	1 844 968	8 517 888	4,62 €
Espadarte	1 414 987	8 386 130	5,93 €
Chaputa	2 344 885	5 924 034	2,53 €
Cavala	538 352	205 091	0,38 €
Carapau	2 513 201	2 820 490	1,12 €

Quadro B6 – Lotas de Vigo. Espécies mais vendidas 2006

Espécies	kg	€	Preço médio
Areiro	5 862 045	28 344 660	4,84 €
Solha	1 790 984	5 096 057	2,85 €
Raia	2 802 788	4 812 959	1,72 €
Sardinha	4 094 806	2 027 079	0,50 €
Pescada	2 869 700	14 881 810	5,18 €
Tamboril	1 873 087	9 943 353	5,31 €
Espadarte	1 193 965	7 786 899	6,52 €
Chaputa	3 123 192	6 858 131	2,20 €
Cavala	2 071 930	689 253	0,33 €
Carapau	1 719 535	1 647 807	0,96 €

Quadro B7 – Lotas de Vigo. Espécies mais vendidas 2007

Espécies	kg	€	Preço médio
Areiro	5 696 713	31 382 424	5,51 €
Solha	2 035 088	6 570 432	3,23 €
Raia	2 903 427	5 547 008	1,91 €
Sardinha	3 539 065	1 699 637	0,48 €
Pescada	2 646 711	12 505 346	4,72 €
Tamboril	2 030 746	11 500 958	5,66 €
Espadarte	1 127 701	6 820 128	6,05 €
Chaputa	7 672 635	11 071 176	1,44 €
Cavala	3 474 016	1 119 970	0,32 €
Carapau	2 314 376	2 420 364	1,05 €

f) Taxas e comissões

Com utilização da lota

- 3,00% do valor da transacção para o pescado descarregado por via marítima
- 2,40% do valor da transacção para o pescado que chega por via terrestre

Sem utilização da lota

- 1,80% do valor da transacção para o pescado descarregado por via marítima

As empresas vendedoras autorizadas pagam à autoridade portuária uma percentagem calculada sobre o valor total das transacções em lota. Desta percentagem 80% respeita à taxa de pescado fresco e 20% à taxa dos serviços gerais.

h) Serviços complementares

A autoridade portuária oferece aos utentes serviços de água ozonizada, limpeza dos locais destinados a leilão e exposição, energia eléctrica, infra-estruturas de acesso, básculas para caixas, paletes e retalhistas, serviço de vigilância, etc.

Há uma gama de serviços que foram concessionados pela autoridade portuária a empresas privadas: guas de descarga, fabrico de caixas e paletes, câmaras frigoríficas, etc.

i) Medidas estratégicas para atrair vendedores e compradores à lota

A forma de atrair vendedores e compradores para as lotas de vigo radica no Sistema GAP (Gestão Activa e Participativa) que é seguido pela autoridade portuária em estreita articulação com os utentes.

A oferta das lotas envolve as actividades de processamento de pescado, indústrias conserveiras e indústrias auxiliares, formando um *cluster* pesqueiro que abrange todos os sectores aferentes à pesca. Inclui também actividades de suporte, como formação, assessoria jurídica, apoio na resolução de conflitos internacionais, apoio em gestão de pessoal e segurança social, etc. Esta estruturação em cluster faz com que o porto de Vigo seja uma localização de eleição para muitas empresas do sector pesqueiro.

j) Níveis de rentabilidade

A autoridade portuária gere todas as instalações portuárias do porto de Vigo (porto pesqueiro, lota, porto comercial, porto de passagem, porto de recreio, tráfego marítimo). Os seus principais rendimentos são provenientes das diversas taxas cobradas aos utentes do porto – taxas por utilização privada, taxa dos navios, taxas de embarcações desportivas e de recreio, taxas de passagem, taxas sobre mercadorias, taxas sobre o pescado fresco, taxas por instalações, taxas por serviços não comerciais.

Os custos mais importantes suportados pelo porto são os gastos com o pessoal e com fornecimentos e serviços de terceiros. Não estão disponíveis custos segregados afectados exclusivamente às lotas, sendo que alguns deles não podem ser imputados já que se aplicam a todas as actividades portuárias (e.g.: vigilância e policiamento).

Do número total da força de trabalho empregue pela autoridade portuária, 240 pessoas, apenas 40 estão adstritas ao porto pesqueiro.

Relativamente ao exercício de 2005, estima-se que as taxas incidentes sobre o pescado fresco tenham representado cerca de 17% dos proveitos totais da autoridade portuária, restantes taxas corresponderam a cerca de 55%, sendo o restante obtido através de receitas diversas, incluindo subsídios. No tocante aos custos, os relativos ao pessoal corresponderam a 18% dos proveitos e os restantes custos de exploração cerca de 16%.

Uma estimativa dos valores que possíveis de serem imputados ao funcionamento das lotas, também para 2005, é o seguinte:

- Taxas cobradas 6 268 milhares de euros;
- Gastos imputáveis 72% das taxas
- Amortizações imputáveis 24% das taxas
- Lucro imputável 4% das taxas

k) Colaborações com a Organização de Produtores

Nesta área, as colaborações mais relevantes verificam-se com as seguintes organizações, em todas as actividades relevantes para as descargas, manipulação, venda em lota, armazenagem, expedição, etc:

- Organização de Produtores de Pescada Fresco do Porto de Vigo (OPPF-4)
- Organização de Produtores de Navios Congeladores de Merlucídeos, Cefalópodes e espécies várias (OPPC-3)
- Cooperativa de Armadores de Pesca do Porto de Vigo (ARVI)

l) Colaboração com outras lotas. Benefícios resultantes

Como se viu, a lota de mariscos resultou da fusão das 7 lotas existentes na Ria de Vigo. Esta operação permitiu concentrar num só ponto a grande maioria da oferta de marisco da Galiza, reduzindo custos, melhorando preços e aumentando a clientela.

m) Actividades de I+D próprias e em colaboração

A autoridade portuária colabora com a Universidade de Vigo num estudo de um sistema de etiquetas com microprocessadores electrónicos.

Colabora também com o centro de Investigações Marinhas, do Centro Tecnológico del Mar num estudo de aproveitamento de resíduos orgânicos.

n) Medidas para aumentar a eficácia e o benefício da operação

80% do pescado fresco descarregado pelos barcos de pesca de cerco não passa pela lota, sendo vendido directamente à indústria ainda a bordo dos barcos pesqueiros. Isto significa que, de acordo com as condições contratuais, os adquirentes devem pagar pelo pescado o valor mais elevado dos que tenham sido objecto de transacção em lota. O facto de apenas 20% do pescado ser comercializado através da lota, contribui para uma tendência crescente dos preços.

o) Medidas para promover a pesca sustentável e boas práticas ambientais

A autoridade portuária tem como objectivo o desenvolvimento de uma gestão portuária sustentável, vinculando-se ao desenvolvimento socioeconómico do porto, mantendo a protecção dos valores ambientais, baseado em:

- Tráfegos limpos
- Estudos de impacte ambiental para todas as obras
- Controlo rigoroso das concessões
- Formação e sensibilização da comunidade portuária
- Recuperação dos espaços degradados

A autoridade portuária estabeleceu um conjunto de medidas orientadas para a minimização dos impactes ambientais gerados pelas actividades portuárias. Fazem parte destas medidas a recolha selectiva de resíduos e o encaminhamento para o fabrico de farinhas dos resíduos orgânicos gerados nas descargas de pescado fresco.

p) Conclusão

Os aspectos mais salientes a sublinhar nas lotas de Vigo são os seguintes:

- Um sistema de gestão com grande e activa participação dos utentes, organizações de produtores, associações, empresas vendedoras autorizadas, compradores, exportadores, prestadores de serviços diversos, etc;
- Uma estratégia que combate a proliferação e a fragmentação dos mercados de primeira venda de pescado;
- Um atitude de rigor nos investimentos que impede, nomeadamente, que sejam realizadas despesas com obras de lotas de pequena dimensão, obsoletas e francamente inviáveis.

A autoridade portuária como gestora responsável das lotas da região de Vigo advogou a concentração dos mercados de primeira venda de pescado num só mercado de grande dimensão e vasta gama de produtos, nele centralizando todos os serviços, assim evitando “paroquiaríamos” retrógrados e dispendiosos.

B.2 – Estudo de casos de boas práticas na Gestão da Primeira Venda de Pescado, em França

B.2.1 Lota de Roscoff



1. Descrição geral

Órgão de gestão

A lota de pescado de Roscoff é gerida pela Câmara de Comércio e Indústria (CCI¹) de Morlaix. É a única lota administrada por esta CCI.

Antecedentes e escolhas estratégicas

A lota de pescado foi criada em 1988. Nessa altura era gerida município de Roscoff, mas devido a problemas financeiros, a CCI de Morlaix tomou a seu cargo a gestão da lota em 1991. A CCI entrou nessa actividade num contexto difícil na altura (em 1994 os pescadores franceses passaram por uma crise que se traduziu numa quebra de vendas na lota de Roscoff, na ordem das 1 600 t/ano).

Antigamente a lota estava situada no velho porto e não estava acessível durante a maré baixa. Em 2003 foi construída uma nova lota e o seu porto é agora acessível 24 horas por dia.

O crescimento desta lota foi feito gradualmente. O arranque das vendas deu-se em 1999, com vendas na ordem das 2 500 toneladas. Em 2003, a lota de Roscoff tinha vendas na ordem das 3 000 toneladas, aumentando para as 3900 toneladas em 2005. Para 2008 o objectivo é atingir as 4 500 toneladas, pelo que será necessário proceder-se a um aumento das suas instalações. Num contexto de diminuição global das capturas da pesca, Roscoff conseguiu multiplicar por 4, em dez anos, o volume de pescado processado na lota.

As principais escolhas estratégicas empreendidas pela CCI podem resumir-se como segue:

- Desde 1992, que a aposta incidiu no desenvolvimento de um sistema de triagem/classificação de grande qualidade. Para tal, foram feitos investimentos na formação do pessoal nos domínios da classificação e as formas de evitar a degradação da qualidade do pescado. A classificação torna-se, deste modo, o principal elemento estratégico desta lota. Os preços médios cresceram porque, dada a qualidade da classificação, os desembarques de maior qualidade deixaram de estar misturados com os de qualidade média, com a consequente valorização económica. Esta política de classificação torna-se então no suporte para uma política de aumento da qualidade. A lota de pescado passou a ter um papel importante, ao impor aos pescadores a diminuição do tempo de pesca para o desembarque do pescado de melhor qualidade. Esta política permitiu atrair navios mais competentes e aptos a aceitar o caderno de encargos da lota.

¹ As CCI são associações empresariais de interesse público geridas por assembleias gerais de representantes de empresas privadas eleitos pelo conjunto dos seus pares. A CCI de Morlaix engloba não só as empresas ligadas ao sector da pesca ou ao comércio do peixe, mas também todas as outras empresas inscritas no registo comercial da área. Dos 20 representantes eleitos pela CCI Morlaix, só um é que está ligado ao sector da transformação dos produtos do mar (sobretudo de salmão fumado).

- Entre 1995 e 2005 houve um grande desenvolvimento dos “desembarques avançados”, no respeitante às actividades da pesca de alto mar. “Desembarque avançado” corresponde à situação em que o desembarque das capturas ocorre num dado porto, mas estas são depois transferidas por terra outro local de desembarque ou outra lota. Assim, em 2005, 30 navios de alto mar desembarcaram com regularidade em Roscoff, sem venderem na lota. As suas capturas eram depois transferidas para outras lotas, desde a de Cherbourg até à de Turballe (principalmente Saint Quay Portrieux, Lorient, Le Gilvinec, Concarneau). Roscoff está muito bem localizada para ser uma base avançada: fica próxima das zonas de pesca e está muito bem servida por uma boa rede rodoviária.
- A lota de Roscoff soube tornar-se atractiva explorando a sua situação geográfica e a qualidade no serviço de classificação. Progressivamente, algumas embarcações de pesca de alto mar de Saint Malo começaram a vender na lota de Roscoff (cerca de 6 embarcações). Isto permitiu à lota de Roscoff aumentar os volumes transaccionados e lançar-se na construção de uma nova lota.
- Esta foi inaugurada em 2003. Foi dada atenção especial às operações de triagem/classificação: os espaços dedicados são aumentados e a ergonomia da sua organização melhorada. A qualidade resultante das operações de classificação passou a ser um atributo fortemente reconhecido pelo mercado.
- Na sequência das opções por classificação de grande qualidade e de respeito por caderno de encargos rigoroso ao nível dos barcos pesqueiros, a lota pôde passar, em finais de 2005, a um novo patamar: venda informatizada e à distância. Como os compradores remotos confiam na qualidade do serviço de classificação da lota, actualmente 54% das vendas efectuadas são feitas à distância.
- A partir de 2003 a lota lançou-se também na venda de crustáceos, intensificando esta nova gama em 2006. Tradicionalmente, estes produtos são muito difíceis de vender em lota. A de Roscoff foi umas das primeiras lotas francesas a avançar com este tipo de produto, que permite atingir preços interessantes se as condições técnicas de armazenamento forem controladas. Estas circunstâncias também permitem uma melhor valorização nas capturas locais, já que o desenvolvimento da sua comercialização em lota induziu um aumento da actividade de pesca de crustáceos.
- Actualmente, as capturas regulares são asseguradas por uma frota constituída por 7 arrastões de pesca de alto mar, 6 arrastões pelágicos e 68 embarcações costeiras e à linha. Há 53 comerciantes de pescado registados para comprar na lota, 38 dos quais realizam operações à distância.

Investimentos (Euros)

Edifício da nova lota de pescado + equipamento	2,6 milhões
Infra-estruturas (cais, vias rodoviárias e redes diversas)	6,5 milhões
Entrepasto com 22 000 caixas para a manipulação de pescado	15 milhares
Dispositivos de venda informatizada e à distância	220 milhares
Dispositivo que permite a venda de crustáceos	183.000 euros
(viveiros e bombagem de água do mar limpa)	

Plano de financiamento de venda informatizada: 10% do governo regional, 10% da autoridade departamental, 50% da UE (IFOP), 10% do estado central (OFIMER) e 20% da CCI Morlaix.

Taxa de subsidiação: 80%.

Equipamentos e serviços

Os dados seguintes dizem respeito apenas à nova lota, que conta com uma área total de construção de 2 500 m².

Equipamentos específicos da lota	Equipamentos associados (CCI)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Zona de armazenamento de frio controlado, antes da classificação ▪ Câmara frigorífica específica para os navios costeiros ▪ Zona de classificação (300 m²), com temperatura controlada ▪ Espaço de exposição e venda, com temperatura controlada (690 m²) ▪ Sala de vendas informatizadas (130 m²) ▪ Área técnica, contendo uma máquina para lavar as caixas de manutenção do peixe (500 caixas/hora), uma estação de pré-tratamento das águas residuais, áreas de limpeza dos camiões ▪ Área administrativa ▪ Galeria de visita para turistas ▪ Produção de gelo de 30 t/dia ▪ Cais de desembarque de 90 m ▪ 2 veículos para a recolha de peixe em portos próximos (Plouescat) ▪ Gruas de cais e material de manutenção ▪ Sala de viveiros para o armazenamento dos crustáceos (50 viveiros com capacidade de 200 litros) ▪ Bombagem de água do mar para os viveiros 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cais de desembarque da pesca do alto com 120 m (os desembarques não são comercializados na lota, mas esta, em contrapartida, recebe as taxas portuárias pelo uso do cais de pesca de largo – REPP²) ▪ Entrepasto de pesca com áreas para o armazenamento do material de pesca ▪ Posto de combustível sem imposto ▪ Água e electricidade do cais
Serviços realizados pela lota	Custos dos serviços (€ HT) ou % ad valorem
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Desembarque do pescado ▪ Triagem/Classificação ▪ Primeira venda (venda informatizada e à distância) ▪ Carregamento para expedição pós-venda ▪ Impressão da documentação administrativa ▪ Registo de dados estatísticos e seu encaminhamento para a administração pública ▪ Garantia dos pagamentos D+2 ou D+8 ▪ Previsão das descargas D-1 	<p>Taxa de utilização da lota: 3% vendedor, 3% comprador</p> <p>Taxa de utilização dos viveiros: 0,0428 €/kg vendedor, 0,0428 €/kg comprador</p> <p>Tirar gelo e seleccionar: 0,0339 €/kg vendedor</p> <p>Adicionar gelo (depois da classificação): 0,0116 €/kg vendedor, 0,0116 €/kg comprador</p> <p>+ Facturação diversa consoante os serviços anexos (limpeza, aluguer de grua e de caixas fora das operações de desembarque, aluguer de veículos, etc.)</p>
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fornecimento de gelo ▪ Fornecimento de água e electricidade 	<p>Navios utilizadores: 43,33 €/t isentos de IVA</p> <p>Comerciantes de pescado utilizadores: 43,33 €/ t + 5,5% IVA</p> <p>Não utilizadores: 83,33 €/t</p>
Serviços não facturados pela lota	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fornecimento de combustível ▪ Desembarque do peixe no cais de alto 	Fornecedores de serviços terceiros

² REPP – Redevenance d'équipements des ports de pêche

Nível de mecanização

Além da lavagem das caixas de manutenção, não há mais nenhuma operação mecanizada.

A lota está conforme as normas sanitárias europeias. Dispõe de uma aprovação sanitária e, para isso, está em conformidade com os planos HACCP e de higiene.

Rastreabilidade

A rastreabilidade é assegurada para cada lote vendido: número de lote, nome da embarcação, quantidade de caixas incluídas no lote e a classificação EAAQ (Espécie, Dimensão, Apresentação e Qualidade) – tradução francesa do sistema imposto pelas normas europeias de comercialização.

Serviços complementares existentes

- Serviços bancários, incluindo levantamentos por conta de terceiros. Os comerciantes de peixe, aderentes do fundo de garantia do comércio de peixe, movimentam os seus pagamentos através deste fundo de garantia (que é independente da lota);
- Iniciativa qualidade: oferece a possibilidade ao sistema de qualidade regional (Bretagne Qualité Mer) de intervir junto dos seus associados;
- Registo das vendas directas entre um comerciante de peixe local e os pescadores (compra de crustáceos descarregados no cais de 120 m de pesca de alto)
- A recolha do pescado num porto exterior:
A lota de pescado de Roscoff faz a recolha dos produtos no porto de Plouescat/Pors Guen. Para tal, disponibiliza um semi-reboque frigorífico que fica em permanência no local de desembarque e faz as transferências diárias com um veículo ligeiro de transporte, que fornece gelo ao semi-reboque.

A política da lota de pescado não é a de procurar, a qualquer preço, produtos nos portos associados, mas antes de escolher os pescadores que aceitem trabalhar com o caderno de encargos qualidade, definido e imposto pela própria lota.

- A qualidade da classificação:
É dada uma atenção especial a este serviço.
- Acolhimento turístico

Este acolhimento é feito por uma pessoa não pertencente à lota, disponibilizada pela CCI Morlaix. A lota é remunerada, de forma meramente simbólica, pelo acolhimento turístico que proporciona. Em 2006, a lota de pescado de Roscoff foi visitada por 7 000 pessoas.

Pessoal e qualificações específicas

Na lota de pescado trabalham cerca de uma trintena de pessoa a tempo inteiro:

- 4 administrativos
- 25 trabalhadores e chefes de equipa para assegurar a manipulação do peixe e o funcionamento técnico da lota; estão organizados em 3 equipas: Desembarque, Classificação e Venda; havendo desembarques de grande volume, as equipas ajudam-se mutuamente para assegurar um processamento mais rápido. No recrutamento foi dada prioridade à maior polivalência possível do pessoal. Existem, no entanto, algumas especialidades:
 - 6 trabalhadores dispõem de carta de pesados
 - O chefe da equipa da classificação recebeu formação complementar em termos de gestão das equipas e sobre higiene e qualidade (em geral).

A antiguidade dos trabalhadores situa-se entre 7 e 8 anos, para uma média de idade de 26 anos.

A gestão do pessoal bem como a sua remuneração está organizada como numa empresa privada. Os trabalhadores recebem um salário mínimo (tabela salarial da CCI), mas os aumentos e a progressão na carreira são geridos individualmente, com objectivos e avaliações individuais.

2. Proveitos e Custos. Controlo de custos.

Vendas

Quadro B8 – Lota de Roscoff. Vendas globais 2004-2006

	2004	2005	2006
Toneladas	3 426	3701	3926
Montante (k€)	12 300	13907	15 910
Preço médio (€/kg)	3,59	3,76	4,05

Quadro B9 – Lota de Roscoff. Vendas por espécies (t) 2004-2006

ESPÉCIES	2004	2005	2006
Outras espécies	1 962	1 687	1 928
Robalo	144	170	300
Tamboril	863	969	821
Lula-vulgar	124	148	113
Juliana	0	121	136
Galo-negro	70	65	75
Choco-vulgar	0	286	317
Sapateira	207	211	198
Pregado	56	44	39
TOTAL	3 426	3 701	3 927

Quadro B10 – Lota de Roscoff. Vendas por espécies (k€) 2004-2006

ESPÉCIES	2004	2005	2006
Outras espécies	4 756	4 220	5 209
Robalo	1 078	1 227	2 235
Tamboril	4 126	5 087	4 849
Lula-vulgar	694	831	611
Juliana	0	458	571
Galo-negro	666	627	773
Choco-vulgar	0	441	690
Sapateira	195	300	318
Pregado	785	716	654
TOTAL	12 300	13 907	15 910

Quadro B11 – Lota de Roscoff. Preços médios por espécies (€/kg) 2004-2007

ESPÉCIES	2004	2005	2006
Outras espécies	2,42	2,5	2,7
Robalo	7,5	7,2	7,44
Tamboril	4,78	5,25	5,91
Lula-vulgar	5,58	5,63	5,42
Juliana		3,8	4,2
Galo-negro	9,5	9,62	10,36
Choco-vulgar		1,54	2,18
Sapateira	0,94	1,42	1,61
Pregado	14,1	16,11	16,72
TOTAL	2,42	2,5	2,7

Taxas

Para os serviços, ver atrás na secção “Equipamentos e Serviços”

Total das taxas de lota: 6% ad valorem + taxas por volumes tratados (na classificação e na adição de gelo)

A taxa portuária (REPP), na lota de Roscoff, é de 1% para o pescador e 1% para o vendedor. É aplicada em todos os desembarques, mesmo aqueles que não são vendidos na lota.

Valores de exploração

No quadro seguinte os valores orçamentais para 2007.

Quadro B12 – Lota de Roscoff. Orçamento para 2007

	Montante (k€)	%	Observações
Proveitos totais	2 100	100%	
REPP	700	33%	Parte da REPP cobrada é do Estado
Serviços de desembarque e a venda	1 150	55%	
Venda de gelo e serviços diversos	250	12%	
Custos totais	2 066	100 %	
Despesas com pessoal	1 100	53%	
Energia e fluidos	72	3%	
Pequenos fornecimentos	51	2%	
Despesa de gestão	57	3%	
Impostos e taxas	32	2%	
Encargos financeiros	54	3%	
Amortizações	700	34%	
RESULTADO BRUTO	34		

Controlo dos custos e da rentabilidade

Dado o seu elevado valor, as amortizações são um dos aspectos críticos da exploração da nova lota. Os valores previsionais das amortizações respeitantes ao imobilizado actual serão os que se mostram no quadro seguinte para os anos indicados.

Quadro B13 – Lota de Roscoff. Amortizações previsionais por grandes grupos de imobilizado (k€)

	2008	2013	2018	2023
Edifício	173	173	173	
Cais	325	325	325	325
Informática	44			
Viveiros+bombagem	37			
Diversos	121	121	121	121
Total	700	619	619	446

Os montantes das amortizações são cobertos pela REPP.

A contribuição para as receitas da REPP é a seguinte:

- 42% dos desembarques comercializados na lota de pescado (cerca de 300 k€)
- 58% dos desembarques efectuados no cais "pesca de largo", sem que sejam comercializados em Roscoff ("desembarques avançados", cerca de 400 k€).

Pode-se concluir que:

- Roscoff dispõe de uma nova infra-estrutura com boa operacionalidade;
- A cobertura dos investimentos em capital fixo é assegurada em cerca de 58% pela diversificação do potencial económico local, através do recurso a outras actividades ("desembarques avançados"). Esta possibilidade autoriza a assumir o risco dos investimentos e da sua renovação, em ordem a continuar a adaptar-se à evolução da procura.

Adequação entre os serviços prestados e as despesas de pessoal

O montante das despesas de pessoal representa 53% do conjunto dos encargos da lota. É de notar que este valor corresponde praticamente aos proveitos provenientes dos serviços facturados no contexto dos desembarques e vendas (1,15 milhões de euros). Assim, há uma boa adequação entre as receitas pelos serviços prestados e os encargos que eles originam.

3. Elementos estratégicos.

Atractividade da lota de pescado, reforço da produtividade e eficiência

Critérios de Roscoff:

- Classificação de qualidade
- Melhores preços
- Atractividade crescente
- Em consequência: aumento dos volumes vendidos
- Modernização do equipamento, tornando-o muito funcional e permitindo fortes ganhos de produtividade de desembarque 24h/24h
- Situação geográfica valorizada
- Aumento do número de compradores, designadamente através da modalidade de venda à distância
- Boa gestão do pessoal: motivação individual, existência de indicadores, nomeadamente sobre a eficiência da classificação como base da sua avaliação,

descrição de funções por posto de trabalho, mas ... manutenção de uma forte polivalência

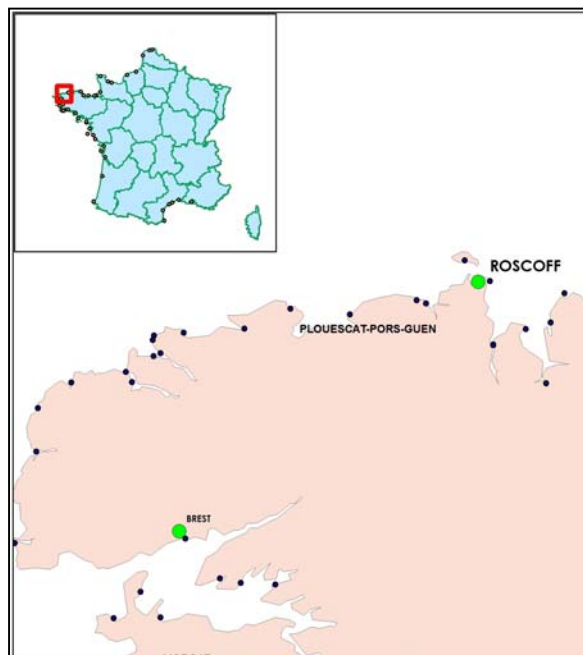
O director da lota considera como prioritários os seguintes elementos estratégicos: 1) Orientação para a qualidade dos serviços, 2) Formação na área de gestão, 3) Boa gestão da massa salarial de forma a reforçar a polivalência do pessoal, 4) Período de amortização longo para os investimentos.

Pesca sustentável e boas práticas ambientais

Foi estabelecida uma reciclagem portuária, incluindo a triagem selectiva dos resíduos.

Existe um pré-tratamento das águas residuais da lota.

Localização



Imagens do exterior



Sala de triagem/classificação



B.2.2 Lotas de Côtes d'Armor - Saint Quay Portrieux – Erquy – Loguivy

1. Descrição geral



Órgão de gestão

Desde 1997 que estas lotas são geridas pela Câmara de Comércio e Indústria de Côtes d'Armor. Esta CCI gere 17 portos (comerciais, de recreio e de pesca), um aeroporto, vários transportes marítimos e o novo porto de Saint Quay Portrieux.

Os interesses dos armadores de pesca estão representados na comissão de portos de pesca e de recreio, já que nenhuma empresa de pesca pertence aos corpos gerentes eleitos da CCI.

Breve historial e opções estratégicas

Primeira fase: responder às necessidades da pesca da Côtes d'Armor (essencialmente costeira).

Em 1977 a CCI obtêm a concessão dos portos de pesca do Departamento³. Nessa altura estavam em actividade 9 postos de vendagem. O seu objectivo era cobrir as necessidades de comercialização das frotas pesqueiras locais e dos vários pontos de desembarque do departamento, designadamente na zona da baía de Saint Brieuc, para cobrir os desembarques de vieiras. As vendas foram progressivamente alargadas às espécies de peixes, que são muito diversificadas naquela zona.

Em 1981 foram criadas a lota de Erquy e as instalações de porto de Legué, em Saint Brieuc e de Loguivy.

Estes investimentos foram acompanhados de uma concentração das actividades de vendagem em apenas 3 locais (1985): Erquy, Saint Quay et Loguivy. Uma das razões para esta concentração foi a necessidade de dispor de instalações mais bem estruturadas (com maiores exigências em matérias de cadeia de frio), mas também a de obter melhores preços (através de uma maior concentração da oferta e da procura) e a de obter economias de escala (melhorando a relação entre o volume de investimento e a qualidade dos serviços prestados).

Em 1990 foi construído o porto de águas profundas de Saint Quay Portrieux (que permite operações de descarga independentemente das marés). Em consequência, as actividades no porto de Saint Brieuc foram progressivamente abandonadas.

Em 1992, verificou-se a primeira informatização de Saint Quay et d'Erquy. Na altura, cada lota funcionava de forma independente.

³ Desde 1799/1800 que o “departamento” é uma divisão administrativa da França dirigida pelo “perfeito de departamento”, nomeado pelo governo e assistido por sub-perfeitos. Existem em França 100 departamentos que desempenham funções desconcentradas do estado francês (d direcções departamentais de equipamento, direcções departamentais de assuntos sanitários e sociais, etc.).

Segunda fase: acompanhamento do crescimento da frota de pesca longínqua

A partir de 1990, 3 armadores privados (sociedades de pesca com vários navios), especializados em pesca longínqua (navios com mais de 18 m) instalaram-se na região. Passou-se assim de 2 navios em 1986 para 10 navios em 1995 e 29 em 2006.

Este crescimento foi acompanhado de uma pequena redução da frota pesqueira costeira (cerca de 280 unidades), sem qualquer impacto sobre os volumes de pescado descarregado.

Em 1995 as vendas das lotas de Côtes d'Armor foram de 9 876 t, com um valor de 19,3 milhões de euros. Esta actividade correspondia à capacidade de desembarque de cerca de 10 mil toneladas que ficara disponível após os investimentos de 1990.

O crescimento da frota de pesca longínqua, verificado desde 1995, foi acompanhado pelo crescimento das lotas. Actualmente, a lota de Erquy serve uma frota de pesca longínqua de 15 navios de 20 a 25 metros. A lota de Saint Quay Portrieux serve uma frota de 14 navios de pesca longínqua, detidos por dois armadores.

Em 2000 as vendas totais representaram 16 991 t com um valor de 34 milhões de euros. Em 2003 atingiram um máximo de 24 304 t com um valor de 47,7 milhões de euros.

As frotas de pesca longínqua representam cerca de 70% da quantidade de pescado vendido nas lotas, sendo o restante proveniente das embarcações de pesca costeira.

Durante este período foi também realizado um esforço para reduzir a duração da pesca longínqua para 7 dias por maré, através do recurso aos “desembarques avançados”, para melhorar a qualidade do pescado. Os desembarques das frotas de pesca longínqua são realizados principalmente em Roscoff, tendo, para esse efeito, a CCI investido em meios de transporte rodoviários frigoríficos para canalizar o pescado para as lotas Côtes d'Armor - Saint Quay Portrieux – Erquy.

A lota de Loguivy opera apenas durante 6 meses por ano para venda de vieiras. Durante o resto do período assegura os serviços logísticos de recolha e transferência para Saint Quay Portrieux a partir de portos de descarga secundários. A lota de Erquy encarrega-se também destes transportes a partir de Saint Cast e de Le Dahouet.

Em 2006 foi empreendida uma nova informatização das lotas que permite registar as capturas nos sistemas de Loguivy, Erquy e Saint Quay e de realizar aquisições à distância. Desta forma, as três lotas funcionam como uma única lota. Há 85 compradores registados.

A estratégia em 2006 continua a basear-se nos seguintes pontos:

- Oferecer serviços de elevado nível quer à pesca costeira quer à pesca industrial, designadamente em matéria de preços e qualidade do serviço;
- Manter os serviços de recolha de pescado em portos alheios (Perros-Guirec, Pors-Even, Paimpol, Dahouet e Saint Cast), com destino às lotas de Erquy e de Saint Quay Portrieux;
- Manter os serviços de recolha de capturas de desembarque avançado (por exemplo, Roscoff), também com destino às lotas sob gestão da CCI;
- Manter os níveis de diversidade de produtos de forma a manter a atractividade das lotas.

O sucesso destas lotas resultou de uma reflexão sobre os serviços a prestar (aos pescadores e compradores) e de um processo de colaboração das sociedades de pesca, tanto costeiras como longínquas, num espírito de colaboração destes actores departamentais. A conjugação destes dois factores permitiu à CCI dotar-se das ferramentas necessárias para responder às

necessidades dos pescadores e, a estes, melhorar as suas práticas profissionais e aumentar a qualidade do pescado.

Comercialização

Os Quadros seguintes mostram as capturas processadas em lota em 2006.

Quadro B14 – Lotas de Côtes d’Armor. Capturas por grandes grupos de pescado

	t	Milhões de €	% do valor
Peixes	9 123	28,9	54 %
Cefalópodes	2 350	7,3	14 %
Moluscos	11 533	17	32 %
Total	23 006	53,2	100 %

Quadro B15 – Lotas de Côtes d’Armor. Capturas por frotas

	t	Milhões de €	% do valor
Frota de alto (Erquy: 15 unid - Saint Quay: 14 unid)	8 000	25,34	47 %
Frotas costeiras (Erquy: 70 unid - Saint Quay: 85 unid, outros portos: 125 unid)	15 006	27,86	53 %
Total	23 006	53,2	100 %

A temática da manutenção do crescimento dos volumes e preços de pescado é essencial para estimar o risco estratégico das lotas. A sustentabilidade desta exploração poderá ser questionada, em particular para a frota de alto, que é a que está mais exposta aos riscos de sobre-pesca e de acesso às quotas. Pode, porém, afirmar-se com alguma certeza que a situação para os dez anos seguintes não será muito difícil:

- A dependência da frota de largo é de 47%. Para os principais armadores a transmissão das empresas dos gerentes que se reformam e os novos gestores (os seus filhos) já foi realizada em grande medida. A frota é moderna e as sociedades estão em boa situação financeira. Assim, o risco de paralisia completa das actividades é reduzido. Mesmo que venha a diminuir ligeiramente o número de barcos, não haverá impacte significativo no volume das descargas.
- A dependência da frota costeira é de 53%. Esta frota é muito diversificada e explora recursos costeiros que estão muito bem geridos, em especial no tocante aos moluscos, que representam 32% das vendas. Por isso, o risco de diminuição das descargas é muito baixo.

Investimentos

1990 – Construção da lota de Saint Quay (edifício, informática, equipamento, frio, cais de pesca): **4,5 milhões de €** (25,4% FEOGA, 5 % Estado, 4% OFIMER, 5% Região, 5% Departamento, 55% CCI)

2003 – Saint Quay e Erquy, 2 máquinas de caixas e pequenos equipamentos: **1,55 milhões de €**; Saint Quay, trabalhos de reparação da lota: **990 k€**;

2004 – Saint Quay e Erquy (vigilância/segurança (150 k€), camião (152 k€), parque de caixas (170 k€)) ampliação da lota de ERQUY (500 k€); total: **1,6 milhões de €**;

2005 – Saint Quay e Erquy: caixas e paletes (200 k€), grua (45 k€) ferramentas para melhorar a manipulação (120 k€ x 2); total: **500 k€**

2006 – Saint Quay e Erquy: caixas e paletes (200 k€), equipamento de tratamento ultravioleta da água do mar (50 k€) e materiais diversos; total **500 k€**.

Descrição dos equipamentos e serviços

Equipamentos da lota	Equipamentos conexos (CCI)
SAINT QUAY PORTRIEUX <ul style="list-style-type: none"> ▪ Edifício de 3 300 m², dos quais 1 800 m² refrigerados ▪ Produção de gelo: 20 t/dia ▪ Degelificador e material de manutenção ▪ Venda informatizada em conexão com Erquy e Loguivy ▪ Área administrativa ▪ Máquina de lavagem de caixas ▪ Equipamento de transporte (1 semi-reboque de 19 t + 23 t) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Porto de águas profundas (acessível 24h/24h) ▪ Pontões para navios de pesca ▪ Gasóleo ▪ Cooperativa marítima ▪ 2 escritórios de comerciantes ▪ Oficina de para descascar vieiras ▪ Sistema de recolha e armazenamento de resíduos
ERQUY <ul style="list-style-type: none"> ▪ Edifício de 1 800 m², dos quais 371 m² de câmaras frigoríficas ▪ Máquina de lavagem de caixas ▪ Degelificadores ▪ Calibradora de peixe ▪ Venda informatizada ▪ Máquina de gelo 10 t/dia ▪ Equipamento de transporte (2 semi-reboques de 19 t + 1 viatura ligeira) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Porto de águas profundas ▪ Gasóleo ▪ Cooperativa marítima ▪ 3 escritórios de comerciantes p/ alugar ▪ 2 escritórios de comerciantes privados ▪ Gruas de manutenção ▪ Sistema de recolha e armazenamento de resíduos
LOGUIVY <ul style="list-style-type: none"> ▪ Câmara frigorífica > 0°C : 36 m² ▪ Câmara frigorífica <0°C : 36 m² (isco) ▪ Máquina de gelo 2,5 t/dia ▪ Bâscula interconectada com as outras lotas ▪ Equipamento de transporte semi-reboques de 19 t + 1 viatura ligeira) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gasóleo ▪ Grua de manutenção
Serviços prestados pelas lotas	Custo dos serviços em % do valor de venda
SAINT QUAY PORTRIEUX, ERQUY <ul style="list-style-type: none"> ▪ Descarga, Classificação, Pesagem, Vendagem ▪ Facturação ▪ Pagamentos ▪ Recolha de pescado noutros portos ▪ Lavagem de caixas ▪ Carregamento de camiões para expedição ▪ Previsão das descargas 	Qualquer que seja a prestação há uma tarifa única: 3,3% comprador, 3,3% vendedor
LOGUIVY <ul style="list-style-type: none"> ▪ Descarga, Classificação, Pesagem, Vendagem ▪ Facturação não informatizada durante 6 meses (vieiras) ▪ Recolha e transporte para Saint Quay Portrieux durante todo o ano 	
Taxas obrigatórias facturadas pelas lotas	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Receitas consignadas aos equipamentos portuários, calculadas sobre as vendas das lotas. 	1,5% comprador, 1,5% vendedor: esta taxa é obrigatória a título de equipamento portuário (cais, gruas, edifícios técnicos) dos portos de pesca; os proveitos resultantes devem ser utilizados pela CCI para renovações/ampliações)
Serviços não facturados pelas lotas	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fornecimento de combustíveis 	Prestadores de serviços terceiros

Níveis de mecanização

Há diversas operações mecanizadas:

- Lavagem das caixas
- Calibradora automática para pescado em massa (por exemplo, badejo)
- Degelificação das caixas (separação do gelo do pescado nas caixas provenientes dos barcos).
- Empilhamento de caixas

Rastreabilidade

A rastreabilidade é realizada para cada lote.

Serviços complementares

- Serviços bancários, incluindo levantamentos por conta de terceiros. Os comerciantes de peixe, aderentes do fundo de garantia do comércio de peixe, movimentam os seus pagamentos através deste fundo de garantia (que é independente da lota);
- Iniciativa qualidade: oferece a possibilidade ao sistema de qualidade regional (Bretagne Qualité Mer) de intervir junto dos seus associados;
- Registo das vendas directas entre comerciantes locais e os pescadores;
- Recolha e transporte de descargas realizadas em terceiros portos: Roscoff para as descargas da pesca longínqua, e dos portos secundários para outras descargas;
- Recolha selectiva de resíduos portuários nos portos de Saint Quay Portrieux, Erquy, Loguivy, Dahouet, Pors-even e Paimpol.

Pessoal e qualificações específicas

As lotas da CCI de Côtes d'Armor dispõem de um quadro permanente e recorrem a pessoal eventual, de forma a responder à sazonalidade das descargas, designadamente no caso da vieira.

Os serviços de facturação estão centralizados na secção administrativa de Saint Quay Portrieux (Centro Administrativo das Lotas). A direcção geral das lotas está afectada a uma mesma pessoa baseada em Erquy.

Distribuição do pessoal

Lota	Administrativo	Técnico	Eventual
ERQUY	2	20 sendo 6 motoristas	8
SAINT QUAY PORTRIEUX	2	20 sendo 6 motoristas	8
LOGUIVY	1	2 motoristas	3

Também nestas lotas se dá grande importância à polivalência do pessoal (transporte, classificação, pesagem, outros serviços). Só os motoristas dispõem de uma especialização, mas participam também nas outras actividades, consoante as necessidades.

Em cada lota o pessoal está organizado em duas equipas: diurna e nocturna. A classificação do pescado é feita durante a noite. Cada equipa dispõe de um chefe formado em qualidade de produtos do mar pela iniciativa colectiva de qualidade (Bretagne Qualité Mer).

A antiguidade não é muito elevada: 2/3 do pessoal tem menos de 10 anos de antiguidade; o restante, com mais de 10 anos, corresponde ao grupo inicial dos anos 80, antes de a gestão ter sido concessionada à CCI.

Todo o pessoal permanente beneficiou de formação sobre qualidade e normalização da triagem/classificação realizada pela Bretagne Qualité Mer / Normapêche Bretagne. As actividades de formação sobre a normalização da triagem/classificação tomaram muito relevo a partir de 2006, logo após a interconexão informática ter permitido o funcionamento integrado das 3 lotas, já que era necessário que aquelas operações fossem perfeitamente idênticas em todas as lotas, para captar a confiança dos compradores.

2. Proveitos e Custos. Controlo de custos.

Vendas

Em conformidade com os dados da OFIMER as descargas vendidas nas lotas de Côtes d'Armor, foram as que se resumem nos quadros seguintes.

Quadro B16 – Lotas de Côtes d'Armor. Vendas globais 2004-2006

	2004	2005	2006
Volume (t)	21 010	20 752	21 554
Valor (k€)	47 409	47 787	51 107
Preço médio (€/kg)	2,26	2,30	2,37

Quadro B17 – Lotas de Côtes d'Armor. Vendas por lota e por espécies (t) 2004-2006

Lota	Espécies	2004	2005	2006
ERQUY	Outras espécies	4 480	3 212	4 008
	Robalo	110	87	161
	Tamboril	863	839	769
	Lula-vulgar	542	437	410
	Vieira	2 456	2 681	2 618
	Cabra vermelha		1155	1127
	Juliana	243	363	367
	Galo-negro	175	177	211
	Choco-vulgar	1237	784	754
		10 106	9 735	10 425
LOGUIVY	Outras espécies	32	120	95
	Vieira	1 205	1 211	1 403
		1 237	1 331	1 498
ST QUAY	Outras espécies	4 436	4 535	4 699
	Robalo		67	108
	Tamboril	571	620	613
	Robalo	396	361	291
	Vieira	2 393	2 533	2 541
	Raias	435	433	320
	Galo-negro	122	128	108
	Choco-vulgar	1 314	950	888
	Linguado-legítimo		59	63
		9 667	9 686	9 631

Total		21 010	20 752	21 554
--------------	--	---------------	---------------	---------------

Quadro B18 – Lota de Côtes d’Armor. Vendas por espécies (k€) 2004-2006

Lota	Espécies	2004	2005	2006
ERQUY	Outras espécies	6 947	6 166	6 593
	Robalo	964	803	1 384
	Tamboril	3 853	4 030	4 170
	Lula-vulgar	3 118	2 490	2 123
	Vieira	4 899	5 123	5 171
	Cabra vermelha		790	1 014
	Juliana	935	1 327	1 426
	Galo-negro	1 639	1 925	2 311
	Choco-vulgar	1 653	1 256	1 663
		24 008	23 910	25 855
LOGUIVY	Outras espécies	38	134	148
	Vieira	2 341	2 295	2 694
		2 379	2 429	2 842
ST QUAY	Outras espécies	7 291	6 204	6 626
	Robalo		717	1 075
	Tamboril	2 614	3 004	3 252
	Robalo	2 367	2 074	1 614
	Vieira	4 691	4 808	4 961
	Raias	1 109	1 103	898
	Galo-negro	1 185	1 280	1 116
	Choco-vulgar	1 765	1 507	1 946
	Linguado-legítimo		751	922
		21 022	21 448	22 410
Total		47 409	47 787	51 107

Quadro B19 – Lotas de Côtes d’Armor. Preços médios por lota e por espécies (€/kg) 2004-2006

Lota	Espécie	2004	2005	2006
ERQUY	Outras espécies	1,55	1,92	1,65
	Robalo	8,75	9,26	8,62
	Tamboril	4,47	4,81	5,42
	Lula-vulgar	5,75	5,69	5,17
	Vieira	1,99	1,91	1,98
	Cabra vermelha		0,68	0,9
	Juliana	3,84	3,66	3,88
	Galo-negro	9,36	10,85	10,97
	Choco-vulgar	1,34	1,6	2,21
			2,38	2,46
LOGUIVY	Outras espécies	1,2	1,11	1,55
	Vieira	1,94	1,89	1,92
		1,92	1,82	1,9
ST QUAY	Outras espécies	1,64	1,37	1,41
	Robalo		10,68	9,97
	Tamboril	4,58	4,85	5,3
	Robalo	5,98	5,75	5,54
	Vieira	1,96	1,9	1,95
	Raias	2,55	2,55	2,8
	Galo-negro	9,68	10,04	10,33
	Choco-vulgar	1,34	1,59	2,19
	Linguado-legítimo		12,69	14,57
			2,17	2,21
Média		2,26	2,30	2,37

Quadro B20 – Lotas de Côtes d’Armor. Vendas globais de portos anexos (t) 2004-2006

Portos	2004	2005	2006
Pors-Even	417	441	692
Locquémeau	104	237	177
Dahouet	658	622	569
Saint Cast	638	797	721
Perros-Guirrec	8	18	65
Paimpol	103	148	201
	1 928	2 263	2 425

Quadro B20 – Lotas de Côtes d’Armor. Vendas globais de portos anexos (k€) 2004-2006

Portos	2004	2005	2006
Pors-Even	893	916	1321
Locquémeau	260	454	575
Dahouet	1 387	1 402	1 423
Saint Cast	1 039	1 423	1 416
Perros-Guirrec	29	37	239
Paimpol	263	348	516
	3 871	3 157	5 490

Taxas

As taxas são idênticas qualquer que seja o serviço prestado: 3,3% para o comprador 3,3% para o vendedor (ver atrás em “Descrição dos equipamentos e serviços”)

Há uma taxa REPP⁴ que se destina a financiar os investimentos portuários no montante de 1,5% para o vendedor e de 1,5% para o comprador. É uma receita da lota.

No caso de descargas nos outros portos secundários, esta taxa é cobrada pelos serviços aduaneiros que, após retirar uma parte a título de encargos de gestão do porto, transfere o restante para o gestor das lotas (a CCI)

Ao contrário, para os navios de pesca longínqua que descarregam em Roscoff, a taxa é a praticada neste porto (1% para o vendedor, 1% para o comprador), sendo retida uma parte pela gestora deste porto (a CCI de Roscoff) e o restante para a lota da CCI de Côtes d’Armor onde se realizar a venda.

Exploração

Estão apenas disponíveis as contas de Erquy et de Saint Quay:

Quadro B21 – Lotas de ERQUY e SAINT QUAY PORTRIEUX. Exploração 2005 e 2006

	ERQUY (k€)		Erquy (%)		ST QUAY (k€)		ST Quay (%)	
	2006	2005	2006	2005	2006	2005	2006	2005
Proveitos	2 732	2 462	100	100	2 704	2 438	100	100
Taxa portuária	614	605	22	25	572	517	21	21
Taxas de lota	1 744	1 624	64	66	1 574	1 479	58	61
das quais para investimento	235	138	9	6	280	283	10	12
das quais outros serviços					17	32	0,7	1,3
das quais venda de gelo	27	20	1	1	42	37	1,5	1,5
das quais alugueres	29	29	1	1	26	30	1	1,2
Custo	2 491	2 239	100	100	2 727	2 563	100	100
Com pessoal do quadro	926	913	37	41	953	951	35	37
Com pessoal eventual	297	268	12	12	178	148	7	6
Energia e fluidos	140	103	6	5	189	175	7	7
Outras (inclui conservação)	250	213	10	10	256	265	9	10
Taxas e impostos	30	21	1	1	24	16	1	1
Encargos gerais e <i>fee</i> de gestão da CCI	377	258	15	12	368	244	13	10
Encargos financeiros	38	51	2	2	56	67	2	3
Amortizações	374	330	15	15	564	585	21	23
Resultados líquidos	240	223			-23	-125		

A lota de Saint Quay é ligeiramente deficitária, apesar de os volumes de pescado processados pelas duas lotas serem equivalentes, à roda de 10 000 t/ano. Diversos factores explicam esta discrepância:

Ao nível das receitas:

- O preço médio é superior em Erquy (2,38 €/kg em 2006, contra 2,33 €/kg em Saint Quay).

⁴ Redevance d’Equipement des Ports de Pêche

- Os navios de pesca longínqua de Saint Quay fazem “desembarque avançado” das suas capturas em Roscoff. Daí que os proveitos relativos às taxas REPP fiquem em parte retidos no porto de Roscoff.

Ao nível dos custos:

- A lota de Saint Quay é a mais recente (9 anos). Por isso as amortizações, calculadas para reintegrarem os activos a que correspondem, em 10 anos, ainda têm uma grande incidência nos custos.

Em 2006, a CCI investiu em novo equipamento informático, permitindo a interconexão de todas as lotas. Este equipamento, porém, não pode beneficiar de ajudas públicas, uma vez que o orçamento nacional do IFOP já estava esgotado. Por isso, esse investimento teve que ser amortizado na totalidade nas contas das lotas.

Controlo dos custos e da rentabilidade

A rentabilidade é acompanhada lota a lota pela CCI mas o essencial é a rentabilidade do conjunto. Isto permite manter em funcionamento serviços deficitários mas que ajudam a implementação da estratégia global.

No que diz respeito ao controlo dos custos de mão-de-obra, anota-se o seguinte:

- Eles representam 42% dos custos totais em Saint Quay e 52% em Erquy. Os custos com o pessoal eventual são mais pesados em Erquy do que em Saint Quay, apesar de os volumes processados serem praticamente idênticos.
- Os valores das remunerações pagas estão enquadrados na média do sector;
- Dada a diferença de amortizações entre as duas lotas, é possível que se esteja a fazer menor apelo à mão-de-obra temporária e que, por outro lado, a maior modernidade das instalações permita uma maior produtividade em Saint Quay.

No tocante à adequação dos proveitos pelos serviços prestados aos respectivos custos, verifica-se que as duas lotas cobrem os seus custos de funcionamento e manutenção, incluindo os encargos com o pessoal, pelas receitas das taxas de serviços. Erquy tem melhor desempenho nesta área gerando um excedente de 100 k€.

A política de investimentos e da sua renovação joga um papel determinante no equilíbrio financeiro das lotas. A CCI está bem apetrechada para fazer essa gestão dada a sua experiência em gestão de várias lotas.

3. Elementos estratégicos.

Atractividade das lotas, reforço da produtividade e da eficiência dos serviços

As lotas procuram oferecer uma elevada qualidade de serviço. Trata-se, na prática, de bem satisfazer as necessidades logísticas dos pescadores a um preço competitivo e, ao mesmo tempo, obter um preço médio compensador para os produtos comercializados em lota.

Tendo em conta o número de navios de pesca longínqua, é fundamental manter uma competitividade portuária elevada e um custo de serviços relativamente moderado, sob pena de ver essas frotas abandonarem rapidamente os portos de descarga. Já no tocante à pesca costeira, a pressão não é tão importante pois as respectivas frotas estão mais ligadas aos seus portos de desembarque tradicionais.

As lotas de Erquy e de Saint Quay oferecem previsões das descargas com d-1, ou seja, de véspera. Este serviço favorece muito as relações com os comerciantes.

O objectivo para manter a atractividade das lotas é o manter uma forte diversidade de espécies de pescado com quantidades importantes, de forma a conquistar uma boa gama de comerciantes, incluindo alguns especialistas.

A eficácia e produtividade dos serviços são alvo de auditorias regulares para cada centro de custos. Em meses alternados é seleccionado um centro de custos, que é examinado de forma aprofundada, em reunião do responsável da lota, com os chefes de equipa, de forma a ser objecto de melhorias específicas. Esta operação é realizada para um centro de cada vez.

Do ponto de vista do gestor das lotas os factores mais importantes que asseguram a atractividade e a rentabilidade das lotas são os seguintes

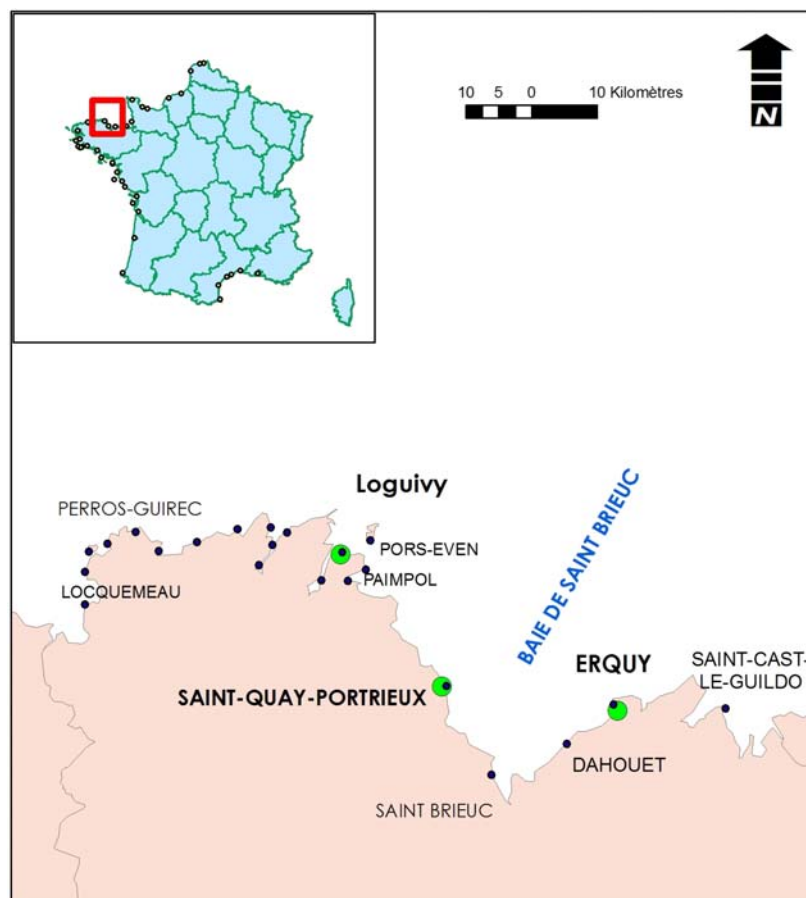
- Diálogo aberto com os pescadores e os outros utentes;
- Bom serviço e grande motivação do pessoal, na prestação de um serviço de qualidade.

Pesca sustentável e boas práticas ambientais

Foi estabelecida uma reciclagem portuária, incluindo a triagem selectiva dos resíduos.

A água do mar é tratada com raios ultravioletas.

Localização



Lota de Erquy



B.3 – Estudo de casos de boas práticas na Comercialização de Pescado por Produtores, em Espanha

B.3.1 Lonxanet



a) Tipo de organização. Accionistas principais

A Lonxanet é uma sociedade limitada (empresa privada); não é uma lota mas sim uma empresa que comercializa pescado fresco directamente da lota até ao consumidor final.

Nasceu em Junho de 2001, com a designação de Lonxanet Directo, S.L, uma empresa vocacionada para comercializar os produtos da pesca artesanal e os mariscos galegos. A particularidade desta empresa é o facto de 50% dos accionistas serem investidores privados e os restantes 50% pertencerem a 7 associações de produtores (cofradias) da Galiza: Lira, Cedeira, Cangas, Muxía, Porto do Son, Cariño e Corunha. No início foram 4 as associações que se juntaram à Lonxanet como accionistas, em busca de uma via para comercializarem parte da sua produção, a de melhor qualidade, para o sector da restauração. Deste modo, aumentariam as margens e seria reduzida a sua dependência face aos grossistas. Hoje em dia são 7 as confrarias acima referidas, que gerem as suas próprias lotas.

A formação dos preços dos produtos da pesca artesanal, durante a 1ª venda, é frequentemente uma consequência de factores especulativos, por parte dos intermediários. Os pescadores, especialmente nas pequenas e médias confrarias, recebem, pelo seu produto, um valor substancialmente menor do que o produto de mercado. Este é o ponto de partida que motivou o projecto Lonxanet.

Os investidores privados na Lonxanet não têm nenhuma relação directa com a pesca, mas uma maioria deles pertence ao sector da logística do frio, elemento muito importante para o funcionamento da Lonxanet.

b) Investimento inicial e outros investimentos importantes. Fontes de Financiamento

As fontes de financiamento foram os seus associados: as organizações de produtores entraram com as infra-estruturas das suas próprias lotas, bem como o apoio técnico e humano, e as empresas privadas trouxeram o capital financeiro necessário para que o projecto pudesse ser posto em marcha.

O gerente da Lonxanet considera que, por se tratar de uma empresa privada, os aspectos financeiros do investimento não poderão ser revelados. Sabe-se que não houve contribuições estatais (nem autónomas, nem nacionais, nem europeias) mas que o financiamento veio directamente dos accionistas. O investimento terá sido da ordem dos 550 000 euros.

c) Breve descrição das características do portal na Internet e tipo de serviços, controlo de qualidade, rastreabilidade, etiquetas de qualidade e certificações

O portal na Internet pretende informar o cliente acerca da filosofia da empresa, da qualidade e dos tipos de produtos que oferece, bem como a realização de transacções *on-line*. As aquisições podem também ser feitas através de agentes comerciais dos clientes.

Através do seu portal na Internet, Lonxanet oferece aos seus clientes, de forma contínua, os produtos do mar nas 24 horas após o leilão realizado na lota, com certificado de origem, peso e data da captura.

No portal podem-se conhecer as confrarias de produtores que integram a associação, bem como a lista de espécies que a Lonxanet oferece, provenientes de cada uma das lotas associadas.

Todos os produtos das organizações integrantes provêm da pesca do dia. O sistema de pesca é completamente artesanal, selectivo e em pequena escala. A Lonxanet aposta na pesca sustentável, evitando causar danos no processo de reprodução natural das espécies e assegurando, ao mesmo tempo, uma remuneração digna aos pescadores artesanais.

Os produtos são acompanhados um certificado de origem e aqueles que provêm das às associações de produtores integrantes, levam o selo de qualidade da Lonxanet, que garante a origem e a frescura dos mesmos.

A Lonxanet conta com medidas que asseguram a rastreabilidade do produto. Cada uma das organizações de produtores certifica, por escrito, a proveniência (pescador) e data das capturas das espécies comercializadas pela empresa. O produto é unicamente manipulado pelo pescador, dentro do barco, e pelo pessoal da organização, na lota.

A empresa dispõe de uma nave equipada com uma sala de processamento, câmara frigorífica com uma temperatura de zero graus e câmara de congelação. Tem todos os registos sanitários obrigatórios e dispõe de manuais de procedimento para funcionamento interno.

Para a expedição, a Lonxanet utiliza embalagens homologadas e um moderno sistema de refrigeração que mantém a cadeia de frio e assegura a máxima qualidade, higiénica e visual, do produto. Utilizam um sistema de transporte urgente em 24 horas, através da empresa SEUR Frio (empresa de entrega rápida especializada).

No portal da Internet também se encontram as Condições Gerais de Contrato, onde se informa acerca do sistema de venda *on-line*, dos impostos aplicados, da forma de pagamento, e forma e gastos de envio, etc.

d) Forma de realização da venda

O pescado e mariscos galegos comercializados pela Lonxanet são licitados previamente em cada uma das lotas de descarga das confrarias de produtores associadas. Nem todo o produto licitado nestas lotas vai ser comercializado pela Lonxanet, apenas aquela parte que corresponde aos pedidos recebidos.

Os pedidos feitos pelos clientes são comunicados diariamente pela empresa por telefone ou por correio electrónico (e-mail) às lotas das organizações associadas. Quando, numa lota, se atinge o preço marcado pela Lonxanet pára-se a licitação e se não houver licitações mais altas, separa-se o lote e esse mesmo produto é transferido para a nave da empresa, juntamente com uma certificação, de acordo com o lugar e a hora a que saiu da associação de produtores correspondente. Na nave, o produto é classificado de acordo com a espécie e dimensão e começa a ser vendido aos clientes. À tarde são preparados os fornecimentos. O pescado vai acondicionado em caixas de *polyspan* com gel refrigerante e bolhas de *nylon* para amortecer choques.

O produto é recolhido às 19:00 pela empresa de expedição Seur e no dia seguinte, antes das 13:30, é entregue em qualquer ponto de Espanha.

e) Número de trabalhadores e formação requerida

O núcleo base da empresa é constituído por 3 comerciais e 2 manipuladores de alimentos. A estes juntam-se as próprias associações de produtores e os seus pescadores, que participam indirectamente, trazendo a matéria-prima de elevada qualidade, os seus conhecimentos sobre as diferentes espécies, etc.

f) Identificação das principais espécies vendidas.

A empresa indica um preço base como orientação para o consumidor final das espécies mais vendidas:

Robalo-Legítimo (Seabass)	32-34 euros/kg
Pescada-branca (Hake)	21-23 euros/kg
Pregado (Turbot)	35-39 euros/kg
Tamboril-sovaco-preto (Monks)	15-16 euros/kg
Percebe (Goose barnacle)	60-130 euros/kg
Santola (Crab)	25 euros/kg

g) Formas de pagamento

Cada uma das lotas das associações de produtores integrantes da Lonxanet cobra uma comissão ao pescador pela venda do seu produto que, dependendo de cada lota, pode variar entre 4 e 8%. As associações de produtores pagam aos pescadores no final da semana, o montante das suas vendas semanais.

Para terem acesso à lota, os compradores têm que depositar uma garantia sobre o montante das compras que pensam efectuar durante a semana. Regra geral, os compradores pagam semanalmente às associações as compras efectuadas na lota, além de uma taxa de 2% sobre o montante das mesmas.

Como comprador, a Lonxanet paga o montante das suas compras, acrescido 3% do valor das transacções efectuadas. O pagamento é feito a 30 dias.

Por sua vez, a Lonxanet oferece aos seus clientes a possibilidade de pagar contra reembolso (somente em Espanha e Portugal) ou com cartão de crédito. A empresa reserva-se o direito de solicitar ao cliente outras formas de pagamento se julgar mais conveniente.

h) Tipo de compradores e estratégia atracção de clientes

A Lonxanet vende directamente a restaurantes e a particulares – sem intermediários – os produtos da pesca artesanal das associações de produtores integrantes. O único intermediário que gere o produto entre o pescador e o cliente final é o próprio trabalhador logístico. O sistema assegura que o produto chegue, ao consumidor final, nas melhores condições de frescura, de 2ªfeira a sábado. A eliminação de intermediários beneficia directamente os pescadores que assim podem obter margens maiores, favorecendo a sobrevivência da pesca artesanal a longo prazo e fazendo com que os operadores logísticos facturem um valor justo pelos seus serviços.

A maior percentagem da facturação corresponde aos restaurantes, se bem que em número representem 1/3 dos particulares, dada a menor compra média destes últimos.

i) Identificação dos factores que influenciam ao nível da rentabilidade.

Apesar de não terem sido disponibilizados valores contabilísticos pela Lonxanet, estima-se que as suas vendas foram, em 2006, da ordem dos 700 000 euros.

Os seus custos operacionais, que incluem pessoal e instalações, devem rondar os 20 000 euros mensais. A estes há que juntar os custos da matéria-prima, comprada em lota, como se viu.

A Lonxanet considera que os benefícios obtidos não são exclusivamente para a empresa, visto que não se trata de uma empresa com fins lucrativos, mas em que "o processo produtivo é baseado em conceitos de pesca responsável, comércio justo, qualidade dos produtos, garantia de origem do produto e melhoria nas condições dos trabalhadores do mar".

j) Colaboração com outras organizações.

Há que destacar que, paralelamente à empresa Lonxanet, existe a Fundação Lonxanet para a pesca sustentável, que se encarrega de realizar acordos com os organismos públicos, preparar projectos, criar redes com outras comunidades pesqueiras de outros países, desenvolver acordos com universidades, etc.

Saliente-se que Lonxanet teve origem num modelo teórico desenvolvido pela Universidade da Corunha, como apoio à pesca artesanal da Galiza.

A Fundação Lonxanet faz parte da Rede de Comunidades de Pescadores Artesanais para o Desenvolvimento Sustentável (Red de Comunidades de Pescadores Artesanales para el Desarrollo Sostenible).

O seu *site* (www.lonxanet.com) foi distinguido com o prémio CEL (Centro Español de Logística) 2002 para a inovação logística.

k) Outras medidas para promover soluções para a sustentabilidade da pesca e meio ambiente

Neste aspecto, é a Fundação Lonxanet que se encarrega de difundir e promover a sustentabilidade da pesca. A empresa Lonxanet cumpre com todas as exigências relacionadas com quotas, proibições, dimensões mínimas, etc.

l) Conclusão

O êxito da empresa Lonxanet consiste em evitar a intermediação, permitindo que o produto, proveniente da pesca artesanal, chegue directamente ao consumidor final, sem ter que passar pela cadeia tradicional de intermediários, mantendo assim uma maior qualidade e melhor remuneração aos pescadores envolvidos.

B.4 – Estudo de casos de boas práticas na Comercialização de Pescado por Produtores, em França

B.4.1 Iniciativas colectivas de qualidade

Organizações envolvidas nas iniciativas colectivas de qualidade

Organização	AMOP	APROMER	IMA	Normandie Fraîcheur Mer	Normapêche Bretagne	Pôle Filière Produits Aquatiques	SMIDAP
Data de criação	1995	2001	1992	1998	1994 (BQM*) et NB 1998 (Fusão em 1999)	1999	1982
Data de arranque das acções	1999	1998	1997	1998	1994 (BQM)	2000	2002
Zona de intervenção	Mediterrâneo	Poitou Charentes	Aquitaine	Baixa Normandie	Bretagne + Loire Atlantique	Nord Pas de Calais	Pays de La Loire
Estatuto	Associação (lei 1901)	Associação (lei 1901)	Associação (lei 1901)	Associação (lei 1901)	Associação (lei 1901)	Associação (lei 19012)	Sindicato Misto
A Iniciativa colectiva é a sua actividade principal?	NÃO	Subcontratado ao IRQA** (identificação não específica de produtos do mar)	NÃO	SIM	SIM	NÃO	NÃO
Outras actividades	Organização de produtores		Investigação, biologia			I & D	Investigação, biologia

* BQM - Bretagne Qualité Mer.

** IRQA – Institut Régional de la Qualité Agroalimentaire de Poitou-Charentes⁵

As organizações envolvidas são essencialmente associações. As acções colectivas tiveram o seu arranque a partir de 1994, com maior ímpeto a partir de 1998. Estas acções sucederam a uma reflexão profunda dos actores sectoriais, sobre a qualidade e a valorização económica do pescado, após a forte crise do preço do pescado, que se verificou em 1994 em França.

Dois organismos foram criados especificamente para estes fins e, ainda hoje, continuam especializados nestas questões: a Normapêche Bretagne (que se fundiu com a iniciativa de marca colectiva “BQM - Bretagne Qualité Mer”) e a NFM - Normandie Fraîcheur Mer.

As outras organizações dedicam-se a outras actividades, designadamente à investigação e à prestação de serviços técnicos na área das pescas e desenvolveram iniciativas colectivas de qualidade, numa segunda fase.

Razão de ser das iniciativas

O princípio da identificação colectiva de marketing era já bem percebido em termos da criação de um forte sinal de diferenciação.

⁵ Constituído em 1998 com o apoio das câmaras de comércio e indústria e de associações de consumidores, este instituto constitui o instrumento regional à disposição dos actores profissionais envolvidos em iniciativas de qualidade. Dedicar-se à formação e informação sobre os símbolos de qualidade, a preparação de cadernos de encargos e normas para cada fileira alimentar e ao acompanhamento das iniciativas de colectiva qualidade.

Os pioneiros destas iniciativas foram os bretões, que dispunham de uma marca colectiva datando dos anos 80, a “Breiz Pesked” (peixe bretão, na língua regional), destinada a valorizar a origem geográfica do pescado. Após diversos ensaios, e tirando partido do movimento europeu de normalização do conceito de marcas de identificação geográfica, a questão da valorização da qualidade e frescura do pescado, através de uma marca colectiva foi muito discutido, em especial no rescaldo da crise de 1994.

Rapidamente se criou a consciência de que para que uma marca tivesse boa eficácia ela só poderia ocorrer como corolário de um conjunto de intervenções estruturadas ao longo da cadeia de fornecimento, desde a captura até à apresentação do produto no mercado. E que para se poder promover os méritos da qualidade, seria necessário empreender um programa de melhoria da qualidade dos produtos desembarcados e das operações subsequentes.

Os produtos a vender nas lotas deveriam ser seleccionados de forma a ficarem organizados em lotes homogéneos, sendo que os critérios de classificação deveriam ser coerentes com as normas europeias de comercialização. Nestas normas, as categorias associadas ao grau de frescura do pescado estão definidas com precisão:

- Extra (pescado extra fresco, pesca do dia, pesca artesanal)
- A (pescado de qualidade standard, valorização económica média)
- B (pescado de menos qualidade, não pode receber ajudas da regulação do mercado)

Ao nível das lotas, as condições tradicionais de captura e de manipulação, conduziam frequentemente a despromoções de qualidade de A para B e de E para A.

Era pois necessário desenvolver programas, longos e complexos, que pudessem evitar estas despromoções qualitativas. Para isso foram então definidas acções a longo prazo, sendo que a marca colectiva (símbolo de qualidade) só poderia ser outorgada como uma coroação final de todo o processo.

Dois exemplos de iniciativas

I - A experiência de “Bretagne Qualité Mer”/”Normapêche Bretagne”

Como já se viu, as iniciativas associadas às marcas colectivas de qualidade começaram verdadeiramente na Bretanha, em torno da marca «Bretagne Qualité Mer - BQM».

O lançamento desta iniciativa circunscreveu-se inicialmente a uma espécie: a sardinha capturada ao “bolinche”, arte de pesca artesanal da Bretanha. Com efeito, quer o modo de captura, quer a valorização económica deste produto, tornavam mais fácil de realizar o teste inicial. O trabalho começou por uma identificação comercial.

Porém, rapidamente os esforços de valorização foram dirigidos para o que se passava a bordo dos navios. A equipa técnica do BQM investiu o seu tempo a fazer um levantamento e análise das práticas observadas a bordo dos navios. Resultou daí um “guia de boas práticas de qualidade a bordo”, que foi objecto de divulgação, junto dos pescadores que, voluntariamente, aderiram à iniciativa de qualidade, nomeadamente através de acções de formação, organizadas a bordo, pela BQM.

Simultaneamente, trabalharam-se as restantes actividades constitutivas da fileira de comercialização da sardinha, começando pela comercialização. Também para esta actividade foi definido um caderno de encargos abrangendo os modos de processamento na lota e as condições e prazos de expedição.

A fim de reforçar a percepção, por parte dos clientes, dos esforços empreendidos pela marca BQM, desenvolveu-se uma componente de publicidade no posto de venda: posters, fichas de síntese, fichas com receitas, etc. Foi nesta fase que se reforçaram as acções sobre a etiquetagem (ver ilustrações mais adiante)

Progressivamente a iniciativa foi alargada a outras espécies e a outras artes de pesca. Cada arte necessitou de um trabalho a bordo e a nível do processo de passagem em lota e comercialização (tendo em conta as diferentes formas de valorização, designadamente em matéria de filetagem).

A fileira dos moluscos também foi associada a esta iniciativa, designadamente no tocante à ostricultura.

A partir de 1999, ou seja, 5 anos após o lançamento da iniciativa colectiva, chegou-se à conclusão que uma marca colectiva necessitava que os produtos fossem equivalentes entre todos os portos, para a mesma espécie e para a mesma designação comercial. Esta conclusão despoletou as actividades de normalização da classificação (espécie, dimensão, grau de frescura) para as lotas implicadas na iniciativa, bem como as práticas de qualidade ao nível das actividades das lotas.

Para este último efeito foi criada uma outra iniciativa, a “Normapêche Bretagne”, com o objectivo de definir um referencial harmonizado de classificação, em todas as lotas aderentes voluntárias, e propiciar formação ao pessoal encarregado da classificação. No final de 1999, a Normapêche e a BQM fundiram-se.

Mais tarde, estas entidades intervieram em outros portos e a outros profissionais, a fim de consolidar a metodologia.

Documentação produzida pela Normapêche

A bordo	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Guias de boas práticas de pesca: <ul style="list-style-type: none"> ○ Pesca de arrasto de largo ○ Pesca de arrasto costeira ○ Pesca com rede de emalhar ○ Pesca de cerco da sardinha ○ Pesca da Lagostim vivo ○ Pesca à linha
Lota	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Referencial de classificação para as lotas bretãs e do Loire atlântico ▪ Regras de conversão dos calibres (peso) em dimensão (comprimentos)
Comerciante	▪ Guia técnico de comercialização da Normapêche Bretagne
Peixarias	▪ Guia do peixeiro Normapêche Bretagne
Marca colectiva	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Os produtos do mar, dos oceanos... ao prato ▪ Brochura «se os peixes me tivessem contado»

Aderentes

Ao nível dos profissionais verificaram-se vários tipos de adesão:

- Para os pescadores, foram adesões colectivas através de 3 organizações de produtores: COBRENORD, OPOB, PROMA. Os seus associados poderiam utilizar a marca desde que cumprissem com os respectivos cadernos de encargos. Isto representava um potencial de cerca de 600 barcos, mas apenas uma centena começaram a utilizar a marca.
- Para os comerciantes (26), as peixarias (10), as aquaculturas de moluscos (6) e as lotas (14), tratou-se de adesões individuais

As duas marcas colectivas de Normapêche Bretagne:

A - “Poissons Extra Bretagne Qualité Mer”: um símbolo de qualidade



O pescado deve ter uma classe de frescura de nível E máximo E’.

Esta identificação é sustentada por protocolos portuários que comprometem todos os participantes na fileira. Há apenas 6 protocolos portuários: ERQUY, ROSCOFF, LORIENT, QUIBERON, LA TURBALLE, LE CROISIC.

- Os pescadores comprometem-se a respeitar as boas práticas a bordo, designadamente em matéria de tempo de pesca (o pescado deve sair vivo do mar). O mestre da embarcação deve assinar um compromisso abrangendo: respeito da regulamentação; respeito das dimensões regulamentares do pescado; aplicação dos guias de boas práticas e dos critérios de classificação das classes de frescura, respeito pela cadeia de frio;
- As lotas comprometem-se a proceder às operações de triagem/classificação e à classificação de classe de frescura; elas devem validar o nível de qualidade declarado pelos pescadores;
- O comprador (comerciante) compromete-se a observar as regras quanto ao tempo de expedição e à classificação de qualidade.

Espécies: todas as que são comercializadas sob a qualidade E nas fileiras signatárias dos protocolos portuários que respeitem o caderno de encargos da BQM. Abrange também as vieiras, as ostras e os mexilhões de viveiro.

B – “Poissons en Bretagne”: uma marca de origem



Há 3 critérios para poder utilizar-se esta marca:

- Pescado descarregado de navios matriculados na Bretanha e no Loire atlântico;
- Categoria de frescura mínima: A
- Primeira venda feita numa lota da Bretanha e do Loire atlântico, mesmo se o pescado tiver sido objecto de “desembarque avançado” noutros locais.

Esta marca cobre todas as espécies que sejam desembarcadas por aderentes que satisfaçam os três critérios.

Formas de identificação de produtos BQM:

“Pins” consumidor



Identificação de ostras



Identificação geral



Identificação comerciante



Impacto da iniciativa BQM/Normapêche, valorização económica e comercial

Não há um estudo concludente sobre o impacto da iniciativa na valorização dos preços médios. A Normapêche considera que este impacte terá sido importante.

Com efeito, a valorização económica variou ao longo dos anos e com as espécies. Actualmente, a valorização económica através da marca colectiva não é necessariamente o factor de incentivo principal para a adesão ao sistema, uma vez que se vive um contexto de aumento global dos preços dos produtos do mar, da variabilidade das capturas e da ordem de entrada em venda, que chega a fazer com que, em dias diferentes, o pescado BQM de qualidade A seja vendido mais caro que o pescado BQM de qualidade E.

Para algum pescado de menor valor inicial, como a sardinha, a valorização da BQM chegou a atingir + 60% nos anos 90, em que representou cerca de 64% das capturas de sardinhas bretãs (cerca de 763 t). Para uma espécie como o salmonete (ver foto atrás do salmonete com pins), a valorização média anual é da ordem dos 15 a 20%, para a qualidade E, o que parece indicar que a marca se torna mais importante nas espécies de melhor qualidade.

Para os produtos da marca “Poissons en Bretagne” (com um mínimo de qualidade A), a valorização verifica-se mais a nível concorrencial (maior facilidade de escoamento) do que em termos de preço.

No tocante aos comerciantes grossistas e retalhistas é mais difícil avaliar o impacte desta valorização, já que as margens aplicadas podem “alisar” as diferenças de preços na lota. Elas constituem, porém, um elemento de diferenciação, permitindo alargar a gama oferecida e actuando como “incitadores” da venda de outros produtos menos procurados.

II - A experiência de “Normandie Fraîcheur Mer NFM”

Esta iniciativa começou em 1998, procurando valorizar economicamente as vieiras. Uma primeira marca colectiva foi lançada (“Coquille Saint Jacques NFM”) para esta espécie, que constitui o mais importante recurso costeiro em termos de valor económico e de emprego na baixa Normandia.

Desde o início que a NFM se apoiou muito nas orientações dos produtores, já que os pedidos para criação da marca partiram deles, designadamente em resposta às pressões concorrenciais de outros pectínídeos (como o leque-do-mar) e ao enfraquecimento da denominação comercial europeia (que alargava a denominação «coquille Saint Jacques» a outras espécies). Os trabalhos empreendidos conduziram à criação de um caderno de encargos para as embarcações de pesca e de outro caderno de encargos para os comerciantes.

Em 2000, a NFM lançou um símbolo oficial de qualidade (etiqueta vermelha) para as vieiras, já que a etiquetagem precedente (“Coquille Saint Jacques NFM”), não determinava valorização económica suficiente e tinha pouco impacto na comunicação. Com a etiqueta vermelha foi obtido um reforço importante do impacto da marca colectiva.

A notoriedade da iniciativa NFM e o êxito obtido com a etiqueta vermelha motivou os pescadores para alargarem a marca a outras espécies. Este alargamento (2001) apoiou-se no robalo pescado à linha na baixa Normandia e apresentado com pins, inspirada na marcação com pins do robalo da Bretanha, que se iniciara no fim dos anos 90, unicamente para os produtores bretões, independentemente da Normapêche. Uma vez que os produtores da baixa Normandia não tinham dimensão suficiente para iniciarem a acção isoladamente, houve uma aproximação à NFM.

A partir desta espécie, a iniciativa estendeu-se a outras, designadamente aos mexilhões de Barfleur.

Para cada uma das espécies abordadas foi necessário refazer a fase de diagnóstico a bordo das embarcações e a fase de preparação de guias técnicos de boas práticas, aplicáveis nomeadamente ao tempo de pesca e ao processamento do pescado (evisceração, etc.).

Este alargamento a outras espécies aumentou a dificuldade e a diversidade das situações, nomeadamente em matéria de harmonização dos procedimentos de triagem/classificação. Necessitou, por isso, de acções intensas, a partir de 2002 e 2003, ao nível das lotas. Foi então preparado um referencial de triagem/classificação em 4 lotas da baixa Normandia, associado a grelhas de cotação de graus de frescura para 17 espécies (peixe e marisco).

Em 2003 foi deliberado utilizar a marcação com pins das novas espécies abrangidas pelas marcas colectivas da NFM. Esta marcação passou a ser feita a bordo pelos pescadores. Desta forma, a marcação com pins passou a ser uma identificação individual muito fina da origem dos produtos (a marcação pode incluir o nome do barco e outras informações individualizadas, como a data da captura).

Desenvolveram-se acções de comunicação para aumentar a notoriedade do produto logo que os identificadores e as novas práticas atingiram um nível estabilização adequado. As espécies mais valorizadas foram as de maior valor comercial (a juliana, o rodovalho e o pregado) e que atingiam dimensão suficiente para poderem receber os pins. Os restantes produtos, como os moluscos, passaram a receber outros tipos de etiquetas, também apostas pelos pescadores.

Em 2006, uma nova marca genérica foi lançada: “les poissons en gourmandie” (a última palavra é um neologismo resultante da contracção de “gourmandise” com “Normandie”. É uma marca destinada a fazer uma identificação de origem. Aplica-se a 17 espécies para as quais foram definidos referenciais de categorias de frescura. A aplicação da marca é feita, pelos

comerciantes aderentes à iniciativa, nas caixas de venda do pescado. Actualmente há 3 grossistas aderentes.

Em 2006, a iniciativa foi estendida aos crustáceos, designadamente à lagosta. O produtor fixa a identificação às pinças do crustáceo com um elástico. Uma dificuldade que há com esta última iniciativa é que não há pontos oficiais de desembarque, além das 4 lotas da Baixa Normandia, para se poder assegurar a rastreabilidade.

Documentação produzida pela NFM

A bordo	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Guias de boas práticas de pesca: <ul style="list-style-type: none"> ○ Pesca de palangre ○ Pesca de arrasto de largo ○ Pesca de arrasto costeiro ○ Pesca com redes de emalhar ○ Pesca de bivalves (mexilhão, clame, vieira) ○ Pesca com covo (búzios) ○ Utilização de embalagens a bordo (marés de menos de 48 h) ▪ Fichas dos profissionais: <ul style="list-style-type: none"> ○ Covo para búzios ○ Covo para crustáceos ○ Arrasto costeiro ○ Arrasto de largo ○ Draga para vieiras ○ Draga para mexilhões ○ Redes ○ Linha/palangre ▪ Fichas técnicas : <ul style="list-style-type: none"> ○ Sangria / Evisceração / Lavagem do peixe ○ Acondicionamento do pescado nos contentores de bordo ○ Acondicionamento do pescado nos armazéns da lota ○ Acondicionamento do pescado em caixas a bordo ○ Limpeza a bordo
Lota	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reportório de avaliação da qualidade dos produtos de mar para a normalização da triagem/classificação na baixa Normandia (17 classes de classificação)
Comerciante	Ver abaixo em "Diversos"
Peixaria	Ver abaixo em "Diversos"
Diversos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Prospecto "Noix et Corail com toda a confiança" (para as vieiras) ▪ Prospecto "Dinophysis/DSP et Coquilles Saint Jacques" (sobre riscos sanitários) ▪ CD-ROM de boas práticas de higiene na fileira da pesca (captura, lota, comércio grossista, transporte e retalho) ▪ Guia de boas práticas de limpeza (determinação dos procedimentos de limpeza em função do tipo de arte de pesca e dos materiais existentes a bordo)
Marca colectiva	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Da marca colectiva ao símbolo oficial de qualidade. A Vieira Normanda de Etiqueta Vermelha

Marcas

“Coquille Saint Jacques Label Rouge” (Vieiras, rótulo vermelho)



Garantia do símbolo oficial de qualidade, controlado pelo organismo certificador (caderno de encargos, operador e organoléptico) externo e NFM.

Critérios:

- C1: Pelo menos 80% conchas com glândulas genitais e rendimento mínimo em miolo de 1kg por 6,5kg de produto.
- C2: Conchas seleccionadas e limpas a bordo das embarcações de pesca
- C3: Concha vendida ao cliente final no dia seguinte ao da primeira venda
- C4: Rastreabilidade desde o barco ao balcão.

“Bar de ligne de Normandie” (com pins) (Robalo da Normandia, pescado à linha)

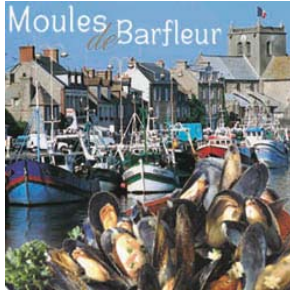


Caderno de encargos:

- 1- O pescador deve ser um profissional registado. A duração da pesca não pode ser superior a 12 horas.
- 2- O robalo é sangrado imediatamente após a captura, a fim de conservar uma qualidade de carne perfeita: firme e branca.
- 3- Lavado, marcado com os pins, acondicionado em caixas com uma só camada, para evitar esmagamentos e que a carne seja estragada.
- 4- Refrigerado com gelo a bordo, ou imediatamente após o desembarque, a fim de manter a sua qualidade Extra na primeira venda

A marcação com pins a bordo das embarcações compromete o pescador e não toda a fileira. É controlada nas lotas.

Moule de Barfleur NFM (Mexilhão)



Caderno de encargos:

Capturado em povoamentos selvagens em pleno mar, os mexilhões de pesca da Normandia “Fraîcheur Mer” respeitam um caderno de encargos preciso e rigoroso, que garante:

- a origem: mexilhão de pesca, *Mytilus edulis*, capturados em povoamentos situados a este de Cotentin,
- a frescura: bem vivos,
- a qualidade: mexilhões carnudos, limpos, sem areia e não estragados.

“Praires NFM” (Pé-de-burrinho)



Caderno de encargos de qualidade NFM :

As palavras mais usadas neste caderno de encargos são “origem”, “frescura”, “qualidade” “rastreabilidade”.

Origem: as águas selvagens, renovadas pelas grandes marés do golfo Normando-Bretão, desde Mont Saint Michel às ilhas anglo-normandas.

A frescura é assegurada por:

- Marés muito curtas (menos de 12 horas de pesca)
- Primeira venda em lota certificada, menos de 2 horas após o desembarque.
- Expedição pelo grossista, o mais tardar no dia seguinte à venda em lota.

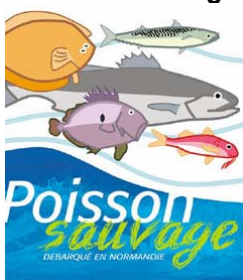
“Homard de Normandie” (Lavagante)



Caderno de encargos:

- 1- O pescador deve ser um profissional registado. A duração da maré não pode exceder 24 horas
- 2- Durante as marés, os lavagantes são guardados em caixas ou cestos regados com regularidade, ou em viveiros, a fim de conservar os animais vivos.
- 3- Os lavagantes são vendidos em lota, após o desembarque, ou da sua conservação em viveiros no máximo durante uma semana.
- 4- Só os lavagantes de qualidade Extra podem ser identificados com os elásticos NFM colocados nas pinças.

“Poisson sauvage” (peixe selvagem, com pins)



Caderno de encargos:

- 1 – O peixe deve ser retirado vivo da água. O pescador selecciona apenas os exemplares que não apresentem feridas ou equimoses.
- 2 - Em função das espécies, o peixe é sangrado e/ou eviscerado imediatamente após a captura, de forma a conservar a carne firme e branca.
- 3 - O peixe é lavado, identificado com pins e acondicionado em caixas de 15 kg no máximo, para evitar que seja esmagado e a



sua carne estragada.

Os peixes planos devem ser colocados sobre o dorso. Os restantes numa só camada.

4 – O pescado é refrigerado com gelo a bordo, ou imediatamente após o desembarque, a fim de manter a sua qualidade Extra na venda em lota.

5- A data de desembarque inscrita nos pins traduz um compromisso sobre as garantias necessárias.

A colocação dos pins compromete o produtor, não o conjunto da fileira.

O controlo é feito em lota.

“Poissons en Gourmandie” (identificação de origem, desde 2006)



É uma iniciativa global, não dirigida especificamente aos produtos do mar.

Abrange pescado com qualidade mínima A, com identificação de origem.

Espécies

As 17 espécies cobertas pelas marcas “Normandie Fraîcheur Mer” são as seguintes:

Robalo, Rodovalho, Búzio, Bacalhau, Choupa, Lula, Cabra-cabaço, Cabra-vermelha, Juliana, Sarda, Badejo, Solha, Raias, Tubarões, Salmonetes, Peixe-galo, Linguado, Pregado.

Estão ainda em curso de integração os crustáceos (Lavagante, Santola, Sapateira)

Aderentes e custos

As organizações aderentes à “Normandie Fraîcheur Mer” estão indicadas no quadro seguinte:

Produto	Número de aderentes
Vieiras, Etiqueta Vermelha	Actualmente há 11 produtores (inicialmente aderiram 6; depois de terem passado por um máximo de 22, reduziram-se a metade em resultado da fraca valorização económica de 2004 e 2005) 10 grossistas
Mexilhões de Barfleur	5 produtores, desde o início (2002)
Lavagante	5 produtores
Peixe com pins	Actualmente cerca de 20 produtores, com pequenas oscilações anuais
Robalo de linha	Actualmente 8 produtores, após um máximo de 11
Todos os produtos	4 lotas

O custo anual de participação é variável:

Produto	Comerciante grossista	Produtor	Organização de produtores (cotizações moduladas)
Vieira, Etiqueta Vermelha	300 euros + . 450 €, os mais antigos. 855 €, os mais recentes (custo de habilitação). Inclui os custos de fornecimento de documentação publicitária e de controlo da marca.	150 euros para os antigos produtores, 285 para os novos. (despesas de adesão à etiqueta vermelha)	+ 300 € para os pescadores inscritos numa organização de produtores
Mexilhão de Barfleur	Todos os grossistas podem comprar pescado com estas marcas	. 75 euros (adesão) . Custo das etiquetas: 38 euros por 2000 etiq.	+ 300 € idem
Lavagante		. 75 euros (adesão) . Custo das etiquetas: 18 euros por 600 etiq.	+ 75 € idem
Robalo de linha		. 90 euros (adesão) . pins: 29 euros por 1200 pins . autocolantes para pins: 12 euros por 5000 autoc . tampa com o nome do navio: 18 euros . pistola de cravamento de pins: 45 euros	+ 75 euros (também não aderentes)
Peixe com pins		. 75 euros (adesão) . Pins: 4,6 euros por 200 pins Outros custos: semelhantes aos do robalo de linha	+ 75 euros
Todos os produtos	Lotas: 1500 euros		

Valorização económica e comercial

Vieira, Etiqueta Vermelha: entre +5% e +8 %, conforme os anos (comercialização de 130 a 300 t/ano).

Lavagante: +1% para 10 t, ou seja, cerca de 50% do volume de vendas em lota (iniciativa que acabou de arrancar em 2006).

Mexilhões de Barfleur: entre +10% a +15 %, para cerca de 400 t, consoante a saúde biológica stock.

Robalo de linha: entre +3% e +5 %, consoante os anos, para quantidades de 25 a 35 t.

Peixes com pins: muito variável conforme as espécies (+12% a +13 % para o pregado. para um volume de 3 a 5 t e +3% a +4 % para a juliana (5 à 7 t).

Dimensão da equipa

A equipa da NFM integra 4 empregados, incluindo o director técnico.

Balço das iniciativas colectivas de qualidade em França

Tipos de intervenções

Como já se viu, foram as seguintes:

Temas	AMOP	APROMER	IMA	Normandie Fraîcheur Mer	Normapêche Bretagne	Pôle Filière Produits Aquatiques	SMIDAP
Harmonização da triagem/classificação	X	X	X	X	X	X	X
Avaliação do grau de frescura	X	X	X	X	X	X	X
Risco sanitário				X	X	X	
Boas práticas de higiene		X		X	X	X	
Boas práticas a bordo	X	X	X	X	X	X	X
Identificação por marca colectiva	X	X	X	X	X	X	X
Identificação por símbolo de qualidade			X	X	X	X	X
Ambiente							X

Número e tipo de actores envolvidos

A identificação rigorosa do número de aderentes activos é difícil, em virtude das adesões colectivas (através das Organizações de Produtores), bem como pelo facto de algumas acções envolverem apenas as lotas.

	AMOP	APROMER	IMA	Normandie Fraîcheur Mer	Normapêche Bretagne	Pôle Filière Produits Aquatiques	SMIDAP
Pescadores	100	48		271	500 a 700 potenciais, cerca de 100 em actividade	32	
Lotas	3	3		4	14	1	
Grossistas		1		11	26	8	
Retalhistas		7			10	9	
Institucionais		7	20	1			16
Marisqueiros					6		

Impacte económico e financeiro das iniciativas

O impacte foi real e é muito variável, consoante as espécies. Foi atenuado pelo aumento global de custos

Impacte comercial

Foi muito forte. O pescado etiquetado com marcas colectivas é mais facilmente vendido e é mais procurado pelos grossistas já que lhes completa a gama oferecida.

Impacte da qualidade a bordo

Este impacte está limitado aos aderentes e o alargamento deste encontra os obstáculos dos velhos hábitos e da resistência estrutural à mudança. O que levanta mais dificuldade é a

refrigeração com gelo a bordo das embarcações de pesca costeira (ou pesca do dia). Verificou-se ser um bom incentivo para a adopção das iniciativas o facto de os cadernos de encargos coincidirem com requisitos já desejados e interiorizados pelas lotas (por exemplo, no tocante ao abreviamento das marés)

Impacto da qualidade de triagem/classificação

Este impacto foi elevado nas lotas aderentes. Dois fortes obstáculos tiveram que ser ultrapassados.

- As reticências do pessoal operativo à mudança nos seus hábitos de triagem/classificação;
- As reticências dos compradores a alterarem as denominações comerciais e os conteúdos das embalagens de venda, designadamente nas vendas informatizadas em que os lotes são processados com maior rapidez.

A harmonização das operações de classificação permitiu introduzir algumas modificações no modo de venda informatizada, facilitando a venda à distância e a interconexão das lotas.

Conclusões

Da análise dos processos da Normapêche Bretagne e da Normandie Fraîcheur Mer, evidenciam-se as seguintes etapas:

Fase 1 – Lançamento da iniciativa

Em ambos os casos o arranque em força das iniciativas foi possível graças ao empenho de grupos de profissionais muito motivados: os comerciantes no caso da Bretanha, os pescadores na Baixa Normandia.

Também foi determinante para o arranque o facto de se ter escolhido um produto tecnicamente simples de trabalhar, tanto em termos de cadernos de encargos a bordo, como de cadernos de encargos na lota (designadamente no tocante às operações de triagem e de classificação de grau de frescura) e, também ao nível dos grossistas e retalhistas. Foram os casos da sardinha de cerco para a Bretanha e das vieiras para a Baixa Normandia.

O facto de estes produtos serem susceptíveis de uma abordagem mais simples permitiu

- Simplificar o desenvolvimento dos métodos de trabalho
- Simplificar os métodos de valorização comercial
- Permitir uma aprendizagem rápida a todos os operadores da fileira e da equipa gestonária da iniciativa
- Facultar uma boa base de demonstração técnica e económica, para induzir e consolidar a motivação de produtores e comerciantes.

Isto não significa que a escolha do produto inicial tenha sido simples e isenta de discussões.

Para a Bretanha tratou-se de um produto de baixo valor inicial para o qual os ganhos de qualidade tinham forte potencial. Verificou-se que, rapidamente, nos primeiros anos (1995 a 2000) os ganhos de preço foram muito significativos (de +20% a +60%).

Na Baixa Normandia foi um produto, a vieira, que tinha um interesse estratégico para cerca de 50% das frotas envolvidas. Neste caso verificou-se que o ganho económico inicial não fora suficiente, tendo sido necessário aumentar a dificuldade técnica da intervenção, passando à Etiqueta Vermelha. Apesar do maior risco técnico, a iniciativa permitiu ampliar imenso a notoriedade do produto, o que, por sua vez, beneficiou toda a iniciativa NFM.

Nos dois casos começou-se por uma fase de diagnóstico nas embarcações, o que requereu um investimento importante (muitos embarques e diálogos com os profissionais de bordo). Porém, esta fase de diagnóstico é essencial para adquirir conhecimentos sólidos sobre as práticas a bordo, mas também para estabelecer um clima de confiança e de colaboração que vai facilitar a execução das fases subsequentes.

Chegou-se com relativa rapidez a um diagnóstico sobre a qualidade a bordo das embarcações e a um primeiro guia de boas práticas a bordo e, ainda, à definição e aplicação de acções de formação e sensibilização dirigidas aos comerciantes e aos pescadores.

Uma questão se coloca: é necessário apoiar as iniciativas de qualidade com o lançamento de uma marca colectiva?

Cada caso é um caso e depende do seu contexto histórico. Uma marca colectiva, se bem lançada, permite remunerar o esforço dos profissionais no aumento da qualidade dos seus produtos. Foi, em geral, esta consideração que motivou os profissionais desde o início a criarem uma marca colectiva. Adicionalmente, a marca permite estabelecer uma forma de introduzir melhorias de qualidade em toda a fileira, até ao consumidor final.

Mas, lançar uma iniciativa de qualidade e, ao mesmo tempo, uma marca colectiva representa dificuldades técnicas evidentes, uma vez que as duas iniciativas, apesar de complementares, têm uma natureza muito diferente. No tocante à marca colectiva, levantam-se questões de marketing essenciais, entre outras as seguintes:

- Quais serão os destinatários da mensagem de qualidade a promover?
- Como podem estes destinatários ser atingidos pela mensagem?
- Quem vai afixar a marca no produto? Os produtores? A lota? Os comerciantes? Quais vão ser os veículos que transportarão essa marca (os pins? As etiquetas na caixa?) A escolha técnica tem muita importância: os pins identificam cada exemplar individualmente, devem responder a critérios técnicos (tamanho) e económicos (custo); as etiquetas na caixa necessitam que o comerciante seja parceiro de corpo inteiro na iniciativa de qualidade e que se comprometa a fazer corresponder o conteúdo da caixa à etiqueta que transporta.
- Quem irá garantir a manutenção, ao longo do tempo, das características de qualidade, em conformidade com a mensagem comercial?
- Que comunicação para cada interveniente ao longo da cadeia? Que publicidade? Quais as mensagens concretas?
- Quais os procedimentos de controlo a implementar na fileira, de forma a controlar a adequação da mensagem comercial à qualidade efectiva?

Para compensar este risco técnico, é necessário assegurar que a estrutura responsável pela iniciativa disponha de todas as competências técnicas necessárias (nos campos da qualidade e do marketing) e dos restantes meios necessários para completar o diagnóstico inicial.

Lançar uma iniciativa de qualidade sem recurso a uma marca colectiva, apresenta igualmente um risco: essa iniciativa não pode resolver, rapidamente, todos os problemas da fileira e vai implicar, portanto, a realização de acções cujo retorno económico é progressivo e lento. O interesse de lançar em simultâneo uma marca colectiva, reside, então, em acelerar os primeiros retornos financeiros, mantendo assim viva, a motivação dos actores da fileira.

Nas outras iniciativas colectivas de qualidade (IMA, SMIDAP) trabalhou-se essencialmente sobre a qualidade. Esta última aproximação tem um impacto mais lento, e não ultrapassa, em regra, as operações a nível dos produtores e das lotas.

Fase 2: Consolidação e alargamento da iniciativa

Esta fase desenvolveu-se progressivamente, mas com grande continuidade de acções que permitiram comunicar intensamente a mensagem da iniciativa. Isto criou condições para, simultaneamente, apoiar o lançamento da marca colectiva e manter em bom nível a motivação dos produtores, aliás alargando o número de aderentes, e também continuar a mobilizar os financiadores que quiseram apoiar com os seus fundos.

Nesta fase, as diferentes entidades que apoiaram a iniciativa, financeira e tecnicamente participaram activamente nessa comunicação, que se desenvolveu tanto em matérias propriamente comerciais e informacionais ou de sensibilização (como os colóquios sobre a qualidade alimentar em geral).

Fase 3: Extensão da iniciativa a outras espécies e normalização da triagem

O alargamento a outras espécies põe outras dificuldades técnicas quanto à noção de harmonização das classificações de qualidade entre os produtores e as várias lotas envolvidas.

Houve várias razões subjacentes que justificaram plenamente este esforço de harmonização/normalização:

- Tradicionalmente, cada comunidade piscatória tinha as denominações e critérios de classificação próprios, que se aplicavam apenas nas suas lotas, e que determinavam variações locais nas categorias de frescura e de calibre do pescado.
- Em certas lotas, a triagem não era realizada pelo pessoal da lota, mas sim por pescadores.
- O pessoal da lota, quando realizava a triagem e classificação, não estava particularmente sensibilizado para precisão da classificação. Assim, havia pescado de qualidades E e A misturados no mesmo lote posto à venda, conduzindo a uma subvalorização da qualidade E.
- Finalmente, uma outra razão foi a compreensão de que os benefícios adquiridos pela notoriedade promovida pelas fases 1 e 2 poderiam ser postos em causa se houvesse muitas diferenças de qualidade entre produtos vendidos sob a mesma etiquetagem de qualidade.

Esta fase de normalização passou, no início, por um intenso trabalho a nível das lotas; depois, o esforço estendeu-se aos produtores e aos comerciantes.

Começou-se por um diagnóstico dos tipos de classificação em frescura e qualidade existentes. De seguida passou-se a uma definição e negociação de um referencial de classificação comum a todos os intervenientes na cadeia na mesma zona.

Este referencial foi então transmitido às equipas encarregadas da triagem e classificação, através de fichas técnicas ilustradas apresentando diversas categorias de frescura, e também de acções de formação específica e, por vezes, à redefinição das próprias equipas de triagem. Este esforço de formação, comunicação e sensibilização das equipas de triagem foi acompanhado frequentemente da preparação e distribuição de guias de boas práticas de triagem/classificação

É o tempo das acções de fundo, longas, que devem conduzir à mudança dos hábitos e práticas.

Também aqui, a existência de uma marca colectiva é um factor positivo, quer por conferir visibilidade àquelas acções, quer contribuindo para manter a motivação dos aderentes à iniciativa.

Fase 4: Recuperação dos benefícios, consolidação das iniciativas, nova extensão

Uma vez dominadas as acções de fundo, os benefícios das iniciativas colectivas de qualidade começaram a tornar-se conhecidas para além dos operadores intervenientes na cadeia do pescado costeiro. Isto aconteceu essencialmente por duas razões:

- Os identificadores de qualidade, que valorizaram no início os produtos da pesca, estenderam a sua notoriedade à região onde se estabeleceram. Os primeiros beneficiários foram, sem dúvida, os pescadores da pesca longínqua em que a maioria produção será de qualidade A. Por isso, as duas iniciativas a que se fez referência atrás, BQM e NFM, dispõem também de marcas colectivas de origem, cobrindo, designadamente, a pesca do alto (Poissons de Bretagne, poissons de gourmandie, moules de Barfleur NFM, etc.).

- As iniciativas induziram uma substancial melhoria nas operações de triagem e classificação em lota, uma valorização económica do conjunto das produções de qualidade de cada porto pesqueiro, independentemente de estarem etiquetadas ou não. O “prémio de qualidade” tornou-se uma realidade e incitou o conjunto dos operadores a trabalhar pela qualidade: os produtores a adaptar as suas práticas (duração da pesca, etc.); os comerciantes, que passaram a adquirir um produto mais caro, a valorizá-lo, seguidamente, melhor.

A normalização da triagem/classificação permitiu ainda lançar acções conexas, para além da simples valorização da qualidade. Com efeito, a partir do momento em que a selecção passou a estar harmonizada, os comerciantes passaram a depositar confiança na homogeneidade e conformidade dos lotes gerados nas lotas. Passaram, assim, a realizar aquisições em lotas que anteriormente não frequentavam e naquelas em que não dispunham de representantes para verificarem os lotes antes da venda.

Isto permitiu lançar as actividades ligadas à informatização das vendas, favorecendo um melhor encontro entre a oferta e a procura e induzindo uma maior fluidez nos mercados, designadamente através de:

- Interconexão das lotas: o comprador adquire simultaneamente em várias lotas, tendo acesso a uma maior variedade de escolha e controlando melhor a sua participação nos leilões, uma vez que uma só pessoa pode fazer a ligação entre as suas necessidades e as compras que vai realizando;
- Aquisições remotas: o comprador pode participar no leilão sem estar presente fisicamente na nave da lota, ganhando tempo, reduzindo custos de deslocação e planeando com maior finura as suas compras.

As iniciativas colectivas de qualidade saíram reforçadas no final desta 4 fases, podendo agora lançar-se a uma nova expansão para as espécies mais exigentes como o são as dos crustáceos.

Riscos e fraquezas

Não se deve, porém, subestimar as dificuldades destas iniciativas:

- Revestindo-se a motivação pela valorização económica de alguma aleatoriedade, essa valorização não deve constituir o único factor de motivação. As iniciativas de qualidade incluem, geralmente, a sensibilização a outros factores e benefícios. Mas o indicador económico permanece como o mais utilizado para aferir as vantagens da iniciativa, nomeadamente por comparação entre os produtos etiquetados e os não etiquetados. No caso da França e no período 1999-2007, a tendência geral foi de aumento global dos preços médios do pescado, o que tornou mais difícil a avaliação da valorização económica induzida pelas iniciativas colectivas de qualidade. Esta situação jogou em desfavor das iniciativas colectivas, em termos do número de aderentes, já que alguns intervenientes no sector, nem sempre viam o interesse de fazer mais do que aquilo que o mercado naturalmente lhes traz (mesmo que conjunturalmente).
- Por outro lado, as marcas colectivas arriscam-se a serem vítimas do seu próprio sucesso, já que, se atingirem a fase 4, atrás enunciada, todos os produtores regionais poderão beneficiar de um prémio de qualidade, independentemente de usarem a marcação. Na realidade, ainda há muito que progredir, ainda não se atingiu a fase 4, para a maioria das espécies. No entanto, o risco poderá intervir no futuro e será provavelmente necessário, que as iniciativas colectivas da qualidade, mantenham as suas acções de reforço, das vantagens adquiridas e de evolução das práticas.
- Finalmente, o principal constrangimento é o factor tempo. Este factor actua a 3 níveis:

- A criação da notoriedade comercial;
- O estabelecimento de um clima de confiança entre os operadores;
- A geração de uma motivação difundida

Os primeiros resultados poderão começar a ser perceptíveis numa escala de 2/3 anos (fase 1), mas o conjunto da iniciativa (fases 1 a 3), começa realmente a ter resultados numa escala de 7 a 10 anos.