

Promoção

Semana do Peixe 2016 será de 1º a 15 de setembro

A intenção, com a Semana do Peixe, é criar um marco referencial para toda a cadeia produtiva, fazendo do período uma terceira época de grande consumo de pescado, em complemento à Semana Santa e ao Natal

Evento com 13 anos de história, a Semana do Peixe, cujo propósito é contribuir para o desenvolvimento do consumo de peixes e frutos do mar entre os brasileiros, está confirmada e será realizada de 1º a 15 de setembro de 2016. A meta é resgatar a força que a campanha demonstrou em edições anteriores, como a de 2009, quando as vendas de peixes e frutos do mar, em supermercados que participaram da ação, cresceram mais de 20% no período, comparada a quinzenas comuns.

“A campanha Semana do Peixe foi criada pelo governo federal, há 13 anos, e sempre teve como principal objetivo estimular o consumo de pescado entre os brasileiros”, diz o vice-presidente de Relações Institucionais da Abras, Márcio Milan, que participa do projeto desde a sua criação.

Nos últimos anos, porém, ainda capitaneada pelo governo federal, a Semana do Peixe vinha perdendo fôlego e, neste ano, organizadas pelo Comitê de Pesca das Indústrias do Estado de São Paulo (Compesca), órgão ligado à Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp), diversas entidades (incluindo a Abras), que representam diferentes elos da cadeia desse setor, uniram-se para apoiar e ajudar a recuperar o vigor que a campanha demonstrava em seus primeiros anos.

“A união, de forma articulada, do setor privado, sem, naturalmente, abrir mão do apoio institucional do governo, é uma maneira de resgatar pujança da data, criando uma cultura duradoura de consumo de peixes e frutos do mar no Brasil, além de estimular a criação



A meta é resgatar a força que a campanha demonstrou em edições anteriores, como a de 2009, quando as vendas de peixes e frutos do mar, em supermercados que participaram da ação, cresceram mais de 20% no período

de emprego e renda construindo, assim, uma nova perspectiva de geração de negócios no setor”, diz o coordenador da Semana do Peixe, Abraão Oliveira Neto.

Sob o mote “Peixe é saboroso, saudável e sustentável”, a campanha prevê, no período, descontos, aos consumidores, em peixes e frutos do mar, bem como ampla divulgação do evento por meio da grande imprensa. Para isso, os varejistas podem, desde já, negociar em condições especiais com seus fornecedores. Também de forma sinérgica e colaborativa, indústria e varejo podem, para destacar a ação, produzir materiais promocionais de ponto de venda.

“A intenção, com a Semana do Peixe, é criar um marco referencial para toda a cadeia produtiva, fazendo do período uma terceira

época de grande consumo de pescado, em complemento à Semana Santa e ao Natal”, afirma o coordenador da Semana do Peixe.

De acordo com Oliveira Neto, a ocasião é uma grande oportunidade para o varejo comprar e ofertar, aos seus consumidores, peixes que, normalmente, não constam de seu portfólio. “O peixe é um importante ‘fidelizador’. O cliente que é conquistado pela peixaria de uma loja estabelece laço de confiança com o varejo e passa a frequentá-lo, comprando não apenas pescados, mas também outros produtos”, diz.

Além disso, acrescenta Oliveira Neto, a venda de pescado ainda estimula o consumo de outros itens com bom valor agregado, como azeite e vinho. Ou seja, a ocasião é uma ótima oportunidade para o supermercadista aumentar sua rentabilidade.