

MÁIS DE 27,5 MILLÓNS DE SEMENTE PARA REFORZAR O BANCO MARISQUEIRO DE NOIA E A TRAZABILIDADE EN 2024 E 2025

As sementeiras promovidas pola OPP-95 Noia, dende o criadeiro, en 2024 e 2025 son unha peza fundamental para garantir a trazabilidade, a orixe e a autenticidade do marisco producido na ría de Noia. Grazas a este traballo planificado, é posible controlar o recurso desde o seu primeiro estadio de vida, reforzando a transparencia e a confianza no produto final.

Durante estes dous anos, foron introducidos nos bancos marisqueiros máis de 27,5 millóns de unidades de semente de bivalbo, sempre controlada, identificada e documentada, o que permite coñecer con precisión que especie se sementa, cando, en que talla.

Estes rexistros (especie, datas e tallas) permiten fundamentar unha información transparente ao consumidor e reducir o risco de confusión sobre a procedencia do produto.

En 2024, as sementeiras superaron os 16,9 millóns de unidades, mentres que en 2025 se continuou cun volume superior aos 10,6 millóns. Este control da semente é clave para evitar a entrada de produto doutras procedencias e para garantir que o marisco que se extrae e se comercializa é 100 % de Noia.

Desde o punto de vista da trazabilidade, o criadeiro permite:



Resumo sementeiras 2024–2025 (totais por especie)			
ESPECIE	2024	2025	TOTAL
Almeja babosa	3.000.000	1.559.000	4.559.000
Almeja japónica	13.200.000	8.715.000	21.915.000
Almeja fina	36.500	312.000	348.500
Ostra plana	50.000	5000	55.000
Berberecho	655.000	40.000	695.000

- **Certificar a orixe 100%.**
- **Controlar todo o ciclo produtivo** do marisco da ría de Noia.
- **Mellorar a xestión dos tempos de crecemento.**
- **Fortalecer a base produtiva futura** do marisqueo en Noia.

O censo en bateas de outubro de 2025 confirma a presenza de exemplares en crecemento, resultado directo destas sementeiras, pechando así o círculo entre planificación, control e seguimento do recurso.

A NOVA WEB DO BERBERECHO DE NOIA: MÁIS INFORMACIÓN, MELLOR IMAXE E UNHA FERRAMENTA CLAVE PARA TODOS

www.berberechodenoia.com



A web do **Berberecho de Noia** vén de actualizarse cun dobre obxectivo: **mellorar a imaxe da marca cara ao exterior e facilitar información clara e rigorosa ao consumidor** sobre un produto único pola súa orixe, trazabilidade e modelo artesanal.

A renovación incorpora un **diseño máis moderno, visual e atractivo**, acorde co posicionamento gourmet do berberecho de Noia. Unha web coidada, clara e actual transmite profesionalidade, confianza e coherencia coa calidade do produto que representa, reforzando o prestixio da marca.

Entre as principais novidades destacan as **novas seccións de blog e receitas**, pensadas para achegar o berberecho ao consumidor dun xeito máis próximo e didáctico. Xunto con estes contidos divulgativos, a web permite ao consumidor comprender mellor a trazabilidade do Berberecho de Noia: a súa orixe, o modelo artesanal de extracción e as garantías de identificación e control que o diferencian doutros produtos do mercado.

Este tipo de información é clave para que o consumidor **entenda o valor real do Berberecho de Noia**, confíe na súa orixe e saiba diferencialo doutros produtos do mercado.

Pero a web non é só unha canle cara ao exterior. Para a OPP-95 é tamén unha **ferramenta de apoio interno**, un punto de referencia común que nos axuda a todos a transmitir mensaxes coherentes, contrastadas e aliñadas coa marca. Coñecer e usar a web permítenos **informar mellor**, resolver dúbidas e actuar como verdadeiros **embaixadores do Berberecho de Noia**.

Canto máis claro sexa o que contamos e mellor sexa a imaxe que proxectamos, **máis confianza xeramos no consumidor** e maior será o valor do noso produto no mercado. A nova web é un paso máis nese camiño, que se constrúe co compromiso e a implicación de todos.

« O PLAN DE MÁRKETING DO BERBERECHO DE NOIA: MÁIS ACCIÓNS PARA INFORMAR, DIFERENCIAR E POÑER EN VALOR O PRODUTO »

A renovación da web do **Berberecho de Noia** complétase cun conxunto de **accións de márketing e comunicación** que xa se puxeron en marcha co mesmo obxectivo: **informar mellor ao consumidor, reforzar a trazabilidade e dar a coñecer o valor real do produto**.

No marco do PPYC2024_2025, estas actuacións responden ás necesidades detectadas na avaliación previa (DAFO) en materia de comunicación (recomendación 3.1.3.2), priorizando mensaxes de trazabilidade e acceso á información clara e completa para apoiar unha compra informada.

Un dos primeiros pasos foi o **lanzamento das novas redes sociais oficiais da marca**, concibidas como un canal directo para explicar a orixe do berberecho, o seu sistema de control, o traballo das mariscadoras e mariscadores e as diferenzas que fan do Berberecho de Noia un produto único. Estas redes están orientadas ao consumidor final e buscan crear unha mensaxe clara, coherente e positiva arredor da marca.

Os contidos insisten en cómo identificar o produto auténtico e en qué elementos de control e verificación sustentan a súa trazabilidade, contribuíndo a que a información sexa comprensible e contrastable.



En paralelo, desenvóléronse **accións presenciais en prazas e mercados**, con reparto de **folletos informativos en 6 cidades** (A Coruña, Vigo, Pontevedra, Lugo, Ourense e Dantiago) . Os folletos explican de forma sinxela que é o Berberecho de Noia, como recoñecer o produto auténtico e por que a trazabilidade e a orixe son clave á hora de mercar.

Deste xeito, lévase ao punto de compra información clara e completa sobre procedencia, autenticidade e control, reforzando a confianza do consumidor (obxectivo OCM).

Como peche desta etapa, na semana previa ao Nadal celebrouse un **taller de cociñas en vivo no Mercado de Lugo da Coruña**, onde os asistentes puideron coñecer diferentes formas de preparar o berberecho, ao tempo que se lles explicaba a súa procedencia, o modelo artesanal de extracción e o sistema de control que garante a súa autenticidade.

E en paralelo realizouse unha **acción de degustación da tradicional empanada de croques**, unha das receitas máis representativas da ría, que serve como porta de entrada para falar do produto, da súa calidade e do seu uso na cociña.

Todas estas accións forman parte dunha estratexia común: **canto máis informado está o consumidor, maior é a súa confianza**, máis fácil é diferenciar o Berberecho de Noia e maior é o valor que se lle outorga no mercado. O Plan de Márketing non busca só visibilidade, senón **construír coñecemento, trazabilidade e prestixio de marca**, un traballo no que a implicación de todos é fundamental.

