



# SUCCESS

Renforcer la compétitivité et la durabilité économique des secteurs européens de la pêche et de l'aquaculture en saisissant les opportunités offertes par le marché

Strategic Use of Competitiveness towards Consolidating the Economic Sustainability of the European Seafood Sector

## Editorial : la pêche côtière, un segment au goût du jour

Face à la raréfaction des ressources, la durabilité des filières halieutiques est plus que jamais un enjeu majeur. Comme l'ensemble des acteurs de la filière, le consommateur a aussi une influence en choisissant d'acheter des produits durables. La pêche côtière, source de produits ultra-frais et issus de techniques de pêche traditionnelles, ancrées localement, peut répondre à ces défis. Sensibilisation et dialogue sont les clés de la transformation des filières. L'organisation Slowfood l'a bien compris et met « à table » consommateurs et acteurs de la filière (pêcheurs, cuisiniers, consommateurs, chercheurs et institutionnels) autour de la question lors du Slowfish event à Gênes (Italie) tous les deux ans.



Le Slowfish 2017 (18 au 21 mai) était l'occasion idéale de présenter et discuter les premiers résultats du projet SUCCESS sur les exemples de pêche côtière étudiés à travers l'Europe ([disponibles ici dans leur intégralité](#)). L'engouement des parties prenantes pour les animations organisées par l'équipe du projet met en lumière la réalité des enjeux auxquels fait face la pêche côtière et les nombreuses opportunités qui s'offrent à elle.

Retour sur le déroulement de l'évènement avec les équipes de Nisea & Ifremer (Co-organisateur), UBO, Fishpass, UNIPA et Markmar.

Newsletter n°3

Septembre /

Octobre 2017

GET IN TOUCH

Website : [www.success-h2020.eu/](http://www.success-h2020.eu/)



Twitter : [eu\\_success](https://twitter.com/eu_success)

## Face au contexte actuel difficile, la pêche côtière innove pour mieux vendre ses produits

La pêche côtière, caractérisée par une proportion importante de bateaux artisanaux, fait face à de nombreuses difficultés en lien avec l'état des stocks, les conflits d'usages et la compétition sur le marché. Plusieurs initiatives, étudiées par le projet SUCCESS, ont donc vu le jour pour mieux répondre à la demande de produits frais, de qualité et à faible impact environnemental.

Pour mieux mettre en avant les produits répondant à ces attentes, de plus en plus de professionnels se tournent vers la **labélisation**. Et pour cause : les équipes d'Ifremer et de l'UBO ont prouvé statistiquement que le label "bar de ligne pointe de Bretagne" (France) a permis de vendre les produits labélisés plus cher et a créé une démarcation nette et durable avec les bars issus de l'aquaculture et d'autres méthodes de pêche (F. Daures et al.).



Mieux **répartir la valeur ajoutée le long de la chaîne de valeur** permet aux pêcheurs de revaloriser leurs revenus tout en influant peu sur le prix de vente du produit. Les pêcheurs de l'île d'Yeu (France) ont exploité cette piste en créant « l'**AMAP** poisson ». Celle-ci distribue régulièrement du poisson à des consommateurs lointains qui s'engagent sur des achats réguliers. Cette chaîne de valeur innovante a permis d'augmenter de 10% le bénéfice annuel par bateau et de maintenir l'activité de pêche locale (L. Le Grel).



Vernis (© Amgueddfa Cymru)

Garantir la stabilité de la filière passe aussi par celle des stocks halieutiques. L'O.P. Fasolari (Italie) a ainsi mis en place une **gestion locale de la pêche** au vernis (*Callista chione*), assurant ainsi la viabilité du gisement et l'équilibre du marché, ayant comme conséquence la hausse des prix au bénéfice des pêcheurs (L. Malvarosa et al.).

## Connaitre les représentations des consommateurs pour mieux communiquer

Une communication efficace est celle qui prend en compte les représentations des consommateurs, étudiées par le projet SUCCESS à une échelle européenne.

L'enquête et les groupes de réflexion menés par l'équipe de SUCCESS à travers l'Europe ont montré que la pêche côtière a plutôt une **connotation positive** et est perçue comme un **gage de qualité par les consommateurs**, même si il est difficile de la définir exactement. De plus, les consommateurs sont prêts à payer plus cher pour ces produits perçus comme frais, à faible impact environnemental et locaux (Y. Feucht et al., C Pirrone et al.). Ces perceptions et appréciations diffèrent néanmoins d'une région à l'autre.

Les acheteurs des produits de la mer sont à la recherche d'informations plus précises (sur les zones de pêche, les techniques et dates de capture...) ainsi que « d'histoires » sur le produit. Le « **Fishcode** » testé sur des navires côtiers fournit des perspectives prometteuses y compris sur ce type de pêche (Macabiau).



Mots associés à "pêche côtière" par les participants à l'enquête

**Coordinateur:**  
University of Brest (UBO)  
Bertrand Le Gallic

**Ingénieur projet**  
Claire Blandel

**Ingénieur de recherche**  
Aurélia Changeant

[success@univ-brest.fr](mailto:success@univ-brest.fr)

+33 (0)2 98 01 70 22

## SUCCESS à Slowfish

- 12 posters présentant les différents résultats du projet sur les thématiques de labélisation et marketing, chaîne de valeur, valeurs non marchandes, perceptions des consommateurs et vente directe de la Pêche côtière ont été mis à la disposition des visiteurs. Des tables rondes autour de ces posters ont été organisées.
- 5 films ont été présentés sous forme de projection-débat, animées par les "acteurs" des films (Ken Kawahara (plateforme de la petite pêche artisanale française), Natale Amoroso (O.P. della Pesca di Trapani) et Trapani Angelo Tiozzo (O.P. Fasolari)).
- Une table ronde de synthèse a rassemblé l'ensemble de parties prenantes invitées, des représentants du programme LIFE, l'équipe de SUCCESS et d'autres visiteurs. Ces acteurs ont ainsi échangé sur l'équilibre difficile dans la gestion des pêcheries artisanales et industrielles, la complexité de la réglementation européenne et les risques liés aux contradictions et les incompréhensions dans leur mise en œuvre au niveau national et local.
- Un livre de présentation des posters a été édité pour l'occasion.
- La presse spécialisée s'est fait l'écho de l'évènement et de la présence de SUCCESS (Eurofish n°4,2017 et Pesceintere, 29 mai 2017)



Photo : le stand SUCCESS avec les équipes Nisea & Ifremer (Co-organisateur), UBO, Fishpass et UNIPA.

Sur les 200 personnes qui ont visité le stand et assisté aux animations, plus de 50 visiteurs ont fait part de leur avis sur les résultats du projet via un questionnaire. Ils ont trouvé les travaux présentés intéressants et correspondant aux préoccupations actuelles des professionnels de la pêche côtière. Les résultats mettent en avant l'importance d'un tel évènement et d'un tel projet pour créer du dialogue entre les consommateurs et les professionnels. Les aspects de coopération scientifiques-professionnels-institutionnels, la meilleure valorisation des produits, la sensibilisation du public par une communication accrue sont vus comme des aspects particulièrement importants.

Pour accéder aux films, poster, articles et autre outils présentés par SUCCESS lors de Slowfish event, [cliquez ici](#) ou accédez à l'onglet « Events & conférences » sur le site internet de SUCCESS

## SUCCESS EN BREF

### EVENEMENTS PASSES...

- SUCCESS workshop "mytiliculture en Italie : opportunités de croissance et de valorisation" (Mai 2017—Cattolica) ([plus d'infos](#))
- Assemblée générale du projet (12-15 juin 2017—Athènes)

### EVENEMENTS A VENIR...

Les prochaines manifestations organisées par SUCCESS sont :

- SUCCESS workshop "Blue Growth: Sustainable Development of the Fishery and Aquaculture Sector" (7-8 sept. 2017—Santander) ([plus d'infos](#))
- SUCCESS workshop : "Impacts of BREXIT, free trade agreements, and looming shifts in international trade policies affected through Non-Tariff-Measures" (10-11 oct.2017—Bruxelles)
- SUCCESS conférence : "global fish supply and markets : the long perspective" (12 oct. 2017—Bruxelles)

### SUCCESS Y ETAIT...

Des membres de l'équipe ont assisté et présenté le projet à :

- Slowfish event (18-21 mai 2017-Gènes) ([plus d'infos](#))
- 7th Global Innovation and Knowledge Academy (GIKA) : SUCCESS a présenté les résultats sur la place des produits de mer dans la restauration scolaire (28-30 juin 2017—Lisbonne) ([plus d'infos](#))

### SUCCESS Y SERA ...

Les prochaines manifestations auxquelles SUCCESS sera present :

- SUCCESS sera present au World seafood congress (10-13 sept. 2017 - Reykjavik) : SUCCESS co-organise avec le projet européen PrimeFish des tables rondes et des présentations autour des chaînes de valeurs et des stratégies commerciales

## DERNIERS RESULTATS ET PRODUCTIONS

Le projet SUCCESS a produit un nouveau film, "[the small-sale fisheries plateforme](#)". Ken Kawara, fondateur de la Plateforme de la petite pêche artisanale française présente la structure et nous fait part de sa démarche pour valoriser cette filière.

La presse parle de SUCCESS ! [Plusieurs articles](#) sont sortis les mois derniers dans les revues spécialisées Eurofish magazine, la revue italienne en ligne Pesceintere et la plateforme d'actualité des projets Européens CORDIS

Vous souhaitez vous abonner/désabonner à notre newsletter : [cliquez ici](#) !

"This project has received funding from the European Union's Horizon 2020 research and innovation programme under grant agreement No 635188"

