

### En direct du cotre

**FLAG : AktivRegion Ostseeküste**  
Schleswig-Holstein, Allemagne

#### Présentation du projet

Ce projet conjugue la demande croissante de poisson local frais et l'utilisation de technologies de l'information courantes et bon marché. Il repose sur une formule de vente directe du poisson pêché au large de l'« AktivRegion Ostseeküste » (Zone côtière active de la Baltique) qui utilise un site web dynamique – [www.fischvomkutter.de](http://www.fischvomkutter.de). Alors qu'ils sont encore en mer, les pêcheurs peuvent déjà envoyer par sms vers ce site les détails de leurs prises et leur heure d'accostage estimée. Les clients peuvent donc savoir où, quand et quelles espèces de poisson seront vendues directement du bateau, avant même l'arrivée de celui-ci au port.



#### Contexte et défis



Les pêcheries de Heikendorf, Laboe, Stein, Wendtorf, Schönberg et Hohwacht sont situés autour de la baie de Kiel, sur la côte balte du Schleswig-Holstein. Le FLAG est une antenne du GAL LEADER AktivRegion Ostseeküste, l'Axe 4 du FEP étant ici mis en œuvre en étroite collaboration avec l'initiative communautaire de développement rural.

La zone compte 63 493 habitants. La population a légèrement augmenté au cours de ces dernières années en raison de la proximité de la capitale régionale, Kiel. Le tourisme joue un rôle important dans le développement économique, en particulier, sur la côte.

Il y a 100 ans, on dénombrait encore quelque 3 000 pêcheurs dans la baie de Kiel. Aujourd'hui, subsistent seulement quatre ports et 59 petites entreprises de pêche, dont l'avenir est loin d'être assuré.



La stratégie du FLAG souligne le manque de coopération et de réseautage entre les pêcheurs et les secteurs touristique et gastronomique comme une faiblesse à surmonter.

Le manque d'information en matière d'approvisionnement et l'insuffisance des systèmes de réfrigération entravent les initiatives liées à la vente directe de poisson frais. Sur le plan commercial, la morue et le flet ne se vendent généralement qu'à bas prix (70 centimes le kilo dans certains cas) à des grossistes, les autres circuits de commercialisation étant limités.

## Objectifs du projet

Dans ce contexte, le FLAG s'est fixé les objectifs suivants :

1. améliorer le réseautage entre les pêcheurs, les opérateurs touristiques et les restaurateurs,
2. accorder plus d'attention au tourisme dans la zone de pêche,
3. augmenter le chiffre d'affaires et la vente directe de poisson.

Les objectifs de développement suivants ont été définis :

- › Rendre les localités côtières plus attrayantes pour les habitants et les touristes,
- › Mettre en valeur l'importance historique et actuelle de la pêche locale,
- › Transformer l'acte d'acheter du poisson en une expérience pour le consommateur, par le biais de la vente directe sur le bateau et de la commercialisation conjointe,
- › Encourager la coopération entre opérateurs touristiques, pêcheurs professionnels et restaurants de poissons,
- › Mieux intégrer les ports dans l'activité touristique,
- › Améliorer la vente directe ainsi que la réfrigération et la chaîne du froid.

**Joindre les deux bouts :** L'objectif principal du projet « Fisch vom Kutter » (mot à mot « Poisson en provenance du cotre ») est de dynamiser les entreprises de pêche locales traditionnelles en augmentant la vente directe, en transformant l'achat de poisson en expérience, et en fournissant des informations sur les poissons et l'histoire de la pêche.

**Circuits courts :** Il s'agit également de contribuer à limiter les émissions de CO<sup>2</sup> en évitant les transports longue distance entre les lieux de débarquement et la criée. La clientèle visée par le projet sont les touristes et excursionnistes de Kiel, ainsi que la population locale. Tous pourront profiter sur place d'une alimentation saine, authentique et savoureuse.

## Description du projet

L'élément clé du projet est le site web dynamique [www.fischvomkutter.de](http://www.fischvomkutter.de) qui sert de plate-forme d'échanges instantanés d'information pour faire se rencontrer, au moindre coût, l'offre des pêcheurs et la demande des consommateurs.

Alors qu'ils sont encore en mer, les pêcheurs envoient au site par sms les informations sur le poisson qu'ils ont pris, ainsi que le lieu et l'heure d'accostage (en utilisant des données GPS pouvant être téléchargées gratuitement par n'importe quel système de navigation standard sur [www.poisbase.com](http://www.poisbase.com)). Les consommateurs peuvent également accéder à ce service d'information via leur smartphone, ce qui évite au client perte de temps et déplacements, tout en leur offrant des produits frais à des prix attractifs.

En plus des informations spécifiques sur les produits de la pêche, le site fournit également des informations complètes sur l'histoire du secteur de la pêche dans la région, les méthodes de capture, les types de poissons pêchés, les pêcheurs concernés et le respect de l'environnement. Ces informations complémentaires sont également disponibles sur des panneaux d'information situés sur les lieux de débarquement et dans une brochure d'information.

Les panneaux d'information, en bois massif, ont été mis en place sur chacun des sept lieux d'accostage entre Heikendorf et Hochwacht. La brochure présentant le système de vente directe est distribuée par tous les bureaux d'information touristique, les sociétés de pêche et d'autres partenaires locaux.

Le projet a été élaboré au cours de 2009. Il a été mis en place entre le printemps 2010 et le printemps 2011. Le site Internet a été officiellement ouvert en janvier 2011 et le projet a été présenté à la presse en mars 2011.

## Principaux acteurs concernés

L'idée initiale de promouvoir la vente directe de poisson dans la région via panneaux d'information, brochures et site web a été développée par Uwe Sturm en collaboration avec le Groupe de travail de la pêche, une structure locale pour la pêche existant avant la création du FLAG. Uwe, qui gère le musée portuaire de Probstei, est également porte-parole du Groupe de travail, à présent intégré dans le FLAG.

Uwe a réussi à développer un réseau d'acteurs individuels et collectifs motivés, et à susciter de l'enthousiasme pour le projet. Les participants au projet sont des pêcheurs (comme Jan et Erik Meyer, la famille Rönnau, Björn Fischer et Tilo et Dirk Hohmann), des organisations maritimes (comme le musée portuaire de Probstei à Wendtorf, la station de biologie marine de Laboe, les informations maritimes de Möltendorf et l'Aquarium IFM-GEOMAR), ainsi que des collectivités locales (comme la commune de Wendtorf).



## Résultats

Bien qu'il ne soit pas encore possible d'évaluer pleinement les effets à long terme du projet, on observe déjà une nette augmentation des prix (par exemple, 9 € le kilo de filet de morue) par la vente directe et les circuits courts par rapport au commerce de gros. On estime donc que la rentabilité et la capacité de survie des 11 entreprises de pêche concernées se sont améliorées. En outre, certaines entreprises de pêche ont créé de nouvelles activités en élargissant leur gamme de produits (par exemple le fumage et la cuisson d'une partie des captures) et comptent maintenant de 30 à 50 % de clients supplémentaires.

En outre, la vente directe de poisson frais n'ouvre pas seulement un nouveau débouché pour les pêcheurs locaux, mais transforme également l'achat de poisson en expérience, favorisant ainsi le contact direct entre client et producteur.

Parallèlement, la coopération entre pêcheurs, opérateurs touristiques et restaurateurs a augmenté, de même que l'information à la clientèle, ce qui a favorisé une meilleure intégration du secteur de la pêche dans le territoire.

Le site internet recense actuellement quelque 21 000 visiteurs par mois. En moyenne, près de 700 utilisateurs consultent plus de 10 pages du site par jour. Plus de 2 500 visiteurs/jour consultent le site lors d'événements spéciaux, après la diffusion d'un reportage télévisé, par exemple. Des articles dans les médias locaux ont réussi à attirer l'attention du public sur le secteur local de la pêche, la vente directe et le site web (voir plus loin).

Les principaux bénéficiaires de ces bons résultats sont les pêcheurs concernés, qui tirent profit de la vente directe depuis leur bateau. La formule est également bonne pour l'environnement (en réduisant les émissions de CO<sup>2</sup>). Quant aux clients, (habitants, restaurateurs, touristes) ils peuvent se procurer des produits frais et locaux, à un prix intéressant.

## Solutions trouvées et leçons tirées

Les obstacles rencontrés concernent les aspects administratifs du financement de l'Axe 4 du FEP. Du point de vue des pêcheurs, il a fallu assez longtemps avant que les besoins de financement soient rencontrés (à commencer par l'approbation du FLAG et de sa stratégie de développement). Par ailleurs, les communes impliquées dans le projet ne sont pas toutes reconnues comme faisant partie de la zone de pêche et donc éligibles au financement. Les problèmes ont été résolus grâce à une approche souple et un soutien efficace de l'administration. En outre, la mise en œuvre de ce projet est portée par des bénévoles, ce qui est un défi permanent.

La réussite du projet est surtout due aux facteurs suivants :

- › Idée et dispositif technique innovants (site web),
- › Implication et force de persuasion des parties prenantes, coopération et travail en réseau des autres acteurs,
- › Professionnalisme des relations publiques et de la communication, en plus de l'image authentique des pêcheurs.

## Perspectives

En février 2011, toutes les communautés de pêche du Schleswig-Holstein ont décidé de créer un site web commun, le « Netzwerk Ostseefischerei und Nordseefischerei » (Réseau des pêcheries de la mer Baltique et de la mer du Nord) qui étendra l'expérience à de nouveaux territoires.

Afin de répondre à la demande croissante de poisson capturé avec des moyens respectueux de l'environnement (pas de prises accessoires de mammifères marins ni d'oiseaux de mer) et au juste prix, on prévoit d'utiliser de plus en plus de méthodes de capture alternatives et d'obtenir un label écologique.

Le projet est appelé à se poursuivre à long terme, le financement européen étant strictement conçu comme une aide au démarrage. Le site [www.fischvomkutter.de](http://www.fischvomkutter.de) sera exploité sur une base continue par un groupe de bénévoles motivés, ce qui permet de limiter les coûts.

## Transférabilité

Le projet est transférable dans d'autres territoires côtiers capables de répondre aux exigences de la vente directe de produits de la pêche. Il implique le respect des réglementations locales concernant la vente directe (en matière de sécurité alimentaire et de procédures de contrôle), la disponibilité de lieux d'accostage appropriés et une certaine chalandise (touristes, acheteurs...). La mise en œuvre technique du projet (site internet et SMS) est, quant à elle, assez simple.

## Coûts et financement

Coût total du projet: 20 000 € (environ)

- › Coût total éligible: 15 426 €
- › Contribution publique: 8 484 € (55 % des coûts éligibles)

Les communes de Hohwacht, Schönberg, Wendtorf, Stein, Laboe et Heikendorf ont contribué au cofinancement proportionnellement aux coûts locaux occasionnés.

La mise en œuvre du projet et la production du matériel pour les panneaux d'information sont assurées bénévolement par les personnes impliquées dans le musée portuaire de Probstei.

## Informations relatives au projet

**Titre:** Fish Vom Kutter (En direct du cotre)

**Durée:** un an (printemps 2011 – printemps 2012)

**Etude de cas:** mai 2011

### Porteur du projet

AktivRegion Ostseeküste FLAG

M. Uwe Sturm, FLAG manager

Site web: [www.fischvomkutter.de](http://www.fischvomkutter.de)

a/s Museumshafen Probstei, Ellernbrook, D-24235 Stein

Tel: +49 4343 4211630, Mobile: +49 160 967 16899

[post@museumshafen-probstei.de](mailto:post@museumshafen-probstei.de)

### Contact FLAG

[www.aktivregion-ostseekueste.de](http://www.aktivregion-ostseekueste.de)

**Éditeur:** Commission européenne, direction générale des affaires maritimes et de la pêche, directeur général.

**Décharge de responsabilité:** La direction générale des affaires maritimes et de la pêche est responsable de la production de ce document mais pas de son contenu. Elle ne garantit pas l'exactitude des données.