

Résumé du projet

« Km 0 »

**FLAG: Litoral Norte
Minho-Lima, Portugal**

Présentation du projet

« Km 0 » est une marque créée pour promouvoir l'approvisionnement local. Il réunit des intervenants de l'ensemble de la filière pêche du Minho-Lima: producteurs, transformateurs, distributeurs, détaillants et consommateurs.



Le projet vise à promouvoir l'approvisionnement local grâce à une marque identifiant les produits locaux et à la sensibilisation des différents acteurs de la filière. En plus de fournir aux utilisateurs finaux une meilleure connaissance des produits locaux, le projet cherche également à améliorer les débouchés pour ces produits et à renforcer les liens entre les restaurateurs, les cuisiniers, les pêcheurs et les autres producteurs primaires du territoire.



Le développement de la marque « Km 0 » a commencé par l'élaboration d'un système de traçabilité et d'une charte de qualité pour un certain nombre de produits du Minho-Lima. La marque concerne des produits alimentaires de qualité proches du consommateur local. Afin d'intéresser le grand public et aussi d'autres territoires, un événement de lancement a été organisé, qui a rassemblé des producteurs locaux et des chefs réputés, ainsi qu'une délégation espagnole et française de professionnels de la restauration pour qu'ils découvrent les produits et apprennent les préparer. L'événement, qui concernait un large éventail de produits locaux (vins, produits laitiers, pâtisseries...), a consacré un atelier spécifique aux produits locaux de la mer. Six autres événements de ce genre, deux itinéraires

gastronomiques ainsi qu'une présence forte dans les médias locaux et électroniques sont quelques uns des outils que le projet a utilisés pour attirer les visiteurs et les professionnels.

Parallèlement à cette stratégie de sensibilisation et au développement de la marque, une troisième action consiste à travailler sur l'image des produits et sur les conditions dans lesquelles ils sont vendus ou consommés. Appuyée par du matériel promotionnel, la rénovation des présentoirs dans les points de vente et restaurants adhérent à l'opération permet d'harmoniser la commercialisation des produits et de transmettre un message clair et coordonné au consommateur sur les avantages qu'il a d'acheter des produits de marque Km 0.

Principaux enseignements

- › **Pertinence par rapport aux thématiques FARNET :** Valorisation des produits locaux de la pêche, circuits courts.
- › **Résultats :** Le premier événement (« Rencontre Gourmet FIAE 2011 »), qui s'est tenu sur deux jours en mai 2011, a attiré plus d'une centaine de participants. L'atelier consacré aux « Nouvelles ressources marines pour la gastronomie » a fourni au public et aux PME locales une formation pratique dispensée par une plate-forme culinaire espagnole innovante de renom (www.portomuiños.com/). Le design de la marque Km 0 en est aux étapes finales et devrait être appliqué à diverses ressources halieutiques de la mer ou des rivières, en liaison avec d'autres ressources endogènes du Minho, et adopté en premier lieu par les associations de pêche locales, les marchés municipaux et des restaurants sélectionnés par l'équipe du projet, des écoles et des chefs cuisiniers.
- › **Transférabilité :** Les dispositifs de traçabilité et de « branding » peuvent être de précieux outils marketing pour les nombreuses zones de pêche qui cherchent à mieux valoriser leurs produits locaux. Toutefois, les porteurs de projet devraient être attentifs à la saisonnalité des produits qu'ils souhaitent promouvoir et à la demande du marché dans leur zone de chalandise. Ce projet s'appuie sur l'identité forte des produits concernés, ainsi que sur un large éventail de produits pouvant plaire à la fois aux distributeurs et aux consommateurs.
- › **Conclusion :** De par sa triple approche (marque – réseau – sensibilisation), le projet est en train de développer une série intégrée de mesures destinées à se compléter mutuellement et à multiplier son impact. Il comporte également une dimension transnationale en établissant des liens avec des professionnels de territoires étrangers partageant des similitudes en termes de tradition culinaire et d'entrepreneuriat.

Coût total et contribution FEP

- › **Coût total :** 128 621 €
- › **Contribution de l'Axe 4 du FEP :** 67 526 €
- › **Cofinancement national :** 22 507 €
- › **Contrepartie privée (fonds propres) :** 38 586 €

Informations sur le projet

Titre : Km 0

Durée : 12 mois (mai 2011 – mai 2012)

Date de l'étude de cas : avril 2012

Porteur du projet

CEVAL – Conselho Empresarial dos Vales do Lima e Minho

José Carlos Amorim – jose.amorim@ceval.pt

+351 258 801 450

www.ceval.pt

Contact FLAG

Litoral Norte, Portugal

Cecília Marques – gac@cim-altominho.com

+351 258 800 200

www.gac.cim-altominho.pt

[Fiche FLAG](#)

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.