

« À l'Ostendaise »

FLAG : Flandre occidentale

Belgique

Aperçu du projet

À l'Ostendaise réunit des pêcheurs et des restaurants locaux dans le but de créer et de promouvoir un nouveau marché pour les poissons de la région, qui sont transformés en plats de qualité dans les meilleurs restaurants d'Ostende.



L'un des principaux objectifs de ce projet – promu par l'office du tourisme d'Ostende – était d'inciter les visiteurs et les propriétaires de seconde résidence à Ostende à passer plus de temps dans la ville en-dehors de la haute saison. Pour ce faire, le projet a misé sur la revalorisation de la réputation d'Ostende en tant que ville de pêche et sur la promotion de cet endroit où les visiteurs peuvent profiter d'un délicieux dîner composé d'ingrédients de qualité – et en particulier de poisson frais de saison et pêché localement.

Le projet inclut une série d'activités et de campagnes promotionnelles visant à célébrer et promouvoir le poisson et les

fruits de mer capturés par la flotte ostendaise. Un événement de lancement d'une durée de deux jours a été organisé sur le front de mer rénové. Vingt-cinq restaurants ont été invités à y tenir un stand et à proposer des plats à base de poisson local et de saison. Ensuite, le menu « À l'Ostendaise » a été intégré dans l'offre normale des restaurants participants, qui doivent proposer un menu à base des deux espèces de poisson local sélectionnées chaque mois. En outre, les restaurants se relayent pour organiser deux dîners mensuels lors desquels les dix premières personnes à réserver peuvent déguster le menu « À l'Ostendaise » en compagnie d'un pêcheur local, qui partage avec elles ses connaissances et des histoires à propos des différentes espèces locales et des techniques utilisées pour les capturer. Le dîner comprend aussi une visite guidée du port et, souvent, une présentation du menu par le chef.

Le menu « À l'Ostendaise » a été largement promu dans la presse locale et étrangère ainsi qu'à la télévision, sur des panneaux d'affichage et sur des posters. La chaîne culinaire Njam, par exemple, diffuse régulièrement une série dans laquelle les chefs des restaurants participants relèvent le défi de développer de nouvelles recettes à base d'un poisson local sélectionné. Un site internet – disponible en quatre langues – a aussi été développé pour fournir au public des informations sur le projet et les restaurants participants, ainsi que sur les différents poissons en fonction des saisons, les recettes développées spécialement et la visite guidée maritime.

Principaux enseignements à tirer

- **Pertinence par rapport aux thèmes FARNET :** tourisme, valeur ajoutée pour les produits de la pêche, coopération entre les pêcheurs et les restaurateurs.
- **Efficacité/efficience :** certains résultats peuvent déjà être mis en évidence. Ainsi, l'événement de lancement de juin 2013 a attiré 10 000 visiteurs, qui ont acheté 1 240 kg de poisson préparé au total (à base d'environ 3 700 kg de poisson). Cet événement a contribué à élargir la saison touristique (juillet-août) à Ostende et a été considéré comme tellement réussi que l'office du tourisme prévoit d'organiser une deuxième édition en juin 2014. Les pêcheurs locaux étaient tellement satisfaits qu'ils ont décidé d'offrir des dégustations lors de l'événement hivernal de la ville.

25 grands restaurants participent au projet et d'autres sont sur la liste d'attente. Les restaurants ont bénéficié d'une belle publicité et, en retour, ils ont développé de nouvelles recettes pour les poissons locaux tout en faisant découvrir des espèces méconnues, comme la roussette et la barbue, que les clients peuvent déguster pour environ 45 euros par personne, dans le cadre du menu « À l'Ostendaise ». 170 personnes ont participé à la visite guidée maritime durant les trois premiers mois, ce qui a permis le développement d'une [app](#) que les visiteurs peuvent télécharger et suivre selon leurs envies. Njam a consacré une émission à la roussette (95 433 spectateurs), à la langoustine (54 022 spectateurs) et à la plie (55 591 spectateurs).



- **Transférabilité :** il s'agit d'un excellent exemple de promotion des activités et des produits locaux de la pêche, tout en attirant les locaux et les touristes dans des restaurants qui accordent beaucoup de valeur à la durabilité. Des activités similaires pourraient être envisagées dans de nombreuses autres communautés de pêche où les espèces de poisson locales ont des difficultés à concurrencer des espèces moins chères ou mieux connues.
- **Commentaire final :** le travail se poursuit en matière de traçabilité tout au long de la chaîne de pêche et de renforcement des capacités des pêcheurs. Des systèmes pour contrôler que les restaurants participants respectent bien les règles concernant les espèces de poisson recommandées sont en place. Cependant, étant donné que tous les poissons sont vendus à la criée en Belgique, du travail est en cours avec les grossistes pour les encourager à communiquer davantage d'informations (par ex. de quel bateau vient le poisson) aux clients tels que les restaurants. À la demande des pêcheurs participants, une formation est aussi envisagée pour développer leur capacité à s'exprimer devant des groupes pour fournir des explications sur leur travail et leurs produits.

Coût total et contribution du FEP

Coût total du projet : 369 038 €

- › FEP Axe 4 : 134 698,87 € (36,5 %)
- › Gouvernement flamand : 36 903,80 € (10 %)
- › Gouvernement provincial : 36 903,80 € (10 %)
- › Office du tourisme d'Ostende : 55 355,70 € (15 %)
- › SDVO – Fondation pour le développement d'une pêche durable : 105 175,83 € (28,5 %)

Informations sur le projet

Titre : *À l'Ostendaise*

Durée : janvier 2013 à septembre 2014

Date de l'étude de cas : décembre 2013

Promoteur du projet

Office du tourisme d'Ostende

Els Goethals

e.goethals@toerisme-oostende.be

+32 59 25 53 11

www.alostendaise.be

Données sur le FLAG

FLAG Flandre occidentale, Belgique

stephanie.maes@west-vlaanderen.be

+32 (0)59 34 01 87

www.west-vlaanderen.be/EVF

[Fiche FLAG Flandre occidentale](#)

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.