



## *Valoriser les produits locaux de la pêche*





# Sommaire

## Photos (pages):

Brigitte Ruiz (1, 15), Commission européenne (3), Jean-Luc Janot (5, 6, 9, 10, 11, 14, 17, 18,19), Sam Morgan Moore (7), Zuidezeeilver (10), De Boet (11), Comité des Régions (12), Jean-Michel Labrousse (17), IFHVP (20), Regione Sardegna (20), Gilles Bondaz (20), Laurence Hartwell (20), FLAG Zied Zeme (21), Valdis Kudin (22), FLAG Talsi (23), FLAG Liepaja (24), Serge Gomes da Silva (25, 26).

**Couverture:** parcs à huîtres dans le bassin d’Arcachon.

**Journalisme:** Jean-Luc Janot, Eamon O’Hara.

**Ont également participé à la rédaction de ce numéro:** Urszula Budzich-Szukala, Monica Burch, Serge Gomes da Silva, Valdis Kudins, Paul Soto, Gilles van de Walle.

## Production:

DevNet geie (AEIDL/Grupo Alba) / Kaligram.

## Contact:

FARNET Magazine, Cellule d’appui FARNET, rue Saint Laurent 36-38, B-1000 Bruxelles +32 2 217 44 60

[info@farnet.eu](mailto:info@farnet.eu)

[www.farnet.eu](http://www.farnet.eu)

FARNET Magazine est publié par la Direction générale des Affaires maritimes et de la Pêche de la Commission européenne. Il est distribué gratuitement sur simple demande.

FARNET Magazine paraît deux fois par an en français, allemand, anglais et espagnol.

**Éditeur responsable:** Commission européenne, Direction générale des Affaires maritimes et de la Pêche, Directeur général.

**Clause de non-responsabilité:** bien que la Direction générale des Affaires maritimes et de la Pêche soit responsable de la réalisation générale de FARNET Magazine, la Commission n’a ni adopté ni approuvé, de quelque manière que ce soit, les positions exprimées dans cette publication. Toute déclaration faite dans FARNET Magazine ne peut être interprétée comme étant le reflet des opinions de la Direction générale des Affaires maritimes et de la pêche de la Commission européenne. La Commission européenne ne garantit pas l’exactitude des données mentionnées dans la présente publication. La Commission européenne ou toute personne agissant en son nom décline toute responsabilité pour tout usage qui peut être fait de ce magazine.

© Union européenne, 2010.

Reproduction autorisée, moyennant mention de la source

Imprimé en Belgique sur papier recyclé.



## Gagner plus avec moins ..... 4

En valorisant les produits locaux de la pêche, les entreprises de pêche peuvent améliorer leurs revenus et leur rentabilité sans nécessairement devoir augmenter les prises.



## Reportage : Plus près du consommateur ..... 8

Il existe aux Pays-Bas un important marché à valoriser du côté des produits de la mer frais et des plats préparés à base de poisson. Exemples en Hollande-du-Nord et dans le Flevoland.



## Interview : Michel Delebarre ..... 12

Président de la commission « Cohésion territoriale » du Comité des Régions (COTER).



## Reportage : Du partenariat au réseau ..... 14

Le FLAG Bassin d’Arcachon – Val de l’Eyre veut jouer la carte de la valorisation en mettant en réseau les producteurs alimentaires de la zone.



## Alizés ..... 20

Quatre projets de développement territorial innovants mis en œuvre dans des zones de pêche.



## Lettonie : Miser sur l’expérience ..... 21

24 groupes d’action locale pêche comptent tirer les leçons du programme Leader pour faire de l’Axe 4 une réussite.



## C’est parti : 90 FLAG se rencontrent à Gijón ..... 25

Le séminaire « FLAG en mouvement » a donné aux participants une première occasion d’amorcer un travail en réseau et d’échanger leurs vues sur leurs défis communs.

## Réseau FARNET ..... 27



## Editorial

« Rassembler les acteurs locaux est essentiel pour forger une vision commune.

C'est aussi la seule façon d'assurer pour l'avenir un développement vraiment durable. »

La stratégie Europe 2020 pour une croissance intelligente, durable et inclusive jette les fondements d'une approche politique davantage intégrée à l'échelon européen. Pour favoriser cette approche, il nous faut mettre en place un cadre qui facilite la coordination politique aux niveaux local, régional et national.

L'Axe 4 du Fonds européen pour la Pêche représente une avancée à la fois importante et exaltante pour la politique européenne de la pêche. Cette initiative nouvelle permet pour la première fois aux populations locales, en particulier celles qui dépendent du secteur, d'être impliquées dans la mise en œuvre de la Politique commune de la pêche. Elle contribue également à ce que les changements au sein du secteur de la pêche soient mieux pris en compte dans le processus de développement plus large.

Les groupes d'action locale pêche (FLAG) sont la clé de la réussite de l'approche de l'Axe 4. Rassembler tous les acteurs locaux, du public, du privé et de la société civile, est en effet essentiel pour forger une vision commune. C'est aussi la seule façon d'assurer pour l'avenir un développement vraiment durable.

Il est particulièrement réjouissant de constater les progrès considérables qui ont été accomplis au cours des douze derniers mois dans la mise en œuvre de l'Axe 4. Les 21 pays participants ont tous désormais lancé la procédure de sélection des groupes et, dans 11 pays, 124 FLAG sont maintenant opérationnels. Il importe de maintenir ce rythme au cours des prochains mois de façon à ce que tous les FLAG soient en ordre de marche pour le premier semestre de 2011.

Mais la sélection des FLAG n'est qu'un début. Le vrai défi, c'est de mener à bien une stratégie locale qui apporte de vrais bénéfices aux communautés de pêcheurs à travers l'Union, tout en contribuant à construire un secteur de la pêche plus durable.

Une priorité inscrite dans de nombre de stratégies déjà approuvées est d'améliorer les revenus et l'emploi dans les zones tributaires de la pêche en valorisant les produits locaux de la pêche. C'est le thème qu'explore cette édition de *FARNET Magazine*, à partir de projets repérés notamment en France et aux Pays-Bas. Ces projets témoignent concrètement des avantages de l'approche territoriale intégrée, qui réussit à rassembler des intérêts sectoriels différents pour « vendre » un territoire et ses produits. Ils montrent également comment la mobilisation des ressources et atouts locaux autour d'une vision et d'une stratégie communes contribue à une meilleure intégration des politiques sectorielles au niveau local.

Récemment nommée Directrice générale des Affaires maritimes et de la Pêche, je voudrais féliciter tous ceux qui sont impliqués dans ces initiatives et je leur souhaite beaucoup de succès. Au cours des prochains mois, nous allons réfléchir à la façon de bâtir sur les réussites que l'Axe 4 a enregistrées jusqu'ici. C'est pourquoi j'encourage celles et ceux qui connaissent un bon projet à se manifester pour que nous puissions en prendre connaissance.

**Lowri Evans,**  
Directrice générale

# Gagner plus avec moins :

## LE DÉVELOPPEMENT TERRITORIAL PAR LA VALORISATION DES PRODUITS LOCAUX DE LA PÊCHE

**En visant les marchés locaux ou de niche, en valorisant leurs produits par la transformation, le conditionnement et le marketing, les entreprises de pêche peuvent améliorer leurs revenus et leur rentabilité sans nécessairement devoir augmenter les prises. Une façon de s'assurer un avenir tout en réduisant la pression sur l'environnement marin.**

La pêche européenne est en pleine mutation. Avec la diminution de la ressource et des prix, nombreux sont les pêcheurs qui ont du mal à maintenir la rentabilité de leur activité. La marge pour augmenter le volume des prises ou hausser les prix étant extrêmement faible, une voie possible est de trouver de nouvelles façons d'augmenter la valeur de la production existante.

Il faut pour cela tout d'abord distinguer les produits locaux de la pêche de l'offre indifférenciée de poisson, de manière à découvrir de nouvelles opportunités commerciales, souvent liées à de nouvelles attentes du consommateur en termes de qualité, de fraîcheur et de respect des normes environnementales. Bien conduite, cette démarche peut ouvrir de nouvelles sources de revenu qui contribueront à un meilleur équilibre financier pour le producteur.

### Une démarche éprouvée

La valorisation par la différenciation des produits est appliquée depuis longtemps en agriculture: individuellement ou en groupe, les producteurs ont mené à bien différentes stratégies pour augmenter la valeur de leur production. La stratégie la plus simple est la vente directe aux consommateurs, à la ferme ou au marché, qui consiste à réduire le plus possible les

intermédiaires dans la chaîne de distribution. Des méthodes plus sophistiquées combinent investissement dans la qualité et labellisation ou création de marque pour répondre à de nouvelles opportunités de marché. La marque «Glenbarrow Farms», mise en place par des agriculteurs irlandais, est un bon exemple de cette démarche (voir ci-dessous).



### Glenbarrow Farms : la valeur par la marque

En 2003, des agriculteurs du comté de Laois (centre de l'Irlande) se sont regroupés avec l'aide du groupe d'action locale Leader pour développer la marque «Glenbarrow Farms». Ils sont plus de 300 à présent à bénéficier de cette initiative qui répondait à la demande des consommateurs pour des produits alimentaires offrant plus de qualité et de sécurité.



▲ Vente directe au marché au poisson de Wieringen à Den Oever (Pays-Bas).

Mais si elle peut profiter des enseignements de l'expérience du monde agricole, la valorisation des produits de la pêche n'en reste pas moins confrontée à de nombreux défis qui lui sont propres. À commencer par le caractère extrêmement périssable du poisson frais, le manque de régularité de la production et l'obligation de gérer des espèces très différentes en termes de caractéristiques physiologiques et de potentiel commercial.

## Les principaux ingrédients

Bien qu'il existe de nombreuses façons de valoriser les produits de la pêche, la plupart des approches partagent un certain nombre de points communs. Tout d'abord, toute recherche de valeur ajoutée doit prendre en compte les attentes du marché, en ciblant un besoin ou une opportunité commerciale clairement identifiés. Il s'agit le plus souvent de mettre l'accent sur les marchés locaux ou différenciés, en fonction de groupes de consommateurs spécifiques, ayant des préférences et des attitudes particulières envers les produits de la pêche.

Ensuite, un accent sur la qualité et le respect de certaines normes de production est essentiel pour les producteurs qui dépendent fortement d'un marché local ou différencié. Cela permet non seulement de justifier le statut haut de gamme de ces

produits (et le plus souvent aussi la hausse du prix!), mais également de gagner et de garder la confiance et la fidélité du client. D'autant plus que les produits de la pêche, notamment frais, présentent de nombreux défis en termes d'hygiène et de santé auxquels il faut donner la priorité absolue.

Un lien étroit peut également exister entre le produit et le territoire local, ce qui permet de construire une réputation. La commercialisation du produit est donc ici fortement liée à la politique commerciale du territoire et peut souvent profiter de liens avec d'autres secteurs locaux comme le tourisme et l'hôtellerie.

Enfin, se pose la question de la bonne échelle de production pour pouvoir assurer la rentabilité et accéder, individuellement ou collectivement, à la technologie appropriée ainsi qu'aux outils et ressources nécessaires à la commercialisation.

## Les stratégies de valorisation

Compte tenu de ces paramètres, les stratégies de valorisation s'articulent généralement autour d'une ou plusieurs de ces méthodes:

1. Améliorer le processus organisationnel. On examine les différentes fonctions au sein de l'organisation pour chercher à en cerner les opportunités en termes

de valorisation en améliorant ou modifiant la façon dont ces fonctions sont structurées ou assurées;

2. Adapter la filière de distribution. On vise ici une répartition équitable des marges, par exemple en réduisant la longueur de la chaîne ou en travaillant plus étroitement avec les différents acteurs de la filière pour maximiser l'activité et la valeur ajoutée locales;
3. Transformer, c'est-à-dire modifier un produit de base de façon à prolonger sa durée de vie, accroître sa facilité d'utilisation, lui ouvrir de nouveaux débouchés;
4. Créer une marque ou un label, afin d'attirer et fidéliser le client en facilitant la reconnaissance du produit en valorisant ses atouts et qualités.

Des initiatives peuvent être prises dans chacun de ces domaines par des producteurs individuels ou des groupes de producteurs, et parfois en combinant les deux. Les initiatives collectives ont l'avantage de répartir les coûts, et donc les risques, entre un plus grand nombre d'opérateurs. Elles facilitent également la mise en commun des connaissances et des ressources ainsi que la masse critique ou les économies d'échelle dont dépendra la réussite du projet.





▲ Frais du jour : les pêcheurs d'Olhão (Portugal) pratiquent la vente directe.

## Pêcher plus intelligemment

De simples améliorations ou changements dans les façons de faire peuvent ajouter de la valeur sans qu'il faille nécessairement modifier le produit ou consentir des investissements substantiels en temps ou en argent. Il s'agit d'examiner tous les aspects de la façon dont l'entreprise est organisée et gérée (production, stockage, distribution, commercialisation, etc.) et d'identifier les fenêtres d'opportunité. L'évaluation du ratio captures/production en fonction de critères spécifiques (fraîcheur supplémentaire, coupes spéciales, couleur de la chair), la recherche des moyens d'exploiter les sous-produits ou les déchets, sont parmi les exemples d'approches à fort potentiel de valeur ajoutée.

## Circuits longs, circuits courts

Une chaîne de distribution est dite en circuits longs ou en circuits courts en fonction du nombre d'intermédiaires intervenant entre le producteur et le consommateur. Les circuits courts comptent tout au plus un seul intermédiaire. Ils recouvrent notamment la vente directe sur le lieu de production ou de déchargement, sur les marchés locaux, à travers son propre magasin, sur Internet, ainsi que par l'entremise des poissonneries ou des restaurants. Cette approche est déjà utilisée par certains pêcheurs pour écouler une

partie de leurs produits frais et diversifier leurs sources de revenus.

La vente en circuits courts nécessite généralement un important investissement en temps. C'est particulièrement vrai pour la vente directe qui, par définition, implique un contact direct avec chaque consommateur. Toutefois, la marge sur chaque poisson vendu pourra être considérablement plus élevée, ce qui peut faire de la formule un bon complément ou alternative à la distribution en circuits longs, en fonction du temps disponible et du marché potentiel.

Si on privilégie le marché local, il est important que le territoire concerné ait une population (résidents permanents mais aussi touristes et visiteurs) suffisante pour constituer un marché viable.

## Nouveaux produits, nouveaux marchés

La distribution en circuits courts peut concerner aussi bien les produits transformés que frais. La transformation peut comprendre la préparation (éviscération, filetage), la cuisson, la conservation (séchage, salage, fumage, marinage) et le conditionnement (congélation, mise en conserve, emballage sous vide). Ces processus peuvent contribuer à prolonger la durée de vie, accroître la facilité d'utilisation, améliorer l'attrait visuel ou sensoriel du produit, débouchant ainsi sur des produits essentiellement nouveaux, mieux adaptés aux besoins de certains segments de clientèle, comme les touristes ou les visiteurs, ou de la distribution à longue distance.



◀ Installée dans le port de Strandby (Danemark), la société Skagenfood vend par Internet des colis de poisson et fruits de mer aux particuliers (voir FARNET Magazine n°1).



▲ Fondé par le chef Jamie Oliver, le restaurant "Fifteen Cornwall" à Watergate Bay (Royaume-Uni) propose des plats de poisson local préparés par de jeunes apprentis cuisiniers.

## Renseigner le consommateur

Peu importe où et sous quelle forme un produit est vendu, sa différenciation exige que le client soit conscient de ses qualités ou de sa valeur ajoutée spécifiques. Pour la vente directe de poisson frais sur le port ou au marché, ces informations peuvent être communiquées directement par le producteur. Toutefois, pour les produits transformés ou distribués en circuits plus longs, le passage par un label ou par une marque est généralement nécessaire.

Label et marque se distinguent par le fait que le premier exige le plus souvent une forme de certification indépendante. Un label peut être utilisé, par exemple, pour garantir la qualité d'un produit, son origine géographique ou le respect de certaines normes écologiques au cours du processus de production. On peut citer comme exemples l'Appellation d'origine protégée (AOP) ou l'Indication géographique protégée (IGP) de l'Union européenne, mais aussi des dispositifs nationaux de certification qualitative comme le Label Rouge en France qui peut également être attribué à des produits d'autres pays vendus en France.

Quant aux normes écologiques, elles peuvent être vérifiées par la certification biologique dans le cas des exploitations piscicoles, ou, pour la pêche, par des écolabels

tels que le Marine Stewardship Council (MSC), les Amis de la mer, l'organisation allemande Naturland ou le label biologique suédois KRAV. La certification MSC est un des labels écologiques les plus connus.

Un label peut parfois être utilisé pour créer une marque, comme dans le cas de « Cornish Sardines » (voir encadré), ou servir à crédibiliser une marque développée séparément. Une marque peut être créée par une entreprise individuelle ou sur une base collective ou régionale. Dans ce cas, on procède généralement à une certification interne ou à l'élaboration d'une charte veillant au respect et à la cohérence des normes de qualité. Les marques régionales peuvent ne concerner que les produits de la pêche et de l'aquaculture (comme par exemple « Cornish Sardines » ou la marque galicienne « PescadeRías » en Espagne) ou, au contraire, viser une gamme complète de produits alimentaires locaux (comme la marque « Fuchsia » dans la région de Cork, en Irlande).

## Le pouvoir de la provenance

La valorisation des produits locaux de la pêche peut contribuer à pérenniser de nombreuses petites entreprises européennes du secteur. Différentes techniques et approches sont déjà appliquées un peu partout, ce qui montre la diversité



▲ En 1992, le saumon d'élevage écossais fut le premier poisson et le premier produit non français à obtenir le prestigieux Label Rouge décerné par les autorités françaises chargées de certifier la qualité.



▲ Au Royaume-Uni, la sardine de Cornouailles a obtenu la certification MSC et l'Indication géographique protégée « Cornish Sardines » (voir page 20).



▲ En Espagne, la Région de Galice a créé en 2008 la marque « PescadeRías » pour valoriser les poissons et fruits de mer de la côte galicienne.

des options qui s'offrent aux entreprises et aux communautés locales souhaitant mieux valoriser les ressources de leur territoire. Cette édition de FARNET Magazine en présente quelques exemples détaillés en France et aux Pays-Bas.

En misant sur les forces et spécificités du territoire local, on peut faciliter la différenciation des produits et leur ouvrir de nouveaux débouchés. Saisir cette opportunité nécessite cependant pour les entreprises de pêche de nouvelles compétences ainsi qu'une ouverture nouvelle, consistant à mieux s'intégrer à leur territoire et au processus de développement local. ■

## Reportage

### POISSON FRAIS ET QUALITÉ AU MENU DU FLAG FLEVOLAND [PAYS-BAS]

# Plus près du consommateur

**Les habitudes alimentaires néerlandaises font qu'il existe aux Pays-Bas un important marché à valoriser du côté des produits de la mer frais et des plats préparés à base de poisson, une opportunité qu'ont commencé à saisir les différents acteurs de la filière pêche. Exemples en Hollande-du-Nord et dans le Flevoland.**



« Tous ces gens viennent ici pour la qualité », affirme Sandra Crommentuyn qui tient un stand au marché au poisson de Wieringen sur le port de Den Oever, dans la province de Hollande-du-Nord. Sandra ne vend pas du poisson mais du vin italien qu'elle se procure dans sa famille au Lac de Garde ainsi que des conserves de fruits de mer haut de gamme en provenance de Quiberon. « Le marché est ouvert à quiconque vend des produits alimentaires artisanaux de qualité », précise Gertjan Sneekes, directeur de ce marché unique aux Pays-Bas, qui a lieu les samedis matin, quarante semaines par an. « En 2003, Den Oever végétait en termes de vie sociale et commerciale », raconte Gertjan. « Il fallait réagir. A la coopérative de pêcheurs on s'est demandé ce qu'on pouvait faire et c'est là que nous est venue l'idée d'organiser un marché. Ça a tout de suite fonctionné. D'une semaine à l'autre, on a vu la fréquentation augmenter. » Profitant du bouche à oreille et d'une bonne couverture de presse, le marché attire aujourd'hui en moyenne 1 000 personnes par semaine, dans un rayon de 100 km. Profil de la clientèle ? « Tous les milieux sociaux sont représentés. La seule chose que tous ces gens ont en commun, c'est l'envie de manger du bon poisson. »

Quinze pêcheurs vendent ainsi sur le marché une quarantaine de variétés de poisson, toutes pêchées en mer du Nord. « Depuis quelques années, le chiffre d'affaires »



▲ Le marché au poisson de Wieringen profite à la communauté locale dans son ensemble.

fares du marché est plutôt stable, indique Gertjan: 200 000 euros environ. C'est un quart de nos prises qui est écoulé ainsi, sur le marché. Nous estimons que grâce à cette vente directe, chaque pêcheur se fait par an à peu près 1 000 euros de plus que s'il vendait tout en gros. Ce n'est pas énorme mais ce qui compte en fait, c'est l'effet produit sur la communauté locale dans son ensemble. Le marché a attiré à Den Oever un certain nombre de commerces. Regardez ces cafés, hôtels et restaurants, ils n'existaient pas il y a sept ans. Le port est devenu une attraction touristique. Il y a de l'animation. En saison, des excursions en mer ont lieu tous les jours et, la semaine prochaine, nous organisons nos 'Journées portes ouvertes de la pêche' avec un défilé de nos 40 bateaux.»

## Urk

Den Oever commande l'entrée de l'Afsluitdijk, l'impressionnante digue de fermeture qui, depuis 1932, sépare la mer du Nord du Zuiderzee, transformant ce dernier en lac d'eau douce, l'IJsselmeer. Le sud de l'IJsselmeer a été lui-même asséché entre 1942 et 1968 pour former les deux polders qui constituent administrativement, depuis 1986 seulement, la province du Flevoland. «L'ensemble du territoire provincial se trouve en dessous du niveau de la mer, sauf Schokland et Urk qui étaient des îles à l'époque du Zuiderzee», fait remar-

quer Fred Jonkhart, chargé des programmes européens à la Province. «Urk est depuis toujours un important port de pêche. La fermeture du Zuiderzee et la création du Noordoostpolder n'ont pas détruit le secteur, loin de là: en valeur des débarquements, Urk demeure l'un des premiers ports de pêche des Pays-Bas, d'où la sélection du territoire de la commune d'Urk comme zone d'intervention de l'Axe 4 au Flevoland.»

Il suffit d'atteindre les abords de la ville pour constater que la pêche est la grande affaire locale: dans les parcs d'activité, un bâtiment sur trois porte les mots «fish» ou «seafood» dans son nom. «La pêche à Urk, c'est 80 bateaux, 800 pêcheurs, un bon millier d'emplois liés au secteur, 65% du produit intérieur brut local, une quarantaine d'entreprises de transformation et de mareyage...», explique Philip ten Napel, chargé des politiques pour la plateforme municipale de la pêche (BPV). «Urk est une plaque tournante pour le commerce du poisson aux Pays-Bas même si le port n'est plus situé directement sur le large. La plupart des opérateurs locaux ont continué d'aller pêcher en mer du Nord après la disparition du Zuiderzee et l'import-export s'est même fortement développé à Urk. Une grande partie du poisson importé est débarquée dans les ports de la mer du Nord mais est ensuite transportée par camion jusqu'ici pour être traitée.»

## Sea Fresh

«Urk possède un savoir-faire irremplaçable, qu'il ne faut surtout pas perdre!», estime Jan Ras, directeur général de Sea Fresh. C'est lui qui a fondé en 1999 cette société de commercialisation et de transformation avant d'être rejoint par ses deux frères un an plus tard. «On a d'abord vendu des produits typiquement néerlandais, en particulier tous les poissons plats qu'on pêche en mer du Nord – sole, turbot, carrelet, limande... Puis, avec la baisse des quotas, on a adapté notre stratégie pour se lancer dans l'importation de Russie, d'Estonie, du Vietnam, du Sri Lanka... Nous avons ouvert un département surgelés et travaillons donc à la fois en amont et en aval de la filière. Maintenant, il nous faut aller plus loin, nous rapprocher le plus possible du consommateur final.»

Sea Fresh fournit en effet en poisson frais la grande distribution en France, en Belgique et en Allemagne, «parce qu'aux Pays-Bas, malheureusement, il n'y a pas de poissonnerie dans les supermarchés», déplore Jan. «Le Néerlandais consomme 5 kg de poisson frais par an, contre 25 kg pour le Français. Mais cela pourrait changer car, ici aussi, le consommateur est plus exigeant et recherche des produits plus sophistiqués. Et les grandes surfaces suivent. Dans les pays où nous sommes présents, même les hard discounters s'y mettent. En Allemagne, deux d'entre eux veulent proposer du poisson davantage haut de gamme. L'un d'eux nous a demandé si nous étions capables de fournir...»

En 2009, l'entreprise, qui occupe une vingtaine de salariés, a donc décidé de faire un pas de plus dans la valorisation de ses produits : la production de plats préparés à partir de poisson frais d'origine locale (30%) et importée (70%). Déjà matérialisé par la construction d'un nouveau bâtiment au coût de 750 000 euros, le projet « Sea Fresh Retail » (Sea Fresh Détail) va consister, comme l'explique sa responsable, Yvonne Baarsen, « à élaborer, conditionner et commercialiser une quarantaine de plats différents : steaks de thon marinés, brochettes de saumon, poisson à mettre au four, tapas, assortiments gourmets, sans oublier des adaptations saisonnières comme le BBQ en été, les paniers de Noël en décembre... Nous prévoyons de débiter la production en automne 2010 »

Investissement : 1,5 million d'euros, « une somme importante même pour une entreprise comme la nôtre, insiste Jan Ras, d'où notre recours à l'Axe 4. » L'entreprise a en effet sollicité et obtenu une aide de 300 000 euros qui financera une partie de l'équipement nécessaire : machines à emballer, à



▲ Un nouveau bâtiment pour plus de valeur ajoutée.

étiqueter et mobilier aux normes européennes. « L'Axe 4, c'est un bon coup de pouce, qui nous fait gagner du temps », souligne Yvonne Baarsen. Fred Jonkhart et Philip ten Napel justifient la décision du FLAG : « Il s'agit d'un projet qui bénéficiera à l'ensemble de la communauté locale. Non seulement il est innovant et porteur d'une douzaine d'emplois, mais il s'inscrit aussi dans une dynamique de réseau avec d'autres acteurs et porteurs de projet locaux. »

Et Yvonne Baarsen d'expliquer que Sea Fresh coopère avec le restaurant le plus gastronomique d'Urk, « Mes Amis », tenu par Cees et Zwanie Kramer : « Les plats que nous allons produire industriellement ont été d'abord conçus, cuisinés, testés et validés par le restaurant. Et cette collaboration va encore prendre de l'ampleur avec le projet De Boet. »

## L'argent du Zuiderzee

**Pour valoriser le poisson de l'ancienne « Mer du Sud », les pêcheurs professionnels ont créé un label de qualité local.**

La fermeture du Zuiderzee (« Mer du Sud ») en 1932 a transformé ce golfe de la mer du Nord en un lac d'eau douce de 1 800 km<sup>2</sup> correspondant à l'IJsselmeer, au Markermeer et à des plans d'eau intérieurs regroupés sous le nom de Randmeren. « L'IJsselmeer connaît plusieurs problèmes », explique Derk Jan Berends, secrétaire du Nederlandse Vissersbond, la Fédération des pêcheurs néerlandais. « Avec l'épuration des cours d'eau qui s'y jettent, l'IJsselmeer est de plus en plus pauvre en nutriments pour les poissons. On observe par ailleurs des remontées de boue en provenance des polders. Tout cela fait que l'anguille, notre poisson vedette est en pleine crise. On s'est donc dit : comment peut-on aider les pêcheurs à se tourner vers d'autres espèces comme la sandre ou la perche, très abondantes ici ? Une solution était de créer un label de qualité local. »

Lancé en 2008 avec une aide de 250 000 euros du Fonds européen pour la pêche, le label « Zuiderzeeilver » (Argent du Zuiderzee) est une démarche de filière basée sur trois piliers : la qualité, la traçabilité et la durabilité.

Pêcheurs, distributeurs et détaillants adhèrent à une charte de qualité stricte, qui contribue à une gestion responsable de la ressource et encadre l'ensemble d'un processus de certification contrôlé à toutes les étapes de la chaîne par des intervenants indépendants : dès qu'il est pêché, le poisson sélectionné est étiqueté à bord. Identifié par code barres, il entre dans un dispositif de traçabilité « du filet à la fourchette » qui permet même au consommateur final de connaître son origine à partir du site internet [zuiderzeeilver.nl/](http://zuiderzeeilver.nl/).

12 entreprises de pêche parmi les plus importantes de l'IJsselmeer ont déjà adhéré au label qui, pour l'instant, ne concerne que la sandre. Sept grossistes distribuent le poisson labellisé à une quinzaine de poissonneries et restaurants, eux-mêmes certifiés, à travers les Pays-Bas.

**Pour en savoir plus :** [www.zuiderzeeilver.nl/](http://www.zuiderzeeilver.nl/)





▲ Le projet De Boet aujourd'hui...



▲ ... et dans quelques mois.

## De Boet

Sur le port d'Urk, juste à côté du restaurant Mes Amis, se trouve un bâtiment carré dont l'état délabré tranche avec les immeubles qui l'entourent. Frans Brouwer, mareyeur retraité, en a hérité il y a quelques années. « Comme vous pouvez le voir, cet ensemble qui abritait le siège de la compagnie de ferry-boat est idéalement situé. Je voulais en faire quelque-chose de chouette mais ne savais pas quoi. Et puis j'ai appris que Cees et Zwanie Kramer qui tiennent le restaurant « Mes Amis » juste à côté voulaient s'étendre pour monter en gamme mais manquaient de place. Je les ai contactés et nos deux projets se sont rencontrés. Mais on a fait procéder à un estimé des coûts : 1,5 million d'euros... Trop cher pour le chiffre d'affaires escompté... Et c'est alors que l'Axe 4 est arrivé. »

Avec le groupe d'action locale pêche, Frans, sa femme Geertje, Cees et Zwanie retravaillent le projet – désormais dénommé « De Boet » (La Remise) – pour lui donner une dimension plus collective et plus structurante pour le territoire. Un an et demi plus tard, une subvention Axe 4 de 300 000 euros est accordée à ce qui devrait devenir, au printemps 2011, un véritable centre d'innovation gastronomique pour Urk et sa région : outre le restaurant, le bâtiment – dont la plus grande partie trop dégradée pour être rénovée sera reconstruite à l'identique – comprendra une salle de conférence et une seconde cuisine comportant huit unités de cuisson. « On pourra y organiser des formations culinaires. Des négociations sont en cours avec des écoles d'hôtellerie et l'agence pour l'emploi », annonce Cees Kramer. « La dimension touristique est également importante : les plaisanciers vont pouvoir venir avec leur propre poisson et le préparer eux-mêmes en utilisant les installations. Nous

allons organiser des dégustations et toute une démarche de promotion en faveur du poisson va pouvoir s'effectuer. Et puis, bien-sûr, il y a toutes les recettes que nous mettons au point pour Sea Fresh... »

Fortement basée sur la pêche, l'économie d'Urk est très fragile mais présente aussi un grand potentiel de valeur ajoutée. Le Fonds européen pour la pêche en général et l'Axe 4 en particulier ont un grand rôle à jouer dans la réalisation de ce potentiel, ce que confirme le secrétaire du Nederlandse

Vissersbond, la Fédération des pêcheurs néerlandais, Derk Jan Berends : « En matière de valorisation, l'Axe 4 peut faciliter toutes sortes de démarches essentielles : sensibiliser le consommateur, mettre au point des formes de distribution alternatives... Je pense à des réseaux locaux en circuits courts, à la vente groupée – avec des distributeurs de produits bio, par exemple -, à la vente par correspondance de poisson frais... Nous sommes en train de passer un cap difficile, mais le poisson est un produit très tendance qui trouvera toujours des débouchés. » ■

**VISSERIJGEBIED FLEVOLAND (Pays-Bas)**



**Superficie :**  
12.5 km<sup>2</sup>  
(30 km<sup>2</sup> en comptant les eaux intérieures)

**Population :**  
18 100 habitants (2008)

**Densité :**  
1 448 habitants/km<sup>2</sup>

Budget Axe 4	EUR			
	EU	Province	Commune (Urk)	Total
Total (2010-2015)	600 000	400 000	200 000	1 200 000
Moyen par année	100 000	66 700	33 300	200 000

**CONTACT**  
**FLAG Flevoland**  
a/s Fred Jonkhart,  
BP 55, NL-8200 AB Lelystad  
+31 320 265 472  
[fred.jonkhart@flevoland.nl](mailto:fred.jonkhart@flevoland.nl)



# Interview

## Michel Delebarre : « Les coopérations entre FLAG pourraient s'inscrire dans des stratégies macro-régionales intégrées. »

Ancien ministre français aux portefeuilles aussi variés que l'emploi, l'aménagement du territoire, le transport ou la mer, élu d'une agglomération maritime (Dunkerque et la Côte d'Opale), Michel Delebarre est président de la commission « Cohésion territoriale » du Comité des Régions (COTER). En avril dernier, le Comité des Régions (CdR) a adopté un premier avis sur l'avenir de la politique de cohésion après 2013 qui plaide pour une approche plus focalisée sur le territoire pertinent et sur les disparités intra-régionales.

**FARNET Magazine :** Certains avancent que, au nom de la rigueur budgétaire, la politique de cohésion devrait être réservée aux régions et Etats membres en retard de développement car il ne serait pas utile d'apporter des moyens financiers à des régions déjà riches. Qu'en pensez-vous ?

Vous mettez le doigt sur la question de la renationalisation. Dans la période de programmation actuelle, 18,5% des fonds de la politique régionale communautaire sont alloués à des régions dépassant 75% du PIB européen en parité de pouvoir d'achat. Royaume-Uni, Suède et Pays-Bas défendent l'idée que le budget européen se trouverait allégé et simplifié dans sa gestion si les Etats membres les mieux lotis prenaient exclusivement en charge les politiques de développement régional de « leurs » régions. Cette approche serait cependant contradictoire avec le constat que les disparités tendent à augmenter plus à l'intérieur des Etats membres qu'entre Etats membres. Des régions « riches » telles que l'Ile-de-France peuvent connaître de véritables poches de pauvreté. La notion même de région riche est donc à relativiser fortement.

La nationalisation des mécanismes d'aides d'Etat régionales poserait également la question des conditions de concurrence équitables entre régions « riches » dans des Etats membres « riches » et régions désavantagées dans des Etats membres « pauvres ».

Politiquement, une renationalisation signifierait une dépendance exclusive du niveau national pour les politiques de développement régional, dépendance potentiellement très préjudiciable aux territoires périphériques et frontaliers.

In fine, la position de certains contributeurs nets repose sur un malentendu : la politique régionale européenne n'est pas une politique redistributive ou de péréquation sur le modèle du « Länderfinanzausgleich » allemand. Elle est au contraire une politique de développement qui doit permettre sans contrainte à toute région de penser son développement dans une perspective européenne et de contribuer par là-même à l'Union d'at-



**Michel Delebarre**  
Ancien ministre français  
et Président de la commission  
« Cohésion territoriale » du Comité des Régions  
(COTER)

teindre à la fois les objectifs de cohésion économique, sociale et territoriale.

**FARNET Magazine :** Quel rôle la cohésion territoriale doit-elle jouer selon vous ? Comment articuler ce nouveau concept avec les notions plus classiques de cohésion économique et sociale ?

Je pense que les éléments de ce nouveau triptyque de la cohésion s'emboîtent parfaitement. L'objectif de cohésion territoriale est interprété par les collectivités territoriales européennes comme la garantie du maintien d'une politique régionale à l'attention de tous les Etats membres dans l'Union européenne. En même temps, l'instauration d'un objectif

de cohésion territoriale offre une base juridique pour l'exigence d'analyses d'impact territorial en amont de la présentation de législation communautaire.

**FARNET Magazine :** La Commission réfléchit en ce moment à une utilisation plus large des méthodologies du développement local pour atteindre les objectifs de la stratégie EU 2020. Pensez-vous qu'il y ait là un potentiel important pour mobiliser les citoyens européens autour de ces objectifs communs ? Pensez-vous qu'une meilleure coordination des interventions soit nécessaire pour améliorer la lisibilité des politiques européennes au niveau local ?

De nombreux Etats européens – à commencer par la France – restent fondamentalement méfiants vis-à-vis des collectivités territoriales et se privent de l'effet levier que comporterait un meilleur « portage » politique des projets par les élus territoriaux. Et sur le problème des relations entre l'Etat et les régions vient se greffer celui de la faible importance accordée au sein des régions à la spécificité locale et à la proximité. La revendication de plus de subsidiarité ne doit pas s'arrêter au niveau régional. La région devrait être en capacité de mieux assumer la planification stratégique et les collectivités locales la conception des projets sur le terrain.

D'ailleurs je trouve parlant que la plupart des groupements européens de coopération territoriale (GECT) qui ont été constitués jusqu'ici, notamment sur la frontière franco-belge, fédèrent des initiatives de coopération transfrontalière locale. Bref, il faut encore supprimer une pensée trop portée sur les compétences et la défense de chasses gardées et promouvoir à la place des démarches plus partenariales, de «gouvernance à multi-niveaux» pour reprendre la terminologie du Comité des Régions.

 **Vous êtes président de la Mission opérationnelle transfrontalière (MOT) et de son prolongement, le réseau européen d'autorités locales transfrontalières EUROMOT. Les FLAG, les groupes d'action locale pêche, ont-ils intérêt à s'inscrire dans des démarches de coopération transfrontalières, transnationales ou interrégionales ?**

Les FLAG permettent, par leur partenariat constitué d'autorités locales ou régionales, de citoyens, d'associations, d'entreprises, de développer des approches intégrées conciliant des objectifs de compétitivité et de développement durable des politiques maritimes. L'intégration sectorielle va de pair avec l'intégration territoriale des politiques pour un impact efficace des actions menées. A titre d'exemple, la MOT suit de près la création des macro-régions, vastes espaces de coopération transfrontalière, transnationale et interrégionale au niveau européen. La pêche constitue l'une des questions stratégiques pour les macro-régions notamment maritimes (Mer Baltique, Mer du Nord, etc.). La Commission européenne a par exemple établi une stratégie pour faire face à la détérioration de la mer Baltique, améliorer la qualité des réseaux de transport et lever les obstacles aux échanges commerciaux. Il s'agit à terme que les décisions qui doivent être prises et les actions à mettre en œuvre dans différents secteurs, dont celui de la pêche, puissent s'appuyer sur des procédures intégrées de planification et d'administration. Des coopérations entre FLAG pourraient valablement se constituer dans ces macro-régions et s'inscrire dans des stratégies macro-régionales intégrées.

 **Quels avantages les FLAG peuvent-ils en tirer pour leurs défis spécifiques ?**

Les dommages environnementaux causés dans les espaces maritimes peuvent être considérés comme le résultat d'une gestion médiocre et à trop court terme de notre patrimoine naturel commun. Un trop grand nombre de politiques à l'échelon national et international ont été gérées isolément. Si elles sont appliquées au domaine maritime, les démarches de coopération transfrontalière, transnationales ou interrégionales appliquées vont dans le sens d'une approche stratégique intégrée et transsectorielle, et il faut espérer qu'elles permettront de surmonter les visions et les modes de réflexion anciens, sectoriels et nationaux dont découlent de nombreuses problématiques actuelles.

 **Dans quels domaines particuliers ?**

Les acteurs économiques des zones côtières sont plutôt dans une situation de concurrence. Compte tenu toutefois des ressources communes aux territoires maritimes, la coopération transfrontalière peut concerner des thèmes tels que la pêche et l'aquaculture, la logistique, le tourisme (écotourisme, navigation de plaisance, croisières, tourisme côtier, marketing conjoint...), la préservation de la faune et de la flore aquatique ou le développement de clusters transfrontaliers fondés sur les ressources marines.

 **Le thème de ce numéro de FARNET Magazine est la valorisation des produits de la pêche. Quelles sont vos vues sur le sujet ?**

En ce qui concerne la valorisation des produits de la pêche, elle est incontournable si l'on veut sauver ce qui reste de la profession. Chacun s'accorde à dire que la ressource est en danger. Cela signifie que, si l'on veut préserver et la ressource et la profession, il faut tendre vers une pêche durable, ce qui pourrait se résumer par « pêcher moins mais pêcher mieux ». Valoriser la production, c'est se donner les moyens de faire progresser le prix de vente du poisson en améliorant la qualité du produit, en garantissant au consommateur sa traçabilité et en attestant le fait qu'il est issu d'une pêche responsable (certification, label...). C'est aussi trouver de nouveaux débouchés aux sous-produits (déchets, arêtes...) et, par ce biais, accroître la valeur marchande du poisson. Enfin, c'est trouver la bonne articulation entre la pêche et l'aquaculture, en termes de normes et de marchés. L'élevage à bas coût constitue une concurrence déloyale qui fait chuter le prix de vente du poisson sauvage, pourtant de qualité supérieure. L'approche qualitative de l'aquaculture doit être développée et, parallèlement, la question de la pêche minière (pêche industrielle destinée à produire de la farine de poisson pour nourrir les poissons d'élevage) doit être examinée sérieusement. Peut-on accepter de puiser dans la ressource naturelle pour alimenter l'élevage ? Il faut dans certains cas 5 kg de poisson sauvage pour produire 1 kg de poisson d'élevage ! ■

**Interview réalisée (en français)  
en juin 2010.**

## Reportage

FÉDÉRER PÊCHEURS, OSTRÉICULTEURS  
ET TRANSFORMATEURS POUR MIEUX VALORISER  
LES PRODUITS DU BASSIN D'ARCACHON [FRANCE]

# Du partenariat au réseau

**Après avoir rassemblé élus, acteurs territoriaux et professionnels de la mer, le groupe d'action locale pêche Bassin d'Arcachon – Val de l'Eyre veut jouer la carte de la valorisation en mettant en réseau les producteurs alimentaires de la zone.**

Depuis leurs longs bateaux à fond plat qui glissent entre les « pignots » délimitant les parcs, les hommes se lancent des pourcentages : « Moi, j'en ai bien 60% ! », « Nous, au moins 80% là-bas... ». Et on soupire et on maugrée. Car il ne s'agit pas de marges bénéficiaires. Bien au contraire ! 60%, 80% et même 90% parfois, c'est la proportion des huîtres mortes que les ostréiculteurs découvrent dans leurs concessions depuis plusieurs semaines... La faute à plusieurs agents infectieux qui sévissent sporadiquement depuis le début des années 1990. Une calamité pour les ostréiculteurs français mais une double catastrophe pour les 350 entreprises ostréicoles du bassin d'Arcachon, car ici l'ostréiculture ne se limite pas à la production d'huîtres directement destinées à la consommation humaine mais concerne également la production de jeunes huîtres, le « naissain » : les particularités aquatiques du bassin, combinées à la douceur du climat, offrent aux huîtres *crassostrea gigas* des conditions de reproduction optimales et font



▲ Pêche aux coques à Arcachon.

du bassin d'Arcachon un gigantesque incubateur, le premier centre naisseur européen d'huîtres.

« L'Axe 4 est une très bonne nouvelle mais qui n'arrive pas à un bon moment », déplore Olivier Laban, président de la section régionale conchylicole et coprésident du groupe d'action locale pêche (FLAG)

Bassin d'Arcachon – Val de l'Eyre. « Quand on a un problème sanitaire comme celui-ci, c'est difficile de se concentrer sur un projet territorial. L'Axe 4 ne peut rien contre la mortalité des huîtres... ».

Ne peut rien ? Pas tout à fait. Dans la stratégie du territoire (voir encadré), l'Axe 4 est complété par la création prochaine d'un « Parc naturel marin du Bassin d'Arcachon » qui permettra d'organiser une gestion durable et concertée de cette zone maritime exceptionnelle au profit de la qualité de l'eau et de la biodiversité. « Ce n'est pas tout à fait un hasard si l'une des premières actions approuvées et financées dans le cadre de l'Axe 4 a été une visite d'étude pour les pêcheurs et ostréiculteurs d'Arcachon au parc d'Iroise, en Bretagne, le premier et encore seul parc naturel marin en France », fait remarquer Jean-Michel Labrousse, président du Comité local des pêches et l'autre coprésident du FLAG.

Un avis partagé par Jean-Charles Mauviot, directeur de la Section régionale conchylicole Arcachon-Aquitaine : « L'Axe 4 est en synergie avec le projet de parc marin. Il manquait un pilote dans l'avion, un gestionnaire global du plan d'eau. Pour l'entretien des plages, par exemple, chaque commune est responsable de sa zone mais qui s'occupe du



▲ L'un des 26 ports ostréicoles du bassin.

## L'ostréiculture et la pêche dans le bassin d'Arcachon, c'est :

- > 26 ports ostréicoles
- > 780 ha de parcs à huîtres (4 000 concessions)
- > 350 entreprises ostréicoles (chiffre d'affaires : 40 millions d'euros)
- > de 8 000 à 10 000 tonnes d'huîtres par an (France : 120 000 tonnes)
- > premier centre européen de naissain (larves d'huîtres)
- > 11 fileyeurs, 7 chalutiers, 8 vedettes pour la pêche côtière
- > 85 navires pour la petite pêche intra-bassin
- > 1 807 tonnes de poisson vendues (12 millions d'euros) à la criée d'Arcachon
- > la pêche fraîche artisanale comme spécialité
- > la sole, la seiche et l'anguille comme produits phares

*centre de l'eau ? Avec le parc, ça va changer. Et puis il faut sortir du corporatisme de filière. Faire travailler ensemble les ostréiculteurs et les pêcheurs, ce qu'on fait avec l'Axe 4, c'est très important parce qu'il en va de la survie même du bassin à cause des conflits d'usage. Plus les professionnels de la mer seront sou-  
dés, plus on pourra assurer cette survie.»*

### Qualité marine, patrimoine maritime

*«La pérennité des activités maritimes repose sur la qualité de l'environnement et les acteurs territoriaux y travaillent», insiste Marie-Laurence Inchauspé, responsable du Pays du Bassin d'Arcachon – Val de l'Eyre. «La Communauté d'agglomération du Bassin d'Arcachon Sud, qui porte juridiquement l'Axe 4, vient de lancer un appel à projets pour un 'bateau propre', première action phare de son pôle des industries de création maritimes. Respectueux de l'environnement dans toutes ses composantes, ce bateau devra tant par sa conception, sa construction, sa motorisation,*

*sa vie à bord, être un fédérateur des acteurs locaux et s'inscrire dans une réflexion plus globale en matière de transports dans le bassin. En initiant ce projet innovant, on souhaite valoriser les savoir-faire locaux et mettre en exergue la compétitivité des entreprises du territoire au service de l'intérêt général.*

*«Dans la même veine, notre projet de pesca-tourisme est également exemplaire car il met en relation économie et développement durable, pêcheurs et ostréiculteurs, professionnels de la mer et touristes, producteurs et consommateurs...», renchérit Jean-Michel Labrousse, qui s'apprête à emmener en mer ses premiers touristes. «Nous sommes quatre ou cinq pêcheurs et à peu près autant d'ostréiculteurs à participer au projet. Le Syndicat intercommunal du Bassin d'Arcachon (SIBA) fournit l'appui logistique et a réalisé un dépliant promotionnel avec le concours financier de l'Axe 4. Nos noms et coordonnées sont enregistrés auprès des offices du tourisme du bassin.» La prestation, les tarifs (entre 50 et 60 euros par personne), tout est expliqué dans le dépliant: le pêcheur ou l'ostréiculteur accueille les touristes qui assistent à la préparation du matériel.*



## Partenariat inédit pour « île à l'envers »

Véritable mer intérieure communiquant avec l'Atlantique par une passe d'à peine trois kilomètres de large, le bassin d'Arcachon est une étendue d'eau salée de 182 km<sup>2</sup> à marée haute et 49 km<sup>2</sup> à marée basse, située à une trentaine de kilomètres au sud-ouest de Bordeaux. Urbanisé sur presque tout son périmètre, le bassin constitue une sorte d'« île à l'envers » dont l'économie repose sur la pêche, l'ostréiculture et le tourisme.

Lancé le 1<sup>er</sup> février 2010, le programme de l'Axe 4 du Fonds européen pour la pêche (FEP) s'inscrit dans la stratégie du « Pays Bassin d'Arcachon – Val de l'Eyre » qui regroupe 17 communes, quatre cantons, trois intercommunalités et une population de 130 000 habitants qui a doublé en moins de quarante ans.

Le Pays n'est ici pas une structure administrative officielle mais un territoire de projets caractérisé par une cohésion géographique, économique, culturelle et sociale. Le fonctionnement du Pays Bassin d'Arcachon – Val de l'Eyre repose sur un dispositif à trois niveaux : un comité de pilotage composé de trois élus représentant chaque intercommunalité ; un comité technique associant des responsables administratifs des trois intercommunalités, du Syndicat mixte du Bassin d'Arcachon (SIBA), du Syndicat du Bassin d'Arcachon-Val de l'Eyre (SYBARVAL) et du Parc naturel régional des Landes de Gascogne (PNRLG) ; un conseil de développement composé de socioprofessionnels concernés par la mise en œuvre des projets du Pays. Ceux-ci concernent le tourisme, la culture et l'urbanisme commercial mais le Pays s'est également engagé dans une démarche de développement durable, notamment à travers la mise en œuvre d'un Agenda 21 local, tout en conduisant un programme de développement rural Leader destiné à renforcer les liens entre le littoral et l'intérieur.

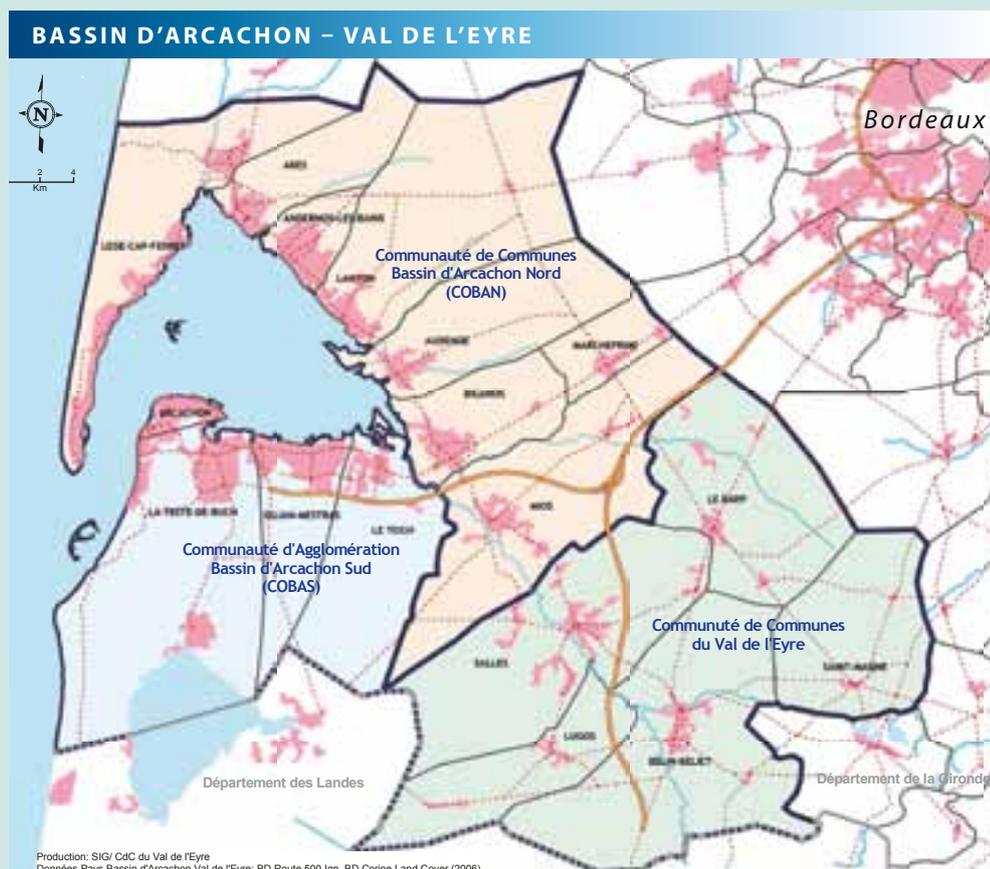
### Solidarités maritimes

Juridiquement porté par la Communauté d'Agglomération du Bassin d'Arcachon Sud (COBAS), le projet Axe 4 du FEP qui a débuté en 2010 pose les bases d'un dialogue territorial renoué entre professionnels de la mer, habitants et touristes en associant au sein d'un partenariat inédit associant les professionnels et les élus du territoire. En accordant une grande place aux membres privés et en se dotant d'une présidence bicéphale assurée par un représentant de la pêche et un représentant de la conchyliculture, le Comité de Programmation du groupe d'action locale pêche (FLAG) instaure dans le contexte local une nouvelle gouvernance.

Visant à « créer du lien, renforcer la transversalité et la complémentarité entre les activités, mutualiser les compétences entre les métiers de la mer, répondre aux enjeux d'un environnement exceptionnel mais menacé », le plan de développement du FLAG Bassin d'Arcachon – Val de l'Eyre s'articule autour de trois axes prioritaires correspondant à autant de « nouvelles solidarités maritimes ». D'où sa formulation :

1. « Des solidarités maritimes pour préserver et valoriser le patrimoine et l'environnement » (budget : 360 000 euros).
2. « Des solidarités maritimes pour un développement économique responsable » (budget : 720 000 euros).
3. « Des solidarités maritimes pour renouer le dialogue territorial » (budget : 153 000 euros).

Pour en savoir plus : [www.coban-atlantique.fr/article/archive/12/](http://www.coban-atlantique.fr/article/archive/12/)





▲ Jean-Michel Labrousse, prêt pour le pescatourisme.



▲ Dégustation d'huîtres à la cabane.

On quitte ensuite le port vers le lieu de pêche ou le parc à huîtres. Les clients sont alors initiés aux techniques du métier et sensibilisés à la qualité des produits. L'excursion se termine par une dégustation. Ce premier projet de pescatourisme, qui débute en juin 2010, se veut l'ébauche d'une «Route du patrimoine maritime» prévue pour 2011. Il doit également relayer et élargir à la pêche une «Route de l'huître» lancée en 2000 mais mise en veille faute de moyens.

## Cabanes

«Ce qu'il faut, c'est proposer une vraie immersion dans le monde maritime authentique, un paquet complet avec bateaux, cabanes et gîtes pédagogiques», estime Hervé Bojon, pêcheur, qui tient avec son épouse, ostréicultrice, une cabane à huîtres à La Teste de Buch. Les cabanes à huîtres sont une des grandes particularités et attractions du bassin d'Arcachon. Chaque ostréiculteur en possède une pour entreposer son matériel mais un grand nombre d'entre elles sont également utilisées pour la dégustation et la vente directe. «La dégustation en cabane est déjà une bonne façon de valoriser le produit, poursuit Hervé. Une douzaine d'huîtres vendue à 4,3 euros en production l'est à 9,5 euros à la cabane. Mais cela ne suffit pas. Il faut une démarche plus globale.»

Une voie que semblent déjà emprunter Angelika Hermann et Thierry Beaugendre. Angelika est ostréicultrice, pratique la vente directe sur le marché de Toulouse mais dispose aussi d'une cabane de dégustation à La Teste. Thierry est ostréiculteur, pêcheur et transporteur de passagers. Ensemble, ils ont mis au point une formule touristique qui allie dégustation, pédagogie, valorisation et sensibilisation: «Nous recevons des groupes, pas des touristes individuels», précise Angelika. «La dégustation commence par une explication détaillée de l'ostréiculture. Ainsi, les gens se rendent compte de la difficulté et de la qualité de notre travail. Ils entendent aussi notre message, à savoir qu'il faut défendre l'ostréiculture traditionnelle, celle qui utilise une huître née en mer, pas dans une éprouvette. Puisse l'Axe 4 faire en sorte que le bassin d'Arcachon reste naisseur!»

## Quatre exemples pour un réseau

Nouveau partenariat territorial, sauvegarde du milieu marin, valorisation de l'authenticité du patrimoine et des produits, autant de valeurs et de leviers pour l'Axe 4 alors que se profile un chantier prometteur: la mise en réseau des nouveaux petits producteurs alimentaires locaux au service de la valorisation des produits de la mer. «En associant l'Axe 4 et Leader, par

exemple, on pourrait valoriser des produits artisanaux grâce à un réseau. La vente directe ne suffit pas car, dans cette formule, chaque producteur part vendre son produit et il n'y a pas d'effet multiplicateur.» estime Jean-Charles Mauviot.

Coordinatrice du FLAG, Aurélie Lecanu a donc commencé à identifier une série de nouveaux petits transformateurs pouvant s'intégrer à un tel réseau: «Depuis plusieurs années, les ostréiculteurs ont développé les dégustations à la cabane, véritables institutions qui permettent une excellente valorisation des huîtres et dynamisent les différents ports du Bassin. En parallèle, des pêcheurs et d'autres acteurs développent la transformation des produits de la mer. Des projets sont en cours et de nouvelles idées apparaissent. Ces initiatives constituent un potentiel de valeur ajoutée pour le territoire. Sur cette thématique, le FLAG Bassin d'Arcachon – Val de l'Eyre s'est donné pour objectif de favoriser leur développement à partir d'un soutien aux projets et savoir-faire locaux. Innover, créer des réseaux, mutualiser les compétences sont des actions nécessaires au devenir des professionnels de la mer du Bassin d'Arcachon. Déjà des besoins s'expriment et un accompagnement des acteurs se met en place, grâce à l'Axe 4.» Un accompagnement qui devra tenir compte de la diversité des situations, comme le montrent les quatre cas de figure qui suivent.

## La coopérative de femmes

Angelika Hermann est une des fondatrices de l'association « Femmes de mer en partage » qui vise à promouvoir le rôle des femmes dans la pêche et l'ostréculture, et entre autres à « valoriser les produits issus de la pêche et des cultures marines en termes tant de qualité que de traçabilité. »

Depuis 2000, l'association met en œuvre diverses actions de sensibilisation et de formation qui ont par exemple permis à une quinzaine de femmes issues du milieu maritime d'être diplômées à des degrés divers. « *Les résultats satisfaisants de nos actions et les besoins que nous constatons tous les jours nous ont conduites à vouloir créer une coopérative de transformation des produits de la mer* », explique Monique Philip, présidente de l'association. « *Afin de structurer ce projet à la fois économique et social, nous avons étudié les expériences des différentes communautés de pêche du réseau AKTEA<sup>1</sup> : un atelier de transformation des espèces pêchées à Vasa en Finlande, une coopérative de palourdes en Galice, diverses expériences de diversification des produits de la pêche en Irlande, une unité aquacole semi-intensive près de Sinès au Portugal... Ici, à Arcachon, il s'agirait avec cette coopérative de confectionner une soupe de poissons peu valorisés et une soupe de moules, de fabriquer des plats cuisinés sous vide à base de crustacés et de coquillages. Pour cela nous avons d'abord besoin d'investir dans un outil de cuisson, mais sous d'autres aspects, notamment immatériels, l'Axe 4 pourrait certainement nous aider...* »

<sup>1</sup> AKTEA – Réseau européen des organisations de femmes de la pêche et de l'aquaculture : [www.fishwomen.org/](http://www.fishwomen.org/)



▲ Delphine Brin.

## L'entrepreneuse

« *Contrairement à la Bretagne, nous manquons d'une identité propre. Il faudrait que tout le monde s'entraide pour créer une image, voire une marque collective 'Bassin d'Arcachon'. Ça serait plus facile si on était tous sous le même drapeau* », soutient Delphine Brin qui a lancé en 2008 sa propre conserverie artisanale, 'Le Brin d'Océan'. Le parcours de Delphine est celui d'une fonceuse. Excellente cuisinière, elle décide de se lancer en 2005. « *Il n'y avait pas de conserverie de poisson dans le bassin, c'est ça qui m'a décidée.* » En 2006, elle achète un terrain dans le parc d'activités du Teich et suit des cours de cuisine pour obtenir le certificat d'aptitude professionnelle, sésame obligatoire pour accéder à l'activité. En 2007, elle gagne deux prix régionaux pour créateurs d'entreprise alors que s'achèvent la construction et l'équipement du bâtiment. En 2008, elle entre en production et propose aujourd'hui une gamme de produits à base de poissons divers (soupe, rillettes), de lotte (soupe, foie) et de seiche (au curry, à l'encre, à la tomate). La vente directe représente 10% de ses ventes, l'essentiel de la production étant écoulé auprès de la centaine de clients (épiceries fines, vigneron...) qu'elle a déjà su trouver. « *Ce n'est pas évident de concilier production et commercialisation, d'autant plus qu'hormis ma mère, qui m'aide ponctuellement pour la mise en bocal, je dois tout*

*faire toute seule.* » Aujourd'hui, après deux ans d'existence, la conserverie entre dans la phase critique d'une entreprise qui arrive à l'âge adulte et n'a pas d'autre choix que de passer à la vitesse supérieure pour pouvoir durer. D'où l'intérêt de Delphine pour un réseau.

## L'explorateur

300 000 euros, c'est à peu près ce qu'a coûté Le Brin d'Océan à celle qui l'a créé. De l'autre côté du bassin d'Arcachon, dans le magnifique petit village de L'Herbe à Lège-Cap Ferret, Marc Leguiel a choisi une stratégie tout autre, celle des petits pas. Ce cuisinier-restaurateur s'est lui aussi lancé en 2008 dans les conserves de fruits de mer, d'abord pour valoriser les huîtres de son frère Jean-Jacques, ostréiculteur, mais aussi « *toutes ces espèces de poisson qu'on jette à la poubelle et qui pourtant peuvent être délicieuses une fois un peu préparées.* » Sa production de rillettes d'huîtres et de « soupe blanche de poisson à l'Arcachonnaise » est encore très modeste et passe par une structure extérieure pour le conditionnement (un centre de handicapés distant de 130 km), mais il compte s'agrandir et « *améliorer le processus de stérilisation pour pouvoir stocker davantage et augmenter les quantités car le marché des tapas est très porteur mais il faut pouvoir assurer les volumes.* »



▲ Marc Leguiel.



▲ Yann Orion et Jean-François Giese.

Marc Leguiel aimerait donc lui aussi s'associer avec d'autres pour atteindre une masse critique et réaliser des économies d'échelle en se partageant laboratoire, site web et force de vente.

## Le passeur

« Je lève le pied pour passer le relais à mon fils, pêcheur, et ma fille, qui vient d'obtenir son brevet commercial. » Ancien pêcheur côtier dont le bateau a été retiré de la flotte en 1998, Jean-François Giese suit une formation en aquaculture et se lance en 2000 dans l'exploitation des crevettes, des petites seiches pêchées dans le Bassin d'Arcachon et des anguilles des anciens bassins salants du Domaine de Certes appartenant au Conservatoire du littoral. En 2005, il achète un vieil entrepôt qu'il transforme en laboratoire et magasin pour commercialiser seiches à l'encre, anguilles fumées à l'huile et diverses autres préparations à base de fruits de mer. « Je me suis rendu compte que si je voulais laisser quelque chose de solide à mes enfants, il fallait accroître la production, moderniser et agrandir les installations », estime Jean-François qui, pour ce faire, s'apprête à déposer une demande de financement auprès du FLAG. « Je pense qu'une coopérative serait la bonne formule économique mais constituer un réseau des transformateurs du bassin d'Arcachon, oui, certainement! » ■

### BASSIN D'ARCACHON – VAL DE L'EYRE (France)


**Superficie :**
1 494 km<sup>2</sup>
**Population :**

130 000 habitants (2009)

**Densité :**
87 habitants/km<sup>2</sup>

Budget Axe 4	EUR			
	EU	National	Privé	Total
Total	598 200	598 200	598 200	1 443 000

**CONTACT**

Auréli Lecanu, animatrice FEP-Axe 4  
 Pays Bassin d'Arcachon – Val de l'Eyre  
 SRC – 15 Allée Barbotière  
 F-33470 Gujan-Mestras  
 +33 5 57 73 08 49  
[fepbassinardachon@valdeleyre.fr](mailto:fepbassinardachon@valdeleyre.fr)



## FRANCE

### ITSASOA : naviguer aux agrocarburants

**Coût total :** 569 348 EUR – **Contribution UE (FEP Axe 3) :** 113 870 EUR

« Deux bateaux de pêche du port de Saint-Jean-de-Luz naviguent, à titre expérimental, à l'huile de tournesol pure. Le projet ITSASOA (*Itinéraire Technique de Substitution Agricole pour la Sauvegarde de l'Océan par l'Artisanat*) a été lancé en jan-



vier 2009 afin de structurer une filière courte, ancrée localement, mettant en relation directe les agriculteurs producteurs d'oléagineux et les pêcheurs consommateurs, et de rapprocher les agriculteurs travaillant selon les principes de l'agriculture durable et les pêcheurs pratiquant des techniques traditionnelles de pêche, respectueuses de la ressource halieutique et de son environnement. »

**Frédéric Perrin**, chargé de projets, Institut français des huiles végétales pures.  
[etudes@ifhvp.fr](mailto:etudes@ifhvp.fr)

## FRANCE

### Pêche et commercialisation du poisson sauvage des lacs alpins

**Coût total :** n.c. – **Contribution UE :** n.c.

« La diminution progressive du nombre des pêcheurs professionnels sur les trois lacs alpins français (Annecy, Bourget et Léman) s'est accompagnée d'une professionnalisation croissante de l'activité, bien qu'elle garde un caractère artisanal. La stabilité et le très net rajeunissement de



l'effectif des pêcheurs (une soixantaine) depuis deux décennies manifeste le dynamisme actuel du métier. Les principales espèces pêchées dans les trois lacs sont le corégone, la perche, l'omble chevalier, la lotte, la truite de lac, le brochet et, au Léman, l'écrevisse. Le tonnage varie de 400 à 600 tonnes selon les années, dont plus de 80% en provenance du Lac Léman. Les pêcheurs commercialisent le produit de leur pêche soit en l'état – par l'intermédiaire d'un mareyeur – soit directement aux restaurateurs, poissonniers, grossistes et magasins après transformation dans des ateliers laboratoires aux normes européennes. L'activité est exercée dans le cadre d'entreprises individuelles qui ont investi dans des équipements performants. Nombre d'entre elles ont, à ce titre, bénéficié des aides IFOP et FEP. »

**Roger Plassat**, Président de l'AAIPPLA (Association Agréée Interdépartementale des Pêcheurs Professionnels des Lacs Alpains).

[aaipla@orange.fr](mailto:aaipla@orange.fr)  
[www.adapra.org/](http://www.adapra.org/)

## ITALIE

### Restaurant de poisson à vocation touristique

**Coût total :** 150 000 EUR – **Contribution UE (IFOP) :** 75 000 EUR

« En Sardaigne, près de Tortolì, une coopérative de pêcheurs a ouvert un restaurant qui vend des poissons et fruits de mer attrapés localement. L'établissement est installé dans un vieux bâtiment rénové, au bord d'un magnifique lagon. Il n'est accessible que par une passerelle en bois qui surmonte tout un attirail de pêche, ce qui ajoute à l'ambiance. Ce projet est un autre exemple intéressant d'activité créée en intégrant les secteurs de la pêche et du tourisme. »



**Roberto Doneddu**, Servizio Pesca, Regione Sardegna.  
[rdoneddu@regione.sardegna.it](mailto:rdoneddu@regione.sardegna.it)

## ROYAUME-UNI

### IGP « Cornish Sardines »

**Coût total :** 41 515 EUR – **Contribution UE (Pesca) :** 3 458 EUR

« Il s'agissait de faire bénéficier la sardine de Cornouailles d'une Indication Géographique Protégée (IGP). Le projet s'inscrivait dans une initiative plus large de la Cornish Sardine Management Association visant à être également reconnue



comme une pêcherie durable et bien gérée par le Marine Stewardship Council (MSC). L'opération a rassemblé pêcheurs, transformateurs et organes de surveillance au sein d'une même association dont les objectifs étaient de promouvoir la qualité, la durabilité et la traçabilité, tout en protégeant l'image de marque de la sardine de Cornouailles. Le processus de certification a duré plus de quatre ans, l'obtention de l'IGP étant finalement survenue en décembre 2009. Cette démarche est un bon exemple de création d'un label local qui est allée jusqu'à l'obtention d'un statut protégé européen. »

**Nick Howell**, Président, Cornish Sardines Management Association  
[info@cornishsardines.org.uk](mailto:info@cornishsardines.org.uk)  
[www.cornishsardines.org.uk](http://www.cornishsardines.org.uk)

Projecteur



# Lettonie : miser sur l'expérience

**Dans le pays de l'Union européenne le plus dépendant de la pêche pour l'emploi, 24 groupes d'action locale pêche (FLAG) comptent tirer les leçons du programme Leader pour faire de l'Axe 4 une réussite.**

Le gouvernement letton a choisi d'allouer une grande partie (23%) de son budget FEP à l'Axe 4. En tout, ces sont 38,5 millions d'euros (28,9 millions du FEP et 9,6 millions de source nationale) que le Programme opérationnel de Lettonie prévoit pour le développement des zones de pêche. Mais lors du premier appel à propositions lancé à la mi-2009, seulement 7 millions d'euros, soit 18% du budget total disponible, ont été mobilisés. Les montants alloués étaient basés sur le nombre d'habitants (voir tableau). Toutefois, les FLAG qui auront mené à bien leur stratégie pourront recevoir des fonds supplémentaires dans deux ans.



Fonds alloués par FLAG en Lettonie		
	Nombre d'habitants dans la zone du FLAG (01.01.2008)	Budget initial par FLAG (total public; EUR)
Société pour le développement rural du district de Riga	42 496	560 247,22
Partenariat rural du district de Cesis	35 301	465 391,74
Association "Faisons-le nous-mêmes!"	35 541	468 555,78
Partenariat "Voisins" des districts de Daugavpils et d'Ilukste	38 574	508 541,43
Partenariat rural Īģe	6 269	82 647,54
Association « Jūrkanste »	14 159	186 665,58
Partenariat Kandava	14 814	195 300,78
Partenariat rural « Upe 8 »	8 966	118 203,52
Partenariat du district de Liepāja	43 306	570 925,88
Association « De Salaca à Ruja »	24 659	325 092,63
Partenariat « Daugavkrasts »	14 938	196 935,55
Partenariat Mer et Campagne	10 915	143 898,21
Partenariat du district de Rezekne	39 784	524 493,49
Association « Seši krasti »	5 790	76 332,63
Partenariat du district de Talsi	38 686	510 017,98
Partenariat rural de Vidzeme « Brasla »	23 098	304 513,14
Association des entreprises de Kurzeme du nord	15 622	205 953,08
Partenariat public-privé « Zied zeme »	38 573	508 528,25
Partenariat public-privé « Sernikon »	6 013	79 272,55
Partenariat de Gaujas	8 832	116 436,92
Partenariat de Pierīgas	40 687	536 398,22
Partenariat de Stopiņi et Salaspils	13 297	175 301,38
Partenariat de Baldone	5 419	71 441,54
Partenariat de Ropaži	6 735	88 791,06
<b>Total</b>	<b>532 474</b>	<b>7 019 886,09</b>

## LETONNIE



▲ Zones en couleur : municipalités éligibles à l'intervention de l'Axe 4.



▲ Le port de Liepaja.

## La pêche en Lettonie

Le secteur de la pêche joue un rôle important dans l'économie lettone : près de 90% de la production halieutique est exportée et la pêche est un des rares secteurs économiques lettons à connaître un solde commercial positif. Les échanges avec les marchés hors-UE sont importants pour la Lettonie, au troisième rang des pays de l'Union européenne pour le commerce de poisson avec des pays tiers et même au deuxième rang si on ne considère que les exportations.

La pêche (y compris la transformation et l'aquaculture) emploie 1,1% de la population active lettone, soit quelque 10 600 personnes, ce qui fait de la Lettonie le pays le plus dépendant de la pêche en termes d'emplois. Le secteur contribue également fortement au développement régional, notamment le long des 498 km de côtes et dans certaines régions où plus de 20% des actifs travaillent dans la pêche.

En Lettonie, l'Axe 4 et ses 24 FLAG sélectionnés vont permettre de s'attaquer à des problèmes tels que l'insuffisance des infrastructures portuaires, le manque de coopération entre les pêcheurs et les entreprises de transformation, ou le manque d'expérience dans l'élaboration de projets économiques viables dans le secteur de la pêche.

Fortes de leur expérience dans la mise en œuvre du programme Leader<sup>2</sup> au cours de la période 2004-2006, les zones de pêche lettones connaissent déjà le développement intégré ascendant. De fait, les 24 organisations qui ont répondu à l'appel à propositions et soumis une stratégie de développement local étaient toutes déjà des groupes Leader. L'éligibilité des groupes et la qualité des stratégies de développement ont été évaluées en même temps (processus de sélection en une seule étape) et les 24 FLAG ont tous été approuvés en février 2010.

Pour être éligibles et mettre en œuvre une stratégie soutenue par l'Axe 4 du FEP, les candidats devaient :

- > être reconnus comme association ou fondation ;
- > comporter un organe décisionnel dont au moins 50% des membres pro-

venaient du milieu socio-économique, 1/3 d'entre eux devant émaner du secteur de la pêche ;

- > se doter d'une structure de gestion distincte de l'organe décisionnel ;
- > disposer d'un comité d'évaluation séparé.

Le plus souvent, les mesures contenues dans les stratégies de développement des FLAG lettons prévoient au moins l'une des activités suivantes :

- > la rénovation et le développement des villages de pêcheurs (cette mesure, qui inclut les investissements publics dans les infrastructures, figure dans 23 stratégies et représente environ 52% des montants totaux alloués) ;
- > le développement d'infrastructures et de services à petite échelle conjuguant pêche et tourisme (23 stratégies ; environ 36% des montants) ;

- > la restructuration, reconversion et diversification des activités économiques (12 stratégies ; 11% des montants) ;
- > la remise en état du potentiel productif du secteur de la pêche endommagé suite à des catastrophes naturelles ou industrielles (1 stratégie ; moins de 1% des montants).

Depuis leur approbation, les FLAG se sont activement engagés dans la promotion de leur stratégie locale et encouragent les porteurs de projet potentiels à déposer un dossier. Des séminaires et des consultations individuelles sont organisés. Des affiches, brochures et publicités dans la presse ont été réalisées afin d'assurer une diffusion de l'information la plus large possible.



<sup>2</sup> L.E.A.D.E.R. (Liaison Entre Actions de Développement de l'Economie Rurale) est un « programme d'Initiative communautaire » lancé par la Commission européenne en 1990.

## Exemple de FLAG : le Partenariat du district de Talsi

Le groupe d'action locale pêche « Partenariat du district de Talsi » intervient dans une zone côtière de l'ouest de la Lettonie. Ce territoire a une population de 38 686 habitants et une superficie de 1 822 km<sup>2</sup> (densité : 21,23 habitants/km<sup>2</sup>).

Opérant sous statut d'association, le groupe compte 26 membres dont :

- > 14 représentants de collectivités locales,
- > 8 représentants du milieu associatif,
- > 4 représentants du secteur privé.

Le groupe comprend deux conseils d'administration qui font également fonction de comités de sélection des projets : un pour Leader et l'autre pour l'Axe 4. Le conseil Leader compte 12 membres (4 émanant des collectivités locales, 4 du milieu associatif et 4 du secteur privé). Le conseil Axe 4 compte, quant à lui, 9 membres (3 des collectivités locales, 3 du milieu associatif et 3 du secteur de la pêche).

La stratégie locale de développement pour l'Axe 4 met l'accent sur le « développement durable des zones tributaires de la



pêche», l'un des principaux objectifs étant de « promouvoir le développement durable et le partenariat des zones dépendantes de la pêche en augmentant l'emploi, la compétitivité, l'égalité hommes-femmes, l'innovation et la coopération régionale et internationale ». Les activités prévues sont :

- > la rénovation et le développement des villages dépendants de la pêche,
- > le développement des infrastructures et services liés à la pêche et au tourisme,
- > l'amélioration et la diversification de l'activité économique.



▲ Le conseil d'administration du FLAG Liepaja en route pour visiter des projets potentiels.

Fin août 2010, 10 FLAG avaient lancé des appels à projets et les propositions reçues sont actuellement en cours d'instruction. Selon nos informations, le montant des financements sollicités jusqu'ici ne dépassent que légèrement le montant des fonds disponibles. C'est principalement dû au fait que les porteurs de projet potentiels connaissent encore mal la procédure et hésitent à présenter leur candidature. Cela rappelle l'expérience du programme Leader pour lequel les capacités d'absorption étaient également faibles au début. On s'attend à ce que les prochains appels à projets suscitent beaucoup plus d'intérêt et dépassent de beaucoup les fonds disponibles, ce qui permettra de retenir des projets de haute qualité.

Par ailleurs, la faible implication du secteur privé est peut-être due au fait que la taxe sur la valeur ajoutée (TVA) n'est pas éligible à l'aide. Cela s'explique aussi par le fait que les conditions de financement du Programme de développement rural ont changé et sont maintenant pour les candidats porteurs de projet plus attrayantes que celles du Fonds européen pour la pêche.

## Accent sur le tourisme

Beaucoup des projets en cours d'instruction mettent l'accent sur l'attractivité touristique des territoires concernés. Ils prévoient des mesures comme la remise en valeur d'anciens sites de peuplement, la création d'itinéraires touristiques (des excursions en bateau sur une rivière avec visites de lieux historiques et autres attractions situés le long du parcours, par exemple), la construction de pontons de pêche autour des lacs ou l'aménagement de sites pour la marche nordique voire même le karting.

Un des défis que pourraient avoir à relever les FLAG, c'est de faire la distinction entre les projets finançables par le FEADER et ceux finançables par le FEP. Les FLAG ont l'obligation d'avoir deux organes décisionnels et comités d'évaluation distincts mais l'organisme payeur devra néanmoins s'assurer qu'il n'y a pas un double financement des projets. Cela ne sera pas toujours facile, surtout pour les projets de rénovation et développement villageois.

## Réseau national

Mis en place au début de 2010, le Réseau national de la pêche de Lettonie rassemble les FLAG mais aussi tous les autres acteurs pertinents du secteur. Il est géré par la même structure que le Réseau national de développement rural. Le Réseau de la pêche est en train de préparer son programme d'activités pour la période 2011-2013. ■

### Contact:

Réseau letton de la pêche  
a/s Gunta Svarce, Chef d'unité,  
+371 63050220,  
[gunta.svarce@llkc.lv](mailto:gunta.svarce@llkc.lv)



Événement

# C'est parti : 90 FLAG se rencontrent à Gijón

**Plus de 150 personnes, représentant 90 groupes d'action locale pêche (FLAG) ainsi que les autorités de gestion de l'Axe 4 et d'autres acteurs concernés provenant de toute l'Union européenne, se sont réunis à Gijón (Asturies, Espagne) les 24, 25 et 26 mars dernier. Le séminaire « FLAG en mouvement » a donné aux participants une première occasion d'amorcer un travail en réseau et d'échanger leurs vues sur leurs défis communs.**

La première journée a consisté en des réunions bilatérales et nationales – notamment celle qui a lancé le Réseau espagnol des FLAG – ainsi qu'en des échanges informels entre groupes d'action locale pêche. Un dîner de bienvenue offert par le Ministère espagnol de l'Environnement et des Affaires rurales et maritimes (MARM) a suivi mais les travaux ont vraiment commencé le lendemain matin, dans le cadre impressionnant de la *Laboral Ciudad de la Cultura*.

Ernesto Penas Lado, Directeur des Affaires maritimes et de la Pêche à la Commission européenne, a ouvert la séance plénière en expliquant le contexte de l'Axe 4 et son importance dans le débat sur la politique de cohésion, au cœur des discussions en cours sur l'avenir de l'Europe. M. Penas a encouragé les FLAG à travailler avec enthousiasme au développement de leur territoire et construire ainsi une Europe « de bas en haut ». Il a notamment souligné que les financements de l'Axe 4, ciblés sur les gens plutôt que sur les grandes

entreprises, devaient contribuer à favoriser l'organisation et la coordination des communautés de pêche et pourraient jouer un rôle beaucoup plus important à l'avenir s'ils démontrent leur efficacité au cours de la période de programmation actuelle.

Juan Ignacio Gandarias Serrano, Directeur général de la DG Réglementation de la Pêche au MARM, a ensuite présenté une vue d'ensemble de l'Axe 4 en Espagne et annoncé le lancement officiel du Réseau espagnol des groupes de pêche. M. Gandarias Serrano a confié son espoir de voir ce Réseau espagnol travailler avec les autres réseaux nationaux et la Cellule FARNET pour assurer la plus grande visibilité possible aux réalisations de l'Axe 4. « L'Axe 4, a-t-il affirmé, est une pièce importante de la future politique européenne, qui pourrait et devrait se conjuguer avec la Politique maritime intégrée et la stratégie Europe 2020 pour une croissance intelligente, durable et inclusive. »

Marcelino Menéndez Cuervo, Directeur général de la Pêche au Gouvernement régional des Asturies, a insisté sur « la nécessité de travailler à un avenir durable et d'apprendre les uns des autres ce qui a marché et ce qui n'a pas marché, afin de s'adapter efficacement aux nouvelles réalités. »

Christine Falter et Jean-Pierre Vercruysse de la DG Affaires maritimes et Pêche de la Commission européenne ont ensuite dressé l'état d'avancement de l'Axe 4 en Europe, soulignant la grande diversité des approches en matière d'allocation des fonds et de mise en œuvre. En mars 2010, 121 FLAG avaient été sélectionnés et leur stratégie approuvée, tandis qu'environ 100 autres étaient en attente d'une décision. A cette date, le financement public total par FLAG variait de 1 à 11 millions d'euros pour la période 2007-2013.

Paul Soto, Directeur de la Cellule d'appui FARNET, a rappelé que le réseau lui-même devait être considéré en termes ascendants car c'est « un écosystème de gens travaillant sur certaines questions communes, partageant leurs connaissances et se renforçant mutuellement. » Le rôle de la Cellule d'appui est de travailler avec eux à la mise en œuvre de l'Axe 4 à travers « l'assistance technique, l'animation, l'information et la capitalisation des expériences. »





▲ Dernière table ronde, avec liste des priorités des FLAG sur l'écran.



## Diversité

Des représentants de zones de pêche d'Espagne, de France et du Danemark ont ensuite débattu des défis auxquels faisaient face leur territoire, ce qu'ils faisaient pour relever ces défis – notamment avec l'axe 4 – et comment ils voyaient ce territoire dans 20 ans. Ce débat n'a pas seulement révélé la diversité des défis auxquels les zones de pêche d'Europe étaient confrontées, mais aussi les différents degrés d'optimisme manifestés à propos de ces défis.

Le Ministre régional des Affaires rurales et de la Pêche des Asturies, Manuel Aurelio Martín González, a conclu cette séance plénière en soulignant la valeur de l'axe 4 et l'opportunité qu'il représentait pour favoriser un développement socio-économique endogène et durable dans les territoires tributaires de la pêche. Il a également salué le fait que les pêcheurs étaient eux-mêmes au cœur du processus.

Ont suivi quatre groupes de travail parallèles, chacun étant répété une fois de façon à ce que tous les participants puissent débattre sur deux des quatre questions suivantes :

- > Comment prendre en compte les objectifs de la stratégie territoriale dans la sélection des projets ;
- > Comment créer un partenariat équilibré et dynamique ;
- > Comment tisser des liens avec Leader ;
- > Comment encourager des investissements privés viables.

## Priorités

La première journée s'est clôturée sur une séance animée par Urszula Budzich-Szukala de la Cellule d'appui FARNET, qui a expliqué les principes des ateliers « en espace ouvert » (*Open Space*) et demandé aux participants de proposer des thèmes dont ils voudraient débattre le lendemain en petits groupes de travail informels.

Cette session en espace ouvert, le lendemain matin, a connu beaucoup de succès. Les participants ont donc discuté des sujets choisis la veille avec des homologues partageant la même préoccupation, avec aussi à tout moment la possibilité de quitter la discussion pour rejoindre un autre groupe intéressant pour eux. En tout, ce sont 18 groupes de discussion qui ont eu lieu, sur des thèmes aussi pointus que les effets de l'élevage du saumon norvégien sur la pêche en Suède.

A partir de ces échanges, les participants ont identifié pour les zones de pêche et les FLAG les priorités suivantes : 1. la diversification ; 2. la valorisation des produits de la pêche ; 3. les outils pour développer activement les projets ; 4. la création de réseaux ; 5. les projets ciblant les groupes prioritaires, en particulier les femmes.

Fait intéressant à souligner : les deux premiers thèmes privilégiés – la diversification et la valorisation des produits de la pêche – feront justement l'objet des deux prochains séminaires transnationaux organisés par la Cellule FARNET, le premier cet automne et le second au printemps 2011.

## Eligibilité, dispositifs d'appui et coopération

C'est Yves Champetier, expert de la Cellule FARNET, qui a présidé la dernière table ronde. Il s'agissait pour les panélistes de donner leurs impressions sur les échanges du séminaire, la hiérarchisation des priorités et les modalités de l'appui à fournir aux FLAG.

Les demandes de clarification en matière d'éligibilité ont été récurrentes durant ces deux jours. A ce propos, Dominique Levieil, de la DG Affaires maritimes et Pêche de la Commission européenne, a insisté sur le fait que la sélection des projets ne devait pas s'attacher uniquement aux critères d'éligibilité, qui sont extrêmement larges. Les FLAG devraient plutôt mettre en place leurs propres critères, de façon à s'assurer que les projets promis à un financement répondent également aux priorités stratégiques que le FLAG a retenues pour son territoire. En plus de sélectionner des projets éligibles s'inscrivant dans leur stratégie de développement, les FLAG devraient aussi, selon M. Levieil, savoir rediriger les projets vers d'autres axes du FEP lorsque c'est plus pertinent. M. Levieil a toutefois assuré les participants que la Commission s'efforcerait de clarifier davantage les questions d'éligibilité.

Quant à l'appui que les Etats membres pourraient fournir aux FLAG, tous les panélistes se sont entendus pour dire qu'un réseau national était éminemment



▲ Groupe de travail lors d'un atelier.

souhaitable, et qu'une bonne communication entre les FLAG et les administrations nationales était essentielle.

Enfin, un participant s'est enquis de la place accordée par l'Axe 4 à l'aquaculture, secteur qui selon lui connaît des problèmes très différents de la pêche côtière. La réponse est venue de M. Vercruysse, de la Commission européenne, qui a indiqué qu'il s'agissait justement d'un cas où la coopération transnationale pouvait s'avérer très utile.

Le séminaire s'est prolongé par la visite de deux projets soutenus par le groupe Leader local: le Centre pour l'environnement marin de Cabo Peñas et le Musée maritime des Asturies. ■

**Pour en savoir plus:** <https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/cms/farnet/content/flags-move-gijon-spain-24-26-march-2010>

# Réseau FARNET

## > Une première année réussie pour la Cellule d'appui

La première année d'opération de la Cellule d'appui FARNET a vu s'accomplir des progrès considérables dans la mise en œuvre de l'Axe 4, le processus de sélection des groupes étant maintenant lancé dans les 21 Etats membres concernés et 124 FLAG étant désormais en opération. Opérationnelle depuis mai 2009, la Cellule assiste la Commission européenne dans la mise en œuvre de l'Axe 4. Elle comprend une équipe permanente de 12 personnes (huit équivalents temps plein), 21 experts géographiques ainsi qu'un groupe conseil composé de six membres. Au cours des 12 derniers mois, cette équipe a entrepris toute une série d'activités, dont: l'organisation de trois grands événements, la production de plusieurs publications multilingues, le développement du [site internet FARNET](http://www.farnet.eu), l'appui méthodologique aux autorités de gestion et aux FLAG, la tenue de trois réunions des autorités de gestion et l'établissement de liens avec les réseaux nationaux, l'animation de groupes de discussion (*focus groups*) dans neuf pays, la capitalisation de bonnes pratiques et la réalisation d'outils méthodologiques. Malgré ces avancées, les FLAG doivent encore être sélectionnés dans 10 pays et le manque de dispositifs d'assistance technique au niveau des autorités de gestion reste un point critique. Résoudre ces questions sera une des principales priorités de la Cellule d'appui FARNET en 2010-2011. [www.farnet.eu](http://www.farnet.eu)

## > Valoriser les produits locaux

A l'initiative de la Commission européenne, la Cellule d'appui FARNET organise à Almere (Pays-Bas), les 17 et 18 novembre 2010, un séminaire sur le rôle que peuvent jouer les FLAG dans la valorisation des produits locaux de la pêche. L'objectif de ce séminaire est de fournir aux FLAG connaissances et compétences pratiques pour ce thème important de l'Axe 4. Il s'agit également de partager les expériences entre FLAG et d'envisager des pistes de coopération future. A cette occasion, la Cellule FARNET publiera un guide méthodologique sur la valorisation des produits locaux de la pêche. Ceci permettra aux FLAG d'élaborer différentes stratégies et approches pouvant faciliter et soutenir la démarche de valorisation au niveau local. Pour en savoir plus, il suffit de contacter l'équipe FARNET: [info@farnet.eu](mailto:info@farnet.eu)

## > Guides méthodologiques

La Cellule d'appui FARNET a publié trois guides méthodologiques: un «*Guide de démarrage pour les groupes d'action locale pêche (FLAG)*», un «*Guide pour la mise en place de projets de coopération entre groupes d'action locale pêche*» et un «*Guide pour la valorisation des produits locaux de la pêche*». Disponibles en 11 langues, ces guides peuvent également être téléchargés sur le [site FARNET](http://www.farnet.eu).

# Agenda FARNET

QUAND	QUOI	OÙ
17-18 novembre 2010	« <i>FLAGS in Business: Ajouter de la valeur aux produits locaux de la pêche</i> »	Almere (NL)
31 janvier – 2 février 2011	Seafood Summit 2011 « <i>Responsabilité sans frontières ?</i> »	Vancouver (CDN)
4-5 avril 2011	Conférence internationale « <i>It's not just about the fish: social and cultural perspectives of sustainable marine fisheries</i> »	Greenwich (UK)
3-5 mai 2011	European Seafood Exposition 2011	Bruxelles (B)

# Fiche signalétique

## NOM: Axe 4 du Fonds européen pour la pêche (FEP)

**OBJECTIF:** le développement durable des zones tributaires de la pêche. En complément d'autres instruments financiers de l'UE, le FEP peut cofinancer des projets locaux pour le développement durable et l'amélioration de la qualité de vie des zones de pêche.

**MISE EN ŒUVRE:** 21 Etats membres mettent en œuvre l'Axe 4. Une innovation importante dans la mise en œuvre de cet Axe est sa forte dimension territoriale.

**TERRITOIRES VISÉS:** les « zones de pêche », soit des territoires riverains d'une mer ou d'un lac, ou comportant des plans d'eau ou un estuaire, et dont le secteur de la pêche représente une part significative de l'emploi. Pour être sélectionnés comme zones de pêche éligibles par les Etats membres, ces territoires doivent être de taille modeste (inférieure à NUTS 3) et cohérents d'un point de vue géographique, économique et social. Sont visées des zones faiblement peuplées ou dont le secteur halieutique est en déclin ou qui abritent de petites communautés de pêcheurs. Les Etats membres peuvent également ajouter leurs propres critères.

**BÉNÉFICIAIRES:** les « groupes d'action locale pêche (Fisheries Local Action Groups / FLAG) », soit une combinaison de partenaires publics, privés et associatifs qui élaborent ensemble une stratégie et des mesures innovantes en faveur du développement durable de leur zone de pêche. Les FLAG sont sélectionnés par les Etats membres selon des critères définis dans leurs programmes opérationnels. A terme, plus de 200 FLAG seront créés dans l'ensemble de l'Union.

**MESURES ÉLIGIBLES:** renforcement de la compétitivité des zones de pêche; restructuration, redéploiement et diversification des activités économiques; valorisation des produits de la pêche; services et petites infrastructures touristiques liés à la pêche; protection de l'environnement; restauration d'une production endommagée par une calamité; coopération interrégionale et transnationale; renforcement des capacités pour l'élaboration de stratégies de développement local; coûts de fonctionnement des FLAG.

**RÉSEAU:** tous les acteurs concernés par l'Axe 4 communiquent au sein d'un « Réseau européen des zones de pêche (FARNET) » permettant (grâce à des séminaires, rencontres et publications) une large diffusion des projets innovants mis en œuvre au profit des zones de pêche et favorisant la coopération transnationale. Le réseau est coordonné par la « Cellule d'appui FARNET ».

**DURÉE DU PROGRAMME:** sept ans (2007-2013) mais les projets peuvent être mis en œuvre jusqu'à la fin de 2015.

**AIDE DE L'UNION EUROPÉENNE:** L'Axe 4 dispose pour la période 2007-2013 d'un budget de 567 millions d'euros, soit un peu plus de 13% du FEP, auquel on doit ajouter un cofinancement public national et des investissements privés.

## Abonnez-vous

Pour recevoir gratuitement FARNET Magazine et/ou la Lettre électronique FARNET, faites parvenir vos coordonnées (nom, organisation, adresse, courriel et n° de téléphone) à l'adresse:

[info@farnet.eu](mailto:info@farnet.eu)

## Tenez-nous au courant

Les publications FARNET sont autant de ressources pour tous celles et ceux qui œuvrent à la construction d'un avenir durable pour les territoires de pêche d'Europe. Tenez-nous au courant des activités qui pourraient intéresser d'autres groupes et intervenants dans ce domaine. Nous aimerions notamment connaître vos expériences réussies, événements importants, annonces, mais aussi vos idées et propositions d'échanges et de coopération avec d'autres territoires.

[info@farnet.eu](mailto:info@farnet.eu)

ISSN 1831-5747



9 771831 574008



Office des publications



Commission européenne  
Affaires maritimes et Pêche