



ENTRE FILETS

ÉDITO

La filière pêche française a été et continue d'être particulièrement impactée par la crise sanitaire et économique que traverse notre pays. La totalité de notre profession s'est trouvée concernée par le coronavirus : baisse des débouchés des produits de la pêche, réorganisation obligatoire des conditions de travail pour l'ensemble des maillons de la filière. La perte de la restauration hors foyer et de l'export, estimée à plus de 35 % de l'activité globale, n'a pu être compensée par les ventes en grande distribution et en poissonnerie. Ceci a contraint de nombreuses entreprises de pêche à des arrêts partiels ou totaux. Sans minimiser l'impact au niveau des ports, des criées et des entreprises de mareyage et de transformation, qui ont également connu des difficultés majeures. De plus, les comportements des consommateurs, qui ont privilégié davantage de denrées non périssables au détriment des produits frais, ont particulièrement fragilisé le secteur des produits aquatiques. Enfin, de nombreuses inquiétudes, tant économiques que sanitaires, pénalisent actuellement le retour en mer des pêcheurs et la reprise normale des activités.

Dans sa vocation à rassembler les acteurs de la filière, France Filière Pêche a mis en œuvre dès la mi-mars de nombreuses actions, à très court terme comme à plus long terme, pour soutenir les efforts de tous les professionnels qui sont restés mobilisés durant cette période difficile. Il nous appartient, plus que jamais, de renforcer nos liens. La pêche, la transformation, la commercialisation, sont des activités vitales pour notre économie. La pêche française doit renforcer son positionnement de produit de qualité. La traçabilité que nous assurons avec notre marque PAVILLON FRANCE est un gage de sécurité pour nos consommateurs.

Plus que jamais, mobilisons-nous ensemble, pour réussir tous les enjeux d'aujourd'hui et de demain.



Jacques Woci
Président de France Filière Pêche

GESTION CRISE COVID

LA FILIÈRE FRANÇAISE FRAPPÉE DE PLEIN FOUET

ECHANGES ENTRE LES ACTEURS DE LA FILIÈRE ET ORGANISATION DU MARCHÉ

Dès le début de la crise, **France Filière Pêche** a œuvré pour **faciliter la communication et l'échange d'information entre acteurs** via la diffusion quotidienne par mail d'informations sur l'état du marché et d'une veille presse, ainsi que la mise en place d'une réunion hebdomadaire, permettant des échanges entre **amont et aval de la filière**. Par ailleurs, dans une optique **d'organisation du marché**, et en complément des **prévisions d'apports** déjà existantes, les enseignes de la grande distribution ont annoncé, chaque semaine, leurs **prévisions d'achats** à l'amont de la filière, sur une **sélection d'espèces**.

Cette approche a permis à chacun des maillons de la filière de **mieux comprendre les problématiques** des uns et des autres. Cependant, bien que l'amont et l'aval de la filière aient continué de s'organiser au mieux pour maintenir leurs activités et garantir les approvisionnements, les volumes et les prix se sont avérés peu prévisibles, générant des **fluctuations hebdomadaires importantes** selon les régions.

Pour **aider la filière française** à avoir une **visibilité** propice à **répondre aux difficultés et se structurer dans cette période de crise**, les enseignes de la grande distribution **s'engagent** à travers France Filière Pêche à :

- **Offrir un maximum de transparence** à l'amont de la filière afin de lui permettre d'adapter l'effort de pêche aux besoins de la consommation actuelle.
- **Privilégier leurs approvisionnements en produits frais** dans une démarche de transparence de l'origine, afin de maintenir l'attractivité de leurs rayons et de répondre aux attentes du consommateur.
- **Maintenir une offre diversifiée** de produits issus de la pêche française, notamment ceux commercialisés sous la marque **PAVILLON FRANCE**, et, **communiquer sur cette offre**, afin de stimuler la consommation de produits de la pêche.



COMMUNICATION POSITIVE CRISE COVID 19

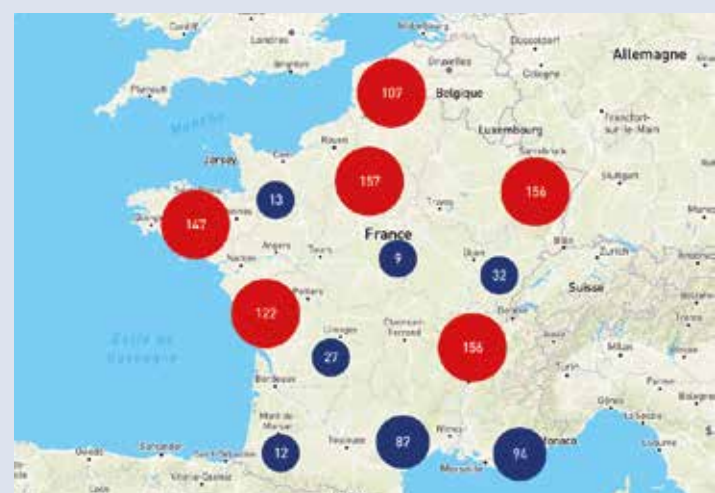
Dans un premier temps, la communication s'est axée sur la **mobilisation des professionnels pêcheurs, mareyeurs, poissonniers et rayons marées des enseignes** de la grande distribution, afin de **soutenir leur activité** et de **communiquer sur la disponibilité de produits** issus de la pêche française. Cette prise de parole s'est faite en particulier sur les **réseaux sociaux** et à travers un **communiqué de presse conjoint aux 3 filières aquatiques : pêche, conchyliculture et aquaculture**.

SOUTIEN DES PROFESSIONNELS DANS LE MAINTIEN DE LEUR ACTIVITÉ

En coordination avec d'autres acteurs du monde maritime, France Filière Pêche a commandé **300 000 masques** qui ont été acheminés et distribués aux professionnels de la filière début mai, afin d'**assurer leur protection et le maintien** de leurs **activités professionnelles**.

Afin de rapprocher consommateurs et commerçants (mareyeurs, poissonniers), l'association a également développé une **carte interactive des points de vente**, hébergée sur le site internet **PAVILLON FRANCE**, et relayée sur l'ensemble des réseaux sociaux de la marque. Cette carte a permis, aux commerçants d'une part, d'afficher les coordonnées des boutiques et magasins ouverts pendant le confinement, et aux consommateurs, d'autre part, de savoir quels commerces étaient ouverts à proximité de leur domicile.

Cette initiative ayant pour but de soutenir la commercialisation des produits de la pêche et de la mer, et par conséquent la filière, est maintenue à l'issue de la période de confinement afin de pérenniser le référencement de tous les professionnels. A la mi-juin, plus de **1 100 points de vente** étaient répertoriés sur la carte.



Le collectif « Poissons, Coquillages et Crustacés » a quant à lui été à l'origine d'une **campagne média programmatique** portant des messages de soutien aux filières aquatiques.

La **visibilité** de ces messages a été **très satisfaisante**, les objectifs ont dépassé les attentes en cette période.

2 690 000
impressions

12 300
visites sur le site

MISE EN AVANT DES ESPÈCES DISPONIBLES

Les échanges hebdomadaires entre l'amont et l'aval de la filière ont permis d'apporter des informations facilitant la **prévision des apports en espèces de pêche française**. Ces informations ont permis **d'adapter au mieux les messages PAVILLON FRANCE** et **encourager la consommation**. Ainsi, des messages culinaires journaliers ont été diffusés afin **d'inspirer le consommateur, de l'orienter** vers les espèces disponibles et de le **conseiller** dans ses réalisations culinaires.



LA CONSOMMATION DE PRODUITS DE LA MER, C'EST BON POUR LA SANTÉ

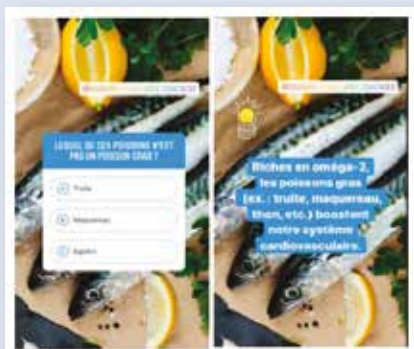
L'Anses (Agence Nationale de la sécurité sanitaire, l'alimentation, le travail et l'environnement) recommande la consommation de poisson **deux fois par semaine (en alternant poisson gras et poisson maigre)**, de manière à couvrir les **besoins nutritionnels en vitamines et minéraux**, entre autres, mais notamment ceux en **oméga 3 et vitamine D**.

La période de **confinement**, et la **baisse d'activité physique**, a suscité chez les Français un **intérêt** pour les **aliments d'intérêt nutritionnel élevé**. La consommation de **produits de la mer frais** constituait donc une **belle opportunité** pour les consommateurs de **diversifier leur alimentation** ; plusieurs communications ont été réalisées dans ce sens afin **d'orienter les achats** vers les produits de la **pêche française**, à travers le support de PAVILLON FRANCE et du collectif « Poissons, Coquillages et Crustacés ».



CULINARITÉ ET DÉCOUVERTE

Pour répondre à une **communauté en demande d'activité**, intéressée par **la cuisine** et à la **distraction des plus petits**, la communication PAVILLON FRANCE s'est intensifiée grâce à de nouvelles pages dédiées sur son site et des publications sur les réseaux sociaux. S'appuyant sur différentes tendances comme **la cuisine à la maison**, les **activités à réaliser en famille**, mais aussi des informations de nature à **rassurer les consommateurs**. La marque a proposé des **zooms espèces, idées recettes faciles, conseils et astuces culinaires, recettes enfant**, ainsi qu'une approche « **confinapéro, version iodée** » pour impulser la consommation de produits de la mer à l'heure de l'apéro, pratique en forte croissance pendant le confinement.



TRAVAILLER L'INFLUENCE POUR SOUTENIR LA FILIÈRE PÊCHE FRANÇAISE

La campagne « Poissons, Coquillages et Crustacés » s'est elle aussi, adaptée au contexte covid 19 et au confinement, accompagnant les posts d'hashtags de soutien aux filières comme **#aveclesfilièresaquatiques** ou encore **#tousolidaires**.

Sensibilisés régulièrement aux problématiques de la filière et à la promotion des produits de la mer, influenceurs digitaux et journalistes ont relayé, à travers diverses publications, des **informations produits**, des **idées de recettes** mais aussi la **carte interactive des points de vente** disponible sur le site PAVILLON FRANCE.

Ils nous ont suivi : Femme Actuelle, Le Journal des Femmes, RTBF.be, La Dépêche.fr, Marcia_tak, Pépites de Noisettes, Charles Soussin, Lucie.saladetkoi.

@marcia_tack

11,3K



@lucie.saladetkoi

10,2K



Du côté du collectif « Poissons, Coquillages et Crustacés », un partenariat avec les médias culinaires 750g et la chaîne Youmiam ont permis de **renforcer la visibilité et l'attractivité des produits aquatiques** issus des filières **pêche, conchyliculture et pisciculture**.

Le partenariat avec 750gr s'est composé de **3 lives, 1 quizz story Instagram et une newsletter dédiée** pour accroître la visibilité des messages et de la démarche. Ils ont été diffusés entre le 23 avril et le 3 mai.

Plus de 367 000 vues
Plus de 10 000 interactions
Plus de 108 000 clics



En parallèle, **une collaboration avec les influenceurs ambassadeurs du collectif «Poissons, Coquillages et Crustacés»** a donné lieu à la création de recettes exclusives à partir de produits aquatiques (truite, huître et maquereau). Une fois réalisées, ces recettes ont été relayées sous diverses formes sur les réseaux sociaux (stories, vidéos, photos) des influenceurs et de Youmiam (réseaux sociaux, site et chaîne youtube) dans le cadre d'une collaboration. **La nouvelle page Youmiam dédiée à « Poissons, Coquillages et Crustacés » compte déjà 1880 abonnés.**

ZOOM PROJET DEFIPEL



La sardine est la première espèce de petits pélagiques débarquée en France (17 300 T en 2018). Comme pour les autres petits pélagiques présents sur nos côtes, **sa croissance et la qualité de sa chair dépendent fortement de son environnement physique et de la disponibilité d'aliment.**

Aujourd'hui, environ 70 navires - bolincheurs et chalutiers - ciblent les petits pélagiques tels que la sardine, l'anchois, mais aussi le sprat, le chinchard et le maquereau. En aval de cette filière, l'industrie de la conserverie dépend des approvisionnements de petits pélagiques pour mener à bien son activité. En ce qui concerne la sardine, une quinzaine de conserveries françaises produisent annuellement 70 millions de boîtes de conserves et assurent 2 500 emplois liés à leur activité.

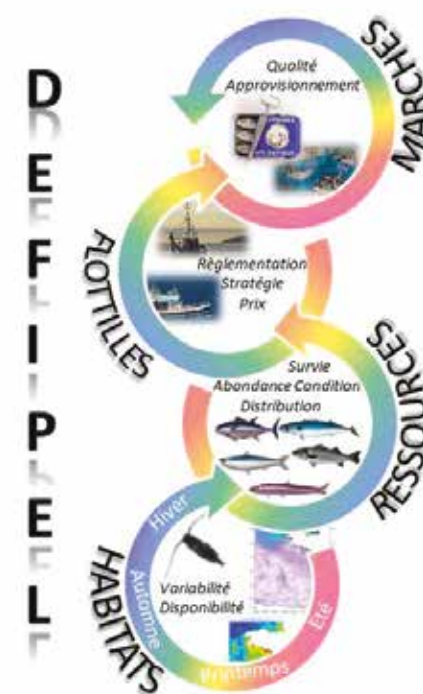
La pêche peut être impactée par toute variation dans la distribution et l'abondance saisonnière de la ressource, modifiant les saisons de pêche et la localisation des bancs ; ainsi, ce sont à la fois **la mobilisation des flottilles de pêche et les approvisionnements à destination des conserveries qui peuvent être impactés.**

Par ailleurs, toute variation saisonnière de température et de disponibilité de la nourriture planctonique affecte de manière importante la **taille** et la **teneur en graisse** de ces espèces, deux critères d'importance majeure pour l'industrie de la transformation et de la conserve.

Compte tenu des variabilités environnementales et des impacts économiques déjà observés, les activités de l'amont à l'aval de la filière, sont dépendantes des changements globaux et **doivent pouvoir s'y adapter afin d'assurer leur viabilité.**

Le projet DEFIPEL (2019 – 2023), porté par l'IFREMER et financé par France Filière Pêche à hauteur de 1 million d'euros, a pour objectif **d'assurer la viabilité de la filière sur le moyen terme** et compte tenu de la dynamique des écosystèmes.

Pour cela, scientifiques (écologues, halieutes, économistes) travailleront avec l'ensemble des acteurs de la filière (pêcheurs, transformateurs et gestionnaires des pêches de l'espace maritime) afin **d'étudier les pêcheries des trois façades métropolitaines françaises** (Manche, Golfe de Gascogne et Méditerranée) et de proposer une **série d'indicateurs** (environnementaux, biologiques et socio-économiques) permettant **d'évaluer l'état de l'écosystème**, de la ressource et de la filière, et de pouvoir **consolider la viabilité de leur exploitation.**



Un écosystème pélagique, une filière

ENJEUX IMMEDIATS 2020 : PROJET SELECTMC (Mars - Décembre 2020)

L'article 13 du Règlement TAC et quotas 2020 impose de nouvelles mesures pour les chalutiers en Zone de Protection de Mer Celtique (ZPMC) étendue, notamment le dispositif dit « raised line » ou « chalut décollé » pour les navires ciblant l'églefin.

En 2019, 91 navires français ont fréquenté la ZPMC, les captures de ces navires représentent 12% de la valeur de l'ensemble des ventes sous les criées françaises et **1/3 de l'activité des navires bretons.**

Pour les organisations de producteurs Les Pêcheurs de Bretagne (LPDB) et COBRENORD, ces nouvelles mesures concernent 70 navires capturant environ

12 000 tonnes de poissons. Ces navires utilisent déjà **au quotidien des engins sélectifs pour les gadidés depuis 2012** dont la taille et le maillage ont augmenté au fur et à mesure des années.

Afin d'apporter des éléments objectifs et quantifiés dans le cadre des futures négociations des possibilités de pêche, les deux OP ont déposé conjointement le « **Projet SelectMC** » (**Enjeux immédiats 2020**) ; son objectif est **d'étudier différents dispositifs et ainsi comparer l'efficacité des mesures sélectives** déjà empruntées en ZPMC à celles proposées par les nouvelles mesures de gestion 2020.



ENJEUX D'AVENIR 2020 : APPEL A PROJETS CESAB

De nombreux indices du changement climatique montrent, à l'heure actuelle, l'impact durable que celui-ci pourrait avoir sur les mers et les océans à l'échelle globale : réchauffement des eaux de surface, diminution d'oxygène dissous, acidification, diminution de production primaire et modification de la circulation océanique et, par conséquent, de la biodiversité des stocks halieutiques.

De ce fait, la viabilité économique de la pêche est menacée, c'est pourquoi **l'évaluation de l'impact de ces changements climatiques sur la biodiversité des stocks halieutiques** est une préoccupation majeure pour la filière.

Afin de traiter cette préoccupation, la **Fondation de Recherche pour la Biodiversité**, en partenariat avec **France Filière Pêche**, appelle la communauté scientifique à soumettre des projets au **CESAB (CEntre de Synthèse et d'Analyse sur la Biodiversité)**, pour mieux **adapter la gestion des pêches à ces contraintes climatiques et environnementales.**

Le projet soumis devra permettre de **contribuer à une meilleure compréhension de la réponse des ressources halieutiques et des pêcheries aux changements climatiques.** Pour cela, il faudra synthétiser et interpréter les réponses observées au cours des dernières décennies, et les réponses attendues sous différents scénarii climatiques futurs, à différentes échelles :

- au niveau des stocks, des gènes aux populations ;
- au niveau des écosystèmes marins exploités ;
- au niveau des pêcheries et des filières des produits de la mer ;
- au niveau des systèmes de gouvernance.

DÉCOUVREZ PROCHAINEMENT, LE FILM PAVILLON FRANCE DE SOUTIEN À LA FILIÈRE PÊCHE FRANÇAISE

Dans le contexte difficile pour la filière pêche française, la marque collective PAVILLON FRANCE met en œuvre une **campagne de communication exceptionnelle**, destinée à soutenir la reprise des activités de la filière et inciter les consommateurs à consommer et cuisiner des produits issus de pêche française.

Prévue à partir de la mi-juin, elle verra la diffusion d'un film d'animation (environ 40 secondes) sur les plateformes digitales majeures (Youtube) ainsi que les sites et applications affinitaires (information, cuisine, etc). Porteur de messages simples, poétiques et enthousiastes, le film constitué d'illustrations animées (motion design) se veut la symbolique de la mobilisation des femmes et des hommes de la filière, à pied d'œuvre depuis de nombreuses semaines pour offrir le meilleur de la pêche française.



BILAN SALON INTERNATIONAL DE L'AGRICULTURE 2020

Pour la **7^{ème} année consécutive**, PAVILLON FRANCE était présente dans le Hall 4 du **Salon International de l'Agriculture**.

Pour sa **57^{ème} édition** sur le thème « **l'agriculture vous tend les bras** », le Salon a vu ses **chiffres de fréquentation** fortement reculer, avec **une baisse totale de près de 24% par rapport à l'année précédente (482 221 visiteurs au total, contre 633 213 en 2019 et 672 568 en 2018)**

L'analyse de cette baisse de fréquentation tient pour part à **la crise sanitaire du COVID 19** (raison pour laquelle le Salon a fermé ses portes un jour plus tôt), mais aussi au calendrier même du Salon et son positionnement par rapport au **vacances scolaires de la zone C** (zone de l'Île de France, qui fréquente habituellement le Salon).

Cette année encore, la présence de PAVILLON FRANCE a été l'occasion pour la filière pêche française d'aller **à la rencontre du grand public et des professionnels, des politiques et des journalistes**. Cette démarche est facilitée par la configuration de l'espace : un rez-de-chaussée entièrement dédié au grand public et un grand espace mezzanine pour les invités.

Nouveauté 2020 : les actions de l'association **France Filière Pêche** en faveur de la **recherche scientifique** et des **bonnes pratiques** de la filière ont été mises en avant. **A l'image de l'exposition La Mer XXL, la vulgarisation de projets scientifiques** soutenus par l'association, la diffusion de **vidéos pédagogiques** sur la filière pêche française, la mise en avant d'un **chalut sélectif** ou encore, **l'embarquement en vidéo 360°**, ont su captiver et intéresser un grand **public fidèle à ce rendez-vous** annuel.

Les représentants de la filière pêche française se sont réunis avec **Emmanuel Macron**, Président de la République, **Didier Guillaume**, Ministre de l'Agriculture et de l'Alimentation, et **Gerard Larcher**, Président du Sénat sur le stand. A cette occasion, les professionnels de la filière, en partenariat avec l'IFREMER, ont présenté les efforts mis en œuvre en terme de sélectivité des engins de pêche, issus de projets de recherche innovants soutenus par France Filière Pêche, ainsi qu'un étal de poisson afin de mettre en avant la diversité et la qualité des espèces de la pêche française et l'importance d'une consommation diversifiée. Les échanges se sont portés sur le Brexit, les retraites mais aussi sur l'importance des projets de recherche et d'innovation pour que la pêche reste une activité nourricière durable.

Le stand a reçu **un très bel accueil** du public, des professionnels et des organisateurs du Salon en remportant le **Grand Prix du Syrpa (Syrpa'wards)**, l'association des agri-communicants ayant près de 400 membres. Le public souligne la pédagogie du stand, sur lequel « on apprend plein de choses », certains visiteurs revenant d'année en année. Cette année, ce sont **6.400 dépliant de visite distribués contre 5.046 dépliant retournés complétés soit un retour du 78.8%, ainsi que 5 478 jeux de la pêche et 5.000 bonnets distribués**.

Par ailleurs, les deux équipes gagnantes nationales du Challenge Rayon Marée 2019, **Auchan Gien (45) dans la catégorie Hypermarchés** et **Casino Toulon La Valette (83) dans la catégorie Supermarchés**, ont été révélées par le Ministre de l'Agriculture et de l'Alimentation, Didier Guillaume. Elles remportent, entre autres, une journée d'immersion au cœur d'un port de pêche français.

Retrouvez l'espace PAVILLON FRANCE au SIA 2020 en vidéo sur la chaîne Youtube de la marque.



Remise des prix aux équipes gagnantes du Challenge Rayon Marée 2019



Concours Poissonnier PAVILLON FRANCE 2020, en partenariat avec Poissonnier Corail



Rencontre entre le Président de la République et les représentants de la filière pêche française.



Embarquement en vidéo 360° sur le navire Le Goëlo