LA CUISINE AU MICRO-ONDES : OSEZ AVEC PAVILLON FRANCE

Cuire du poisson au micro-onde, c'est possible… et c'est même excellent !
C'est le message que fait passer PAVILLON FRANCE avec toute une gamme de recettes dédiées à ce mode de cuisson.

Ultra simple et rapide, ce mode de cuisson permet d'inviter le poisson à sa table plus régulièrement et de conserver son moelleux.

Quelques conseils de PAVILLON FRANCE :
- Ne noyez pas le poisson… naturellement riche en eau, il n'est pas nécessaire d'en ajouter.
- Respectez le temps de cuisson suivant : 5 minutes pour 500 grammes de poisson à puissance 800 watts.
- Utilisez des filets de même épaisseur pour une cuisson uniforme ou mettez la partie la plus large au coeur de votre plat.

Rendez-vous sur le site PAVILLON FRANCE pour découvrir 3 recettes créatives : un roulé d'épinard et tacaud, une dorade en croûte de sel ainsi qu'une recette de limande dédiée aux enfants.

A vos tabliers !

PAVILLON FRANCE INRATABLE CET AUTOMNE À LA TÉLÉ

PAVILLON FRANCE était présent à la télévision du 10 au 30 octobre avec la diffusion du film « Merlu » en format 10 et 20 ` sur TF1 et les chaînes de la TNT.
86% de la cible des 35-59 ans (soit 60 millions de contacts extrapolés) ont été atteints.

TF1 France 2 W9 TMC

UNE FIN D'ANNÉE AUX FOURNEAUX

Avec ses fiches recettes spéciales fêtes, PAVILLON FRANCE s'installe dans toutes les cuisines pour la fin de l'année en mettant à l'honneur praires, Saint Pierre et harengs. A découvrir sur le site pavillonfrance.fr

PAVILLON FRANCE
a une nouvelle fois dynamisé les rayons marée en fournissant aux responsables les outils de communication nécessaires à la valorisation de leurs métiers.

TROPHÉE PAVILLON FRANCE 5 OCTOBRE 2016

Pour la seconde année, PAVILLON FRANCE a récompensé les acteurs que sont les poissonniers détaillants et les chefs de rayons de la grande distribution qui oeuvrent au quotidien à la valorisation des produits de la mer issus de la pêche française. C'est grâce à leur mobilisation que la marque PAVILLON FRANCE est de plus en plus visible sur les étals !

Merci à eux !

AGENDA

Cet automne PAVILLON FRANCE était présent sur :

Le Festival des coquillages et crustacés à Granville

Le Grand Pavois à La Rochelle

Les Meules Bleues à Saint Gilles Croix de Vie

Le Vendée Globe aux Sables d'Olonne

La Foire aux Harengs et à la coquille Saint Jacques à Dieppe

L'Open de France de sushis à Paris

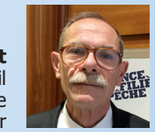
EntreFilets est une publication France Filière Pêche - Directrice de publication et de rédaction : Emmanuelle Sauvion-Thiercelin (Déléguée générale de FFP) - Rédaction : Equipe FFP & Idéephare - Conception & impression : www.ideephare.com - Crédits photos : FFP - Pavillon France - IFREMER - R&O

France Filière Pêche - 11 rue Saint Georges 75009 Paris - Tél. 01 84 16 37 20

NEWSLETTER
ENTRE FILETS
DECEMBRE 2016 • N° 12
FRANCE FILIÈRE PÊCHE

EDITO

France Filière Pêche s'apprête à clore son premier cycle d'existence avec un bilan au-delà des espérances de ses créateurs et de ses financeurs. Ce qui pouvait - à l'époque - apparaître comme une création d'opportunité est devenu un facteur essentiel de structuration. Nous allons aborder notre second cycle avec pour bagages principaux une marque « PAVILLON FRANCE » fédératrice et identitaire ainsi qu'un capital « connaissances » conséquent sur des sujets halieutiques, techniques et sanitaires qui crédibilisent l'existence d'une vraie filière économique maritime.
Dans le paysage institutionnel, France Filière Pêche est maintenant reconnue par tous et à ce titre associée à toutes les réflexions structurantes pour notre filière. Certains esprits courts justifieront son existence par la seule reconnaissance de ses moyens faisant fi de la richesse de ses membres et de leur confiance mutuelle en un avenir commun.
Seule cette confiance justifie la pérennité de France Filière Pêche dont la création - faut-il le rappeler - date d'une période plus troublée économiquement qu'aujourd'hui.
Beaucoup de chantiers restent à ouvrir, à renseigner et à maîtriser afin de préparer l'avenir. L'équipage de France Filière Pêche est de qualité et ses administrateurs motivés. Il appartient aux professionnels de s'approprier leur travail et de lui apporter la valeur ajoutée utile à leurs entreprises.



Hervé Jeantet
Président du Conseil
spécialisé pêche et aquaculture
de FranceAgriMer

FFP est fière de soutenir

SURTINE : TOUT SUR LA LANGOUSTINE !

Le projet SURTINE porté par l'AGLIA (Association du Grand Littoral Atlantique), a pour objectif d'estimer le taux de survie des rejets de langoustines après captures par les chalutiers. Le projet évalue la survie des langoustines avec remise à l'eau en fin de tri (pratique « standard ») ou avec remise à l'eau au fur et à mesure du tri (utilisation d'un dispositif type « goulottes »).

Les premiers résultats préliminaires sont très encourageants : un taux de survie moyen supérieur à 50%.

La goulotte est un élément souple ou rigide accolée à la table de tri et qui permet une remise à l'eau plus rapide et au fur et à mesure du tri des langoustines non désirées. Conscient que cet équipement améliore nettement les pratiques de tri et donc de survie des langoustines, les pêcheurs ont souhaité s'équiper largement et rendre obligatoire l'utilisation d'un tel dispositif au 1er janvier 2017.

L'AGLIA a donc fait un premier bilan de l'état d'équipement de la flottille. En mars 2016, 18% de la flottille était déjà équipée de goulottes, et l'enquête montre qu'à minima 80% des chalutiers langoustiniers (représentant 93% de la production de langoustine en 2015) pourraient s'équiper avant le 31 décembre 2016 sans difficultés techniques majeures.
C'est pourquoi France Filière Pêche, dans le cadre du dispositif navire 2016, a rendu cet équipement éligible ainsi que les tables de tri pour les bateaux non équipés à ce jour.

Voir la vidéo sur : https://www.youtube.com/watch?v=0bgvxb98Las

AVEC SMAC,
FRANCE FILIÈRE PÊCHE DÉFEND LA PÊCHE DES SOLES

La pêche en Manche Est s'est centrée, ces dernières années, sur la sole (*Solea solea*). C'est pourquoi, depuis deux ans, la décroissance du TAC (Total Admissible de Captures) engendre des difficultés économiques.
Avec l'aide financière de FFP, l'Ifremer a initié un projet visant à améliorer les connaissances biologiques et écologiques de manière à faire évoluer les méthodes d'évaluation du stock. Marie Savina, responsable de la coordination de SMAC, nous en parle.

FICHE D'IDENTITÉ DU PROJET

- **SMAC** (Sole Manche Amélioration Connaissances)
- **Objectif de cette étude :** améliorer les connaissances sur cette espèce pour une meilleure gestion du stock de soles
- **Façade concernée :** Manche Est - Mer du Nord
- **Partenaires du projet initié par l'Ifremer et financé en grande partie par France Filière Pêche :** la DPMA, les CRPM Bretagne, Nord Pas-de-Calais Picardie, Haute et Basse Normandie, les organisations de producteurs FROM NORD, CME, OPBN, les régions Nord Pas-de-Calais Normandie et les partenaires scientifiques Agrocampus Ouest et l'UMR Borea.
- **Durée :** 3 ans (2016-2019)

Pour en savoir plus, rendez-vous sur www.ifremer.fr/smac et sur www.ifremer/smac/
Actualités/Page-facebook ou consultez nos informations sur le site FFP :
http://www.francefilierepeche.fr/des-nouvelles-du-projet-smac/

INTERVIEW

Marie SAVINA

Chercheuse en halieutique à l'Ifremer

Après des études universitaires en écologie marine et quelques années de travail scientifique à l'étranger, Marie Savina a rejoint l'Ifremer depuis 4 ans. C'est elle qui coordonne, avec passion, le projet SMAC.

Le projet SMAC s'articule autour de 3 axes de recherche. Pouvez-vous nous les expliquer brièvement ?
En fait, l'étude a été organisée de manière à répondre aux principales questions posées par les professionnels. Les premières étaient « quels sont les mouvements de soles à l'intérieur de la Manche Est et quels sont les échanges avec la Manche Ouest et la Mer du Nord ? »
Pour y apporter une réponse, nous procédons à **des marques** pour suivre le déplacement des soles. Nous avons réalisé deux campagnes de marquage : la première, en juillet 2016, en Manche et Mer du Nord et l'autre, en septembre dernier, entre Le Tréport et Dieppe. A ce jour, nous avons environ 750 soles marquées. Nous en avons déjà repêché deux, l'une, au large de Boulogne et l'autre vers Folkestone. Nous espérons qu'elles nous reviendront en nombre. La prochaine campagne est prévue pour le printemps prochain.
En complément du marquage, une analyse est effectuée sur les otolithes*prélevés sur les soles pour recueillir des informations, notamment sur leur milieu de vie.

L'axe 2 se préoccupe des « bébés » soles ?
C'est l'axe appelé recrutement (taux de juvéniles de soles intégrant le stock de reproducteurs). Pour pouvoir évaluer le stock, il est important de prévoir combien de jeunes soles vont le rejoindre On sait que les nourriceries sont localisées le long des côtes. Pour le moment, on n'a fait qu'une seule campagne de recrutement sur 2 bateaux professionnels en Baie de Somme et au large de la Picardie où des scientifiques font des prélèvements. Une nouvelle campagne aura lieu l'automne prochain. Ensuite, on essaiera de pérenniser cette étude pour contribuer à une meilleure gestion du stock.

Pour l'axe 3, changement d'angle de vue ?
L'axe **Pratique de pêche et sélectivité** se focalise sur les engins et les stratégies des pêcheurs. On a besoin d'acquérir des données sur les engins, de comparer la proportion de poissons pris par chacun d'entre eux. On étudie aussi les **pratiques de pêche spécifiques** aux différents professionnels. Pour ce, on les observe en action sur leur bateau.

Vous dégagez un 4ème axe ?
Oui, un axe transversal, un modèle mathématique qui reproduit l'évolution de la population de poissons : combien d'individus par classe d'âge, à quel endroit ? Ces modèles existent déjà mais ils vont bénéficier de l'apport de nouvelles données. Un réel avantage pour réduire l'incertitude.

Votre passion est contagieuse. Comment peut-on continuer à partager cette grande aventure ?
Nous mettons en ligne une newsletter trimestrielle. Et grâce à notre page Facebook, vous pouvez vivre, avec toute notre équipe, l'avancement de ce projet qui, c'est vrai, nous tient à coeur.
www.francefilierepeche.fr/wp-content/uploads/2016/11/Newsletter-Trimestre-4-Smac.pdf

* littéralement pierre d'oreille. Ce sont les concrétions calcaires contenues dans l'oreille interne du poisson et qui permettent d'évaluer son âge, l'historique de son environnement et de sa santé.

Que faire si vous pêchez une sole marquée ?
Appelez l'Ifremer 06 43 04 05 11 ou envoyez un mail à **smac@ifremer.fr**
Merci de faire parvenir la marque en précisant la date et la position (latitude et longitude) de la capture et, si possible, la longueur totale du poisson.

INTERVIEW

ADHÉRER À PAVILLON FRANCE : UN CHOIX ÉVIDENT

Eric BERNARD

Directeur Qualité et Développement Durable de R&O Seafood Gastronomy, grossiste en produits de la mer : poissons, coquillages et crustacés.

Son parcours : Après un début de carrière à l'international, ce biologiste de formation rejoint, en 2010, le groupe R&O Seafood Gastronomy pour diriger le Pôle Qualité.
Sa mission :
- Veiller au respect de la qualité et à la traçabilité tout au long des chaînes de production, d'approvisionnement et de distribution.
- Superviser toutes les actions de progrès en matière de gestion responsable des ressources naturelles, les schémas de certification et d'accréditation, ainsi que les développements de nouveaux produits à marque.

Pour commencer, un exercice difficile : nous présenter votre groupe en quelques mots.
R&O Seafood Gastronomy existe depuis 2009. Il regroupe la société Reynaud, spécialiste de la distribution de produits de la mer depuis 4 générations et OSO, pionnier mondial de l'élevage des gambas bio à Madagascar.
Le groupe a toujours agi sur le marché français de manière à apporter à une large gamme de clients, des poissons et des crustacés sélectionnés pour leur intégrité et leur qualité en fonction de la saisonnalité.

Vous avez rejoint PAVILLON FRANCE. Pourquoi ce choix ?
Notre groupe a toujours été sensible à la problématique de **la traçabilité, essentielle dans notre métier. Elle correspond à une demande de plus en plus importante de nos clients et du consommateur final.**
Par ailleurs, nous sommes certifiés sur d'autres schémas écologiques ou de pêche responsable. Mais le fait de fournir un moyen visible de reconnaissance « origine France » nous a semblé pertinent. PAVILLON FRANCE permet d'identifier rapidement un produit pêché et débarqué par des acteurs français.
Après avoir bien étudié les contours de cette initiative, nous avons constaté qu'elle constituait une réponse simple aux attentes actuelles. **Adhérer à PAVILLON FRANCE nous est alors apparu comme une évidence.**

Vous percevez donc une demande croissante de la part de vos clients
Notre clientèle est très variée : elle s'étend des poissonneries aux restaurants étoilés, de la restauration orientale (sushis) à la restauration collective. Bon nombre d'entre eux souhaitent désormais mettre en avant les produits de la pêche française sous PAVILLON FRANCE.

Vos rapports avec vos fournisseurs ont-ils été modifiés ?
Certains étaient déjà adhérents PAVILLON FRANCE, d'autres y viennent. On trouve tous les cas de figure. Quoiqu'il en soit, cela n'a pas été un frein.

Comment vivez-vous votre collaboration avec PAVILLON FRANCE ?
Notre adhésion étant assez récente, la mise en place se fait progressivement. Mais nous apprécions les outils de communication et de valorisation de la démarche.
Un exemple pratique : nous avons reçu récemment un référentiel qualité à consulter sur le terrain (des fiches techniques plastifiées pour résister à l'humidité ambiante). Nous l'avons tout de suite adopté car il nous aide à expliquer clairement le concept et rappelle les points importants à contrôler pour la traçabilité, des informations intéressantes à partager avec nos clients.

Quels sont vos souhaits ?
Nous sommes satisfaits de la collaboration et du soutien de PAVILLON FRANCE. Nous espérons continuer à déployer ensemble une communication simple et efficace. Ainsi, consommateurs ou professionnels… tous retrouveront facilement leurs repères pour choisir un poisson en fonction de ses origines.