

LES ENGAGEMENTS DE LA PÊCHE FRANÇAISE PRÉSENTÉS À L'AQUARIUM MARIN DE TRÉGASTEL

Après une première présentation de ses contenus à l'occasion de La Mer XXL en 2019, France Filière Pêche accompagne cet été et jusqu'au 10 octobre l'exposition « Vers une pêche responsable et durable », dont l'objectif est de mettre en lumière l'importance de la recherche halieutique et des collaborations entre pêcheurs et scientifiques pour améliorer les pratiques de pêche et garantir la pêche de demain, en prenant soin de l'environnement et des ressources.

Profitez des vacances pour en apprendre plus sur les engagements de la pêche française et les projets qui feront la pêche de demain !



ENTRE FILETS

LE FISHTRUCK SE DÉCONFINE !

Après plusieurs mois d'absence le Fish Truck Pavillon France reprend la route pour sa tournée estivale ! Au programme : la Fête de la Mer de Boulogne-sur-Mer, Le Festival des Filets Bleus à Concarneau et la Fête de la Mer de Noirmoutier. Retrouvez toutes les infos sur www.pavillonfrance.fr et sur nos réseaux sociaux.



POISSONS, COQUILLAGES ET CRUSTACÉS

La nouvelle campagne Poissons, Coquillages et Crustacés bat son plein en programmation sur des médias affinitaires : déclinée en 2 versions, elle vise un public famille et une cible millénials (jeunes jusqu'à 35 ans) avec près de 3 millions d'impressions.

Toujours sur le volet média de la campagne, une vidéo recette réalisée par « Démotivateur Food » et consacrée au thon rouge sera relayée sur les réseaux sociaux du collectif. Elle permettra de véhiculer des messages positifs sur l'espèce, tout en proposant une recette ultra-savoureuse.

Sur le volet pédagogique, les recettes à réaliser en famille ne sont pas en reste : une vidéo à 4 mains sera diffusée prochainement sur la chaîne YouTube dédiée à ce programme.

Et la rentrée se prépare déjà avec un projet de contenus numériques en cours de production à destination des jeunes des lycées professionnels hôteliers. Il s'agit de leur (ré)apprendre tous les atouts, les spécificités et les bienfaits des produits aquatiques au sein de leur parcours : Poissons, Coquillages et Crustacés prend soin des chefs de demain !



AGENDA

Le Festival des Filets Bleus
13 et 14 août à Concarneau

La Fête de la Mer
15 et 16 août à Noirmoutier

Toute la mer sur un plateau
25 et 26 septembre à Granville

Vers une pêche responsable et durable
30 juin au 10 octobre Aquarium marin de Trégastel

Les tables de Nantes
12 septembre à Nantes

ÉDITO

A l'issue de cette première moitié d'année 2021, que l'on pourra encore qualifier d'atypique, la reprise semble s'amorcer avec la réouverture d'un grand nombre d'espaces publics. Pour les professionnels de la restauration, l'été 2021 marque un nouveau départ après une longue période de doutes et d'interrogations. Plus globalement, un nouveau souffle accompagne notre filière. Des initiatives verront prochainement cohabiter, dans des bassins de vie historiques, des projets de rénovation de leurs outils engagés par certains opérateurs du mareyage, avec ceux d'élevage terrestre, portés par de nouveaux investisseurs. Parmi les nouveaux défis, on retrouve également celui de se familiariser avec l'évolution de la consommation, qui impose de réfléchir à nos modèles de production et de commercialisation. On qualifie souvent les crises de moments d'accélération de l'histoire, la pandémie et le BREXIT n'y ont pas fait exception. Touchée en profondeur, la filière s'est avérée solide sur ses bases et elle aura résisté !

Renforcée dans ses missions, France Filière Pêche continue de soutenir des projets ambitieux pour améliorer la connaissance et la compréhension des écosystèmes

marins ainsi que les interactions avec les pêcheries. L'association se positionne également en soutien aux maillons de l'aval, avec des projets qui cherchent à mieux comprendre le fonctionnement de nos marchés, pour mieux les structurer et dans le double but d'améliorer la qualité des produits disponibles et leur adaptabilité aux marchés. Enfin, des actions concrètes de soutien à l'offre de produits se généralisent, à travers des campagnes de communication percutantes et ciblées, mais aussi par la présence de NOTRE marque PAVILLON FRANCE sur le terrain, aux côtés des détaillants et des distributeurs. Avec la saison estivale qui débute, c'est (ENFIN) le retour à la convivialité et au partage, deux valeurs qui nous auront terriblement manqué. N'oublions pas de le fêter tous ensemble : le Jour de Pêche est arrivé !



Laurent Vichard
Vice-président de France Filière Pêche

ÉLECTIONS FRANCE FILIÈRE PÊCHE

A l'occasion du dernier Conseil d'Administration, deux nouveaux représentants (pour la distribution) ont été élus au sein du Bureau de France Filière Pêche :

- **Laurent Vichard**, Directeur Marée Carrefour, élu au poste de Vice-Président, en remplacement de Gaëtan de Lamberterie
- **Olivier Vandebeulque**, Chef de groupe Poissonnerie Auchan Retail, élu membre du Bureau.



PSIP 2021-2022

Le 17 mai 2021 s'est ouverte la Plateforme de Soutien aux Initiatives des entreprises de Pêche (PSIP) 2021-2022. Cette plateforme est ouverte jusqu'au 31 décembre 2022 et permet aux entreprises propriétaires d'un

navire de pêche de bénéficier d'un forfait qui peut être investi soit dans la construction d'un navire, soit dans un projet collectif soit dans la modernisation du navire. Pour en bénéficier, les entreprises de pêche doivent s'inscrire sur le site internet de la plateforme et présenter les pièces justificatives suivantes : K-bis, RIB, acte de francisation et licence de pêche communautaire. Pour plus d'informations, vous pouvez contacter la Hotline de plateforme au 01 84 16 37 25 (10h-12h30) ou par mail à l'adresse suivante : plateformeinitiative@francefilierepeche.fr

ZOOM PROJET

PROJET ROLHAM (AP Enjeux Immédiats) Rôle des halles à marée françaises dans l'évolution des modes de commercialisation

Depuis plusieurs années, les Halles à Marée (HAM) subissent une érosion de leur clientèle (concentration du mareyage et baisse du nombre de navires en activité) et doivent faire face à un bouleversement des modes de commercialisation : vente à distance, émergence des circuits courts, etc. Malgré cette évolution rapide du marché des produits de la mer, elles restent plébiscitées par un certain nombre d'opérateurs, pour des raisons de garanties de transparence, de loyauté des transactions ou encore de respect des règles sanitaires. Afin de comprendre les changements en cours et identifier les atouts des halles à marée dans ce

contexte, le projet ROLHAM a analysé l'évolution des modes de commercialisation et proposé des pistes d'actions stratégiques et/ou tactiques pour renforcer l'attractivité des HAM, et leur poids dans l'organisation de la filière et communiquer largement sur leurs atouts. A terme, l'objectif est de maintenir un niveau d'approvisionnement suffisant pour les premiers acheteurs de produits de la pêche et valoriser au mieux les produits de la pêche française.

Porteurs : Association des Directeurs et Responsables des Halles à Marée Françaises
Durée : Avril – Décembre 2020



PROJET FREEZANI (AP Enjeux Immédiats) Définition des conditions de congélation domestique pour tuer les larves d'Anisakidés dans les produits de la pêche

La lutte contre le parasitisme représente un enjeu, sanitaire et économique, pour la filière pêche. La consommation crue ou peu cuite de produits de la mer, peut provoquer des troubles digestifs en cas d'infection par les parasites de la famille des anisakidés. La maîtrise de ce risque est donc essentielle, afin d'éliminer tout parasite des produits commercialisés. Le consommateur peut se prémunir de ce risque en congelant pendant 7 jours au minimum le poisson acheté avant sa consommation crue ou peu cuite (recommandations de l'ANSES). Face à ces recommandations, le projet FREEZANI a eu pour objectif de préciser ces conditions de congélation domestique, afin d'affiner la durée effectivement nécessaire selon les caractéristiques

du congélateur. Il a notamment permis de définir des protocoles évaluant la viabilité des anisakidés dans différentes conditions : espèces de poissons, épaisseur du produit, types de congélateur (nombre d'étoiles, taux de remplissage). Il en est ressorti que seuls les congélateurs 3 et 4 étoiles permettent d'éliminer 100 % des parasites dans le temps recommandé par l'ANSES, mais il semblerait que cette durée puisse être réduite à moins de 7 jours. Les freezer 1 et 2 étoiles, dont la température moyenne ne descend généralement pas en-dessous de -12°C, ne peuvent en revanche pas être utilisés pour la congélation assainissante.

Porteurs : Organisation des Poissonniers et Ecaillers de France
Durée : Septembre 2019 - Février 2021



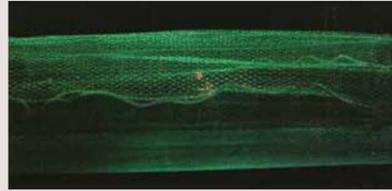


PROJET SELUX (AP Enjeux Actuels) Amélioration de la sélectivité des chalutiers grâce à des dispositifs lumineux

Le projet SELUX, co-financé par France Filière Pêche, avait pour objectif d'accroître la sélectivité des engins de pêche, plus particulièrement le chalut, par une innovation technologique : les filets lumineux. Ainsi, il a mesuré les effets de la lumière sur le comportement des poissons afin de parvenir à favoriser l'échappement d'espèces non ciblées ou hors taille, et ainsi améliorer la sélectivité des chaluts. Pour cela, l'association de dispositifs sélectifs connus (Panneau Mailles Carrées – PMC ou mailles en T90) avec des équipements lumineux qui semblaient en effet attirer ou au contraire repousser certaines espèces de poissons, ont été testés. Deux dispositifs lumineux ont été testés : le « Pisces » un cylindre transparent équipé de leds, et le « Brezglow », une fibre lumineuse utilisée directement pour filer le chalut.

Le rôle de la lumière dans la sélectivité du chalut
Les analyses menées durant les trois années du projet ont montré que les espèces de poissons réagissaient différemment aux dispositifs lumineux : par exemple le merlan a tendance à s'éloigner de la lumière continue, alors que le chinchard a plutôt tendance à fuir une lumière clignotante. L'absence d'impact de ces dispositifs sur les espèces d'intérêt commercial, et donc recherchées par les pêcheurs, constitue un autre point de réussite de ce projet

Porteur : Organisation de Producteurs FROM NORD
Durée : Janvier 2019 – Décembre 2020



Dispositif Brezglow (Le Drezen)



Dispositif Pisces (SafetyNet)

LANCEMENT DE PROJETS

Début 2021 se sont tenues les réunions de lancement de trois projets sélectionnés dans le cadre de l'appel à projets «Enjeux d'Avenir». Toutes les équipes de recherche et les partenaires ont pu échanger et lancer officiellement les travaux.

MANFAD Développement d'un outil d'aide à la gestion des DCP

Le projet MANFAD a pour objectif de développer un outil d'aide à la gestion des dispositifs de concentration de poissons (DCP ou FAD en anglais) utilisés par les thoniers senners tropicaux ; l'enjeu est de pouvoir proposer des scénarios de gestion au travers d'une approche scientifique pluridisciplinaire associant sciences halieutiques, écologiques, sociales et économiques.

Porteur : Institut pour la Recherche et le Développement (IRD)
Durée : Octobre 2020 – Septembre 2024

PROMPT Etude des processus migratoires potentiels du Thon rouge de l'Atlantique

Le thon rouge de l'Atlantique (*Thunnus thynnus*) est une espèce emblématique de grands migrateurs, avec un fort enjeu commercial et dont l'exploitation dépend de ses migrations. Dans le contexte actuel de changement climatique et de reconstruction du stock, le projet PROMPT permet de mieux comprendre les processus associés aux migrations du thon rouge ainsi que d'étudier l'influence

des conditions environnementales sur l'indice d'abondance de thon rouge, pour leur prise en compte dans la gestion de la pêche, indispensables dans une perspective de durabilité.

Porteur : Ifremer
Durée : Avril 2020 – Mars 2023

ACOST Amélioration de la Connaissance sur des STocks du golfe de Gascogne : Lieu jaune, Maigre, Merlan et Rouget barbet

Certains stocks d'intérêt halieutique majeur du Golfe de Gascogne ne sont pas encore évalués faute de données (Data Limited Stock - DLS). Par conséquent, la gestion de la pêche n'est pas bien ajustée à la ressource disponible. Le projet ACOST propose un partenariat entre scientifiques et pêcheurs pour combler les manques de connaissances sur l'exploitation et la distribution géographique des stocks d'intérêt halieutique majeur du Golfe de Gascogne :

le lieu jaune, le maigre, le merlan et le rouget barbet en utilisant un certain nombre d'approches novatrices comme des méthodes génétiques basées sur la paternité entre individus ou l'utilisation de balises pour déterminer l'aire de répartition des espèces.

Porteur : Ifremer
Durée : Mars 2021 - Décembre 2025

SÉLECTION ENJEUX IMMÉDIATS

ENJEUX IMMÉDIATS / PROJETS DE MOINS DE 1 AN.
Réactivité sur des problématiques ciblées.

STRUCTURATION DE FILIÈRE ET EXPERTISE HALIEUTIQUE	RECIF (CDPMEM06) : Evaluer la diversité de la faune ichtyologique, la distribution de la densité et de la biomasse de poissons et des prises de la pêche aux petits métiers dans 4 Zones Spéciales de Conservation (ZSC) situées dans les Alpes-Maritimes.
	SEPLA (Pôle AQUIMER) : Accompagner les entreprises de la filière des produits de la mer à trouver des solutions alternatives aux emballages plastiques à usage unique. Un état des lieux sera réalisé sur l'ensemble de la filière des produits aquatiques et pour différentes matrices. Il constituera une base pour la proposition de différents scénarii d'évolution des emballages.
	DOMINO (AGLIA) : Développer un outil d'aide à la décision socio-économique pour appuyer la filière dans l'élaboration du plan de gestion pour les eaux occidentales. L'outil comprendra 4 modules : estimation des quotas nécessaires pour la filière, simulation de l'impact économique de l'évolution des quotas potentiels, simulation de l'impact de l'évolution des paramètres coûts, prix, efforts de pêche, et enfin, suivi de l'évolutions des activités de pêche et effet des mesures de gestion.
	SAUT (CDPMEM29) : Comprendre la diminution des rendements de la pêcherie de tourteau du stock Manche Ouest et Golfe de Gascogne, dont l'encadrement permettait un niveau d'abondance satisfaisant jusqu'en 2017.

LE JOUR DE PÊCHE EST ARRIVÉ

PAVILLON FRANCE lance sa nouvelle campagne de communication « Le jour de pêche est arrivé », avec l'ambition de replacer le point de vente comme vecteur n°1 de visibilité de la marque et de valoriser les engagements de la filière pêche française auprès du consommateur.

Cette stratégie vise à renforcer la notoriété et la visibilité de la marque, ainsi qu'à promouvoir la diversité des espèces et d'accompagner les Français dans leur consommation des produits de la mer. Des activations dédiées aux consommateurs seront mises en place en magasin pour faire vivre la marque sur les points de vente. Trois temps forts seront déployés tout au long de l'année, le premier portant sur « Poissons à griller – le poisson s'invite au barbecue » aura lieu cet été, et prévoit des animations et dégustations plancha, des jeux 100% gagnant et des contenus culinaires à disposition des consommateurs. En parallèle, une campagne radio d'une durée d'un mois aura lieu avec un sponsoring météo France Inter dès le 1er juillet et un spot de 8 secondes diffusé sur un mix 130 stations nationales et régionales. Complété par une insertion en presse quotidienne régionale les 13 et 14 juillet, et un court film de valorisation de la filière. Cette prise de parole estivale complète permettra de toucher l'ensemble des cibles consommatrices.



CAMPAGNE EXCEPTIONNELLE DE SOUTIEN : AVRIL ET MAI 2021

France Filière pêche a lancé fin avril un dispositif de communication exceptionnel autour de la marque PAVILLON FRANCE, pour soutenir la filière et encourager la consommation de produits issus de pêche française. Afin de maximiser la visibilité des messages, la campagne s'est articulée autour de 3 piliers complémentaires

: un appel publié le 17 avril en presse quotidienne régionale, la diffusion d'un spot pendant 14 jours en TV et le renfort d'outils de communication sur le terrain pour soutenir la visibilité au rayon marée, cohérence avec la nouvelle stratégie de communication PAVILLON FRANCE la marque en magasin.

L'APPEL DE LA PÊCHE FRANÇAISE S'EST FAIT ENTENDRE



Parution dans toute la PQR
Le samedi 17 avril
Diffusion : + de 4 millions d'exemplaires
Audience : + de 15,8 millions de lecteurs



Communication magasins
Du 3 au 13 mai
Plus de 2 000 points de vente



Campagne TV
Du 25 avril au 9 mai
325 GRP
83,3 millions de contacts
69,5% de couverture



Premiers retours sur la campagne

6 Français sur 10 se souviennent avoir vu une publicité de la marque cette année (dont 30% en TV)

Pour 3 Français sur 4, la campagne donne envie d'acheter des produits de la pêche française

Près de 8 Français sur 10 ont apprécié la campagne (sur le plan créatif)