



ENTRE FILETS

ÉDITO

Solidarité de la filière !

S'il y a, ces dernières années, voire ces dernières semaines, un secteur qui aura pu témoigner des effets de la solidarité des maillons de sa filière, c'est bien la pêche maritime. La crise actuelle, consécutive à l'annonce de l'arrêt, au 15 octobre, des aides carburants aux navires de pêche, en est une nouvelle illustration. Chaque maillon, de la production à la distribution, a parlé d'une seule voix pour dénoncer une décision potentiellement mortifère pour la filière.

Derrière les représentants de chaque maillon, ce sont des hommes et des femmes qui travaillent quotidiennement à débarquer, vendre, acheter, transformer et acheminer poissons, coquillages et crustacés au consommateur national ou européen. Aujourd'hui, la viabilité de nos entreprises de production est mise en danger. Notre existence même est compromise par un harcèlement incessant qui aboutit à une dictature de l'opinion.

Les représentants de la filière ont réaffirmé ainsi leur souhait d'un engagement politique fort pour leur activité. Les soutiens au coup par coup de l'État ou rarement

de l'Europe ne sont plus suffisants dans cette époque de transition. Il faut une réelle vision d'avenir.

Elle dépend aussi de nous, producteurs et acteurs de la filière. Elle sera à la mesure de notre ambition collective. Transition énergétique, normes européennes, planification des espaces maritimes, évolution du marché... Les chantiers essentiels sont nombreux. Il va falloir nous retrouser les manches. C'est en tout cas mon engagement et celui de tous les acteurs réunis au sein de France Filière Pêche pour faire avancer ces dossiers dans les mois et les années à venir.



Olivier Le Nezet

Vice-président de France Filière Pêche

APPEL À PROJETS ENJEUX IMMÉDIATS

France Filière Pêche poursuit en 2023 l'accompagnement de la filière et a ouvert, en juillet 2023, une 2ème session d'appel à projets Enjeux Immédiats, dont la date limite de dépôt des projets a été fixée au 20 octobre. Il est ouvert à tous les maillons de la filière pour répondre à des problématiques d'urgence. **Pour consulter le cahier des charges et les dossiers de dépôt des appels à projets, rendez vous sur le site de France Filière Pêche :**

<https://www.francefilierepeche.fr/appe-a-projets/>

Calendrier des appels à projets

20 Octobre 2023 à 17h

- Date limite de réception des projets

24 Novembre 2023

- Sélection des projets par le Conseil d'Administration

RAPPORT D'ACTIVITÉS 2022



En 2022 et comme depuis 10 ans, **France Filière Pêche a poursuivi ses efforts, dans un contexte de crise, pour renforcer les maillons de la filière et fédérer ses opérateurs autour d'un objectif commun :** faire de la filière pêche française une filière responsable, pérenne et reconnue comme telle par les consommateurs.

Pour prendre connaissance du Rapport d'activités 2022, qui résume l'ensemble des actions menées par l'association cette année, **rendez-vous sur le site de France Filière Pêche ici :**

<https://www.francefilierepeche.fr/qui-sommes-nous/rapports-dactivite/>

ZOOM PROJETS

PROJET ADAPT

La capacité d'adaptation de l'activité de pêche est un enjeu majeur, en particulier dans les régions fortement anthropisées, c'est-à-dire largement impactées par la présence humaine. C'est le cas de la mer Méditerranée et de la mer du Nord (Manche Est incluse), zones concernées par le projet ADAPT (Scénarios et stratégies d'ADAPTation pour une pêche durable face au changement global en mer Méditerranée et Manche Est/mer du Nord), lancé en janvier 2023 et porté par l'Ifremer. Ces deux régions sont aussi influencées par les cinq moteurs du changement global : le changement climatique, les multiples usages du littoral, les pollutions, les invasions biologiques et l'exploitation.

Face à ces pressions, la capacité du secteur de la pêche à s'adapter doit être évaluée afin d'élaborer des mesures de gestion assurant à la fois durabilité des pêcheries et santé des écosystèmes. L'objectif du projet ADAPT est donc de développer des

approches participatives et de modélisation intégrée, permettant l'optimisation entre conservation de la biodiversité, durabilité de la productivité halieutique et viabilité socioéconomique des pêcheries.

Sur la base d'une série d'ateliers de co-construction entre scientifiques, pêcheurs et acteurs de la conservation, des scénarios socio-économiques « contraints » par les tendances globales, ou à l'inverse « désirables », seront déclinés à l'échelle régionale. Les capacités d'adaptation du secteur pêche seront alors évaluées et des scénarios de gestion alternatifs seront conçus. Ce projet, dont les conclusions seront rendues en janvier 2027, contribuera à éclairer les pouvoirs publics, les gestionnaires et les professionnels de la pêche sur les voies potentielles vers la durabilité du système pêche dans les deux régions concernées et à faciliter l'acceptabilité sociale des mesures de gestion grâce à la co-construction.



Porteur : Ifremer

Durée : janvier 2023 - janvier 2027

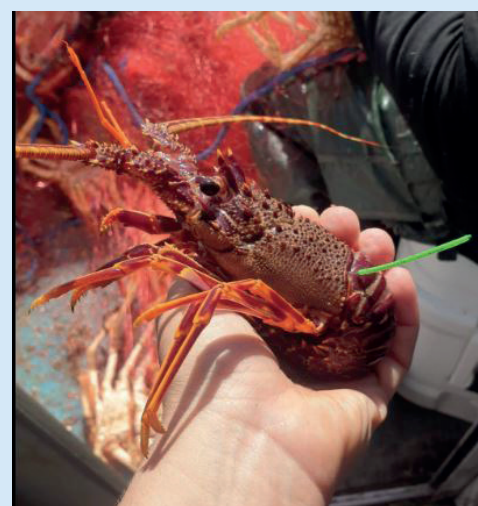
PROJET ALIGOSTA

Le projet ALIGOSTA avait pour objectif d'acquérir les données nécessaires pour améliorer l'état des connaissances sur la biologie et la structure des populations de la langouste rouge en Corse. L'espèce est une ressource halieutique majeure en Méditerranée, tout particulièrement sur l'Île de Beauté. *Palinurus elephas* a été évaluée comme espèce « vulnérable » dans la liste des espèces menacées de l'Union Internationale pour la Conservation de la Nature (UICN). En Corse, la production moyenne est passée de 300 tonnes par an dans les années 1970 à seulement 80 tonnes estimées au cours des années 2000. Pourtant, l'Île de Beauté est considérée comme une zone où la pression de pêche est faible par rapport au reste de la Méditerranée.

Malgré l'existence de données halieutiques sur la pêche artisanale de la langouste, il existe un manque de connaissances sur la biologie et sur les éléments clés du cycle de vie de cette espèce emblématique. Le succès des mesures de gestion dépend fortement de ces connaissances

acquises sur l'écologie et le comportement de l'espèce, tels les habitats préférentiels (zones de nourrissage, frayères, nurseries...), ou encore leurs capacités de déplacement.

A l'aide notamment de marqueurs biochimiques, ALIGOSTA a déterminé une nouvelle méthodologie prometteuse pour estimer l'âge de ces crustacés, étudier la biomasse féconde et le potentiel reproducteur autour de la Corse, améliorer la compréhension des populations et enfin estimer les paramètres de la population tels que l'abondance, la survie, le recrutement et les déplacements. Ces avancées ouvrent des perspectives nouvelles pour la compréhension de ces dynamiques complexes au sein de la population étudiée. L'ensemble de ces données contribue à approfondir notre compréhension des schémas de croissance et de déplacement des langoustes, offrant ainsi un aperçu précieux de leur dynamique au sein de leur écosystème.



Porteur : Stareso
Durée : février 2020 - janvier 2023

PROJET BIOMARIS

L'affichage environnemental des produits alimentaires est un enjeu de court terme pour les filières concernées, car un dispositif doit entrer en vigueur, sous l'impulsion des pouvoirs publics, en cette fin d'année. Cet affichage a pour objectif d'informer les consommateurs de l'impact, sur l'environnement (production de CO2, pollutions terrestres, marines, impacts sur la biodiversité...), des produits qu'ils achètent, pour ainsi les aider à orienter leurs achats vers les produits les plus vertueux.

L'impact des produits de la pêche sur la biodiversité marine est un critère qui a été récemment ajouté à la méthodologie initiale, basée sur l'Analyse de Cycle de Vie (ACV). Ce critère doit apporter une information supplémentaire, sur l'impact des activités de pêche sur les ressources halieutiques et les fonds marins.

Lancé en mai 2022, le projet BIOMARIS, porté par Aquimer et accompagné par le bureau d'études SAYARI, avait pour objectif de développer une méthodologie scientifique pour évaluer cet impact « biodiversité » et l'appliquer à un cas d'étude précis : la pêche chalutière du lieu noir en Mer du Nord.

À l'issue de ce projet, le bureau d'études a pu proposer des résultats intéressants à partir de données d'entreprises précises, mais privées. En revanche, évaluer de façon objective et fiable les impacts des activités de pêche sur la biodiversité, à partir de données publiques, qui concernent de plus grands ensembles, rend plus difficile l'utilisation de la méthodologie en routine.



Porteur : Aquimer
Durée : mai 2022 - mai 2023

DU CÔTÉ DE PAVILLON FRANCE



« LE POISSON FRAIS À MOINDRE FRAIS » : PAVILLON FRANCE S'AFFICHE DANS LES GARES

En cette période d'inflation, la filière pêche française a un message à faire passer : en plus d'être bons pour la santé, et malgré les idées reçues, manger les produits de la mer est à la portée de toutes les bourses. C'est l'esprit de la future campagne PAVILLON FRANCE, conçue par LGM, qui s'affichera dans 65 des principales gares de France, pendant 15 jours à partir du 4 octobre.

Cette campagne, qui cible cinq espèces abordables, qu'elles soient emblématiques ou plus méconnues, sera élargie à d'autres produits et durera deux semaines de plus sur le digital, et concernera alors plus de 150 publications, nationales ou régionales.



PAVILLON FRANCE INVESTIT LE PETIT ÉCRAN

CAMPAGNE TV du 30 avril au 13 mai sur les chaînes nationales et TNT

Cette campagne d'affichage automnale a été précédée au printemps d'une autre campagne, télévisuelle cette fois. **PAVILLON FRANCE a en effet effectué son retour en télévision avec un tout nouveau film à suspense destiné à marquer les esprits des consommateurs et à leur (re)donner l'envie et le plaisir de préparer et déguster des plats gourmands et savoureux, autour de produits de pêche française.** Cette publicité ambitieuse, tant sur le fond que sur la forme, a bénéficié d'une grande visibilité, avec des diffusions sur la plupart des grandes chaînes et sur la TNT.

Selon une enquête réalisée par Opinion Way, l'objectif d'interpeller le public est rempli, puisque 86% des personnes interrogées ont jugé le film « différent des autres publicités » et 76% affirment que leur attention a été captée. Enfin, « Unusual Suspect » (le nom du spot), a été particulièrement efficace sur la cible jeune, puisque 73% des 15-24 ans l'ont jugé « convaincant », contre 65% pour l'ensemble de la population. **Découvrez ou redécouvrez les produits de la pêche française comme vous ne les avez jamais vus à sur le site de PAVILLON FRANCE (www.pavillonfrance.fr).**



LA NOUVELLE IDENTITÉ VISUELLE DE PAVILLON FRANCE DÉCLINÉE POUR LA PLV

Pour célébrer ce retour sur le petit écran et renforcer la visibilité de la pêche française en points de vente, une nouvelle identité visuelle a été créée, qui fait la part belle aux espèces, accompagnée d'un nouveau logo événementiel « La Grande Marée ». Par ailleurs, à l'occasion de ce temps fort, de nombreuses animations dégustations ont été et seront réalisées en point de vente, afin de faire découvrir aux consommateurs des espèces méconnues ou sous-consommées, et de dynamiser les ventes.

Ces animations sont accompagnées jusqu'à la fin de l'année 2023 par un jeu consommateur 100% gagnant, relayé par les animateurs qui remettront une carte à gratter aux clients acheteurs de produits PAVILLON FRANCE, leur permettant de remporter des cadeaux aux couleurs de La Grande Marée (magnets, tote bag...).

Pour rappel, les adhérents PAVILLON FRANCE peuvent commander gratuitement des kits de PLV et des outils de mise en valeur des boutiques et des rayons sur www.pavillonfrance-pro.fr.



CHALLENGE MARÉE PAVILLON FRANCE 2023



Les inscriptions pour le désormais traditionnel Challenge Marée organisé par PAVILLON FRANCE sont ouvertes !

Depuis le 1er septembre, les rayons marée des supermarchés et hypermarchés de toute la France sont invités à envoyer à PAVILLON FRANCE leurs plus belles photos de mise en avant des produits de la pêche française.

Deux gagnants nationaux, un par catégorie (hyper et super), ainsi que 5 gagnants régionaux par catégorie seront désignés à la fin du mois de novembre.

A la clé : des cadeaux PAVILLON FRANCE, des journées d'animations et une journée d'immersion au cœur de la filière pêche à gagner. Sans oublier des invitations pour le Salon International de l'Agriculture, au cours duquel les trophées seront remis lors d'une cérémonie organisée sur le stand PAVILLON FRANCE.

Pour tout savoir, c'est par ici : <https://www.pavillonfrance-pro.fr/>

MA'CROC LAURÉAT DU CONCOURS ECOTROPHELIA

La 24ème édition du Concours ECOTROPHELIA France, qui récompense les meilleures initiatives d'étudiants et de jeunes ingénieurs en matière d'innovation alimentaire, a eu lieu à Rennes du 27 au 30 juin 2023.

Le prix «Innovation Produit de la Pêche française», a été décerné à Ma'Croc, constitué de maquereau PAVILLON FRANCE, de patate douce française BIO et de Coco de Paimpol AOP.

Ce produit, composé à 94% d'ingrédients français, valorisant ainsi des filières locales de qualité, a également remporté le Prix «Innovation Nutrition». Félicitations aux lauréats, qui remportent ainsi au total 5.000 euros de récompense.

Pour consulter le palmarès complet :

https://fr.ecotropelia.org/palmares_2023.html



WEBIMER # 5 : ZOOM SUR LA COQUILLE SAINT-JACQUES

France Filière Pêche a organisé le 30 juin dernier la cinquième édition de son WebiMer, le rendez-vous numérique destiné à faire découvrir les projets menés conjointement par les professionnels et les scientifiques pour la pêche de demain. Ce cinquième épisode a été consacré à l'un des produits-phares de la pêche française : la coquille Saint-Jacques.

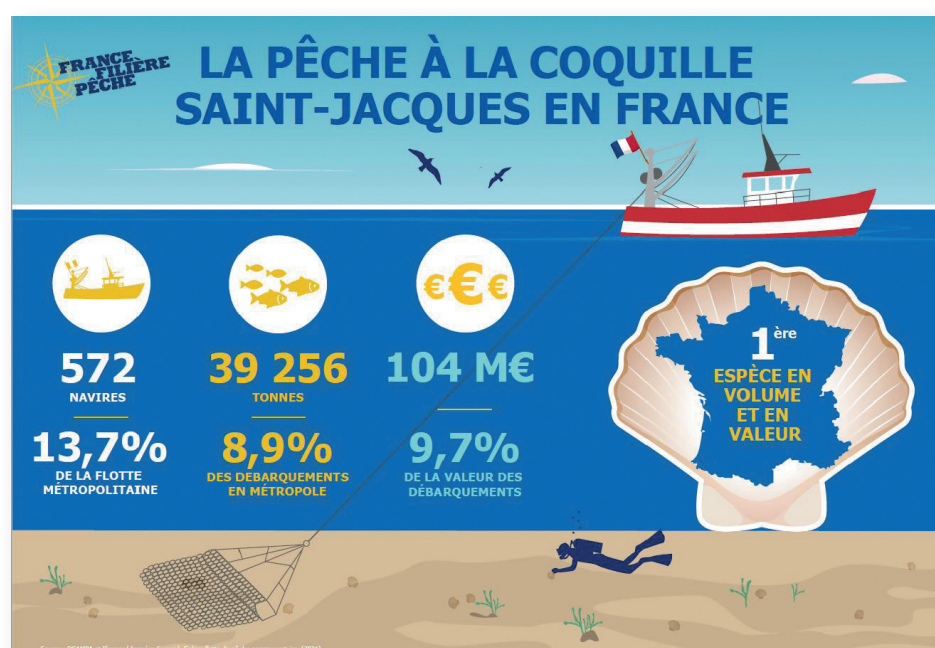
La soixantaine de participants a pu en apprendre plus sur cette pêcherie emblématique et atypique - marquée ces dernières années par des records d'abondance - à travers la présentation de deux projets.

Le premier, COMOR, présenté par Eric Foucher, chercheur à l'Ifremer, visait à montrer comment les scientifiques procèdent aux campagnes d'évaluation de cette pêche très encadrée.

Le second, MASCOET, détaillé par Philippe Cugier, chercheur à l'Ifremer, a pour objectif de comprendre les mécanismes scientifiques de contamination et décontamination liées aux efflorescences toxiques.

Pour retrouver toutes les éditions des WebiMer de France filière Pêche, rendez-vous sur la chaîne YouTube de PAVILLON FRANCE :

<https://www.youtube.com/@PavillonFrance/playlists>



FRÉQUENTATION EN HAUSSE POUR LE SIA 2023

L'édition 2023 du Salon International de l'Agriculture, qui s'est déroulée du 25 février au 5 mars à la Porte de Versailles, aura été marquée par une belle affluence. Avec plus de 615 000 visiteurs, c'est presque un record, en tout cas une très belle fréquentation comparable aux éditions pré-COVID.

Pour cette édition, l'espace PAVILLON FRANCE dédié à la pêche française, ses produits et ses métiers, a connu une légère réorganisation ainsi qu'un changement d'habillage, en ligne avec la communication globale de la marque.

Rendez-vous incontournable de la filière avec le grand public, cette édition a encore une fois offert de nombreuses animations pédagogiques, culinaires, des dégustations mais aussi un parcours découverte de projets scientifiques soutenus par l'association et un embarquement à 360° en réalité virtuelle à bord d'un ligneur.

Pas moins de 6 régions maritimes et leurs représentants se sont également succédé, pour faire découvrir aux visiteurs attentifs toute la diversité et la richesse de nos côtes.

Cette année, plus de 8 600 dépliant de parcours ont été distribués (en moyenne un dépliant pour deux personnes); 6 490 dépliant ont été retournés complétés soit 75% de retour et 1,4% des visiteurs du SIA.

Côté découverte gustative : une équipe de 3 chefs a assuré la restauration, les animations culinaires enfants et les dégustations; plus de 8 400 dégustations et 820 ateliers culinaires pour enfants ont été réalisés sur la semaine.

- **Visite de nombreuses personnalités et délégations politiques**, dont le président de la République Emmanuel Macron, la Première ministre Elisabeth Borne et le secrétaire d'Etat à la Mer Hervé Berville
- **Remise des prix du Challenge Marée PAVILLON FRANCE**
- **Concours Poissonniers PAVILLON FRANCE**, en partenariat avec la SCAPP- Poissonnier Corail et l'OPEF
- **6 Régions accueillies**



POISSONS, COQUILLAGES ET CRUSTACÉS : ILS N'ONT PAS FINI DE VOUS SURPRENDRE

La nouvelle campagne de communication générique et pédagogique Poissons, Coquillages et Crustacés a officiellement débuté à l'occasion du Salon International de l'Agriculture 2023. Prévue sur la période 2023-2025 et déposée auprès du FEAMPA pour l'obtention d'un cofinancement à hauteur de 60%, cette campagne a pour objectifs de promouvoir auprès d'un large public les bénéfices santé et la diversité des produits issus de la pêche, de la pisciculture et de la conchyliculture, dans un contexte d'inflation qui impacte fortement l'image de ces produits dans l'esprit des consommateurs.

S'appuyant sur une nouvelle identité visuelle, une stratégie multicanale renouvelée et particulièrement orientée vers les millenials, cette campagne a déjà été relayée auprès des quelque 1000 visiteurs qui ont participé au jeu digital sur le stand du SIA 2023, sur les réseaux sociaux, et également auprès de la sphère presse et influence (partenariats TikTok notamment).

Afin de mieux connaître le comportement des consommateurs, et répondre à leurs interrogations sur les poissons, coquillages et crustacés, le collectif porteur de cette campagne, composé de France Filière Pêche, du CIPA et du CNC, a publié une



étude menée par Toluna-Harris Interactive sur l'état des connaissances des Français au sujet des produits aquatiques. Il en ressort notamment que 9 Français sur 10 ont une image positive de ces produits, mais que pour autant le prix reste le premier frein à l'achat. Les Français plébiscitent notamment la diversité, la fraîcheur et les bienfaits pour la santé. Si une courte majorité d'entre eux (57%) déclare connaître les recommandations de l'ANSES (une consommation de 2 portions de produits aquatiques par semaine, en alternant 1 poisson gras et 1 poisson maigre en ce qui concerne le poisson), ils sont moins nombreux (48%) à mettre en application ces recommandations.

Le travail de pédagogie entamé par la campagne continue donc de prendre tout son sens, et se poursuivra tout au long de l'année avec la mise en avant du kit pédagogique auprès des scolaires. Une adaptation à l'ensemble des cycles 2 et 3 est en prévision ainsi qu'un jeu concours pour les classes. La campagne se poursuivra également en média digital et sur les réseaux sociaux, à travers des vidéos pédagogiques à destination du grand public et des millenials.

Plus d'informations sur le site <https://poissons-coquillages-crustaces.fr/> et sur les réseaux sociaux !

AGENDA - Tournée du Fish Truck



- **7 et 8 octobre :**
Rouen - Halles Biltoki
- **14 et 15 octobre :**
Paris - Aquarium de Paris
- **21 et 22 octobre :**
Lyon - Halles Paul Bocuse

- **4 et 5 Novembre :**
Toulouse - Halles Victor Hugo
- **18 et 19 novembre :**
Bordeaux - Halles Bacalan