

FICHE ACTION 2



AMÉLIORER LA VALORISATION ÉCONOMIQUE DES PRODUITS DE LA PÊCHE SUR LE TERRITOIRE

CADRE RÈGLEMENTAIRE

Contributions de la stratégie en réponse aux objectifs prioritaires du DLAL inscrits à l'article 63 du règlement du FEAMP :

- a) Apporter une valeur ajoutée, créer des emplois, attirer les jeunes et encourager l'innovation à tous les stades de la chaîne d'approvisionnement des produits de la pêche et de l'aquaculture.
- b) Favoriser la diversification à l'intérieur ou hors des activités de pêche commerciale, l'apprentissage tout au long de la vie et la création d'emplois dans les zones tributaires de la pêche et de l'aquaculture.
- e) Renforcer le rôle des communautés de pêche dans le développement local et la gouvernance des ressources locales de pêche et des activités maritimes.

Contributions de la stratégie en réponse aux objectifs prioritaires du DLAL inscrits au chapitre 5 du PO :

- 1.1 Augmenter la valeur ajoutée des produits de la pêche et de l'aquaculture en améliorant leur valorisation sur les territoires.
- 1.2 Contribuer à la diversification des sources de revenus des pêcheurs et des aquaculteurs par le développement d'activités complémentaires.
- 1.4 Améliorer l'image des filières pêche et aquaculture et l'attractivité des métiers.
- 2.2 Développer des complémentarités entre les activités des filières pêche et aquaculture mais également avec les autres activités du territoire localisées sur le littoral ou dans l'arrière-pays.
- 2.4 Favoriser les synergies et coopérations entre territoires plaçant la pêche et l'aquaculture au cœur de leur développement.

Mesures corrélées et plus-value d'une prise en charge dans le cadre du DLAL : 26 : Innovation.

- + **value DLAL** : démarche complémentaire pour la mise en place de projets innovants sur le territoire n'impliquant pas nécessairement un organisme scientifique ou technique.

PLAN DE DÉVELOPPEMENT FICHE-ACTION 2

42 : valeur ajoutée, qualité des produits et utilisation des captures non désirées.

+ **value DLAL** : démarche collective complémentaire pour sensibiliser, informer et accompagner les porteurs potentiels de projet (mise en relation de personnes ressources, étude de faisabilité technico-économique, expérimentations, ...).

43 : ports de pêche, sites de débarquement, halles de criée et abris.

+ **value DLAL** : démarche complémentaire amont avant investissement : recensement des attentes et besoins des entreprises de pêche, de l'amont et de l'aval de la filière pour attirer de nouvelles entreprises, proposer de nouveaux services aux entreprises, mutualiser des investissements sur un territoire plus large (entre deux ports d'un même département ou de deux départements différents par ex.), ...

68.1d : étude de marché.

+ **value DLAL** : démarche complémentaire pour la création de lien entre les acteurs amont et aval de la filière, le partage des résultats d'enquêtes ou d'études, ...

68 1g : promotion.

+ **value DLAL** : démarche complémentaire à l'échelle du territoire et rétro-littorale menée par les acteurs locaux.

69 : transformation des produits de la pêche et de l'aquaculture.

+ **value DLAL** : démarche collective complémentaire pour sensibiliser, informer et accompagner les porteurs potentiels de projet, dans le cadre d'une diversification d'activité d'entreprises de pêche par exemple, et/ou en association avec d'autres filières productives du territoire.

2.1 Renforcer l'attractivité de la criée

► Elargissement de la mise en marché :

A titre d'exemples : prospection à faire auprès des armements hauturiers des sociétés mixtes pouvant désirer renforcer leur lien économique avec le territoire (analyse des armements, des espèces et apports concernés, filières de commercialisation envisageables, attentes et besoins, ...), prospection à faire auprès des entreprises de la filière aval pour connaître leurs attentes et leurs besoins, ...

► Développement d'outils et de services autour de la vente sous criée

A titre d'exemples : amélioration de la qualification des produits (normes ETQP), mise en place de fiches informatives par navire (nom, taille, métier(s), ...), optimisation des procédures de vente aux enchères, développement de la traçabilité et de la prise en charge mutualisée du contrôle de la teneur en histamine des thons débarqués, ...

► Développement des autres modes de vente sous la criée

A titre d'exemples : procéder à de nouveaux essais de vente à terme, développer le « chapeutage » par la criée des ventes directes sur les ports sans criée, ...

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS ET EXEMPLES D' ACTIONS

2.2 Soutenir le développement de démarches collectives de qualité

► Mise en place d'une labellisation des produits de la pêche locale répondant aux attentes des consommateurs

A titre d'exemples : « Poisson de la criée de Saint-Jean-de-Luz / Ciboure », ...

2.3 Développer la promotion des produits de la pêche locale

► Elaboration d'une stratégie de communication et réalisation de supports adaptés

A titre d'exemples : élaboration de plaquettes, recettes, posters / kakémono, films, fiches ou livret de recettes, ..., mise en place de partenariats avec les autres filières productives du territoire, avec des chefs restaurateurs, avec d'autres acteurs socio-économiques du territoire vecteurs de communication porteurs comme ceux du secteur de la glisse, ...

► Actions de valorisation des produits de la pêche locale auprès des opérateurs de la restauration collective et de formation aux métiers de bouche

A titre d'exemples : organisation de rencontres entre chefs et personnels de cuisine avec des représentants de la filière pêche locale (professionnels de la pêche, responsables de structures, mareyeurs, transformateurs, ...), visites du port, de la criée, d'établissements de mareyage ou de transformation de produits de la pêche, élaboration / recueil de recettes de cuisine autour de produits de la pêche locale adaptées à la restauration collective, élaboration de supports de communication, organisation d'animations dans les établissements (scolaires, EHPAD, d'entreprises, ...) et lycées hôteliers, ...

► Organisation d'événementiels

A titre d'exemples : proposition de dégustation / vente de produits de la pêche locale lors d'événements festifs organisés par la filière sinon sur le territoire (Fête du port, Fête de la mer, Fête de la gastronomie, Fête du goût, ...), sur les sites de vente directe à l'étal, de livraison en AMAPs, des marchés de producteurs de pays, ...

► Participation des professionnels et des structures de la filière pêche à des salons professionnels ou grand public et aux démarches collectives de valorisation des produits du terroir aux côtés des autres filières locales de production

A titre d'exemples : Salon international de l'agriculture à Paris et Bordeaux, SIAL, European Seafood de Bruxelles, Slow Food, La Ferme en Ville, Lurrama, marchés des producteurs de pays, « Assiette de pays[®]», ...

► Actions de promotion des produits de la pêche locale sur leurs lieux de vente

A titre d'exemples : diffusion de fiches / livrets de recettes, organisation de dégustation, d'ateliers de découpe / préparation des poissons, ...

2.4 Soutenir la transformation locale des produits de la pêche

► Etudes permettant de mieux cibler les attentes des clientèles et y répondre

A titre d'exemples : transformation de produits « prêts à consommer », « plancha », fumage, conserves élaborées, ...

► Etudes et tests pour mieux valoriser de nouvelles espèces, des espèces moins nobles ou mal connues, des rejets, des sous-produits, ...

A titre d'exemples : algues, oursin, crabe nageur ou « gnagnon », peau, viscères et découpes de poisson, ...

PLAN DE DÉVELOPPEMENT FICHE-ACTION 2

2.5 Soutenir la commercialisation de produits de la pêche locale en circuits courts

A titre d'exemples : création d'un point de vente directe à l'étal sur le port d'Hendaye, développement des ventes de produits de la pêche sur les marchés de producteurs de pays, ...

PARTENAIRES POTENTIELS

CIDPMEM 64-40, Association de gestion de la criée, pêcheurs, mareyeurs, poissonniers, transformateurs, réseau des AMAPs, associations, groupements et organisations de producteurs, collectivités territoriales, Chambres d'agriculture, CCI, EuroSIMA, cluster agro-alimentaire Uztartu, établissements de restauration collective (scolaires, EHPAD, en entreprises, ...), établissements de formation aux métiers de bouche, coopératives, ateliers de transformation, entreprises privées, centres d'étude et de recherche, Association des femmes de marins Uhaina, ...

EFFETS ATTENDUS

- ▶ Le renforcement de l'attractivité de la criée
- ▶ La création de valeur ajoutée aux produits de la pêche locale sur le territoire
- ▶ Le maintien et la création d'emplois directs et indirects dans la filière sur le territoire
- ▶ L'amélioration de la rentabilité des outils portuaires au profit de l'ensemble de la flottille du quartier maritime de Bayonne
- ▶ La mise en valeur de la filière pêche locale, de ses acteurs, de leurs métiers et des hommes et des femmes qui les exercent, de leurs produits et savoir-faire
- ▶ Le renforcement des liens intra-filière, entre acteurs de l'amont et de l'aval, et inter-filière notamment avec les autres filières productives du territoire (lien terre - mer) dans des démarches de valorisation collectives des produits et savoir-faire du territoire

NATURE DES DÉPENSES ÉLIGIBLES

- ▶ Frais salariaux et d'indemnité de stage
- ▶ Frais d'animation et de mise en réseau
- ▶ Frais administratifs et de fonctionnement
- ▶ Frais d'études, d'expertise, d'évaluation, de diagnostic, de traduction, d'expérimentation
- ▶ Frais de formation engendrés par les actions engagées
- ▶ Frais de communication (réalisation de supports, actions de promotion et d'animation, organisation d'événementiels, ...)
- ▶ Frais de déplacement, de restauration et d'hébergement
- ▶ Dépenses d'aménagement et d'équipement de locaux
- ▶ Equipements et matériels

BÉNÉFICIAIRES VISÉS

Organisations professionnelles, organisations de producteurs, Association de gestion de la criée, collectivités territoriales, établissements publics, entreprises privées, centres d'étude et de recherche, coopératives, associations, ...

INDICATEURS DE SUIVI

- ▶ Apports sous la criée : quantités, espèces, prix moyen, par combien de navires,
- ▶ Nombre d'acheteurs sous la criée
- ▶ Nombre de pêcheurs inscrits dans des réseaux de vente directe ou en circuits courts
- ▶ Apports commercialisés par les pêcheurs en vente directe ou en circuits courts
- ▶ Types d'actions de communication réalisées
- ▶ Nombre d'établissements de restauration collective s'approvisionnant en local
- ▶ Volume de produits de la pêche locale commercialisé auprès des établissements de restauration collective
- ▶ Types d'actions menées en partenariat avec des acteurs d'autres filière

VALEURS CIBLES

INDICATEURS DE RÉSULTATS

- | | |
|---|----|
| ▶ Nombre de projets soutenus : | 16 |
| ▶ Nombre d'actions de communication réalisées : | 3 |
| ▶ Nombre d'actions menées en partenariat avec des acteurs d'autres filières : | 5 |