



# Cap sur 2020: l'Axe 4 en pratique



BRUXELLES 02/03 MARS 2015

## Cap sur 2020 : l'Axe 4 en pratique

### **Photographies :**

Photos accompagnant les descriptions de projets: courtoisie du promoteur du FLAG ou du porteur de projet, sauf pour: Photographe (page) – iStock (5), Teresa Martínez Pallarés (11), Martin Alvarez Espinar (12), Pierre Peetah (13, 59), Vincent Van den Storme (14), Harrieta171 (18), Nicolas Kennis (19), Daddybinro (22), Yves Tennevin (24), David Perez (29), Valantis Antoniadès (30), SIBA B. Ruiz (36), Costel Slinco (40), Michele Truex (44), Aleksander Kaasik (48), Kyle Taylor (57), Ruta Cultural (62)

### **Auteurs :**

Urszula Budzich-Tabor, Monica Burch, Yves Champetier

### **Contribution aux descriptions de projet :**

Serge Gomes da Silva, Susan Grieve, Sabine Kariger, Enrique Nieto Initial, Lorena van de Kolk, Margot Van Soetendael

### **Production :**

DevNet geie (AEIDL/Grupo Alba)/Kaligram.

### **Contact :**

FARNET Support Unit  
Rue de la Loi 38, boîte 2 | B-1040 Bruxelles  
+32 2 613 26 50 | [info@farnet.eu](mailto:info@farnet.eu) | [www.farnet.eu](http://www.farnet.eu)

### **Éditeur :**

Commission européenne, Direction générale des Affaires maritimes et de la Pêche, Directeur général.

### **Clause de non-responsabilité :**

Bien que la Direction générale des Affaires maritimes et de la Pêche soit responsable de la réalisation générale de la présente publication, la Commission européenne décline toute responsabilité quant à l'exactitude, au contenu ou aux positions exprimées dans les articles. Sauf mention contraire, la Commission européenne n'a ni adopté ni approuvé, de quelque manière que ce soit, les positions exprimées dans cette publication. Toute déclaration faite dans la présente ne peut être interprétée comme étant le reflet des opinions de la Direction générale des Affaires maritimes et de la Pêche. La Commission européenne ne garantit pas l'exactitude des données mentionnées dans la présente publication. La Commission européenne ou toute personne agissant en son nom décline toute responsabilité pour tout usage qui peut être fait de la présente publication.

© Union européenne, 2015.

Imprimé en Belgique sur papier recyclé.

## Table des matières :

Chapitre 1: Cap sur 2020 .....	4
Chapitre 2: Projets présentés dans l'exposition .....	6
> Raccourcir les chaînes d'approvisionnement .....	8
> Apporter une valeur ajoutée locale .....	14
> Protéger l'environnement .....	21
> Améliorer l'image de la pêche .....	28
> Développer les liens entre la pêche et le tourisme .....	35
> Développer de nouvelles activités à partir de la pêche .....	42
> Rendre les zones de pêche attrayantes .....	47
> Investir dans les gens .....	52
Chapitre 3: <b>42 projets de soutien au développement durable des communautés locales</b> .....	58
Chapitre 4: <b>Un nouveau cadre et de nouveaux défis</b> .....	63

## CHAPITRE 1

# Cap sur 2020

En 2007, la Commission européenne a lancé une nouvelle approche, destinée à relever certains des défis auxquels sont confrontées les populations tributaires de la pêche. Entre 2007 et 2013, 312 partenariats multi-acteurs locaux, appelés « groupes d'action locale pêche » (FLAG), ont été formés dans 21 États membres. Ces groupes ont pu utiliser, pour la toute première fois, le Fonds européen pour la pêche (FEP) en vue de promouvoir le **développement local**. L'enjeu pour ces groupes était de créer de nouvelles possibilités d'emploi et de croissance en initiant des activités alternatives ou complémentaires. Cette approche constitue l'Axe 4 du FEP. Pour la période 2014-2020, elle a été élargie afin de couvrir tous les Fonds structurels et d'investissement européens, dans le cadre du développement local mené par les acteurs locaux (CLLD).

La conférence « Sailing towards 2020: Community-Led Local Development in coastal communities » (Cap sur 2020: le développement local mené par les acteurs locaux au sein des communautés côtières), organisée en 2015 par la direction générale des affaires maritimes et de la pêche (DG MARE) de la Commission européenne, en collaboration avec le réseau européen des zones de pêche (FARNET), invite les FLAG, les autorités de gestion du FEP et d'autres parties prenantes à examiner les progrès accomplis dans le cadre de l'Axe 4 depuis 2007 et à explorer les nouveaux défis et opportunités pour la période 2014-2020.

## 9 500 projets, et plus encore

Entre 2007 et mi-2014, les FLAG ont soutenu environ 9500 projets. Ces projets étaient mis en œuvre par divers promoteurs locaux, tels que des pêcheurs, des entreprises, des organisations de la société civile et des gouvernements locaux. Une étude<sup>1</sup> réalisée en 2014 pour la DG MARE révèle que ces projets FLAG ont abouti à des résultats significatifs en termes d'emploi (près de 8000 nouveaux emplois créés et 12500 emplois existants préservés, selon les estimations).

**Le travail des FLAG ne se limite donc pas au simple fait d'apporter un soutien financier à différents projets.** Les activités des FLAG visent à créer de nouveaux liens entre les acteurs locaux, afin d'offrir une orientation stratégique pour le développement des territoires dans lesquels ils sont actifs. Les FLAG sont chargés d'atteindre les bénéficiaires potentiels qui ne sont parfois pas en mesure de bénéficier du soutien des sources de financement habituelles. En fin de compte, les efforts déployés par les FLAG ne sont réellement efficaces que s'ils fournissent aux promoteurs de projets les moyens qui leur permettront de mettre en place des **projets de qualité** innovants, conforme la stratégie des FLAG.

La période de mise en œuvre du FEP touchant à sa fin, le moment est opportun pour examiner les progrès réalisés au travers des projets financés par l'Axe 4 dans les différentes zones de pêche de l'UE. Une **exposition présentant 42 projets soutenus par l'Axe 4** constitue l'un des éléments centraux de l'événement « Cap sur 2020 ».

<sup>1</sup> [http://ec.europa.eu/fisheries/documentation/studies/axis-4/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/fisheries/documentation/studies/axis-4/index_en.htm)



Les FLAG de toute l'UE ont été invités à présenter leurs plus intéressants projets soutenus par l'Axe 4 dans le cadre de cette exposition et environ 200 projets ont été soumis. Les 42 projets sélectionnés pour l'exposition offrent un aperçu de la diversité des initiatives lancées en Europe. Ils ont été **regroupés en huit sections**, qui représentent certains types de projets parmi les plus fréquemment soutenus par les différents FLAG de l'UE. Les huit sections sont les suivantes :

- > raccourcir les chaînes d'approvisionnement ;
- > apporter une valeur ajoutée locale aux produits de la pêche ;
- > protéger l'environnement ;
- > améliorer l'image de la pêche ;
- > développer les liens entre la pêche et le tourisme ;
- > développer de nouvelles activités à partir de la pêche ;
- > rendre les zones de pêche attrayantes ;
- > investir dans les gens.

Ces projets illustrent bon nombre des effets positifs que les FLAG peuvent engendrer au niveau local, comme le fait de rassembler différents acteurs et de contribuer à la création d'emplois et de nouvelles sources de revenus. Les activités des FLAG ont également aidé à faire entendre la voix des communautés vivant de la pêche et permis de soutenir des groupes généralement difficiles à atteindre, comme les chômeurs de longue durée. Au cours de la prochaine période de programmation, les FLAG tireront parti de cette expérience pour mettre en place des projets de qualité supérieure.

## À propos de cette brochure

Les chapitres suivants offrent un aperçu de chacun des 42 projets présentés dans le cadre de l'exposition de la conférence, ainsi qu'une analyse de la façon dont ces projets ont contribué au développement de leur zone de pêche. Le dernier chapitre présente une réflexion sur les défis et les opportunités de cette nouvelle période et les types de projets de CLLD qui pourraient être soutenus par les FLAG dans le cadre du FEAMP 2014-2020.

Cette brochure s'adresse en priorité aux participants à la conférence « Cap sur 2020 », mais elle peut également revêtir un intérêt pour les organisations ou les personnes qui s'intéressent au développement local mené par les acteurs locaux. Les parties prenantes (FLAG, autorités de gestion, promoteurs de projets) peuvent s'en inspirer pour de futurs projets et ces exemples de projets financés par le FEP pourraient aussi intéresser un public plus large, comme les chercheurs, les évaluateurs, les ONG et/ou les médias.

*L'unité d'appui FARNET tient à remercier tous les FLAG et les promoteurs de projets pour leur bonne volonté et leur patience lorsqu'ils ont répondu aux questions concernant les projets sélectionnés pour l'exposition.*

## CHAPITRE 2

# Projets présentés dans l'exposition

### ■ Raccourcir les chaînes d'approvisionnement

- Stand 1 Fish all days : vente directe et livraison domicile
- Stand 2 Poissonnerie flottante Jammerbugt : du poisson frais dans le centre-ville
- Stand 3 Loestamospescando.com : plateforme de vente en ligne
- Stand 4 Poisson de la criée : des restaurants locaux s'engagent
- Stand 5 O melhor peixe do mundo : circuits courts et durabilité

### ■ Apporter une valeur ajoutée locale

- Stand 6 Crevettes fraîches de qualité : allonger la durée de vie du produit
- Stand 7 Crabe bleu : à la rencontre de nouveaux marchés
- Stand 8 Currigan : mise en conserve et transformation artisanales
- Stand 9 SCIC Arrainetik : usine de transformation coopérative
- Stand 10 Carpe biologique : promouvoir l'image du produit
- Stand 11 Vianapesca : placement de produit réussi

### ■ Protéger l'environnement

- Stand 12 Telecapêche : simplifier le suivi des captures
- Stand 13 Cap Roux : zone de cantonnement de pêche
- Stand 14 Rivière Nyköping : gérer ensemble une ressource commune
- Stand 15 Des filets sans danger pour les phoques : des engins de pêche adaptés
- Stand 16 Augmenter la valeur, pas les captures : certifier la durabilité
- Stand 17 Aquamar : une nouvelle méthode de purification de l'eau

### ■ Améliorer l'image de la pêche

- Stand 18 Visiter le port de pêche de Vega : visites guidées et activités didactiques
- Stand 19 Promotion des produits de la mer : festival, promotion et séminaires
- Stand 20 a La gastronomie pour les chefs : une formation à la préparation du poisson en Bulgarie
- Stand 20 b La gastronomie pour les chefs : une formation à la préparation du poisson en Pologne
- Stand 21 Community Seafood Officer : agent de liaison pour la pêche
- Stand 22 Legends of Kitka : un jeu vidéo sur la pêche





## ■ Développer les liens entre la pêche et le tourisme

- Stand 23 Pescatourisme : découvrir la pêche et l'aquaculture
- Stand 24 « Put 'n' Take » : une pêcherie récréative
- Stand 25 Le tourisme de la carpe : des visites guidées en compagnie de spécialistes de la carpe
- Stand 26 Un restaurant au bord des vagues : l'initiative d'un pêcheur
- Stand 27 Chambres d'hôtes chez un pêcheur : loger dans une famille de pêcheurs
- Stand 28 La route millénaire du thon : proposer une gamme d'attractions touristiques

## ■ Développer de nouvelles activités liées à la pêche

- Stand 29 Production d'engins de pêche : diversifier les activités et les marchés
- Stand 30 Diversifier le ramassage : accessoires pour la pêche sportive et magasin artisanal
- Stand 31 Atelier de réparation de bateaux : soutenir l'activité de la pêche et de plaisance
- Stand 32 Extraction et transport de sable : au service de la conchyliculture

## ■ Rendre les zones de pêche attrayantes

- Stand 33 Rénovation du port d'Oïu : rendre la vie et le travail plus attrayants
- Stand 34 Cale de lancement d'InisLyre : assurer un revenu économique sur une petite île
- Stand 35 Simrishamn : une ville d'espoir pour les pêcheurs
- Stand 36 Annan Harbour : financement participatif des infrastructures portuaires

## ■ Investir dans les gens

- Stand 37 Programme Maître-Apprenti : un soutien aux jeunes qui se lancent dans la pêche
- Stand 38 Former les jeunes aux métiers de la pêche en mer
- Stand 39 a Entrepreneuriat : talents féminins
- 39 b Entrepreneuriat : parrainage en entreprise des chômeurs
- Stand 40 J.F. Mexilhães : sa nouvelle vie d'aquaculteur

# Raccourcir les chaînes d'approvisionnement



La vente directe au consommateur final via un nombre minimal d'intermédiaires permet aux équipages des bateaux de pêche et aux producteurs de l'aquaculture de conserver une plus grande

partie des revenus provenant de leur travail. Cela peut également aider le public à renouer avec cette activité traditionnelle, grâce à l'établissement de relations entre les entreprises de pêche et les consommateurs, ainsi qu'à améliorer la visibilité du secteur de la pêche. Soutenir des chaînes d'approvisionnement plus courtes peut donc poser les bases de moyens de subsistance plus durables pour les familles de pêcheurs à long terme. Conscients de ce potentiel, de nombreux FLAG répartis dans toute l'UE ont utilisé l'Axe 4 pour soutenir des projets visant à faciliter la vente des prises locales, soit directement par les pêcheurs, soit via la criée, en fonction des prescriptions légales nationales en vigueur.

Les projets regroupés dans cette section présentent différentes possibilités pour raccourcir la chaîne d'approvisionnement existante. Ces options vont de la vente directe à partir d'un bateau de pêche familial, avec livraison à domicile, à l'ouverture d'une poissonnerie sur un bateau de pêche traditionnel dans un centre urbain animé. D'autres projets ont développé la collaboration entre des associations de pêcheurs voisines pour commercialiser leur poisson sur une plateforme en ligne commune. D'autres exemples intéressants, présentés ci-après, ont aussi encouragé des restaurants et des magasins d'alimentation à acheter leur poisson directement à la criée locale.

La coopération entre les entreprises de pêche s'avère être l'une des clés de la réussite pour raccourcir les chaînes d'approvisionnement. Tous ces projets montrent comment les investissements dans des circuits de commercialisation courts peuvent entraîner une augmentation du volume des ventes et des revenus des pêcheurs, tout en développant une nouvelle clientèle, plus fiable.





# Fish All Days : vente directe et livraison domicile

Fish All Days propose aux consommateurs d'acheter du poisson frais directement sur le bateau – ou de se le faire livrer à domicile. En combinant des campagnes d'information et de promotion plus traditionnelles avec l'utilisation des nouvelles technologies et des médias sociaux, un chalutier de Molfetta, en Italie, a développé un réseau de clients fidèles.



## FLAG TERRE DI MARE, ITALIE

**Résultats** (après 10 mois) :

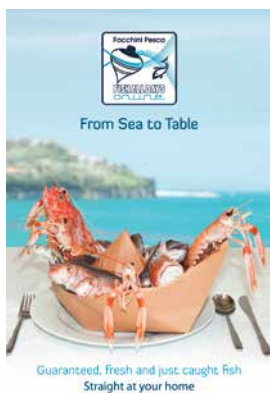
- > 60 ménages sont devenus des clients réguliers
- > 4 restaurants sont devenus des clients réguliers
- > Les recettes des ventes ont augmenté de 30-35 %

**Coût total du projet :** 42 000 €

**Axe 4 du FEP :** animation et soutien au développement du projet

**Promoteur du projet :**

entreprise de pêche Facchini Pesca  
[www.facebook.com/FishallDays?](https://www.facebook.com/FishallDays?ref=nf)  
 ref=nf



L'entreprise de pêche familiale Facchini Pesca était contrainte de vendre ses prises à des prix très bas à la criée locale. Le projet a aménagé le bateau familial pour permettre la vente de poisson directement au consommateur. La priorité a été donnée au respect des règles sanitaires et sécuritaires, et le camion de l'entreprise a également été équipé pour pouvoir transporter les poissons dans des conditions de réfrigération. Le projet a ensuite mené des actions de grande envergure pour promouvoir le service de vente directe de l'entreprise et sensibiliser la population locale aux avantages pour la santé de la consommation de poisson traçable, local et de qualité : réalisation de dépliants et de sets de table pour les restaurants locaux, création d'un site web fournissant des informations et le prix des poissons pêchés par Facchini Pesca et utilisation des médias sociaux pour promouvoir le produit.

information de poisson traçable, local et de qualité : réalisation de dépliants et de sets de table pour les restaurants locaux, création d'un site web fournissant des informations et le prix des poissons pêchés par Facchini Pesca et utilisation des médias sociaux pour promouvoir le produit.

STAND 1



# Poissonnerie flottante Jammerbugt: du poisson frais dans le centre-ville

L'association de pêcheurs de la plage de Thorup (Thorupstrand Kystfiskerlaug) a transformé un bateau de pêche traditionnel en une poissonnerie flottante et obtenu l'autorisation de l'amarrer dans le centre de Copenhague. Cela permet d'offrir aux produits de l'association un accès privilégié à l'important marché de la capitale danoise.



**FLAG NORTH JUTLAND,  
DANEMARK**

**Résultats** (après 10 mois):

- > Ventes quotidiennes de poisson s'élevant à 1 500 € environ (chiffres de vente en hausse)
- > 7 nouveaux emplois créés dans l'entrepôt et la poissonnerie flottante
- > Développement de nouvelles activités pour l'usine de traitement de l'association

**Coût total du projet:** 268 000 €

**Axe 4 du FEP:** 65 000 €

**Promoteur du projet:**

Thorupstrand Kystfiskerlaug  
(association de pêcheurs)  
ole@thorupstrandkystfiskerlaug.dk  
www.thorupstrandkystfiskerlaug.dk



Après avoir créé une association chargée d'acheter les quotas de pêche privatisés afin de garantir que les possibilités de pêche restent la propriété de la population locale, les pêcheurs de Thorupstrand ont amélioré la commercialisation de leurs prises en vendant leur poisson directement, dans un cadre unique: un bateau de pêche réaménagé. Ils amarrent ce bateau dans le centre de Copenhague, ce qui en fait une formidable vitrine pour

les produits de Thorupstrand. Les poissons sont acheminés directement par camion jusqu'à Copenhague et figurent parmi les plus frais de la capitale, car les bateaux de Thorupstrand ne font que des sorties journalières. L'association a engagé un chef cuisinier pour gérer la poissonnerie, qui propose également, outre des poissons frais entiers, des filets, des hamburgers de poisson frais et d'autres petits plats préparés dans l'usine de traitement de l'association.

STAND 2

# Loestamospescando.com : plateforme de vente en ligne

Le FLAG Costa da Morte, en Espagne, a rassemblé neuf Cofradías (associations de pêcheurs), représentant plus de 500 pêcheurs et conchyliculteurs galiciens, pour développer et tester une plateforme de vente en ligne.



Les rivalités et la concurrence sont monnaie courante entre les nombreuses *cofradías* de Galice. Cependant, le manque de coopération dans le secteur de la pêche nuit gravement à la compétitivité des opérations de ces associations. Ce projet a assuré la mise en place d'une « vitrine » pour les produits de la mer galiciens et avait pour objectif de renforcer le pouvoir de négociation des pêcheurs locaux en augmentant leur masse

critique grâce à la coopération. Cette collaboration a permis de vendre directement leurs prises collectives à une série de nouveaux clients répartis dans toute l'Espagne. Les clients (qu'il s'agisse de particuliers ou de professionnels, comme des restaurants) peuvent passer commande par téléphone ou en ligne et doivent payer un prix fixé pour les produits locaux. La plateforme regroupe les commandes et charge l'une des *cofradías* participantes de racheter une partie des prises de ses pêcheurs dans les limites du prix maximum convenu. L'expédition de la marchandise est ensuite prise en charge par la plateforme de vente. Loestamospescando.com offre à ses clients une « place d'acheteur » lors de la criée, afin de garantir un prix plus juste pour les pêcheurs et d'attirer une clientèle diversifiée. Le projet a été testé avec succès pendant un an, sous la direction du FLAG, puis la responsabilité des opérations a été transférée aux *cofradías* elles-mêmes.

## FLAG COSTA DA MORTE, ESPAGNE

### Résultats (après 2 ans et demi) :

- > Développement et mise à l'essai d'une plateforme de vente en ligne
- > Augmentation de 15 % du prix de certaines espèces
- > 8 tonnes de poisson vendues la première année, pour un montant de 25 000 €

**Coût total :** 59 171 €

**Axe 4 du FEP :** 40 828 €

### Promoteur du projet :

FLAG Costa da Morte  
www.loestamospescando.com

STAND 3





# Poisson de la criée : des restaurants locaux s'engagent

« Peix de llotja », soit, littéralement, « du poisson de la criée », rassemble des organisations de pêche locales en Espagne pour promouvoir leurs produits auprès des restaurants locaux. Le projet a développé une marque et décerne des étoiles aux restaurants qui s'engagent à acheter leur poisson directement à la criée locale.



## FLAG DELTA DEL EBRO, ESPAGNE

### Résultats (après 22 mois) :

- > Développement de la coopération dans le secteur de la pêche et entre les secteurs de la pêche, du tourisme et de la restauration
- > 13 restaurants achètent désormais leur poisson directement aux criées locales
- > Augmentation de 10 à 15 % des prix à la criée pour les espèces traditionnellement achetées par les restaurants

**Coût total du projet :** 23 925 €

**Axe 4 du FEP :** 8 155 €

### Promoteur du projet :

Fédération des associations de pêche du delta de l'Èbre  
www.peixdelotja.com



Dans de nombreuses régions côtières, les restaurants achètent généralement leur poisson auprès de grossistes, en privilégiant le prix et l'aspect pratique au détriment de l'origine locale du poisson. Afin d'accroître la consommation de poisson frais local dans les restaurants de la région, la fédération des associations de pêche du delta de l'Èbre a coordonné une initiative visant à encourager les restaurants à s'inscrire comme acheteurs

auprès de la criée au poisson de leur association locale. Les résultats ont permis de diversifier la clientèle de la fédération et d'augmenter les quantités de poisson achetées directement. Entre autres actions, le projet a introduit un système de certification pour garantir l'origine du poisson local. Il a également décerné une, deux ou trois étoiles aux restaurants participants, en fonction de la quantité de poisson achetée directement à la criée locale.



# O melhor peixe do mundo: circuits courts et durabilité

En développant un système innovant de livraison de produits de la mer locaux, basé sur une chaîne d'approvisionnement courte, l'Axe 4 a aidé une entreprise portugaise à combler le fossé existant entre les clients et les petits pêcheurs, tout en encourageant des pratiques de pêche durables dans la région de Sesimbra.



## FLAG ALEM TEJO, PORTUGAL

### Résultats (après 3 ans):

- > 40 pêcheurs participants, dont 3 qui travaillent exclusivement pour le programme
- > Le volume de poisson vendu par l'entreprise a triplé (40 tonnes vendues en 2013)
- > 3 emplois créés au port de Sesimbra

**Coût total du projet:** 25 110 €

**Axe 4 du FEP:** 5 022 €

### Promoteur du projet:

Fixe em case Ltd.  
<http://loja.peixefresco.com.pt>



La PME portugaise *Fixe em Casa* a élaboré un système de commercialisation qui combine un ensemble de techniques de vente basées sur une chaîne d'approvisionnement courte pour vendre les prises des pêcheurs sélectionnés, qui respectent des critères de durabilité spécifiques. Le soutien apporté par l'Axe 4 a permis à l'entreprise d'augmenter ses ventes en ligne, d'obtenir un label de durabilité et de concevoir des embal-

lages innovants, qui préservent et promeuvent la qualité de son poisson. Les ménages peuvent commander du poisson local en ligne sur un site conçu à cet effet. *Fixe em Casa* enregistre les commandes, se met en contact avec les pêcheurs pour acheter le poisson à la criée de Sesimbra (au Portugal, toutes les ventes de poisson doivent se faire à la criée) et livre les produits directement au domicile des consommateurs. L'entreprise a également développé des relations avec des magasins biologiques locaux, qui offrent aujourd'hui du poisson local certifié à leurs clients.

STAND 5

# Apporter une valeur ajoutée locale



Les communautés de pêcheurs peuvent augmenter la valeur de leurs prises locales de différentes façons. Ils peuvent notamment utiliser de nouvelles techniques de manipulation pour améliorer la qualité de leurs produits ou transformer les matières premières en produits plus pratiques ou plus fins. D'autres possibilités consistent à

commercialiser les produits de la pêche via des emballages et des techniques de promotion innovants.

Le soutien des FLAG aux activités apportant une valeur ajoutée permet de s'assurer que les communautés conservent une plus grande part des avantages économiques pouvant découler de leurs ressources locales. Les habitudes modernes de consommation, comme l'engouement pour les plats préparés et les nouvelles expériences culinaires (ainsi que la tendance croissante à acheter des produits locaux traditionnels et de qualité), laissent penser que les investissements dans les projets qui apportent une valeur ajoutée aux poissons locaux offrent un potentiel considérable.

Les projets repris dans cette section illustrent diverses activités qui ont été soutenues par les FLAG. Ces activités vont de la préparation de crabes vivants pour approvisionner les communautés asiatiques résidant en Europe à l'adoption de techniques de cuisson et de refroidissement améliorées pour allonger la durée de conservation des produits. Par exemple, une coopérative nouvellement établie prépare des filets et des surgelés de poissons locaux pour les cantines publiques, une entreprise de transformation artisanale qui a donné un nouveau souffle à la tradition locale de mise en conserve, afin de développer une série de produits. D'autres projets font la promotion de nouveaux produits frais et fumés à base de carpe biologique et une campagne de marketing lancée par une organisation de producteurs vise à promouvoir et donner une nouvelle image des produits traditionnels de la mer. L'innovation, la qualité et l'accès direct à du poisson pêché localement constituent des éléments clés de tous ces projets.





# Crevettes fraîches de qualité: allonger la durée de vie du produit

La fraîcheur des crevettes locales en provenance de Belgique peut désormais être préservée plus longtemps, sans utiliser de conservateurs, grâce à une chaîne de valeur des produits frais récemment élaborée. En améliorant les procédés de cuisson et de refroidissement, des pêcheurs flamands sont parvenus à allonger significativement la durée de conservation, améliorant ainsi la compétitivité de leur pêche côtière artisanale.



Bien souvent décortiquées à la main à l'étranger, la plupart des crevettes belges ont fait un long voyage avant d'être vendues sur le marché local. Cela nécessite une utilisation intensive de conservateurs, et parfois même une étape de congélation. Les consommateurs peuvent aussi se procurer des crevettes fraîches et pêchées localement, mais celles-ci ne sont généralement pas décortiquées et leur durée de conservation ne dépasse souvent pas 4 jours, car elles sont

traditionnellement cuites et refroidies à bord, au moyen d'eau de mer non traitée. En Flandre, le FLAG a soutenu un projet visant à concevoir un procédé d'ébullition et de refroidissement optimisé (avec un contrôle rigoureux de la température, de la qualité de l'eau, etc.), basé sur des recherches financées au titre de l'Axe 3 du FEP. Un prototype a été construit et installé à terre et le nouveau procédé a permis d'allonger considérablement la durée de conservation naturelle des crevettes fraîches locales. Ce procédé apporte une valeur ajoutée et améliore la compétitivité de ces crevettes sans utiliser de conservateurs. Parallèlement, une nouvelle méthode de décortication des crevettes au moyen d'une machine à air comprimé permet désormais de procéder à cette opération localement et de garder ainsi la chaîne de valeur au sein de la communauté.



## FLAG WEST FLANDERS, BELGIQUE

### Résultats (après 2 ans) :

- > Développement et installation à terre d'un dispositif expérimental de cuisson et de refroidissement
- > Le cycle de vie des crevettes fraîches est passé de 4 à 14 jours, sans aucun conservateur
- > Nouvelles possibilités commerciales plus éloignées de la côte

**Coût total du projet :** 231 250 €

**Axe 4 du FEP :** 84 406 €

### Promoteur du projet :

Vlaamse Visserij Vereniging (Association de pêche flamande)  
Brevisco BVBA – Willy Versluys  
willy@versluys.net  
www.vlaamsegarnalen.be

**STAND 6**



# Crabe bleu : à la rencontre de nouveaux marchés

En Grèce, le soutien financier apporté par un FLAG a facilité la création de Blue Crab P.C., une entreprise de conditionnement et de transformation des fruits de mer qui traite divers poissons, crustacés et mollusques sur un site nouvellement construit et équipé dans la ville de Chalastra.



## FLAG THESSALONIKI, GRÈCE

### Résultats (après 18 mois) :

- > Développement du marché du crabe bleu vivant dans 7 pays (GR, ES, IT, FR, BE, DE et CZ)
- > Création de 3 emplois
- > Chiffre d'affaires d'environ 250 000 € pour la première année complète d'activité

**Coût total du projet :** 451 776 €

**Axe 4 du FEP :** 203 299 €

### Promoteur du projet :

Blue Crab P.C.  
www.bluecrab.gr



Deux spécialistes locaux de l'aquaculture et de la pathologie des poissons ont vu l'opportunité de créer une nouvelle entreprise pour tirer parti de l'expansion du crabe bleu dans leur région. Même si certains pêcheurs locaux capturaient et vendaient déjà cette espèce, le marché du crabe bleu était sous-développé. Grâce au soutien de l'Axe 4, ces spécialistes ont créé Blue Crab P.C. et équipé des locaux dans un vieux restaurant de poisson

situé dans la ville de Chalastra. Le site lui-même se compose de trois sections : une section pour le conditionnement des poissons, des crustacés et des mollusques, une section de congélation pour les poulpes, les seiches et les crabes, ainsi qu'une unité de préparation pour les sauces et les plats de fruits de mer légers. Le produit phare est le crabe bleu vivant, qui est capturé au moyen de méthodes traditionnelles et livré aux communautés asiatiques de 6 différents pays de l'UE. Blue Crab P.C. collabore avec environ 25 pêcheurs, qui capturent désormais cette espèce marine locale, ainsi que des poissons et d'autres mollusques qui sont ensuite conditionnés et transformés sur place. Dans un deuxième temps, Blue Crab P.C. prépare des sauces et des plats de fruits de mer prêts à consommer, essentiellement destinés au marché grec.

STAND 7



# Currican : mise en conserve et transformation artisanales

En Galice, trois Espagnoles ont créé leur propre entreprise pour vendre du poisson et des fruits de mer locaux mis en conserve de façon artisanale.



## FLAG MARIÑA – ORTEGAL, ESPAGNE

### Résultats (après 2 ans) :

- > Création d'une nouvelle entreprise par 3 femmes de plus de 45 ans, dont deux étaient au chômage
- > Création de 2,5 nouveaux emplois
- > Chiffre d'affaire réalisé au cours de la première année complète d'activité : 65 000 €
- > Signature d'un nouveau contrat pour exporter les produits mis en conserve au Mexique

**Coût total :** 53 124 €

**Axe 4 du FEP :** 23 909 €

### Promoteur du projet :

Currican

[www.conservascurrican.es](http://www.conservascurrican.es)



En Galice, l'Axe 4 a aidé trois femmes à créer leur propre entreprise, afin de contribuer à préserver la tradition de mise en conserve de produits de la mer dans des bocaux en verre, propre à la région. Nuria et Nieves étaient toutes les deux au chômage lorsqu'elles ont entendu parler des financements de l'Axe 4 pour la première fois. Elles ont pris contact avec le FLAG local et lui ont demandé de l'aide pour transformer leur idée de mise en

conserve artisanale de produits de la pêche locale en une affaire rentable et innovante. En collaboration avec une troisième partenaire, spécialisée dans le marketing, elles ont ensuite conçu 15 produits faits main, dont 8 étaient disponibles la première année – comme du thon à l'huile d'olive – et 7 la deuxième année – comme du poulpe à l'huile d'olive. Les produits de leur entreprise de mise en conserve artisanale, Currican, sont désormais commercialisés dans des épicerie fines de toute la Galice, ainsi que dans des magasins spécialisés situés dans d'autres régions du pays, comme à Madrid, dans les Asturies et à Huelva.





# SCIC Arrainetik: usine de transformation coopérative, « De l'océan à l'assiette »

Une étude française menée dans le cadre de l'Axe 4 a conduit à un investissement de 700 000 € pour établir une usine de transformation coopérative dans le port de pêche de Saint-Jean-de-Luz/Ciboure. Cette usine fournit aujourd'hui à des cantines scolaires des espèces de poisson locales qui étaient auparavant sous-exploitées.



## FLAG CÔTE BASQUE, FRANCE

### Résultats (après 3 ans):

- > Réalisation d'une étude approfondie sur l'offre et la transformation de poisson local
- > Lancement d'une usine de transformation coopérative avec un budget de 700 000 €
- > Création de 5 emplois (ETP), 2 autres suivront après 6 mois
- > 100 tonnes de filets de poisson traitées pendant la première année et 130 la deuxième année.

**Coût total du projet (étude de faisabilité):** 72 000 €

**Axe 4 du FEP:** 12 240 €

### Promoteur du projet:

Agglomération Sud Pays Basque  
www.agglospb.fr



L'étude de faisabilité réalisée sous la direction du FLAG a identifié des possibilités de transformation (en filets et en produits surgelés) et de commercialisation des produits de la pêche locale, en particulier dans la région de Bayonne. Cette étude a associé des producteurs, des transformateurs, des fournisseurs de services de restauration collective et des organismes publics à son analyse et a contribué à élaborer un plan d'action

pour mettre en relation les produits de la pêche locale avec de nouveaux marchés locaux. Les résultats de l'étude ont donné lieu à des investissements dans un nouveau centre de transformation coopératif, qui approvisionne des écoles, des hôpitaux et d'autres cantines de la région en filets de poissons locaux. L'organisation locale de producteurs, le comité de la pêche local et la fédération des municipalités de la région ont cofinancé l'établissement de cette coopérative, parallèlement à des acteurs du secteur privé.

# Carpe biologique : promouvoir l'image du produit

En se concentrant sur l'aquaculture biologique et en améliorant l'image de la carpe, la région allemande de Haute Lusace fait évoluer les habitudes consommation et sensibilise les jeunes générations à l'intérêt des produits à base de carpe.



En Haute Lusace, des producteurs locaux de carpe ont adopté des pratiques biologiques et développé, en collaboration avec une usine de transformation moderne de la région, une gamme de nouveaux produits frais et fumés. Parallèlement, ils ont également cherché à créer une identité commune pour leurs produits de carpe biologique. La commercialisation de ces produits s'est faite de façon conjointe et un petit groupe d'aquaculteurs locaux contrôle la qualité du poisson. Le projet a également permis de concevoir et de réaliser des brochures à destination des consommateurs, ainsi que du matériel pour participer aux foires commerciales du secteur, afin de permettre aux producteurs de promouvoir leurs produits. À l'issue du projet, des magasins d'alimentation biologique en libre-service ont été approvisionnés en produits à base de carpe biologique pour la toute première fois en Allemagne.

## FLAG OBERLAUSITZ, SAXE, ALLEMAGNE

### Résultats (après 22 mois) :

- > Les producteurs de carpes ont abandonné les pratiques conventionnelles pour adopter des méthodes de production biologique
- > Création d'un emploi
- > Des produits à base de carpe biologique sont désormais disponibles dans des magasins d'alimentation bio allemands

**Coût total du projet :** 165 628 €

**Axe 4 du FEP :** 124 221 €

### Promoteur du projet :

Oberlausitzer Biokarpfen  
www.oberlausitzer-biokarpfen.de

STAND 10



# Vianapesca : placement de produit réussi

Grâce à l'Axe 4, Vianapesca, une organisation de producteurs rassemblant des opérateurs de flotte de petite et moyenne taille actifs dans le nord du Portugal, a élaboré une campagne de marketing visant à promouvoir les produits de la mer traditionnels à l'échelle nationale et européenne.



## FLAG LITORAL NORTE, PORTUGAL

### Résultats (après 2 ans) :

- > Création d'une nouvelle image pour 13 produits de poisson en conserve
- > Création d'une nouvelle entreprise à Lisbonne
- > Création de 4 emplois permanents et d'environ 20 saisonniers
- > Revenus supplémentaires de 30 000 € par an pour la première année d'activité, et de 60 000 € prévus pour l'année suivante

**Coût total du projet :** 199 260 €

**Axe 4 du FEP :** 104 612 €

### Promoteur du projet :

Vianapesca (organisation de producteurs)

Facebook page: Vianapesca OP



Les membres de Vianapesca avaient été confrontés par le passé à des problèmes liés au manque de rentabilité de la pêche, en raison de difficultés de redistribution des produits et de la faible valeur des ventes. Face à cette situation, l'organisation de producteurs (OP) a élaboré une stratégie commerciale visant à stimuler les ventes de produits de poisson commercialisables et à consolider un réseau commercial au niveau national. L'élément central de cette campagne consistait à mettre en lumière la valeur nutritionnelle des produits en conserve traditionnels et le patrimoine qu'ils

représentent au moyen d'emballages repensés et de matériel promotionnel. En 2013, le projet a obtenu suffisamment de visibilité pour permettre à Vianapesca, en partenariat avec d'autres OP portugais, d'ouvrir « *loja das conservas* », un magasin de conserves de poisson traditionnelles qui propose un ensemble de produits locaux à Lisbonne. L'année suivante, la campagne de marketing a mené à la création d'un rayon consacré aux « conserves de poisson portugais » dans une épicerie fine de Paris. Ces réussites contribuent à accroître les revenus et à améliorer les conditions de vie dans les communautés de pêcheurs traditionnelles du Portugal.



# Protéger l'environnement



Le secteur de la pêche a été critiqué pour l'impact négatif de ses activités sur l'environnement. Cependant, grâce à leurs connaissances professionnelles, les pêcheurs peuvent également jouer un rôle important en tant que gardiens de l'environnement maritime et des eaux intérieures, et de

nombreux FLAG ont encouragé le secteur à remplir cette mission, souvent avec l'aide de scientifiques et d'autres experts dans ce domaine. En outre, en tant que partenariats locaux, les FLAG occupent souvent une position privilégiée pour stimuler la coopération entre les acteurs locaux et contribuer ainsi à surmonter les conflits d'intérêts liés à l'exploitation des écosystèmes côtiers.

La plupart des projets figurant dans cette section montrent la façon dont les efforts déployés par les pêcheurs pour gérer l'environnement et les ressources halieutiques de façon durable ont été soutenus. Ces projets ont notamment pour objectif de faciliter la déclaration des prises, de contrôler une zone protégée pour empêcher la pêche illégale, de rassembler des acteurs locaux en vue d'élaborer un plan de gestion des rivières commun, ainsi que de concevoir et de tester des engins de pêche sans danger pour les phoques. Cette section présente également un projet visant à certifier les poissons pêchés de façon durable, ainsi que le développement d'une nouvelle technologie respectueuse de l'environnement pour améliorer la qualité de l'eau des lacs. Tous ces projets mettent en évidence le rôle fondamental que les FLAG peuvent jouer pour protéger l'environnement en promouvant des pratiques durables, en sensibilisant et en encourageant les actions conjointes.



# Telecapêche : simplifier le suivi des captures

**TELECAPECHE** est un système de technologie électronique français qui simplifie la déclaration des prises de crustacés locaux et aide les comités de la pêche et de l'aquaculture locaux à adopter des mesures de gestion appropriées en leur fournissant des données en temps réel sur l'état des stocks.



## FLAG AURAY, FRANCE

### Résultats (après 9 mois) :

- > Développement d'un système de déclaration électronique
- > Les pêcheurs ont accès en temps réel à leur déclaration et aux statistiques individuelles des prises
- > Aujourd'hui utilisé par l'ensemble des 300 pêcheurs de crustacés du département du Morbihan
- > Le système serait ensuite élargi au niveau régional et introduit dans d'autres régions de France

**Coût total :** 35 179 €

**Axe 4 du FEP :** 17 590 €

### Promoteur du projet :

CRPEMB (Comité Régional des Pêches Maritimes et des Élevages Marins de Bretagne)  
www.cdpmem56.fr



Les pêcheurs de crustacés français doivent déclarer leurs prises sur une base mensuelle à l'organisme public chargé des affaires maritimes. Cependant, en raison de l'inefficacité des procédures, les données n'étaient pas traitées ni mises à la disposition des comités de la pêche et de l'aquaculture locaux en temps utile. Cette situation compliquait la gestion des stocks dans un contexte de ressources qui s'amenuisent. L'Axe 4

a appuyé l'élaboration et la mise à l'essai d'un système électronique permettant aux pêcheurs de crustacés de renseigner directement leurs prises en ligne ou de les déclarer par SMS. Outre le temps ainsi gagné pour les pêcheurs, le projet fournit aux comités de la pêche et de l'aquaculture des informations actualisées sur les stocks halieutiques. Cela signifie que les comités peuvent rapidement détecter les problèmes liés aux stocks et adopter des mesures appropriées, comme la fermeture ou le repeuplement de certaines zones, beaucoup plus vite que par le passé.

# Cap Roux : zone de cantonnement de pêche

Des pêcheurs, des autorités locales et des scientifiques ont été rassemblés par une ONG locale pour initier le développement d'un futur plan de gestion efficace et durable en vue de faire respecter des mesures de conservation dans une zone de pêche restreinte située sur la Côte d'Azur, en France.



Dans une région où l'urbanisation et les activités touristiques exercent une forte pression, la zone de pêche restreinte de 445 ha du Cap Roux a été établie en 2004 par la prud'homie locale (organisation de pêcheurs). Toutefois, cette décision n'a eu qu'un impact limité sur cette zone protégée et ses ressources marines, en raison d'un manque de visibilité et de capacités insuffisantes pour faire respecter les règles instaurées. Un projet financé au titre de l'Axe 4 a encouragé les pêcheurs à mener des activités de surveillance pour lutter contre la pêche illégale et à explorer des pistes pour faire en sorte que la surveillance soit intégrée dans l'élaboration d'un plan de gestion efficace et financièrement viable. La collecte de données aide à contrôler l'incidence des mesures de conservation, tandis que la coopération avec d'autres utilisateurs de l'espace maritime permet de sensibiliser aux richesses de la région et à l'importance de les préserver.

## FLAG VAR, FRANCE

### Résultats (après 2 ans) :

- > Organisation de plus de 112 missions de surveillance
- > Mobilisation de 7 pêcheurs pour des activités de surveillance, en échange d'une compensation financière (1 ETP au total)
- > Amélioration de l'état des ressources environnementales locales
- > Renforcement du rôle de la prud'homie dans la gestion des ressources halieutiques locales

**Coût total :** 142 072 €

**Axe 4 du FEP :** 52 856 €

### Promoteur du projet :

Planète Mer  
[www.planetemer.org](http://www.planetemer.org)

STAND 13





# Rivière Nyköping: gérer ensemble une ressource commune

Tous les États membres de l'UE utilisent aujourd'hui des plans de gestion de district hydrographique pour préserver et améliorer la qualité de l'eau des rivières, lacs, estuaires, côtes et nappes phréatiques. Un projet mené par un FLAG suédois est parvenu à démontrer que des méthodes de partenariat peuvent être utilisées de façon efficace pour mettre en œuvre de tels outils d'aménagement du territoire.



Avant la mise en place du projet du FLAG, il n'existait aucun plan de gestion cohérent pour la rivière Nyköping, située au sud-est de la Suède. En outre, les différents groupes d'intérêts concernés (acteurs du secteur de la pêche et opérateurs touristiques) ne parvenaient pas à s'accorder sur un mode de gestion des ressources de la rivière qui soit durable et mutuellement avantageux. Le FLAG local est parvenu à résoudre ces problèmes

en rassemblant des acteurs des secteurs public et privé en vue de conclure un accord commun. Une société de conseil spécialisée dans l'environnement a facilité l'opération, qui a utilisé des outils de communication de façon efficace pour trouver un équilibre entre les intérêts socioéconomiques et environnementaux. Les résultats positifs obtenus ont permis d'améliorer les relations de travail entre les acteurs clés et d'élaborer un cadre de solutions global pour la gestion de la rivière Nyköping, tout en préparant le terrain pour de futures activités organisées par le FLAG.



## FLAG KUSTLINJEN, SUÈDE

**Résultats** (après 1 an):

- > Établissement d'un partenariat entre 9 organisations
- > Élaboration d'un plan commun de gestion de la rivière
- > Réduction des conflits d'intérêts

**Coût total du projet:** 54 035 €

**Axe 4:** 27 017 €

**Promoteur du projet:**

Nyköpingsåarnas vattenvårdsförbund

[www.vattenorganisationer.se/nvvf](http://www.vattenorganisationer.se/nvvf)

STAND 14



# Des filets sans danger pour les phoques : des engins de pêche adaptés

À l'est de la Finlande, des pêcheurs ont collaboré avec des défenseurs de l'environnement et des scientifiques pour élaborer des filets-pièges qui protègent leurs prises contre les attaques des phoques annelés de Saimaa, sans pour autant nuire à cette espèce menacée.



Les mesures de conservation visant à protéger le phoque annelé de Saimaa (un phoque d'eau douce), comme l'interdiction des filets-pièges, ont une incidence considérable sur les conditions de pêche commerciale dans la région. Des pêcheurs locaux ont soumis au FLAG East Finland une proposition commune pour concevoir et tester des filets-pièges de ponton sans danger pour les phoques, élaborés sur la base d'une expérience menée en mer Baltique, mais adaptés aux conditions des eaux intérieures. Le FLAG a réuni des pêcheurs, des défenseurs de l'environnement et des scientifiques (et a obtenu un financement de l'Axe 3 du FEP) afin de concevoir et de tester un filet-piège pour la pêche à la perche, au sandre et au corégone blanc dans lequel les phoques annelés de Saimaa ne pourraient pas pénétrer. Un coordinateur a été engagé pour mettre le projet sur pied et 6 pêcheurs commerciaux ont testé les filets pièges ainsi conçus pendant trois ans.

## FLAG EAST FINLAND, FINLANDE

### Résultats (après 4 ans) :

- > Réalisation d'un nouveau filet-piège inoffensif pour les phoques
- > Les législations nationales sont en cours de révision pour autoriser la pêche au filet-piège sur le lac
- > 5 M d'euros mobilisés dans le cadre du programme LIFE pour améliorer l'état de conservation du phoque annelé et renforcer la sélectivité et la diversification de la pêche

**Coût total :** 239 000 €

**Axe 4 :** animation et coordination par le gestionnaire du FLAG

### Promoteur du projet :

FLAG East Finland  
[www.kalatalous.wordpress.com](http://www.kalatalous.wordpress.com)

STAND 15



# Augmenter la valeur, pas les captures : certifier la durabilité

« Augmenter la valeur sans augmenter les prises » est la devise du FLAG Blekinge de Suède. Pour parvenir à cet objectif, le FLAG a élaboré un ensemble complet d'activités pour les pêcheurs locaux, notamment du soutien à l'obtention d'une certification attestant de la durabilité de leur poisson.



Plus qu'une devise, cette phrase est devenue un principe directeur pour la région et ses pêcheurs, et ce à tous les niveaux de la chaîne d'approvisionnement de la pêche. Le soutien apporté par le FLAG local a aidé les pêcheurs à améliorer la qualité et la valeur de leurs prises via un ensemble intégré de mesures, allant du renforcement de la viabilité environnementale de leurs activités de pêche à l'amélioration des techniques de manipulation et des ventes. Ce travail était essentiellement axé sur l'obtention du label de durabilité le plus réputé de Suède, KRAV, pour le poisson local. Il s'agit d'un processus de longue haleine, qui nécessite un important travail de recherche pour recueillir des données sur les stocks de poisson concernés. Il était également nécessaire de garantir la conformité du matériel et des navires de pêche utilisés, ainsi que des procédés de manipulation du poisson. Un coordinateur de projet a travaillé avec les pêcheurs et avec les autorités compétentes en matière de pêche pour préparer la demande à introduire en vue d'obtenir une certification pour le poisson local. Un premier pêcheur a obtenu la certification, et cette réussite a ouvert la voie pour les autres.

Plus qu'une devise, cette phrase est devenue un principe directeur pour la région et ses pêcheurs, et ce à tous les niveaux de la chaîne d'approvisionnement de la pêche. Le soutien apporté par le FLAG local a aidé les pêcheurs à améliorer la qualité et la valeur de leurs prises via un ensemble intégré de mesures, allant du renforcement de la viabilité environnementale de leurs activités de pêche à l'amélioration des techniques de manipulation et des ventes. Ce travail était essentiellement axé sur l'obtention du label de durabilité le plus réputé de Suède, KRAV, pour le poisson local. Il s'agit d'un processus de longue haleine, qui nécessite un important travail de recherche pour recueillir des données sur les stocks de poisson concernés. Il était également nécessaire de garantir la conformité du matériel et des navires de pêche utilisés, ainsi que des procédés de manipulation du poisson. Un coordinateur de projet a travaillé avec les pêcheurs et avec les autorités compétentes en matière de pêche pour préparer la demande à introduire en vue d'obtenir une certification pour le poisson local. Un premier pêcheur a obtenu la certification, et cette réussite a ouvert la voie pour les autres.



## FLAG BLEKINGE, SUÈDE

### Résultats (après 2,5 ans) :

- > Un pêcheur a obtenu la certification du programme de durabilité KRAV pour le cabillaud.
- > Des demandes ont été soumises en vue d'obtenir la certification KRAV pour la pêche au brochet et à la perche.
- > La rentabilité des prises certifiées KRAV a augmenté de 20-25 %.

**Coût total du projet (certification KRAV) :** 72 610,39 €

**Axe 4 du FEP :** 36 305,34 €

**Promoteur du projet :**  
FLAG Blekinge  
[www.leaderblekinge.se](http://www.leaderblekinge.se)

STAND 16





# Aquamar: une nouvelle méthode de purification de l'eau

En Pologne, l'aide technique et financière du FLAG a permis au porteur d'un projet original de transformer son idée en une éco-entreprise innovante et rentable, qui offre des services de purification de l'eau aux pêcheurs et aux exploitations aquacoles.



## FLAG BYTOW LAKE DISTRICT, POLOGNE

### Résultats (après 11 mois) :

- > Développement d'une nouvelle méthode respectueuse de l'environnement pour purifier l'eau (5 à 6 fois moins chère que les méthodes chimiques)
- > Création d'une nouvelle activité économique – 5 contrats ont déjà été conclus pour des services de purification de l'eau

**Coût total :** 71 700 €

**Axe 4 du FEP :** 26 250 €

### Promoteur du projet :

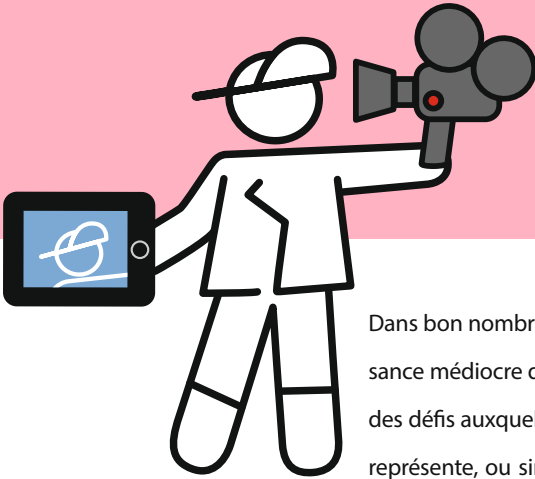
Andrzej Marczyński  
www.aquamar.com.pl



L'eutrophisation peut gravement affecter la qualité de l'eau, entraînant ainsi une baisse des revenus des pêcheurs et des aquaculteurs. Une entreprise d'aquaculture locale avait testé de nombreuses méthodes de purification de l'eau, qu'elle avait toutes jugées trop coûteuses et trop invasives. Au fil de plusieurs années de recherche, le personnel de l'entreprise a élaboré une nouvelle méthode biologique, basée sur l'injection d'espèces de bactéries spécifiques dans l'eau, qui absorbent et transforment les matières organiques. L'Axe 4 a couvert les frais d'équipement pour un laboratoire mobile (qui peut être installé dans une camionnette ou sur un petit bateau à moteur) permettant de réaliser des mesures et des analyses sur le terrain, en vue de planifier et/ou de contrôler les processus de purification de l'eau.

STAND 17

# Améliorer l'image de la pêche



Dans bon nombre d'États membres, le grand public n'a souvent qu'une connaissance médiocre du secteur de la pêche. Il existe de nombreuses lacunes au sujet des défis auxquels le secteur est confronté, de la valeur et des opportunités qu'il représente, ou simplement de la façon dont les activités de pêche et la chaîne

d'approvisionnement fonctionnent. L'image de la pêche est en effet souvent associée avant tout aux impacts négatifs sur l'environnement. Le public s'intéresse toutefois de plus en plus à l'origine des aliments et à leur mode de production. L'amélioration de l'image de la pêche constitue donc une priorité pour de nombreux FLAG, qui cherchent à rétablir un lien entre les professionnels du secteur et les citoyens.

Les exemples de projets présentés dans cette section ont pour objectif de donner une meilleure visibilité au secteur de la pêche et de promouvoir la valeur du poisson en tant que produit de qualité. Certains de ces projets ont également contribué à créer des emplois et à développer de nouveaux marchés pour les produits de la pêche. Il s'agit notamment de projets visant à améliorer l'accessibilité et l'attractivité des points de débarquement et des criées au poisson pour les visiteurs, ou encore de campagnes de promotion pour le secteur de la pêche menées dans les médias, dans les écoles et dans le cadre de festivals. D'autres projets mettent en évidence l'importance de favoriser les contacts entre le secteur de la pêche et d'autres secteurs d'activité, ainsi que d'investir dans la formation de futurs chefs qui pourront contribuer à rendre le poisson plus appétissant. Enfin, un projet innovant a utilisé un jeu vidéo pour sensibiliser les jeunes et les technophiles aux difficultés rencontrées par les professionnels du secteur de la pêche. Le vieillissement des pêcheurs constituant une préoccupation majeure dans de nombreuses régions couvertes par les FLAG et les jeunes générations étant de plus en plus exposées aux plats préparés, il n'est pas étonnant que de nombreux projets de cette section ciblent les jeunes dans la perspective d'un impact à long terme.



# Visiter le port de pêche de Vega : visites guidées et activités didactiques

Une *cofradía* (organisation de pêcheurs) des Asturies, en Espagne, a cherché à accroître la valeur touristique et culturelle du secteur local de la pêche en aménageant la criée locale pour y organiser des visites guidées et des activités didactiques.



Ce projet a aménagé un parcours interactif dans la criée locale, qui permet aux visiteurs de découvrir et d'explorer le travail quotidien des pêcheurs locaux. Pour 3 € par personne (entrée gratuite pour les enfants jusqu'à 12 ans), les visiteurs peuvent prendre part à une visite guidée menée par un employé de la *Cofradía* spécialiste des activités de pêche locales. Un espace didactique a également été construit et équipé pour illustrer

les caractéristiques et les pratiques propres aux activités de pêche locales au moyen de matériel audiovisuel, afin de rendre la visite plus attrayante pour les visiteurs, en particulier pour les familles et les écoles de la région. Le projet a bénéficié d'une large couverture médiatique nationale et est devenu une attraction touristique majeure de la région. Des hôtels locaux achètent même des billets groupés pour pouvoir proposer gratuitement la visite à leurs clients. À l'avenir, la *Cofradía* prévoit d'élargir cette visite guidée en organisant également des excursions sur un bateau de pêche pour les touristes.

## FLAG NAVIA-PORCÍA, ESPAGNE

### Résultats (après 6 mois) :

- > 600 visiteurs au total pendant l'été (juillet-août)
- > 4 000 € de revenus générés
- > Environ 25 % des visiteurs sont des enfants

**Coût total :** 135 400 €

**Axe 4 du FEP :** 101 550 €

### Promoteur du projet :

organisation de pêcheurs  
« Nuestra Señora de la Atalaya »  
[www.naviaporcia.com](http://www.naviaporcia.com)

STAND 18



# Promotion des produits de la mer: festival, promotion et séminaires

À Chypre, les FLAG Larnaca et Famagusta voulaient promouvoir les produits de la mer: ils ont donc initié une série d'événements et d'activités promotionnelles, qui leur ont permis de toucher des milliers de gens et d'encourager ces personnes à acheter et à consommer des produits issus de la pêche et de l'aquaculture régionales.



## FLAG LARNACA ET FAMAGUSTA, CHYPRE

**Résultats** (après 18 mois):

- > 7 000 visiteurs au festival du poisson de Protaras
- > 400 participants aux séminaires sur la pêche et l'aquaculture
- > Ouverture de deux nouveaux marchés de poissons dans la région

**Coût total du projet:** 110 000 €

**Axe 4 du FEP:** 50 000 €

**Promoteur du projet:**

FLAG Larnaca et Famagusta  
www.anetel.com



L'objectif du projet était d'inciter les gens à en savoir plus sur la disponibilité et la valeur nutritionnelle des produits de la mer frais. La première action a été l'organisation du tout premier festival du poisson à Protaras. Le succès de ce festival a permis d'améliorer l'image des produits de la mer, ainsi que du patrimoine et des activités du secteur de la pêche. Une deuxième initiative a ensuite consolidé ces résultats: une campagne

promotionnelle consacrée à la pêche et à l'aquaculture. Cette campagne prévoyait notamment l'installation de panneaux publicitaires sur les autoroutes, ainsi qu'une multitude de messages publicitaires diffusés dans les médias et en ligne. La dernière activité promotionnelle mise en place se composait d'un ensemble de séminaires ciblés sur la pêche, portant sur des thèmes tels que la biologie du poisson, la pêche et l'aquaculture à Chypre, et les critères déterminant la valeur nutritionnelle et la fraîcheur des produits de la mer. Ces séminaires étaient destinés aux élèves de l'enseignement secondaire et ont attiré plus de 400 participants.

STAND 19





# La gastronomie pour les chefs : une formation à la cuisine du poisson

Le soutien d'un FLAG bulgare à l'amélioration de la qualification des chefs cuisiniers a contribué à accroître la consommation de poisson local et la fréquentation touristique dans la zone de pêche de haute montagne « Le royaume de la truite – Dospat ».



Situé dans le massif montagneux des Rhodopes occidentales, Dospat est connu pour ses lacs d'eau douce et la truite sauvage des Balkans qu'on y trouve. L'élevage de la truite y est également très développé. Des professeurs de l'école hôtelière professionnelle régionale «Vasil Levski» ont remarqué que la consommation de poisson n'était pas populaire dans la région. Ils se sont dit qu'une plus grande diversité de plats de poisson

sains et présentés de façon attirante permettrait de faire évoluer les comportements locaux. Ils ont donc formé des chefs cuisiniers locaux, afin de faire changer les choses pour les habitants de la région, les producteurs de truites et les restaurants, ainsi que pour les touristes. Entres autres actions, ils ont notamment mis sur pied une formation professionnelle à la cuisine du poisson, recueilli des recettes de cuisine nationales et étrangères et publié un livre de cuisine. Une présentation de repas à base de poisson préparés par des apprentis a également été organisée pour la population locale.

## FLAG HWR BATAK-DEVIN-DOSPAT, BULGARIE

### Résultats (après 10 mois) :

- > Formation de 30 professionnels de la cuisine de poisson saine
- > Maintien de 5 emplois permanents et création de 10 nouveaux emplois saisonniers dans des restaurants locaux
- > Distribution d'un livre de recettes de poisson locales

**Coût total du projet:** 14 192 €

**Axe 4 du FEP:** 10 644 €

### Promoteur du projet :

école hôtelière Vasil Levski  
[www.pgidospat.com](http://www.pgidospat.com)

STAND 20a



# La gastronomie pour les chefs : une formation à la cuisine du poisson

Une formation portant sur les techniques de capture et de transformation du poisson et sur la préparation de plats de poisson régionaux a aidé 60 étudiants et enseignants de différentes écoles de gastronomie polonaises à comprendre le potentiel du poisson en tant qu'aliment précieux.



## FLAG KASZUBY ET FLAG NORTH KASZUBY, POLOGNE

### Résultats (après 6 mois) :

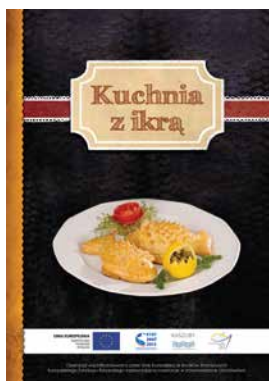
- > 60 étudiants en gastronomie ont suivi une formation intensive et obtenu un certificat
- > Les étudiants et les enseignants ayant participé à la formation intensive ont changé d'attitude par rapport aux plats de poisson
- > Publication d'un livre de recettes originales et traditionnelles à base de poissons locaux

**Coût total du projet :** 37 730 €

**Axe 4 du FEP :** 28 302 €

### Promoteur du projet :

FLAG Kaszuby FLAG et  
FLAG North Kaszuby  
<http://www.lgrkaszuby.pl>  
<http://www.plgr.pl>



La consommation de poisson en Pologne est l'une des plus faibles d'Europe, notamment parce que le poisson – et plus particulièrement les espèces locales – y est considéré comme un aliment peu appétissant et difficile à cuisiner. En collaboration avec 6 écoles de gastronomie, deux FLAG ont organisé une formation destinée à expliquer aux étudiants et aux enseignants les procédés de capture et de transformation du poisson. Ce projet comportait notamment une visite dans une usine de transformation du poisson, ainsi qu'une formation intensive de 72 heures par des chefs possédant une longue expérience dans la mise en valeur du poisson en cuisine.





# Community Seafood Officer: agent de liaison pour la pêche

La combinaison d'un engagement individuel avec des entreprises locales et le secteur anglais de la pêche, en vue de mettre ces différents acteurs en relation, et l'offre de services d'encadrement commercial a permis d'améliorer l'offre de poisson local sur le marché du North Devon.



## FLAG NORTHERN DEVON, ROYAUME-UNI

### Résultats (après 16 mois) :

- > Création de 2 emplois à temps partiel (1 ETP) et de 2 emplois saisonniers
- > Maintien de 2 emplois à temps plein
- > Création de 3 nouvelles entreprises
- > Lancement de 4 nouveaux produits

**Coût total :** 152 280 €

**Axe 4 du FEP :** 57 100 €

### Promoteur du projet :

North Devon+  
www.ndflag.co.uk

**STAND 21**



Ce projet de 3 ans a détaché un agent de soutien sur le terrain pour animer, établir et développer les relations entre le secteur de la pêche, les restaurants, les poissonniers et la communauté locale. En créant des liens entre les entreprises intéressées et en établissant de nouvelles relations, ce travail a contribué à développer la chaîne d'approvisionnement locale, ce qui a permis d'accroître la présence de poisson débarqué localement sur le marché local.

De nouveaux événements axés sur le poisson, les produits de la mer, le milieu marin et le patrimoine maritime ont également été mis en place. Le projet apporte notamment un soutien en matière de marketing et de sponsoring, afin de promouvoir les prises locales et de mettre en valeur les produits de la mer locaux et le patrimoine de la pêche. Il comporte enfin une importante composante axée sur la formation et le soutien commercial, en vue de mettre des idées en pratiques. Le projet a notamment donné naissance aux initiatives suivantes : création du stand de fruits de mer «The Glorious Oyster», lancement du stand de restauration ambulante «Seadog Foods», création de «Sunfish Cuisine», une entreprise qui propose des paniers de produits de la mer gastronomiques et des kits de barbecue à base de poisson.

Click to play!



## Legends of Kitka : un jeu vidéo sur la pêche

Depuis 2013, le corégone blanc Kitkan viisas fait partie des produits alimentaires de l'UE bénéficiant d'une appellation d'origine protégée (AOP). Ce petit poisson très spécial est devenu un met délicat très prisé. Désormais, il est également la star d'un jeu vidéo mobile et en ligne.



### FLAG KAINUU KOILLISMAA, FINLANDE

#### Résultats (après 12 mois):

- > Développement et lancement d'un nouveau jeu vidéo multilingue sur la pêche
- > Environ 1 300 téléchargements sur Android le premier mois
- > Environ 800 joueurs (pour les 3 versions linguistiques) sur la version en ligne du jeu le premier mois

**Coût total du projet:** 22 225 €  
(pour le jeu)

**Axe 4 du FEP:** 9 200 €

#### Promoteur du projet:

Naturpolis  
[www.naturpolis.fi](http://www.naturpolis.fi)



Dans le cadre d'une campagne élargie de communication et de développement de produit pour promouvoir ce poisson bénéficiant d'une AOP, le FLAG a collaboré avec des pêcheurs locaux et une jeune entreprise de jeux vidéo locale pour créer un jeu multiplateforme et multilingue. « Legend of Kitkan viisas » (disponible en ligne et sur Android) invite le joueur à se glisser dans la peau d'un pêcheur finlandais qui explore les lacs

de la région du FLAG Kainuu Koillismaa. Le joueur apprend à connaître les espèces locales, à vendre ses prises et à trouver de nouvelles zones de pêche. Ce jeu constitue une campagne promotionnelle interactive pour le poisson phare de la région, le Kitkan Viisas. Son aspect convivial et son graphisme attrayant permettent de sensibiliser les enfants et leurs parents de façon amusante. Le jeu est également disponible en anglais et en russe, car il est promu par les hôtels et les offices du tourisme de la région – qui attire chaque année 1 million de touristes, souvent venus pêcher.

STAND 22

# Développer les liens entre la pêche et le tourisme



De nombreux FLAG sont situés dans des régions côtières attrayantes et le tourisme est souvent l'une des premières options envisagées pour trouver de nouvelles sources de revenus et d'emplois. Il s'agit également d'un moyen de développer de nouveaux marchés pour les produits de la pêche locaux et d'améliorer la visibilité

et la connaissance du rôle joué par le secteur de la pêche dans la région. En outre, l'attrait croissant pour les expériences nouvelles et « authentiques », notamment sur le plan culinaire, a permis à bon nombre de FLAG de développer les liens entre le secteur de la pêche et l'industrie du tourisme, en exploitant et en promouvant les atouts de leur région liés à la pêche. Bien souvent, les pêcheurs sont invités à offrir directement des services et des produits aux touristes, mais ils bénéficient aussi parfois de manière indirecte de ces nouvelles activités.

Les projets présentés dans cette section illustrent les éléments clés nécessaires pour développer avec succès des activités de tourisme liées à la pêche. Les activités mises en place dans cette optique comprennent des excursions de pescatourisme pour observer les pêcheurs et les aquaculteurs au travail, l'aménagement d'un site de pêche côtier approvisionné en poissons capturés par des pêcheurs locaux et des visites guidées d'installations d'élevage de carpes. D'autres projets ont permis l'ouverture d'un restaurant de poisson tenu par un pêcheur de la région et de chambres d'hôtes dans une famille de pêcheurs. Un autre exemple illustre la façon dont le capital de pêche d'une région peut être assemblé et combiné avec d'autres caractéristiques locales pour créer une offre cohérente et séduisante à destination des visiteurs. La participation directe des pêcheurs, la formation, la coordination avec les professionnels du tourisme locaux et la mise en place d'actions promotionnelles efficaces figurent parmi les principaux facteurs de réussite de ces projets.



# Pescatourisme : découvrir la pêche et l'aquaculture

Dans le bassin d'Arcachon, un organisme intercommunal a rassemblé des pêcheurs, des conchyliculteurs et des opérateurs touristiques pour valoriser et promouvoir les activités et les produits de l'aquaculture et de la pêche sous la forme d'un ensemble de nouvelles formules d'éco-tourisme, qui aident aussi à définir l'identité de la région.



## FLAG ARCACHON, FRANCE

**Résultats** (après 5 ans) :

- > Rédaction d'une charte de qualité pour le pescatourisme
- > 11 pêcheurs et 14 producteurs d'huîtres ont diversifié leurs activités pour y intégrer le tourisme
- > 1 400 touristes ont pris part à des activités de pescatourisme entre 2010 et 2013 et 1 159 en 2014.

**Coût total du projet :** 39 564 €

**Axe 4 du FEP :** 17 715 €

**Promoteur du projet :**

Syndicat Intercommunal du Bassin d'Arcachon (SIBA)  
[www.bassin-arcachon.com/route-huitre-et-patrimoine-maritime](http://www.bassin-arcachon.com/route-huitre-et-patrimoine-maritime)



Ce projet a placé les activités de pêche et d'aquaculture locales au cœur d'une offre de tourisme responsable, générant ainsi des petits revenus supplémentaires pour le secteur et une meilleure reconnaissance de la contribution vitale qu'il apporte au territoire. Via une série de groupes de travail organisés entre les administrations publiques et les comités de la pêche et de la pêche aux crustacés, le projet a soutenu le développe-

ment et le lancement d'activités de pescatourisme. Entres autres actions, il a également rédigé une charte de qualité pour garantir la cohérence et la qualité de l'offre dans l'ensemble de la région. Parallèlement à ce travail, il a produit et diffusé du matériel promotionnel présentant une même identité visuelle. Les pêcheurs et les aquaculteurs ont aussi bénéficié d'un soutien direct, comportant notamment des formations, en vue de les encourager à accepter des touristes à bord de leurs bateaux.

STAND 23





## « Put 'n' Take » : une pêcherie récréative

Cette pêcherie à repeuplement organisé offre aux familles et aux groupes d'amis un moyen simple de s'essayer à la pêche en mer danoise dans un environnement sécurisé et accessible, où ils seront certains d'attraper du poisson. Cette activité innovante a permis d'améliorer l'offre touristique de la région, tout en créant un nouveau marché pour le poisson local via une collaboration unique entre un aquarium local, un poissonnier et des pêcheurs de la région.



### FLAG WEST JUTLAND, DANEMARK

#### Résultats (après 6 mois) :

- > Environ 1 000 visiteurs entre août et décembre 2013
- > Création de nouveaux canaux de vente pour les pêcheurs professionnels locaux (qui fournissent le poisson vivant)
- > Nouvelle clientèle pour le poissonnier local

**Coût total du projet :** 26 000 €

**Axe 4 du FEP :** 5 000 €

#### Promoteur du projet :

Michael Madsen  
www.saltvandspnttake.dk



Dans le cadre de ce projet, une partie de la côte a été fermée et repeuplée en continu avec des poissons vivants pêchés dans la région, comme le carrelet, le turbot et le cabillaud, à des fins de pêche récréative. Les trois partenaires du projet – un opérateur touristique, des pêcheurs locaux (qui fournissent le poisson vivant) et un poissonnier – ont diversifié leurs sources de revenus en vendant des billets d'entrée, du matériel de

pêche et des appâts, ainsi que des rafraîchissements et des services de petite restauration. Entres autres aménagements, la plage a été équipée d'un petit cottage, de tables, de poubelles et de bancs pour permettre aux visiteurs de s'abriter et de se reposer. Et lorsque les prises sont décevantes, les familles ont tout de même la garantie d'avoir du poisson dans leur assiette le soir, car, si elles n'ont rien pêché, elles peuvent toujours se rendre chez le poissonnier local pour y recevoir gratuitement un carrelet par personne.

STAND 24



# Le tourisme de la carpe : des visites guidées en compagnie de spécialistes de la carpe

La région d'Aischgrund, en Allemagne, a utilisé l'Axe 4 pour inciter près de 1 000 éleveurs de carpes à unir leurs efforts pour développer et promouvoir le tourisme de la carpe dans la région. Ces efforts ont abouti à la création d'un centre d'information, à la mise en place de formules d'activités et à la formation de 50 « guides spécialistes de la carpe ».



## FLAG AISCHGRÜNDER KARPFEN, ALLEMAGNE

### Résultats (après 4 mois) :

- > Centre d'information destiné à promouvoir le tourisme de la carpe (création de 2 ETP)
- > Formation de 50 guides spécialistes de la carpe
- > Développement du tourisme de la carpe et sensibilisation des consommateurs à l'IGP « carpe d'Aischgrund »
- > Augmentation des revenus dans les restaurants disposant du label de qualité « cuisine de la carpe d'Aischgrund »

**Coût total du projet :** 205 020 €

**Axe 4 du FEP :** 82 008 €

### Promoteur du projet :

Karpfenland Travel  
www.karpfenland-travel.com



La région allemande de Karpfenland Aischgrund a une longue tradition d'élevage de la carpe. Près d'un millier de pisciculteurs en étangs élèvent la célèbre carpe d'Aischgrund au moyen de méthodes traditionnelles dans plus de 7 000 bassins répartis dans la région. En janvier 2013, le maire local et président de l'association régionale « Karpfenland Aischgrund E.V. » et un maire de la région ont eu l'idée de mettre en place un office du tourisme chargé de promouvoir le tourisme autour du thème de la carpe. Ils ont fondé l'agence « Karpfenland Travel » et dispensé une formation spéciale à des éleveurs de carpes locaux pour leur permettre d'accompagner les touristes dans le cadre de promenades guidées le long des nombreux bassins d'élevage, d'excursions en bus et de visites au musée local de la carpe. Ces activités sont proposées parallèlement à d'autres activités de tourisme plus générales, comme des promenades à vélo et des circuits touristiques en ville. Du matériel promotionnel a également été produit, tel que des brochures, un site internet multilingue, une page Facebook et une chaîne YouTube, en vue de faire du tourisme de la carpe l'une des attractions phares de la région. Bon nombre d'éleveurs de carpes ont aujourd'hui diversifié et accru leurs revenus en travaillant comme guides spécialistes de la carpe.



# Un restaurant au bord des vagues : l'initiative d'un pêcheur

Un petit pêcheur grec a ouvert un restaurant pour compléter ses revenus pendant l'été et servir son poisson frais.



Pour permettre la reproduction des poissons, bon nombre de zones de pêche de l'île de Kalymnos sont fermées pendant les mois d'été. Il s'agit donc d'une période de pêche restreinte et de faibles revenus pour les pêcheurs locaux. Kostas Pizanias a décidé de saisir une opportunité en demandant une aide au titre de l'Axe 4 pour développer une nouvelle activité qui lui permettrait de compléter ses revenus pendant l'été. Dans le petit village de

pêcheurs d'Emporeios, il a aménagé un bâtiment qu'il possédait sur le front de mer pour en faire un restaurant de poisson entièrement équipé. Il a ensuite mené une série d'actions promotionnelles et de publicité. Son restaurant l'emploie désormais, ainsi que deux autres personnes, pendant tout l'été et lui permet de vendre ses prises réduites de la saison directement aux clients de son établissement, qui peuvent aussi profiter de la vue sur la mer et des vagues. 100 % du poisson servi dans le restaurant est d'origine locale et 80 % provient de la production de Kostas.



## FLAG DODECANESE, GRÈCE

**Résultats** (après 12 mois) :

- > Ouverture d'un nouveau restaurant « 0 km » et création d'une nouvelle activité économique
- > Augmentation de 35 % des revenus annuels (70 % pendant l'été)
- > Création de 3 emplois saisonniers (ETP)

**Coût total du projet :** 60 941 €

**Axe 4 du FEP :** 26 327 €

**Promoteur du projet :**

Kostas Pizanias (pêcheur)

[www.tokyma-kalymnos.gr](http://www.tokyma-kalymnos.gr)

STAND 26





# Chambres d'hôtes chez un pêcheur: loger dans une famille de pêcheurs

**Ecaterina Epifan, la femme d'un pêcheur, a aménagé des infrastructures d'hébergement pour compléter ses revenus et attirer davantage de touristes dans le village de pêcheurs roumain de Mila 23.**



## FLAG TULCEA, ROUMANIE

### Résultats

(prévisions pour la 1<sup>re</sup> année):

- > Création de 2 nouveaux emplois
- > 1 000 à 1 500 clients par an

**Coût total:** 215 021 €

**Axe 4 du FEP:** 96 759 €

### Promoteur du projet:

P.F.A. Epifan Ecaterina

**STAND 27**



Dans le but de diversifier les activités économiques de sa famille, Ecaterina, la femme d'un pêcheur, a commencé à offrir aux touristes un hébergement dans sa maison et à servir le poisson frais pêché par son mari dans le village de Mila 23, situé dans le delta du Danube. Cette activité a d'abord débuté comme une forme d'hospitalité offerte à la famille et aux amis proches du couple mais, à mesure que les visiteurs revenaient chaque année et invitaient d'autres personnes à les accompagner, le nombre d'hôtes a fini par excéder les capacités de la maison. Ecaterina a saisi cette occasion de créer une véritable activité commerciale en exploitant le potentiel du tourisme local, en pleine expansion. Elle a sollicité l'aide du FLAG pour étendre ses activités et répondre aux demandes des visiteurs dans le delta du Danube. Le projet en lui-même comprenait l'aménagement d'installations pour recevoir les touristes de façon professionnelle, telles que 7 chambres, une terrasse ouverte et une salle à manger d'une capacité de 20 personnes.

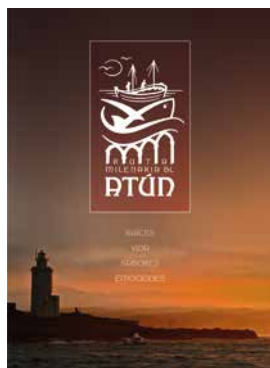
Le projet en lui-même comprenait l'aménagement d'installations pour recevoir les touristes de façon professionnelle, telles que 7 chambres, une terrasse ouverte et une salle à manger d'une capacité de 20 personnes.





# La route millénaire du thon : proposer une gamme d'attractions touristiques

Plus de 100 entreprises locales (entreprises de pêche et de transformation, restaurants, opérateurs touristiques...) et deux parcs naturels ont uni leurs efforts pour élaborer un ensemble de formules touristiques le long du golfe de Cadix, en Espagne.



Pour lutter contre le taux de chômage élevé de la région et les difficultés auxquelles le secteur de la pêche local est confronté, le FLAG Cádiz Estrecho a investi dans la promotion de son patrimoine de la pêche – et plus particulièrement de son activité traditionnelle de pêche au thon, l'« *almadraba* » – afin de se présenter comme un point de vente unique et d'attirer ainsi un tourisme de qualité en dehors de la haute saison. Le FLAG a collaboré avec des organisations de pêcheurs locaux, des criées au poisson et des entreprises de transformation pour élaborer des visites guidées

et des ateliers sur le thème de ces activités traditionnelles et pour proposer et promouvoir ces expériences dans le cadre d'une offre complète d'activités touristiques, de visites de sites naturels et de découvertes culturelles et gastronomiques. Le projet a créé un site web pour présenter cette offre touristique variée dans la région de Cadix et a invité des opérateurs touristiques locaux et internationaux à découvrir et à promouvoir la « route millénaire du thon ».

## FLAG CÁDIZ ESTRECHO, ESPAGNE

### Résultats (après 2 ans) :

- > Mobilisation de 100 entreprises
- > Développement de 5 nouveaux produits
- > Création de 4 emplois
- > > 200 000 € générés

**Coût total du projet :** 389 240 €

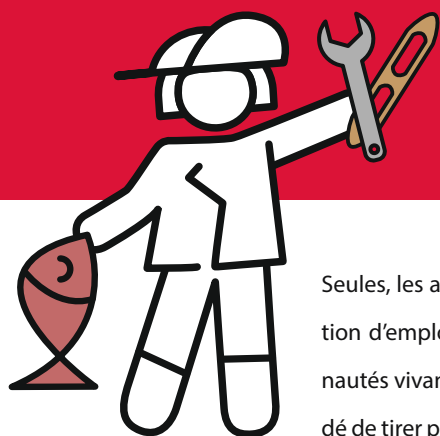
**Axe 4 du FEP :** 291 930 €

### Promoteur du projet :

FLAG Cádiz Estrecho  
[www.rutamilenariadelatun.com](http://www.rutamilenariadelatun.com)

STAND 28

# Développer de nouvelles activités liées à la pêche



Seules, les activités de pêche ne peuvent suffire pour relever le défi de la création d'emplois et de nouvelles sources de revenus durables pour les communautés vivant de la pêche. Tandis que de nombreuses zones de pêche ont décidé de tirer parti des opportunités générées par la croissance bleue, par exemple en exploitant le potentiel touristique de la région (voir la section 5, « Développer les liens entre la pêche et le tourisme »), certains FLAG ont trouvé d'autres moyens de créer de nouvelles sources de revenus.

L'innovation constitue un important outil de développement local, dont les communautés côtières et de pêcheurs d'Europe peuvent faire bon usage en s'appuyant sur l'expertise et les incitations financières fournies par les FLAG. Les résultats de tels projets permettent de créer et de préserver des emplois, mais peuvent aussi inspirer d'autres personnes à se lancer dans des entreprises innovantes.

Les activités de diversification financées par des FLAG peuvent être initiées par des représentants du secteur de la pêche ou par d'autres acteurs, tels que des PME locales. La principale difficulté consiste à s'assurer que les communautés de pêcheurs peuvent profiter de l'investissement réalisé. Les projets soutenus par des FLAG établissent souvent un lien entre des compétences traditionnelles et des industries modernes dans le but de pénétrer de nouveaux marchés. Les projets présentés dans cette section vont de la production et la réparation de filets de pêche (qui peuvent constituer un point de départ pour le développement d'une gamme de produits plus large) à l'ouverture d'un atelier de réparation des bateaux, ou encore à l'extraction de sable pour la production de crustacés. Ces projets ont généré des avantages en matière d'emploi et donné naissance à de nouvelles opportunités commerciales.



# Production d'engins de pêche : diversifier les activités et les marchés

L'aide financière octroyée au titre de l'Axe 4 a permis à un pêcheur de l'île estonienne de Hiiumaa de diversifier ses activités en dehors de la saison de pêche en se lançant dans la production d'engins de pêche et de filets à usages multiples.



Imre Kivi, un pêcheur de la petite île de Hiiumaa, a décidé de diversifier ses activités et d'accroître ses revenus en lançant une entreprise innovante, qui offre une gamme de produits liés au filet. L'idée du projet était également de proposer des services relatifs au matériel de pêche sportive et professionnelle. L'Axe 4 a cofinancé la rénovation et l'aménagement d'un vieux hangar en locaux modernes, peu coûteux en énergie et appropriés

à la production d'engins de pêche. Outre des filets-pièges, des filets maillants, des chaluts, du matériel d'aquaculture et des pavillons de signalisation pour la pêche, l'entreprise produit également d'autres types de filets, comme des filets d'escalade pour les aires de jeu, des filets de cage de football et des câbles de remorquage. Cet investissement a abouti au développement d'une nouvelle activité tout au long de l'année et à la création de 4.5 emplois occupés par des femmes résidant sur l'île.

## FLAG HIIUKALA, ESTONIE

### Résultats (après 3 ans) :

- > Lancement d'une nouvelle activité économique, dont les produits sont vendus sur le marché national et en Finlande
- > Création de 4.5 nouveaux emplois

**Coût total :** 90 474 €

**Axe 4 du FEP :** 47 500 €

### Promoteur du projet :

FIE Imre Kivi  
[www.stonefish.ee](http://www.stonefish.ee)

STAND 29



# Diversifier le ramendage : accessoires pour la pêche sportive et magasin artisanal

L'aide technique et le soutien financier apportés par un FLAG espagnol ont aidé deux ramendeuses des Asturies à diversifier leurs activités traditionnelles de réparation de filets pour s'aventurer sur de nouveaux marchés (formation et tourisme).



Teté et Margarita, deux ramendeuses locales expérimentées, exerçaient leur métier dans de vieux locaux et de mauvaises conditions. En outre, les revenus qu'elles tiraient de cette activité diminuaient au fil du temps. Avec l'aide du FLAG, elles ont rénové leurs locaux et trouvé une nouvelle source de profit pour diversifier leurs revenus en ouvrant un magasin artisanal, afin d'y vendre des souvenirs et des articles de pêche sportive aux touristes. Les

deux femmes vendent aussi divers produits artisanaux qu'elles fabriquent elles-mêmes, comme des tapis, des broches, des filets de football et des sets de table. De plus, afin de préserver l'activité de ramendage, elles ont organisé des formations destinées à attirer les jeunes vers les secrets et les techniques de cette activité traditionnelle. À côté de ces formations, elles organisent également des visites touristiques du magasin pour présenter leur travail.

## FLAG LA SIDRA, ESPAGNE

### Résultats (après 7 mois) :

- > 300 clients pendant l'été et 120 autres pendant les 4 mois suivants
- > 400 touristes ont pris part aux visites guidées
- > 17 personnes ont suivi la formation à la réparation de filets

**Coût total :** 17 485 €

**Axe 4 du FEP :** 6 701,43 €

### Promoteur du projet :

Equipo A.T., C.B.  
www.mancosi.es

STAND 30





# Atelier de réparation de bateaux : soutenir l'activité de la pêche et de plaisance

L'aide apportée par un FLAG à un entrepreneur local de la ville de pêcheurs d'Ustka, en Pologne, a permis de créer des emplois, de faciliter le travail des pêcheurs locaux et d'aider ceux-ci à diversifier leurs activités en s'ouvrant au tourisme.



Une PME locale a bénéficié d'un soutien pour acheter du matériel afin de rénover des bateaux de pêche dans une région qui disposait de 3 ports de pêche, mais ne possédait aucun atelier de réparation. Outre la rénovation de vieux navires de pêche, l'entreprise est également équipée pour aménager ces bateaux en vue d'activités touristiques, ainsi que pour concevoir et construire de nouveaux bateaux, spécialement adaptés aux ac-

tivités de tourisme et de loisir. Le développement de ces activités innovantes dans la région a permis de réduire les coûts et d'améliorer la qualité de vie des pêcheurs locaux, qui ne doivent plus acheminer leur bateau jusqu'à un atelier lointain. Cela a également permis aux pêcheurs d'entreprendre de nouvelles activités sur leur bateau, comme des visites guidées et des excursions de pêche.

## FLAG SLOWINSKA, POLOGNE

### Résultats (après environ 8 mois) :

- > Maintien de 6 emplois dans la PME existante
- > Création de 3 nouveaux emplois, dont 1 pour un ancien pêcheur
- > Services d'entretien offerts à 8 clients dans l'atelier de réparation de bateaux

**Coût total du projet :** 150 110 €

**Axe 4 du FEP :** 64 770 €

### Promoteur du projet :

Arkadiusz Siekierzycki  
www.sgr.org.pl

STAND 31



# Extraction et transport de sable : au service de la conchyliculture

Nuno Russo est issu d'une famille de conchyliculteurs portugais de Ria Formosa, en Algarve. L'Axe 4 lui a permis, ainsi qu'à sa famille, de diversifier leurs activités et de proposer un nouveau type de service aux autres producteurs de crustacés.



Tout comme l'agriculture, l'élevage traditionnel de coques dans la Ria Formosa nécessite des processus de régénération des sols longs et précis. Ces étapes sont nécessaires pour obtenir un substrat à la structure et à la composition idéales pour la culture de coques. Pour y parvenir, les conchyliculteurs doivent mélanger du sable et des graviers dans des proportions idéales et doivent souvent ajouter un peu plus de l'une ou l'autre substance,

ce qui requiert de longues et importantes opérations d'extraction et de transport. Pour transformer ce problème en une opportunité, Nuno Russo a décidé de concevoir un bateau spécialement adapté, équipé d'une grue et d'une barge de transport, afin de faciliter les opérations de production. Il a ainsi pu lancer une nouvelle activité, qui consiste à extraire et à transporter du sable pour les autres producteurs de la région. Ceux-ci bénéficient aujourd'hui de ce nouveau service, qui représente une source de revenus innovante pour Nuno.

## FLAG SOTAVENTO, PORTUGAL

### Résultats (après 5 mois) :

- > Création et concrétisation d'un nouveau service
- > Maintien de 2 emplois à temps plein
- > 6 nouveaux clients

**Coûts total du projet :** 62 263 €

**Axe 4 du FEP :** 37 358 €

### Promoteur du projet :

Nuno Russo (producteur de crustacés)  
www.gacsotavento.com

STAND 32

# Rendre les zones de pêche attrayantes



Rendre les zones de pêche plus attrayantes (pour le travail, les loisirs et le tourisme) et améliorer la qualité de vie des communautés de pêcheurs constituent des priorités pour de nombreux FLAG. C'est particulièrement le cas dans les régions plus isolées et moins développées, qui peuvent rencontrer des difficultés pour assurer la compétitivité de leurs produits et de leurs services et maintenir la viabilité de leurs communautés. Dans d'autres régions, qui ont connu un important développement, les ports et les infrastructures de pêche se sont parfois détériorés, tandis que les habitants qui en dépendent ont été exclus du développement économique environnant. Pour remédier à ces problèmes, il est souvent nécessaire de procéder à des investissements considérables dans les infrastructures physiques ou sociales. Cependant, combiné avec un soutien au développement des entreprises et à la création d'emplois bien pensé, ce type d'investissements peut améliorer l'attractivité des zones de pêche, aider à prévenir un déclin de la population et assurer un avenir viable à l'échelle locale.

Les projets de cette section vont des investissements pour restaurer une cale de lancement (afin de préserver la viabilité économique de la vie sur une petite île) à la modernisation d'un port de pêche (en vue d'améliorer les infrastructures pour les pêcheurs et les activités aquatiques). Parmi les autres projets figure aussi l'organisation d'événements réguliers dans le but d'ancrer à nouveau la tradition de la pêche au cœur du port d'une petite ville. Une méthode innovante de collecte de fonds pour des infrastructures locales est également présentée. Le succès de ces projets dépend avant tout du soutien solide de la communauté locale et de l'accent mis sur un investissement qui n'est pas une fin en soi, mais qui peut déclencher d'autres processus de développement.



# Rénovation du port d'Oiu : rendre la vie et le travail plus attrayants

En Estonie, les financements de l'Axe 4 ont contribué au développement du port d'Oiu, qui est devenu le premier port du lac Võrtsjärv proposant tous les services nécessaires à la pêche. Il devrait également devenir plus attractif pour d'autres secteurs.



Oiu est un petit village de pêche situé sur la rive nord du lac Võrtsjärv, où vivent une vingtaine de pêcheurs professionnels locaux. En raison d'un manque d'infrastructures et d'aménagements sur le lac, les pêcheurs y travaillaient auparavant dans des conditions très difficiles. La modernisation et l'installation des infrastructures nécessaires s'imposaient pour soutenir les pêcheurs professionnels et la communauté locale. Ce projet a été

proposé par les pêcheurs eux-mêmes et les infrastructures modernisées ont permis d'améliorer leur qualité de vie, ainsi que celle de la collectivité. Grâce à la construction d'une station essence financée par le projet, par exemple, les pêcheurs et autres usagers de bateaux ne doivent plus se rendre dans la ville la plus proche pour y remplir des bidons d'essence. La transformation du port en une installation moderne attire également de nouvelles activités, ce qui profite à la fois au tourisme et au secteur des services.

## FLAG LAC VÕRTSJÄRV, ESTONIE

### Résultats (après 7 mois) :

- > 50 pêcheurs basés tout autour du lac utilisent désormais les infrastructures du port
- > 4 nouvelles entreprises ont été créées autour du port, dans les domaines de la restauration, de la construction navale, de la vente de produits à base de poisson, de l'hôtellerie et de la vente et la location de bateaux

**Coût total :** 128 900 €

**Axe 4 du FEP :** 77 340 €

### Promoteur du projet :

Oiu Yacht Club

[www.oiusadam.ee](http://www.oiusadam.ee)

STAND 33





# Cale de lancement d'InisLyre : assurer un revenu économique sur une petite île

Un investissement du FLAG dans la réhabilitation d'une cale de lancement a permis à son propriétaire de rester sur l'île irlandaise de Clew Bay et d'assurer un mode de vie plus durable à sa famille.



La remise en service de la cale de lancement pour les 3 habitants de l'île d'Inislyre a permis de créer des capacités supplémentaires dans une région reculée. La cale de lancement la plus proche était celle de Rosmoney, dont la capacité était limitée à un seul bateau et pouvait donc vite devenir insuffisante. Suite à sa remise en état, la cale de lancement privée de ce projet peut désormais être louée par jusqu'à 3 bateaux simultanément.

Les propriétaires de bateaux peuvent l'utiliser pour examiner la coque de leurs navires et procéder à des entretiens et des réparations. Cela évite aux navires de plaisance et commerciaux de devoir parcourir de longues distances pour trouver une alternative de qualité comparable. Ce projet a également permis de développer de nouvelles activités économiques.

## FLAG NORTH WEST, IRLANDE

**Résultats** (après 12 mois) :

- > Maintien d'un emploi à temps plein
- > Développement de 3 nouveaux services – réparation, peinture et nettoyage des coques de bateaux
- > 6 bateaux ont utilisé le service développé en 2014
- > Le projet a généré des revenus supplémentaires à hauteur de 4 950 € pendant la première année complète d'activité.

**Coût total** : 7 586 €

**Axe 4 du FEP** : 1 517 €

**Promoteur du projet** :

Joachim Gibbons

STAND 34



# Simrishamn : une ville d'espoir pour les pêcheurs

Simrishamn est une petite ville pittoresque du sud de la Suède, qui possède une longue tradition de pêche. Cependant, le secteur de la pêche local a été ébranlé par plusieurs crises et connaît un net déclin depuis les années 1980. Les pêcheurs avaient perdu leur voix et leur visibilité dans la région, mais l'Axe 4 leur a permis de retrouver leur place dans la société et d'attirer des visiteurs dans leur ville.



## FLAG SOUTH BALTIC, SUÈDE

**Résultats** (3 événements annuels):

- > Environ 14 000 personnes ont assisté au festival organisé dans le port de Simrishamn
- > Les revenus des pêcheurs participants augmentent pendant le festival (environ 165 € par jour)
- > Accroissement de l'intérêt du public et de l'implication d'ONG dans le secteur local de la pêche
- > Identification d'un marché potentiel pour des espèces traditionnellement considérées comme non commercialisables (augmentation de la valeur de 0 € à 4 €/kg)

**Coût total (2013):** 75 000 €

**Axe 4 du FEP:** 37 500 €

**Promoteur du projet:**  
FLAG South Baltic  
[www.southbalticflag.se](http://www.southbalticflag.se)



Pour rompre le cercle vicieux de « moins de bateaux, moins d'attention », les pêcheurs locaux ont décidé de prendre la voie de « plus de visibilité, plus d'intérêt ». L'Axe 4 a été employé pour imaginer et organiser un festival dans le port de la ville, rassemblant les différents acteurs locaux autour des atouts du secteur de la pêche de la communauté. L'événement comprenait des ventes directes de poissons locaux (dont des espèces jusqu'alors

sous-évaluées), des cours de cuisine publics, des activités pour enfants et des sessions « coque ouverte » pour permettre au public de monter à bord des bateaux de pêche locaux et de les visiter. L'événement pilote a rencontré un tel succès qu'il a pris de l'ampleur l'année suivante : c'est désormais un festival annuel régulier, qui dure deux semaines. L'événement fait l'objet d'une grande attention, permet aux habitants de la ville et aux visiteurs de renouer avec la tradition de pêche de la région et restaure l'attractivité du secteur pour les pêcheurs de Simrishamn. Il a même réussi à convaincre la ville de ne pas transformer le site historique de l'ancien marché aux poissons du port en un hôtel, mais plutôt de restaurer pour lui rendre sa fonction initiale de marché aux poissons.



# Annan Harbour: financement participatif des infrastructures portuaires

En Écosse, le Annan Harbour Action Group a fait appel au financement participatif («crowd funding») pour trouver l'indispensable co-financement du secteur privé à apporter dans le cadre d'un projet de restauration soutenu par un FLAG.



L'objectif du Annan Harbour Action Group est de développer le port d'Annan en tant qu'atout communautaire et de promouvoir des activités aquatiques et terrestres liées à l'environnement maritime. Ce projet s'inscrit dans une série d'activités visant à accroître l'activité économique en restaurant le potentiel qu'un port actif et dynamique pourrait apporter à la région. Les activités de haute valeur dans le domaine du tourisme de

plaisance font l'objet d'une attention toute particulière. Une première étape importante consiste à retirer le limon qui s'est accumulé dans le port depuis plus de 50 ans et qui empêche les bateaux de pêche et de plaisance d'y circuler aisément. Le groupe d'action a employé la solution innovante du financement participatif sur Internet pour récolter de l'argent auprès de nombreux particuliers. Les gens font de petits dons au projet et reçoivent en échange des «récompenses». Ce système présente l'avantage de mettre en évidence l'étendue du soutien de la communauté au projet et d'encourager le groupe d'action à faire preuve de créativité dans sa façon de communiquer et de s'engager à l'échelon local.

## FLAG DUMFRIES AND GALLOWAY, ROYAUME-UNI

### Résultats (après 3 mois) :

- > 7 624 € récoltés par financement participatif en 56 jours
- > Contributions de 45 bailleurs de fonds

**Coût total :** 55 007 €

**Axe 4 du FEP :** 14 290 €

### Promoteur du projet :

Annan Harbour Action Group  
[www.annanlive.co.uk](http://www.annanlive.co.uk)

STAND 36



# Investir dans les gens



Le renforcement des capacités et des compétences des membres d'une communauté locale et l'aide apportée à ces personnes dans la mise en œuvre de leurs idées constituent un facteur de succès important dans de nombreux projets soutenus par l'Axe 4 à travers l'Union européenne. Un certain nombre

de projets FLAG sont spécifiquement axés sur les personnes. De telles actions reconnaissent que l'élément humain représente un atout de taille dans tout développement ascendant mené par une communauté, ainsi que pour un secteur de la pêche robuste et équipé pour relever les futurs défis.

Chacun des exemples de cette section présente l'histoire personnelle d'un individu ou d'un groupe d'individus dont la vie a changé grâce au soutien apporté par un FLAG. Les projets vont d'une fille de pêcheur qui apprend à gérer l'entreprise de son père, à un groupe de jeunes sans emploi qui acquièrent de nouvelles compétences et trouvent du travail dans le secteur de la pêche. D'autres projets montrent comment le FEP a aidé des membres de la communauté de pêcheurs (en particulier des femmes) en les encourageant et en les aidant à créer leur propre entreprise. Un exemple illustre également la façon dont la confiance et le soutien ciblé d'un FLAG ont permis à un fonctionnaire au chômage de changer de carrière et de suivre sa vocation d'aquaculteur. Les éléments clés du succès de ces projets soulignent l'importance de combiner différentes formes de soutien (formation et encadrement théoriques et sur le terrain ; mentorat et mise en réseau ; financement d'investissements pour mettre des idées en pratique...) et d'adapter ces différentes méthodes de soutien aux besoins spécifiques des individus.





# Programme Maître-Apprenti : un soutien aux jeunes qui se lancent dans la pêche

Grâce à la combinaison d'un apprentissage pour les jeunes pêcheurs et d'un soutien financier pour améliorer une entreprise de pêche locale, Tanja, une Finlandaise de 33 ans, est désormais une pêcheuse accomplie, qui vend ses produits frais ou transformés directement aux consommateurs.



## FLAG SOUTH FINLAND, FINLANDE

### Résultats pour un participant (après 18 mois) :

- > Maintien d'une entreprise de pêche, gérée par un jeune
- > Développement d'activités de transformation et de vente directe, d'où progression du chiffre d'affaire de l'entreprise de 50 %
- > Création de 2 ETP (une jeune pêcheuse, ainsi que 2 mi-temps dans la transformation et la vente)

**Coût total :** 49 000 €

**Axe 4 du FEP :** 18 963 €

### Promoteur du projet :

Nylands Fiskarförbund  
(union régionale de la pêche)  
[www.akerfeltsfisk.fi](http://www.akerfeltsfisk.fi)



Dans la région du FLAG South Finland, malgré un stock de poissons généreux, l'offre ne parvient pas à satisfaire la demande locale. De plus, deux tiers des pêcheurs devraient prendre leur retraite l'année prochaine. Dans ce contexte, attirer des jeunes vers la pêche professionnelle est une priorité. Un projet de FLAG « Maître-Apprenti » a permis à 6 jeunes de suivre une formation pratique auprès d'un réseau de pêcheurs plus expérimentés.

Au cours de leur formation, ils ont appris des techniques de pêche et de transformation, ainsi que ce dont les entreprises de pêche ont besoin pour se développer. En combinant cela avec un soutien et des conseils sur les subventions disponibles, Tanja Åkerfelt a repris l'entreprise de pêche de son père et est devenue une entrepreneuse et une pêcheuse accomplie.



# Former les jeunes aux métiers de la pêche en mer

Une formation organisée dans la région des Cornouailles, au Royaume-Uni, montre comment les FLAG peuvent favoriser l'acquisition de nouvelles compétences et améliorer l'attractivité du secteur pour les jeunes professionnels.



Le manque de compétences et le vieillissement de la main-d'œuvre sont des problèmes que rencontrent de nombreuses régions de pêche à travers l'Europe. En collaboration avec une association de bienfaisance qui vise à aider les jeunes défavorisés, le FLAG Cornwall & Isles of Scilly a élaboré une série de cours destinés à attirer de jeunes recrues vers le secteur de la pêche. Les cours certifiés de pêche commerciale, dispensés

par la Seafood Cornwall Training (SCT), ont été conçus de façon à fournir aux candidats les compétences et les connaissances nécessaires pour travailler en mer de façon sûre et efficace. Les formations ont été dispensées par des instructeurs qualifiés, pour la plupart des pêcheurs actifs ou retraités, afin d'améliorer les possibilités d'emploi. Les cours sur les produits de la mer étaient donnés par la Padstow Seafood School, un établissement spécialisé dans le secteur de la restauration.

## FLAG CORNWALL AND ISLES OF SCILLY, ROYAUME-UNI

### Résultats (après 2 ans) :

- > 48 jeunes sans emploi ont suivi la formation
- > 24 d'entre eux ont trouvé du travail dans la pêche ou dans un secteur connexe.

**Coût total:** 170 400 €

**Axe 4 du FEP:** 114 825 €

### Promoteurs du projet :

Princes Trust et Seafood Cornwall Training  
[www.princes-trust.org.uk](http://www.princes-trust.org.uk)  
[www.seafoodcornwalltraining.co.uk](http://www.seafoodcornwalltraining.co.uk)

STAND 38



# Femmes entrepreneurs : exemples à suivre et mise en réseau

Les sept FLAG andalous ont participé à un projet de coopération pour encourager l'esprit d'entreprise chez les femmes dans cette région d'Espagne, en commençant par étudier l'expérience des femmes de la région et en présentant des femmes chefs d'entreprise qui ont réussi comme des exemples à suivre.



## 7 FLAG ANDALOUS, ESPAGNE



Le taux de chômage élevé en Andalousie, combiné à un objectif stratégique commun de diversification de leur économie locale, a poussé les 7 FLAG andalous à coopérer autour d'un projet visant à mieux comprendre l'entrepreneuriat féminin dans la région. Le projet visait également à déterminer quel soutien permettrait d'encourager les femmes à lancer leur propre entreprise. Diverses actions ont ainsi été menées : une analyse

des entreprises dirigées par des femmes dans les zones de pêche de la région, ainsi que des obstacles et des facteurs de réussite pour créer une entreprise ; l'identification et la sélection de femmes chefs d'entreprise dont la réussite pourrait servir d'exemple à d'autres femmes dans le secteur ; la mise en avant de leur histoire via la production de 14 courts métrages et d'une base de données de bonnes pratiques ; l'organisation d'une série d'ateliers d'échange entre des femmes entrepreneurs déjà établies et des candidates entrepreneurs. Ces actions ont poussé de nombreuses femmes habitant les régions côtières à envisager une carrière en tant que chef d'entreprise et ont préparé le terrain pour la mise en place d'un soutien plus ciblé à l'entrepreneuriat féminin.

**Résultats** (après 18 mois) :

- > Réalisation de 14 courts-métrages, d'étude de cas et d'un site Internet sur l'entrepreneuriat féminin, comprenant une base de données de bonnes pratiques
- > Ateliers d'échange entre 200 femmes chefs d'entreprise et candidates entrepreneurs
- > De nombreuses femmes ont été encouragées à lancer leur entreprise, 4 ont déjà franchi le pas

**Coût total du projet :** 126 256 €

**Axe 4 du FEP :** 94 692 €

**Promoteur du projet :**

les sept FLAG d'Andalousie, sous la direction du FLAG Eastern Almeria  
[www.emprededoraspesca.org](http://www.emprededoraspesca.org)

STAND 39a





# EMPREAMAR: parrainage en entreprise

Le projet espagnol EMPREAMAR a ciblé les travailleurs locaux sans emploi du secteur de la pêche, auxquels il a fourni un mentorat et un encadrement d'entreprise, ainsi qu'un soutien financier, afin d'encourager la création de nouvelles entreprises dans le secteur de la pêche ou dans un secteur connexe.



## FLAG FISTERRA – RÍA MUROS – NOIA, ESPAGNE

### Résultats (après 13 mois):

- > 30 personnes sans emploi de la région ont reçu une formation
- > 8 projets d'entreprise ont été lancés (et 10 emplois devraient être créés)

**Coût total du projet:** 51 800 €

**Axe 4 du FEP:** 38 850 €

### Promoteur du projet:

FLAG Fisterra – Ría Muros – Noia  
www.campusdomar.es



EMPREAMAR offre un renforcement des capacités et un soutien aux participants pour développer et mettre en œuvre de nouvelles initiatives commerciales liées au secteur de la pêche. Le projet prévoyait la participation d'experts dans le domaine de la pêche associés à des universités régionales, afin de dispenser des formations dans différents domaines, tels que le développement de projets, l'évaluation de la viabilité, la communication, la stratégie sur les réseaux sociaux, etc. Par la suite, les participants ayant réussi la formation ont reçu des conseils et un encadrement personnalisés et, dans certains cas, les locaux nécessaires pour lancer leur activité. De plus, les projets nécessitant un soutien financier ont été encouragés à solliciter une bourse auprès du FLAG.

STAND 39b



# J.F. Mexilhães : sa nouvelle vie d'aquaculteur

Au Portugal, comme dans d'autres pays européens, la crise économique mondiale a eu de graves répercussions sur l'emploi et nombreux sont ceux qui ont perdu leur travail. João en fait partie. L'Axe 4 a permis à cet ancien employé dans l'administration publique de commencer une nouvelle vie en tant qu'entrepreneur dans l'aquaculture.



Fasciné depuis toujours par la mer et résolu à transformer sa situation difficile en un défi à relever, João est entré en contact avec le FLAG Oeste avec l'idée de créer une entreprise d'aquaculture, afin de produire des moules sur cordes suspendues, une technique nouvelle pour la région. Pour développer ce projet, il s'est associé avec un pêcheur à la retraite, qui l'a guidé dans le secteur de la pêche et de l'aquaculture et qui l'a conseillé

tout au long du projet. Le FLAG a soutenu João lorsqu'il a demandé les financements nécessaires pour acquérir le matériel dont il avait besoin pour lancer ses activités. Il l'a également aidé à développer un réseau avec des entreprises expérimentées dans la région. João commence désormais son projet : il place actuellement les premières cordes en mer et table sur une première récolte pour début 2015. Si tout se passe bien, il pense pouvoir produire 160 tonnes par an.



## FLAG OESTE, PORTUGAL

### Résultats (après 1 an) :

- > João a créé son propre emploi, ainsi qu'un poste à mi-temps qui tire parti de la connaissance de la pêche locale
- > Innovation menée par une PME dans l'aquaculture locale (élevage de moules sur cordes) en partenariat avec un institut de recherche
- > Échange de bonnes pratiques avec d'autres aquaculteurs portugais

**Coût total du projet :** 82 749,51 €

**Axe 4 du FEP :** 37 237,28 €

### Promoteur du projet :

João Franco Santos

STAND 40

# 42 projets de soutien au développement durable des communautés locales

À la mi-2014, les groupes d'action locale pêche (FLAG) chargés de mettre en œuvre l'Axe 4 du Fonds européen pour la pêche (FEP) avaient apporté un soutien à plus de 9 500 projets locaux. La taille, le budget, les objectifs et les types de bénéficiaires de ces projets varient considérablement. Ces différences reflètent la diversité des situations et des besoins à l'échelle locale. Les 42 projets sélectionnés pour l'exposition organisée dans le cadre de la conférence «Cap sur 2020» et présentés ci-dessus offrent un aperçu de la façon dont l'Axe 4 se traduit en résultats concrets sur le terrain. Bon nombre de ces projets sont parvenus à créer des emplois, à aider des entreprises à développer des produits innovants et à mobiliser d'importantes contributions publiques et privées. En outre, ils ont associé un large éventail de partenaires pour en faire des acteurs du développement local dans leur région.

Une analyse de ces projets illustre certains des effets plus globaux générés par l'Axe 4 en matière de capital social et humain. **Ces 42 projets ont été sélectionnés à titre d'exemples : ils ne constituent nullement un échantillon représentatif** et devraient être essentiellement considérés dans le contexte spécifique de la région où ils ont été mis en place et à la lumière de la stratégie de développement local suivie. Tous ces projets attestent toutefois que les FLAG peuvent jouer un rôle particulièrement crucial en créant des emplois et de la richesse au sein des communautés, en mobilisant les acteurs locaux et

en établissant des liens, en promouvant des actions innovantes, en mobilisant des fonds et en adaptant leur soutien en fonction du contexte local.

## *Créer des emplois et de la richesse dans les communautés vivant de la pêche*

Les projets présentés dans l'exposition de la conférence ont **sensiblement contribué à la création d'emplois et à la croissance économique** dans leurs zones de pêche respectives. En tout, ces projets financés par le FEP auraient permis de créer 91 emplois à temps plein et 347 emplois saisonniers et à temps partiel, ainsi que de préserver 135 emplois<sup>2</sup>.

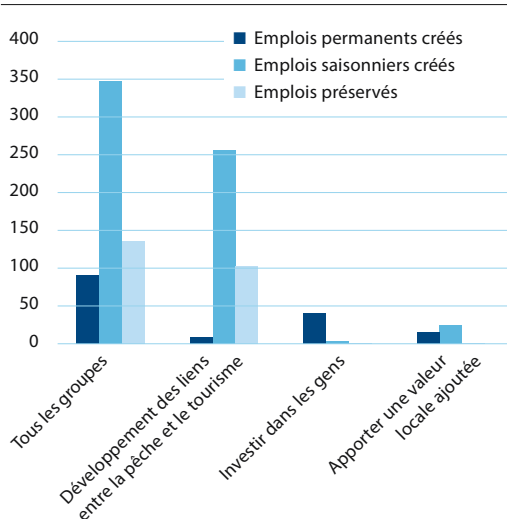
### LES PROJETS ONT ÉTÉ REGROUPÉS EN HUIT THÈMES :

1. Raccourcir les chaînes d'approvisionnement
2. Apporter une valeur ajoutée locale
3. Protéger l'environnement
4. Améliorer l'image de la pêche
5. Développer les liens entre la pêche et le tourisme
6. Développer de nouvelles activités à partir de la pêche
7. Rendre les zones de pêche attrayantes
8. Investir dans les gens

2 Ces chiffres sont globalement compatibles avec les informations obtenues par l'étude sur l'Axe 4 citée ci-dessus, selon laquelle 488 projets étaient censés préserver 1 016 emplois ETP, tandis que 498 projets étaient censés créer 687 emplois ETP (sur la base des informations fournies par les 71 FLAG qui ont répondu à cette question).



**Fig. 1. Emplois créés et préservés**

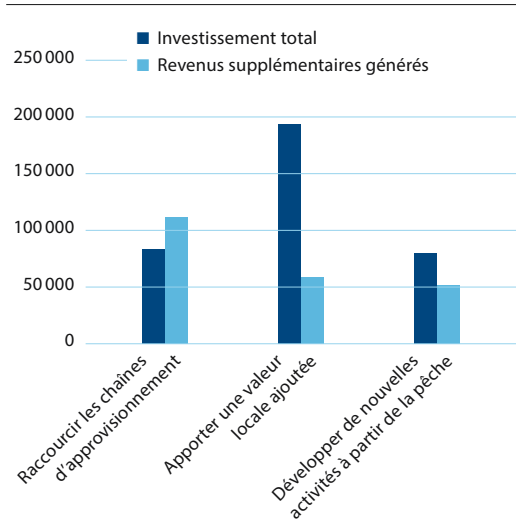


Cela correspond à une moyenne d'environ deux emplois permanents à temps plein (ETP) créés, trois emplois préservés et huit emplois saisonniers et à temps partiel créés par projet.

Les projets axés sur le «développement de liens entre la pêche et le tourisme» semblent être ceux qui présentent le plus grand potentiel de création d'emplois, même s'il s'agit essentiellement d'emplois saisonniers (les projets figurant dans cette section ont contribué à créer 9 emplois permanents et 256 emplois saisonniers, ainsi qu'à préserver 102 emplois existants). Les sections «Investir dans les gens» (40 emplois permanents et 3 emplois saisonniers) et «Apporter une valeur ajoutée locale» (15 emplois permanents et 24 emplois saisonniers) constituent les deux autres catégories les plus prometteuses en termes de création d'emplois (voir Fig. 1).

Des estimations du montant des revenus supplémentaires générés pour le promoteur du projet grâce au

**Fig. 2. L'effet multiplicateur des projets (en €)**



soutien de l'Axe 4 (par exemple, en termes d'augmentation des ventes) étaient disponibles pour 17 des projets présentés dans l'exposition. Ces 17 projets ont bénéficié d'un investissement total de 2 millions d'euros (dont 1 million d'euros provenant du FEP) et avaient généré des revenus supplémentaires à hauteur de près de 1,5 million d'euros en décembre 2014.

L'impact le plus important sur les revenus générés a été observé dans la catégorie «Raccourcir les chaînes d'approvisionnement» (en moyenne, 111 300 € de revenus supplémentaires générés par projet, pour un coût moyen de 83 600 € par projet), suivie par les sections «Apporter une valeur ajoutée locale» (en moyenne, 59 000 € par projet pour un investissement de 194 000 €) et «Développer de nouvelles activités à partir de la pêche» (52 000 € de revenus supplémentaires générés grâce à un investissement de 80 000 €). Voir la Fig. 2

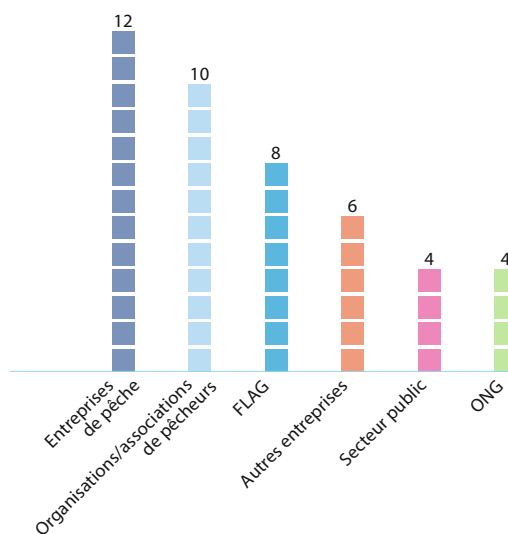
## Favoriser la cohésion et l'inclusion sociales : mobiliser les acteurs locaux et créer des liens

La plupart des 42 projets de l'exposition ont été mis en œuvre par des acteurs du secteur de la pêche, comprenant notamment des entreprises (entreprises de pêche et usines de transformation du poisson, par exemple) et des organisations (associations de pêcheurs, par exemple). Un certain nombre de projets ont été lancés et exécutés directement par les FLAG, comme le projet de la « route millénaire du thon » (projet n° 28), mis en place par le FLAG Cadiz Estrecho dans le sud de l'Espagne en vue de développer et de promouvoir le patrimoine et les activités de pêche le long de la côte. La Fig. 3 indique le nombre de projets mis en œuvre par type de bénéficiaire<sup>3</sup>.

Plusieurs projets visent des catégories de population habituellement difficiles à atteindre, comme les femmes, les chômeurs et les jeunes. Le FLAG South Finland, par exemple, a aidé une jeune femme à reprendre avec succès l'entreprise de pêche de son père (projet n° 37), tandis que le FLAG Cornwall (Royaume-Uni) a aidé 24 jeunes au chômage à trouver un emploi dans le secteur de la pêche ou dans un secteur connexe (projet n° 38).

Pas moins de 280 entités ont participé au développement de ces 42 projets. L'impact généré par les projets des FLAG va donc **bien au-delà de l'organisation ou de l'institution qui a officiellement obtenu le financement. En moyenne, chaque projet a créé des liens entre sept acteurs différents** impliqués dans sa mise en œuvre.

Fig. 3. Les bénéficiaires des projets exposés



Les promoteurs de projets ont également réussi à associer les équipages de pêche et les communautés de pêcheurs locales de différentes façons à leurs actions, parfois en tant que promoteurs de projets ou partenaires, mais aussi en tant qu'utilisateurs, clients ou bénéficiaires finaux. Le projet « Loestamospescando » (projet n° 3), par exemple, mis en place par le FLAG Costa da Morte, a permis à 500 pêcheurs issus de neuf associations de pêcheurs (cofradías) de vendre leurs produits en ligne, directement au consommateur final. Dans les huit projets pour lesquels ces informations étaient disponibles, le nombre total de pêcheurs bénéficiant des actions soutenues s'élevait à 967.

<sup>3</sup> Certains projets ayant différents types de bénéficiaires, le total est supérieur à 42.



## Promouvoir les actions innovantes

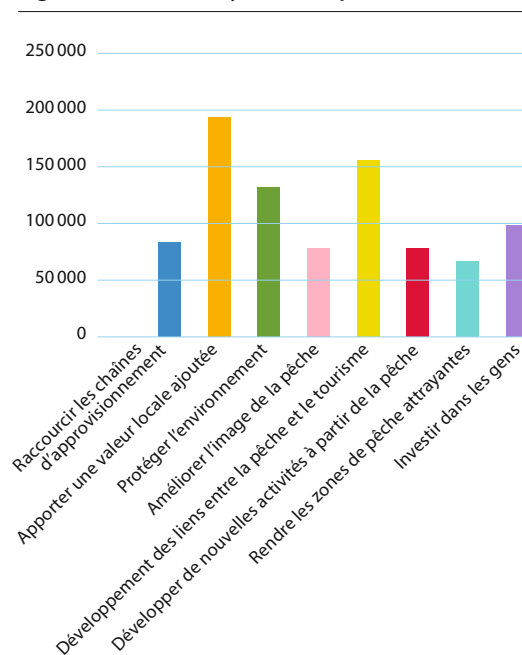
Parmi les promoteurs de projets soutenus, nombreux sont ceux qui ont imaginé des solutions originales pour relever les défis auxquels les zones de pêche sont confrontées. L'utilisation des technologies de l'information joue, par exemple, un rôle clé dans pas moins de sept projets, allant de la vente en ligne au suivi électronique des prises, en passant par la promotion de la pêche locale et même la collecte de fonds. Certains exemples comprennent le développement de prototypes, comme dans le cas du projet d'optimisation du matériel de cuisson et de refroidissement pour les crevettes locales mené par le FLAG belge (projet n° 6) ou du système de purification de l'eau rentable et respectueux de l'environnement soutenu par un FLAG polonais (projet n° 17). Plusieurs projets associent aussi activement la communauté scientifique à leurs actions.

Les 42 projets ont obtenu des résultats impressionnants en matière de développement de nouvelles activités commerciales. Ils ont appuyé la création de 36 entreprises et de 88 produits et services. Ils ont également aidé les promoteurs de projets à accéder à 56 nouveaux marchés. Les six projets figurant dans la section « Apporter une valeur ajoutée locale » se sont avérés particulièrement efficaces à cet égard, donnant naissance à 30 nouveaux produits et ouvrant 15 nouveaux marchés de clients.

## Mobiliser des ressources financières

En moyenne, les projets présentés dans l'exposition ont bénéficié chacun d'un investissement d'environ 115 000 €, bien que le montant total des investissements dans les projets varie considérablement d'un thème à l'autre (Fig. 4). Les projets les plus importants figurent dans les sections « Apporter une valeur ajoutée locale » et « Développer les liens entre la pêche et le tourisme » (respectivement 194 000 € et

Fig. 4. Coût total moyen (en €) par thème



156 000 € en moyenne), tandis que les projets de la catégorie « Rendre les zones de pêche attrayantes » sont les moins coûteux (67 000 € en moyenne), malgré l'intégration de projets d'investissements dans les infrastructures dans cette section.

Une partie de ces investissements provient de l'Axe 4 du FEP, mais les 42 projets ont également mobilisé d'importantes contributions publiques et privées: pour chaque euro investi par le FEP, 1,25 € supplémentaire provenant d'autres sources publiques et/ou privées a en effet été mobilisé. En outre, des financements supplémentaires ont été obtenus pour mener des projets de suivi. Un projet de protection de l'environnement mis en place en Finlande (projet n° 15), par exemple, a abouti au développement d'un projet de 5 millions d'euros financé par le programme LIFE, tandis qu'en France, une étude financée par l'Axe 4 a entraîné un investissement de 700 000 € en vue d'établir une usine de transformation coopérative (projet n° 9).



## *Promouvoir le patrimoine culturel de la région*

La plupart des zones de pêche, y compris celles situées à l'intérieur des terres, possèdent un riche patrimoine culturel et traditionnel, qui génère des retombées économiques directes, mais peut également renforcer le sentiment d'identité locale et de fierté vis-à-vis de la région et de son secteur de la pêche. La mise en valeur de l'importance et de l'intérêt de ce patrimoine peut contribuer à inverser certaines tendances démographiques négatives affectant le secteur. Les exemples sélectionnés comprennent notamment le développement d'une série d'activités de pécaturisme visant à sensibiliser à ce qu'implique l'activité de pêche locale et à la façon dont elle contribue au caractère de la région (voir le projet n° 23), un projet de festival (projet n° 35), qui améliore la visibilité du secteur de la pêche en rassemblant ses acteurs autour d'un projet de revitalisation du port local, ou encore la route millénaire du thon (projet n° 28), présentée ci-dessus.

## *Adapter le soutien de façon flexible aux besoins de la région*

Les exemples présentés dans l'exposition illustrent la grande diversité des projets de l'Axe 4. Le montant des aides accordées va de 1 500 € (projet n° 34) à près de 300 000 € (projet n° 28). La flexibilité du FEP signifie que les FLAG peuvent aider les bénéficiaires à financer des projets de développement d'activités commerciales conventionnelles (comme l'ouverture d'un restaurant de poisson ou d'un atelier de réparation de filets), mais aussi des activités plus complexes (comme des études, la conception de nouveaux produits, des formations ou des services d'encadrement et de conseil). Le soutien des FLAG peut comprendre des subventions pour investir dans les infrastructures ou financer le salaire d'un responsable de la communication, mais il peut aussi prendre d'autres formes, non financières, comme de l'animation, des services de conseil ou le fait de rassembler différents partenaires.

Les conclusions générales de cette analyse des 42 projets présentés dans l'exposition mettent en évidence les avantages certains que les FLAG peuvent apporter à leurs communautés. Le cofinancement par le FEP s'est avéré un outil extrêmement précieux pour soutenir un large éventail de projets de développement menés localement dans des communautés côtières et de pêcheurs de toute l'Europe. Les efforts concertés des FLAG ont permis de s'assurer que les financements européens peuvent être gérés au niveau local pour produire des effets positifs pour un grand nombre de parties prenantes.

## CHAPITRE 4

# Un nouveau cadre et de nouveaux défis

### *Un saut qualitatif*

Depuis sa création, il y a six ans, l'Axe 4 a permis aux partenariats locaux et à leur personnel d'acquérir une grande expérience de la mise en pratique d'une nouvelle approche qui peut avoir semblé peu réaliste ou même utopique par rapport aux approches sectorielles et descendantes plus traditionnellement employées dans le secteur de la pêche.

Aujourd'hui, la valeur ajoutée du partenariat territorial est très appréciée par de nombreuses parties prenantes. Les partenaires ont appris à s'écouter mutuellement et à comprendre les attentes et les exigences s'appliquant en dehors de leur propre organisation. Au fil des consultations et des réunions organisées par les FLAG, les divergences d'opinions ont aussi progressivement laissé la place à des visions partagées et à des projets territoriaux collectifs. L'élaboration et la mise en place conjointes de stratégies de développement local ont également donné aux partenaires d'importantes opportunités d'apprentissage partagé.

Les employés des FLAG ont joué un rôle crucial dans ces processus. Les gestionnaires et les membres du personnel des FLAG présentaient initialement des profils divers, allant du spécialiste de la pêche qui ne connaissait pas grand-chose aux autres domaines d'activité à l'expert du développement territorial qui n'était pas toujours familiarisé avec le secteur de la pêche. Tout au long de cette période, ces employés ont développé leurs compétences et les 21 États membres participants disposent désormais d'une réserve de plus de 500 professionnels possédant une expertise en matière de développement territorial dans les zones de pêche.

Tous les éléments sont désormais en place pour faciliter un saut **qualitatif**, une mesure également soutenue par l'orientation du FEAMP, et l'ouverture du CLLD à tous les Fonds ESI.

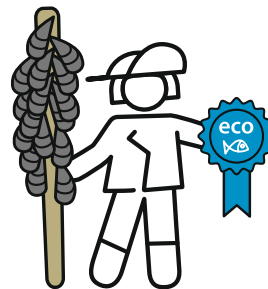
### *Des stratégies plus ciblées*

La préparation de stratégies de développement local par des groupes locaux a également marqué un nouveau départ dans la plupart des territoires couverts par les FLAG pendant la première période de programmation et les stratégies ainsi élaborées étaient relativement traditionnelles. Elles s'alignaient généralement sur les principaux objectifs du FEP (2007-2013), à savoir: renforcer la compétitivité du secteur de la pêche, valoriser les produits de la pêche, soutenir la diversification et protéger l'environnement et le patrimoine local. Cette phase initiale de développement local a permis de lancer des actions et de mettre en place un grand nombre de projets individuels.

Cependant, dans de nombreuses zones, nous atteignons aujourd'hui les limites de ce que les actions individuelles peuvent réaliser. Nous devons nous poser les questions suivantes: y a-t-il assez de place pour ouvrir un autre restaurant de poisson? Est-il nécessaire d'encourager l'ouverture de davantage de musées de la pêche? Ces décisions ne peuvent évidemment être prises qu'à l'échelle locale mais, dans certaines régions, il existe déjà un risque de surcapacité, sauf si le produit ou le service proposé présente un nouveau potentiel de croissance ou comble un marché de niche.

Après plusieurs années de fonctionnement, les FLAG ont aujourd'hui une meilleure connaissance des forces et des faiblesses de leur région respective et devraient se concentrer sur l'élaboration de stratégies plus ciblées et plus sophistiquées, qui pourront maximiser la valeur ajoutée de l'approche de développement territorial.

## Nouveaux défis, nouvelles réponses



La compétitivité, la valorisation et la diversification restent évidemment des objectifs importants, mais le contexte a évolué et de nouveaux défis sont apparus, notamment :

- > les conséquences locales des changements introduits dans la politique européenne de la pêche ;

*Cette évolution pourrait obliger les FLAG à favoriser des projets permettant de faire face aux effets de l'interdiction des rejets, tels que le projet financé par le FLAG Huelva et présenté dans la vidéo FARNET, « Farine pour poisson à partir de déchets de poisson ». D'autres défis résident notamment dans la transition vers le rendement maximal durable et l'augmentation potentielle à court terme de la concurrence en matière de quotas de pêche, à laquelle une association de pêcheurs danoise a tenté de remédier en permettant aux pêcheurs de tirer des revenus supplémentaires de leurs prises (voir projet n° 2). D'autres options existent également, comme la possibilité d'aider les pêcheurs à s'impliquer davantage dans la protection des ressources marines (voir le projet du Cap Roux, n° 13).*

- > la nécessité de gérer la croissance bleue et de libérer le potentiel d'innovation des zones côtières qui, dans de nombreuses régions, font face à une augmentation considérable de la population – ce qui génère une concurrence accrue pour le partage des ressources entre les multiples usages territoriaux ;

*Dans ce domaine, on peut s'attendre à voir se développer des activités qui aideront les pêcheurs à concevoir des produits innovants, comme dans l'exemple du FLAG portugais qui a encouragé les contacts entre des pêcheurs, des scientifiques et l'industrie en vue d'étudier le potentiel de l'utilisation de l'étrille en biomédecine (voir Bonne pratique FARNET #19). Afin d'aider les pêcheurs à tirer parti des opportunités générées par la croissance bleue, les FLAG pourraient devoir lancer des activités visant à mettre en valeur les acteurs de la pêche locale et à améliorer leur image (voir section n° 4).*

- > la transition vers une économie à faible production de carbone et plus résiliente au changement climatique, et les effets de cette évolution sur les ressources et les zones côtières ;

*Les FLAG peuvent jouer un rôle en la matière, en favorisant des projets qui promeuvent l'utilisation d'énergies renouvelables sur les navires de pêche, par exemple, à l'instar d'un FLAG français qui a rassemblé des chercheurs, des pêcheurs et des producteurs de tournesols. Voir la page de coopération de FARNET.*

- > la nécessité absolue de créer des emplois et de lutter contre la pauvreté, la précarité de l'emploi et le chômage ayant sensiblement progressé dans de nombreuses régions.

*Bon nombre de projets soutenus par les FLAG ont pour objectif de développer les compétences des membres des communautés de pêcheurs et de permettre à ceux-ci de disposer de moyens de subsistance durables. Les projets n° 8 (créer des emplois pour des femmes au chômage dans le secteur de la mise en conserve de produits de poisson en Espagne), n° 34 (préservé un emploi sur une île irlandaise isolée) et n° 38 (attirer les jeunes sans emploi vers le secteur de la pêche commerciale en Cornouailles) sont de bons exemples.*

Ces défis et la nécessité d'y apporter des solutions innovantes offrent aux FLAG une occasion de réagir de façon positive en développant et en exécutant leurs nouvelles stratégies de développement local.



## Une meilleure différenciation

Le développement de stratégies plus axées sur les spécificités locales peut aboutir à une plus grande diversité des approches. Certains FLAG concentreront la plupart de leurs ressources sur le secteur de la pêche (dans les zones où il existe encore un important potentiel pour ce type d'activités, par exemple), tandis que d'autres se concentreront plus globalement sur les opportunités générées par le développement côtier et la croissance bleue.

Indépendamment de leur domaine de prédilection, les FLAG chercheront tous à encourager et à soutenir les projets permettant d'assurer le meilleur avenir possible pour leur région en matière de développement durable, ainsi que de créer des emplois et de favoriser la cohésion sociale. Ce faisant, ils prendront également en considération les actions susceptibles d'être mises en place par d'autres acteurs locaux au titre d'autres stratégies et d'autres fonds.

## Davantage de ressources et une meilleure coordination

À ce stade, il est difficile de déterminer dans quelle mesure exactement le FEAMP sera consacré au CLLD et au développement durable de zones dépendant de la pêche et de l'aquaculture. Sur la base des informations obtenues à ce jour, on peut s'attendre à ce que les fonds mobilisés soient nettement supérieurs à ceux mis à disposition par le FEP.

L'approche commune adoptée par les Fonds ESI vis-à-vis du CLLD laisse aussi entrevoir la possibilité pour les FLAG de participer à des projets de développement local plurifonds. Cela pourrait contribuer à une meilleure mobilisation des autres Fonds ESI et à une amélioration de la coordination entre les différentes possibilités de financement. Lorsque de telles approches plurifonds sont possibles, elles devraient aboutir à des stratégies de développement côtier intégrées,

qui pourraient couvrir tous les secteurs d'activité pertinents de la région. Les résultats associés pourraient ainsi accorder l'attention qui s'impose au secteur de la pêche en ce qui concerne son activité économique, son identité, son patrimoine et sa gouvernance.

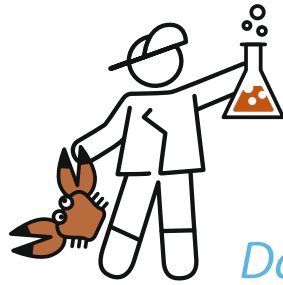
## Mettre davantage l'accent sur l'action collective

Parmi les 42 projets sélectionnés pour la conférence, nombreux sont ceux qui associent plus d'un bénéficiaire ou plus d'une entité. On dénombre notamment 16 projets mis en œuvre par des organisations ou des organismes présentant une dimension collective, comme des associations de pêcheurs, des coopératives, des centres de formation, des organisations de défense de l'environnement, des agences de développement local, des autorités locales, etc., ainsi que 8 projets dont le bénéficiaire est le FLAG lui-même. En outre, certains des 18 projets mis en place par des entrepreneurs privés associent également d'autres acteurs de la communauté de pêcheurs à leurs actions.

Cette approche « collective » devrait être renforcée à l'avenir, étant donné que :

- > les actions individuelles sont plus efficaces lorsqu'elles sont mises en relation avec d'autres actions locales, par exemple pour développer et réaliser tout leur potentiel, pour accéder à certains marchés et pour améliorer la compétitivité, ou encore pour développer de nouvelles activités ;

*Quarante pêcheurs, sélectionnés sur la base de leur adhésion à des critères environnementaux, participent au projet « O melhor peixe do mundo » (le meilleur poisson du monde), soutenu par le FLAG Alem Tejo, au Portugal. Ce projet leur permet de vendre leur poisson directement ou par l'intermédiaire de magasins d'alimentation biologique (projet n° 5). En Grèce, la coopération encouragée par le FLAG Thessaloniki a permis d'ouvrir le marché national et international au crabe bleu frais, dans le cadre d'un projet impliquant 25 pêcheurs (projet n° 7).*



## Davantage d'innovation

> le principe des « moyens communs », ou des « biens communs », regagne en importance. En Espagne, par exemple, les organisations de pêcheurs professionnels, les « *cofradías* », sont responsables de la gestion des ressources maritimes communes depuis des siècles. Cette notion de « biens communs » redevient aujourd'hui primordiale, à mesure que la pression qui pèse sur les ressources naturelles, sur la qualité de l'eau, sur l'environnement et sur les paysages s'accroît.

*À l'initiative du FLAG East Finland, des pêcheurs, des défenseurs de l'environnement et des scientifiques ont uni leurs efforts pour préserver à la fois un bien naturel précieux (le phoque annelé) et les moyens de subsistance des pêcheurs locaux en imaginant des filets-pièges sans danger pour les phoques (projet n° 15).*

Les partenaires ou les employés des FLAG sont souvent les mieux placés pour faciliter la mise en place d'actions collectives. Les FLAG pouvant désormais consacrer une plus grande partie de leur budget à des actions d'animation et de promotion dans le cadre du CLLD, ils pourront adopter une attitude beaucoup plus « proactive » et établir des liens entre différents acteurs et différents types d'activités.

*Dans la ville côtière de Simrishamn, le secteur de la pêche avait perdu de son importance, jusqu'à ce que le FLAG suédois South Baltic organise une série d'événements pour remédier à cette situation. Les actions du FLAG se sont concentrées sur l'organisation d'un festival, qui se tient désormais chaque année pendant deux semaines et comprend des activités pour les enfants, des visites de bateaux, des ventes directes de poissons, des cours de cuisine, etc. (projet n° 35).*

L'accent sera encore davantage mis sur l'innovation au cours de cette nouvelle phase 2014-2020. L'évolution rapide des nouvelles technologies générera notamment de nouvelles possibilités pour le secteur de la pêche, ainsi que pour le développement de nouvelles activités. Il faudra également faire preuve d'innovation sociale pour résoudre les problèmes auxquels de nombreuses régions font face.

*La rénovation du port d'Annan, au Royaume-Uni, peut être menée à bien grâce au soutien apporté par le FLAG, mais aussi à la contribution de 45 donateurs privés, qui ont été mobilisés par des mécanismes de financement participatif en ligne (projet n° 36).*

## Donner la priorité aux jeunes et aux femmes

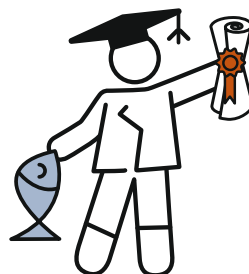
Les jeunes et les femmes sont souvent confrontés à des problèmes particuliers sur le marché du travail et il est parfois difficile de les impliquer via les méthodes habituelles. Plusieurs FLAG sont déjà parvenus à cibler ces groupes et les ressources accrues que les FLAG pourront investir dans l'animation communautaire dans le cadre du CLLD devraient contribuer à assurer un taux de participation plus élevé dans les futurs partenariats.

*Avec l'aide de sept FLAG andalous, 200 femmes issues de communautés de pêcheurs se sont rassemblées pour envisager les possibilités d'avenir tant qu'entrepreneurs. À l'issue de cette action, plusieurs de ces femmes ont déjà réussi à lancer leur propre entreprise (projet n° 39a). En outre, 24 jeunes sans emploi ont trouvé du travail dans le secteur de la pêche et d'autres secteurs connexes après avoir pris part à un programme d'acquisition de compétences appuyé par le FLAG de Cornouailles (projet n° 38).*

## Une coopération renforcée

La coopération entre les territoires peut apporter une valeur ajoutée aux projets d'une certaine taille, qui nécessitent une certaine masse critique ou une certaine complémentarité, voire un échange de connaissances ou de compétences pour aboutir. Étant donné que la mise en place d'une telle forme de coopération est assez compliquée, les projets de ce type étaient relativement peu nombreux pendant la période 2007-2013. Cependant, l'approche de l'Axe 4 et les FLAG ont aujourd'hui mûri et il devrait y avoir davantage de possibilités de bénéficier d'une coopération à l'avenir.

*La Pologne est l'un des pays européens présentant les niveaux de consommation de poisson les plus faibles. En collaboration avec six écoles hôtelières professionnelles, deux FLAG polonais ont organisé des programmes de formation à destination des étudiants et des enseignants, afin de leur permettre d'améliorer leurs connaissances sur le poisson et les techniques de préparation et de transformation de cet aliment (projet n° 20b).*



## Fixer des objectifs plus ambitieux

Ce nouveau contexte et les défis et les opportunités dont il s'accompagne exigent des FLAG qu'ils tirent parti de leur expérience pour élaborer des stratégies plus ciblées, plus innovantes et mieux intégrées, qui seront ancrées localement et pourront être adaptées aux circonstances locales.

Nous vous souhaitons un voyage sans heurts jusqu'en 2020, où nous nous retrouverons une nouvelle fois pour présenter les résultats de cette nouvelle étape de notre aventure.



DOI 10.2771/27233

ISBN 978-92-79-45505-6



9 789279 455056