



valoriser  
La Pêche de Normandie

Projet 2023-2025



web

Normandie Fraîcheur Mer propose de fédérer autour de ce projet, l'ensemble des organismes et collectivités suivants :



## LE COLLECTIF REGIONAL NFM

---

La création en 1998 du groupement **Normandie Fraîcheur Mer (NFM)** trouve son origine en Basse-Normandie, d'une volonté commune des instances professionnelles locales en charge de la gestion de la pêche et de la mise en marché des produits, de voir émerger une structure indépendante destinée à valoriser la filière et ses produits.

La disparition en 2012 d'une démarche homologue en Haute-Normandie, puis la réunification en 2016 de la Normandie et enfin la fusion en 2017 des comités régionaux des pêches ont permis depuis 2018 à NFM d'élargir son champ d'action à l'ensemble du littoral normand.

Constitué sous la forme d'une association de loi 1901, NFM intervient ainsi aujourd'hui sur tout le territoire normand et compte comme adhérents et partenaires :

- L'ensemble les structures professionnelles régionales :
  - o le **Comité Régional des Pêches Maritimes de Normandie**, (CRPM)
  - o l'**Organisation des Pêcheurs de Normandie** (OPN)
  - o l'organisation des pêcheurs **FROM Nord**
- L'ensemble des **Organismes gestionnaires des criées** de Granville, Cherbourg, Port en Bessin / Grandcamp-Maisy, Fécamp et Dieppe.
- Plus de **400 professionnels pêcheurs et entreprises de mareyage** répartis sur l'ensemble du littoral normand.

## LES ENJEUX & OBJECTIFS DE NFM

---

Les principaux enjeux poursuivis par NFM sont de contribuer à :

- **Structurer la filière et préserver les équilibres socio-économiques en faveur d'une pêche artisanale et côtière** ; ce qui implique une progression constante de la valeur des captures normande, par nature contraintes et limitées.
- **Répondre aux besoins du marché, aux attentes de la filière, des consommateurs et aux attentes sociales** en matière de qualité, d'origine et de traçabilité des produits, et en matière de durabilité des pratiques de pêche et de respect de l'environnement maritime.

NFM est en cela engagé dans un projet collectif pour améliorer, **promouvoir et valoriser la qualité des produits** et la **durabilité des pratiques** de la **Pêche de Normandie**.

NFM entreprend pour cela un programme d'activités, développé dans les pages suivantes de ce projet, qui met en œuvre des actions en faveur de :

- **L'accompagnement de la filière** : sensibilisation, formation, conseil, diagnostic, audit, réalisation d'études techniques, animation de groupe de travail...
- **La structuration de démarches qualité et/ou durabilité** : élaboration et mise en œuvre de cahier des charges sous marques collectives, recherche et obtention de Signe de Qualité ou d'Origine (SIQO), assistance à la conduite de démarches d'écolabellisation (MSC)...
- **La promotion des métiers et des produits de la pêche** : réalisation de campagnes de communication, organisation ou participation à des évènements, animation de réseaux sociaux, relations presse...

## LA STRUCTURATION DE NFM

---

Le groupement interprofessionnel Normandie Fraîcheur Mer, constitué sous la forme d'une association de loi 1901, regroupe aujourd'hui les pêcheurs, ou leurs structures collectives, les organismes gestionnaires des criées et des mareyeurs.

Son fonctionnement repose sur un Bureau et un Conseil d'Administration au sein duquel sont intégrés des membres de droits, le **CRPM** de Normandie, l'**OPN**, le **FROM NORD**, les **gestionnaires de criées** et les Présidents des Comité Exécutifs NFM, où siègent les opérateurs de chacun des cahiers des charges NFM, et enfin des membres élus par l'Assemblée Générale, répartis dans deux collèges : un collège des producteurs et un collège des mareyeurs.

## L'ORGANISATION SUR LE TERRAIN ET L'EQUIPE DE NFM

---

NFM a structuré son équipe terrain autour d'un **siège social**, implanté à Port en Bessin depuis la création de l'association fin 1998, et développé au fur et à mesure du temps **3 antennes locales** sur le littoral normand : à Cherbourg, puis Granville, puis Dieppe.

L'équipe d'agents NFM comporte aujourd'hui :

- 1 directeur
- 1 secrétaire comptable
- 4 animateurs qualité répartis sur les 4 sites NFM (siège et antennes)
- 1 chargée de communication

Chaque animateur qualité est affecté aux démarches d'identification et de valorisation des produits entreprises sur les territoires relevant de leur responsabilité, sous la responsabilité du directeur qui coordonne les actions. Un serveur, hébergé par un prestataire externe, permet une connectivité des agents et le partage des informations et fichiers utiles.

La progression des activités et des actions de communication engage NFM à déployer dans un avenir proche les moyens d'implanter une nouvelle antenne et de renforcer son équipe de :

- 1 community manager
- 1 animateur qualité, implanté à Fécamp
- 1 animateur commercial

## LA STRUCTURATION REGIONALE & NATIONALE

---

Dans le cadre de son projet, NFM est impliqué à l'échelle régionale et nationale dans des structures professionnelles et parapubliques vouées à la structuration des filières et la promotion des produits.

Les agents NFM participent et collaborent régulièrement aux réunions organisées par ou avec les instances professionnelles régionales : **CRPM Normandie, OPN, FROM Nord et Organismes gestionnaires des criées**

Le Directeur de Normandie Fraicheur Mer siège également comme membre à :

- **Aqualabel**, l'Association Nationale des Produits Aquatiques Label Rouge
  - o Depuis 2005, comme membre fondateur
  - o Depuis 2010, comme Vice-Président

- **Institut National de l'Origine et de la Qualité (INAO) :**
  - o Depuis 2007 : Comité National des IGP, Label Rouge et STG
  - o Depuis 2012 : Commission Permanente des IGP, Label Rouge et STG
- **AREA Normandie :**
  - o Depuis 2018 : Conseil d'Administration et Comité Sélection « Saveurs de Normandie »
  - o Depuis 2021 : Bureau
- **GALPAS**
  - o De 2010 à 2021 : Comités de Sélection des GALPAS : HISSEO la Normandie (ex. AMTCB, Association Mer et Terroir du Cotentin et du Bessin) et Fécamp
  - o Depuis 2023, Comités de Sélection des 5 GALPAS normands : Havres en Baie, Presqu'île du Cotentin, Calvados, Fécamp-Côte d'Albâtre, Dieppe-Caux-Le Tréport

Dans la continuité de ses engagements en la matière, NFM a fait acte de candidature début 2023 pour intégrer le Conseil d'Administration de **France Filière Pêche**, comme membre associé représentant les structures qualité françaises.

## LES SYNERGIES REGIONALES & NATIONALES

---

Dans le cadre de son projet et depuis 2013, NFM a développé à l'échelle nationale une synergie autour de la marque **PAVILLON FRANCE**, via un partenariat avec l'association interprofessionnelle **France Filière Pêche (FFP)**, qui fédère l'ensemble de la filière pêche au niveau national.

Depuis 2017, NFM est aussi adhérente de l'agence **Normandie Attractivité** et arbore fièrement le marqueur « **NORMANDIE** » sur l'ensemble de ses supports de communication.

Depuis 2019, NFM a développé à l'échelle régionale une synergie autour de la marque **Saveurs de Normandie**, via un partenariat avec l'Association Régionale des Entreprises Agro-alimentaires de Normandie (**AREA Normandie**), qui fédère les entreprises agro-alimentaires normandes.

## LE FINANCEMENT DE NFM

---

Le fonctionnement financier de NFM repose en premier lieu sur :

- Les contributions des partenaires professionnels : CRPM Normandie, OPN, FROM Nord
- Les adhésions des opérateurs de la filière engagés dans des démarches de qualité : pêcheurs, criées, mareyeurs et transformateurs
- Les prestations de service de NFM auprès des pêcheurs, des criées et des partenaires professionnels
- Les formations et ventes de matériel

A noter que la part et les ressources professionnelles de NFM sont en constante progression depuis la création de l'association.

Depuis son origine NFM bénéficie également de contributions publiques, obtenues auprès des collectivités départementales, régionales, nationales et/ou européennes dans le cadre des politiques de soutien qu'elles mènent auprès de la profession et des affaires maritimes.

Depuis quelques années NFM investit à ses côtés des partenaires privés ayant une affinité avec le milieu professionnel de la pêche, à l'instar du Crédit Maritime, partenaire de nos actions de communication depuis 2019.



L'émergence des activités liées à l'éolien en mer laisse entrevoir dans un avenir proche l'opportunité de mettre en place des partenariats avec les promoteurs et de bénéficier des mesures collectives de compensation prévues lors de l'implantation des parcs éoliens. Des premiers échanges ont commencé à être entrepris en ce sens avec EDF Renouvelables.

Ils pourraient permettre de consolider et renforcer à termes les activités de valorisation et promotion des produits et des métiers de la pêche, conduites par NFM au bénéfice de la profession.

## **BUDGET & PLAN DE FINANCEMENT PREVISIONNEL NFM**

---

Le budget et plan de financement de l'année 2023 présentés en annexe constituent un prévisionnel.

Ils sont susceptibles d'évolution au cours de l'année 2023 et pour les années suivantes ; au regard des décisions d'attribution des contributions requises de la part des professionnels de la filière, des partenariats privés susceptibles d'être renforcés et des financements sollicités auprès des différentes collectivités : départements, région, état et Union Européenne.

Les différents financements sollicités et ceux déjà obtenus à ce stade (soulignés ci-dessous), sont :

- Région (Contrat d'Objectif) : (2023-2025)
- Départements : (2023/2024/2025)
- FEAMP/FEAMPA : Attractivités des Métiers de la Pêche de Normandie (2019-2023)
- FEAMPA – Evènementiel « La Grande Débarque » (2023-2025)
- FEAMPA - Mise en œuvre et suivi des dossiers SIQO (2022-2025)

## **TRESORERIE NFM**

---

Constituée en association de loi 1901, NFM a toujours rencontré des difficultés pour générer des résultats et constituer une trésorerie. Les réserves actuelles de l'association (42 700 €) représentent aujourd'hui à peine plus de 5% du budget annuel, ce qui est largement insuffisant pour supporter les actions financées, pour lesquelles les fonds sont majoritairement obtenus après réalisation.

Pour conduire ses actions, NFM fait donc largement appel, depuis sa création, à de l'emprunt bancaire. Ont été mis en œuvre historiquement du Dailly et aujourd'hui du Crédit de campagne, avec notre partenaire bancaire le Crédit Maritime. Mais cette solution atteint aujourd'hui ses limites, les engagements atteignant régulièrement un plafond (~400 000€).

Avec ses partenaires, NFM cherchera à trouver les moyens d'accroître sa trésorerie voire de constituer une trésorerie mutualisée. L'objectif est d'être en mesure de répondre au développement de ses activités, en lien avec les contributions à venir des promoteurs éoliens et aux programmes d'actions complémentaires qui pourraient être engagés.

## **RAPPORTS D'ACTIVITES & FINANCIER NFM**

---

Conformément aux statuts de l'association, l'ensemble des travaux menés dans le cadre de ce projet feront l'objet à chaque fin d'année d'un rapport d'activités et financier détaillant les actions menées et les résultats obtenus. Le bilan et le compte de résultat de l'année seront mis à disposition en annexe de ce rapport.

Conformément aux obligations en la matière de financement publique, les documents comptables feront l'objet d'une expertise comptable et d'une certification par un commissaire aux comptes.

Les documents correspondant seront mis à disposition des partenaires, collectivités et financeurs dans un délai de 6 mois après la clôture annuelle des comptes, au 31 décembre de chaque année.

## PROGRAMME D'ACTIVITES NFM

Pour poursuivre son objectif global de valorisation des produits et des métiers de la pêche normande, NFM entreprend un programme d'activités selon les 4 piliers stratégiques suivants :

### QUALITE : Amélioration et valorisation de la qualité des produits

---

Les actions **Qualité** portées par NFM passent par des missions de **formation** et **conseils** aux professionnels, l'harmonisation des pratiques de tri et d'agrèage en criée, la conception, la mise en œuvre et le contrôle de **cahier des charges** de production et leur reconnaissance via des **signes de qualité et d'origine** (SIQO)... NFM est reconnu aujourd'hui par l'INAO comme Organisme de Défense et de Gestion (ODG), détenteur à ce jour de **2 cahiers des charges de Label Rouge** pour la coquille et la noix de Saint-Jacques coraillée, respectivement homologués en 2002 et 2009, et **1 cahier des charges d'IGP** (Indication Géographique Protégée) pour le « Bulot de la Baie de Granville », homologué en 2019.

### DURABILITE : Ecolabellisation de pêcheries

---

Les actions **Durabilité** de NFM passent par un appui des structures professionnelles régionales, pour l'écolabellisation de pêcheries régionales dont ils ont la charge. Aux côtés du CRPM Normandie, ces démarches ont conduit à l'**écolabellisation "Pêche Durable MSC"** du « Homard du Cotentin » certifié depuis 2011, et du « Bulot de la Baie de Granville » certifié depuis 2017. NFM est aussi engagé auprès du CRPM, de l'OPN et du FROM Nord pour conduire des travaux d'études ou projets d'amélioration de pêcheries destinés à avancer vers une écolabellisation de la Coquille Saint-Jacques et d'autres espèces, comme la raie bouclée.

### TRACABILITE : Identification des produits

---

Les actions de **Traçabilité** portent sur l'**identification de produits** de la pêche, respectant des cahiers des charges de **marques collectives** (NFM, Pavillon France, Saveurs de Normandie) ou de **SIQO** (Label Rouge, IGP), définis avec les professionnels et pour lesquels NFM met à disposition des outils de traçabilité. Un **contrôle qualité** de ces produits et un suivi traçabilité est assuré par NFM.

### COMMUNICATION : Promotion des métiers et des produits

---

Les actions de **Communication** portées par NFM comportent une promotion générique de l'ensemble des métiers et des produits de la pêche de Normandie (coquillages, poissons, céphalopodes et crustacés) et une promotion spécifique des produits sous cahiers des charges NFM, SIQO ou écolabel. Elles passent par Internet ([www.normandiefraicheurmer.fr](http://www.normandiefraicheurmer.fr)) et l'animation des réseaux sociaux (Facebook, YouTube, Instagram), la participation à des salons, manifestations ou événementiels, la diffusion de fiches recettes et supports de promotion auprès de poissonneries, rayons marée et Offices de Tourisme (affiches, pique-prix, livrets recettes, et autres goodies), la réalisation d'insertions publicitaires, la réalisation d'actions de Relations Presse et de campagnes de communication, l'organisation d'événementiels...

## Sensibilisation des professionnels à la maîtrise qualité des produits

NFM se positionne depuis 2006 comme centre de ressource et support technique à la réalisation d'interventions auprès d'étudiants et professionnels en formation, pour la maîtrise de la qualité et la valorisation des produits.

NFM a ainsi développé, un programme d'interventions qu'il réalise dans le cadre des formations initiales et continues d'établissements scolaires en lien avec le domaine maritime ; à savoir dans les établissements suivants :

- **Lycée Professionnel Maritime et Aquacole Daniel RIGOLET** de Cherbourg
- **Lycée Professionnel Maritime Anita CONTI** de Fécamp\*
- **CNAM – Intechmer** Cherbourg
- **ESIX – Université** de Caen Normandie
- **CFPPA** de Coutances

Les contenus pédagogiques élaborés pour ses interventions portent en particulier sur la maîtrise de l'hygiène et de la qualité des produits à bord, sur les conditions de mise en marché et sur les processus de valorisation des produits de la mer : HACCP, démarches qualité et de certifications produits, écolabélisation, démarches commerciales...

## Conseils pratiques et appui technique aux professionnels

NFM apporte des **conseils pratiques** au quotidien aux navires de pêche de l'ensemble du littoral normand. Cette action est réalisée via ses agents qualité, au plus près du terrain, et via la diffusion d'un **Guide NFM de Bonnes Pratiques de Pêche** régulièrement amendé et mis à jour.

NFM propose en sus des prestations conseils ou appuis techniques au profit des acteurs de la filière pêche (pêcheurs embarqués, pêcheurs à pieds, criées ou poissonniers) dans des domaines de compétences spécifiques :

hygiène, qualité à bord, traçabilité des produits de la mer, commercialisation directe des coquillages...

Depuis 2010, NFM a développé ses compétences et propose son assistance dans la constitution des **dossiers d'agrément sanitaire** de navires expéditeurs de coquillages, d'établissements d'expédition ou de purification des coquillages, d'établissements de décorticage des coquillages.

NFM cherche à développer encore ces compétences en la matière et s'engage pour proposer à termes de nouveaux services aux criées ou ateliers de mareyage pour l'élaboration de leurs plans de maîtrise ou leurs agrément sanitaire.




















## Amélioration des pratiques de mise en marché dans les criées

La présence terrain de NFM est aussi un atout pour la réalisation de prestations pour le compte des criées ou des Organisations de Producteurs (OPN et FROM NORD), en particulier dans le cadre de leurs **Plan de Production et de Commercialisation (PPC)**.

Ces travaux concernent l'identification, l'agrèage et plus globalement l'ensemble des règles de mise en marché et de commercialisation des produits de la pêche en criée :

- Elaboration de recueils des **règles de mise en marché**
- Elaboration de **grilles d'identification espèce**
- Elaboration de **grilles de cotation fraîcheur** et/ou présentation des produits
- Elaboration de **procédures de gestion du risque parasitaire**
- Elaboration et suivi de **registre des réclamations**
- **Formation des personnels** à l'HACCP, à l'agrèage qualité des produits et au risque parasitaire
- Réalisation d'**audit de l'agrèage des produits** (dénomination, qualité, calibrage...)

GRILLE DE COTATION FRAICHEUR		LIEU JAUNE	
Critères	Extra	A	B
Texture de la chair	Rigide, ferme	ferme	Molle
Peau	Couleurs vives, brillantes Différence entre le dos et le ventre Reflets jaunes sur le ventre	Robe terne Différence encore nette entre le dos et le ventre ; début de décoloration du dos. Reflets jaunes absents	Robe uniformément grise Pas de différence entre le dos et le ventre
Œil	Bombé à légèrement plat Transparent à opacité très légère	Plat et opaque	Croix ou complètement opaque
Branchies	Rouge brillant à rouge	Rouge à rose	Brun avec mucus opaque Brun clair à blanchâtre (poisson mort)
Photos			

GRILLE D'IDENTIFICATION						PETITS PÉLAGIQUES				
Nom commun	SARDINE	HARENG	ANCHOIS	SPRAT	ALOISE VRAIE	ALOISE FÉINTE	CHINCHARD			
Nom scientifique	<i>Sardinella pilchardus</i>	<i>Clupea harengus</i>	<i>Engraulis encrinurus</i>	<i>Sprattus sprattus</i>	<i>Alosa alosa</i>	<i>Alosa fallax</i>	<i>Trachurus trachurus</i>			
Noms locaux	Céto, Cétoin, Métoin	Hareng bleu (du), Hareng noir (du), Dubois, Bado	Anchoin	Esprit, Petit, Grand, Harve, Blanche	Grande alose (bleue), Petite alose (jaune), Dourade, Carange, Carange, Tige	Alose fillet	Esouette, Carange, Carange, Harve, Métoin, Carie			
Cote FAO	PIL	HER	ANE	SPR	ASD	TSO	HOH			
Taille (sans régénération)	11 cm	18 g	20 cm	12 cm	8 g	4 g	30 cm	30 cm	15 cm	20 g
Photo										
Caractéristiques	Opércule visible	Début de la nageoire dorsale en avant des pectoraux Carbure ventral rose (au toucher)	Mûres très profondes Carbure très gros Gouge allongé et aplatissement	Début de la nageoire dorsale en arrière des pectoraux Carbure régulier	1 tache sombre en arrière de l'opércule	2 à 4 taches sombres en arrière de l'opércule	Lignes latérales courbées vers le bas en arrière du corps			
										

Ces actions sont à la base de l'établissement de bonnes transactions commerciales avec les acheteurs, et favorisent l'achat à distance, de plus en plus pratiqué.

Elles sont aussi à la base du fonctionnement d'une majorité des cahiers des charges NFM.

La perspective d'inscrire les actions réalisées en criée, vers une marque, charte ou certification de service, pour valoriser les pratiques des criées sera étudiée, en lien éventuel avec l'Association des Directeurs et Responsables des Halles à Marée (ADRHM).

## Organisation de la mise en marché des produits

Fort de sa capacité à rassembler et à animer des débats avec l'ensemble des organisations professionnelles, leurs représentants et les metteurs en marchés (criées et mareyeurs), NFM est intervenu en 2020 dans le cadre de la crise sanitaire COVID, pour animer en premier lieu les **réunions stratégiques de la filière pêche régionale** ; puis un **groupe de gestion de la crise commerciale** du bulot, conséquence directe du premier épisode de contagion et de la baisse de consommation.

Fort de cette expérience et à la demande du CRPM Normandie, NFM pilote depuis 2021 un **Groupe de Travail Coquille Saint-Jacques Manche-Est**. Celui-ci est en charge d'établir les préconisations de dates et horaires d'ouverture des différents gisements de pêche (Baie de Seine, bande côtière 76 et Large) en tenant compte de la situation des marchés et dans l'objectif d'une bonne valorisation du produit.

Les résultats obtenus en termes d'organisation de la campagne de pêche et de cours de vente conduiront vraisemblablement NFM à poursuivre cette activité, à en améliorer encore le fonctionnement, voire à la développer.



Le groupement Qualité NFM a initié en 1998 une **marque collective** d'identification des produits de la pêche régionale ; la marque NFM.

Cette marque s'applique aux **produits de la pêche** répondant aux exigences de **qualité** et de **durabilité** des **cahiers des charges** NFM, élaborés avec les professionnels : pêcheurs, criées, mareyeurs et transformateurs.

Les cahiers des charges NFM existants aujourd'hui sont les suivants :

CDC / Marque	Porteurs	Création / Modification	SIQO / ECO
Coquille et Noix de St-Jacques de Normandie / NFM	NFM	1999 / 2015	2 Label rouge
Poissons de Ligne de Normandie Extra / NFM*	NFM	2002	/
Poissons Sauvages de Normandie Extra / NFM-PF*	NFM	2003 / 2014	/
Homard du Cotentin et Jersey / NFM-MSC*	NFM / CRPM	2006 / 2013	Ecolabel MSC
Bulot de la Baie de Granville / NFM*	NFM	2009 / 2017	IGP+ Ecolabel MSC
Maquereau de Trouville / NFM*	NFM	2015	/
Produits de la Pêche / Saveurs de Normandie	NFM/AREA Ndie	2019	/

\* : Ces cahiers des charges reposent sur l'action « Harmonisation du Tri et agrégage des produits en criée »

NFM assure l'**évolution et le contrôle de ces cahiers des charges**, le suivi des opérateurs concernés et s'attache à élargir leur usage. Les principales évolutions dans la conduite des cahiers des charges et des certifications spécifiques sont détaillées à la suite :

### • Labels Rouge « Coquille & Noix de Saint-Jacques coraillées »

NFM exerce depuis 2002 un rôle d'**Organisme de Défense et de Gestion**, pour le suivi des plans de contrôle des 2 cahiers des charges de Label Rouge qu'il a obtenu en 2002 et 2009, respectivement pour la « **Coquille Saint-Jacques** fraîche et entière » (n°LA 11-02), et la « **Noix de Saint-Jacques coraillée**, fraîche ou surgelée » (n°LA 07-09).



Des évolutions importantes de ces cahiers des charges et des plans de contrôle associés sont entrevues de sorte de favoriser leur utilisation par les opérateurs de la filière, de réduire les coûts de fonctionnement et d'améliorer l'image des produits. Il est spécifiquement prévu de :

- Fusionner les deux cahiers des charges
- Simplifier les conditions de production des coquilles Label rouge commercialisée entières
- Intégrer la commercialisation des noix de Saint-Jacques non coraillées
- Intégrer des critères en lien avec la **durabilité** et les pratiques de **pêche artisanale**
- Simplifier et modifier en conséquence les caractéristiques communicantes

### • Label Rouge « Noix de Saint-Jacques blanche, surgelée »

L'homologation de ce cahier des charges a été obtenue en janvier 2015, en partenariat avec NFM, par notre homologue breton : Breizh Filière Mer (BFM).

NFM contribue depuis au développement des activités autour de ce cahier des charges, en :

- Contribuant aux évolutions du cahier des charges

- Mobilisant les opérateurs du littoral normands, actifs en Baie de Granville
- Opérant, par délégation de l'OPN, aux contrôles associés des modalités de pêche et de débarque des pêcheurs.

### • Indication Géographique Protégée « Coquille St-Jacques de Normandie »

Les labels rouge obtenus pour la coquille Saint-Jacques ont permis d'accroître la notoriété de la « **Coquille Saint-Jacques de Normandie** ».

NFM entreprend aujourd'hui d'accéder à une **Indication Géographique Protégée (IGP)** ce qui permettrait de renforcer la cohésion professionnelle autour de cette espèce, la première en tonnage et en valeur de la région.



Les avancées obtenues à ce stade portent sur :

- La mobilisation des opérateurs de la filière autour de l'usage commercial renforcé de la dénomination, via l'usage de billots ou d'étiquetages proposés par NFM
- L'élaboration en 2022 d'une **charte d'usage** associée à la dénomination, dont le contenu préfigure le futur cahier des charges d'IGP



Les prochaines étapes de la démarche conduiront à :

- Renforcer encore l'usage de la dénomination sur les produits commercialisés
- Constituer le dossier de demande d'enregistrement de l'IGP : cahier des charges et documents associés (note de présentation, plan de contrôle...)

### • Indication Géographique Protégée « Bulot de la Baie de Granville »

L'IGP « **Bulot de la Baie de Granville** » a été enregistrée par la Commission Européenne en février 2019, après de longues démarches initiées en 2005.

Après une 1<sup>ère</sup> phase d'engagement des opérateurs relativement favorable, NFM s'attachera à conserver et élargir la dynamique auprès des opérateurs de la filière et à assurer le **suivi et le contrôle du cahier des charges**, dans un contexte climatique devenu défavorable au bon développement de l'espèce dans les eaux normandes.



Espèce d'eau froide dont la répartition s'étend de l'Islande au nord à la Manche au Sud, le bulot souffre depuis plusieurs années de la hausse estivale des températures. La réduction des captures est compensée par une hausse substantielle des prix au profit des opérateurs engagés dans l'IGP. Il convient pour pérenniser la démarche et conforter de rendre plus visible encore le produit sur les marchés. Des démarches seront entreprises à ce sujet en lien étroit avec la criée de Granville.

### • Indication Géographique Protégée « Hareng de Fécamp »

NFM a conduit en 2018, une étude d'opportunité qui a montré que le « **Hareng de Fécamp** » bénéficie d'une **notoriété** et d'une **légitimité historique** suffisante pour prétendre à une Indication Géographique Protégée (IGP) ; de par la longue tradition de pêche locale de cette espèce et le développement important des activités de saurisserie qu'elle a généré sur ce territoire et qui perdurent.



NFM a depuis réussi à mobiliser tous les acteurs locaux afin de porter cette démarche d'Indication Géographique Protégée. Notamment, les deux usines de fumaisons fécampaises de hareng, **SEPOA DELGOVE** et **LABEYRIE-DELPRIERE** ont rejoint NFM et intégré la dénomination de vente « Hareng de Fécamp » sur leurs emballages de harengs fumés.

Avec les autres acteurs du projet, la criée de Fécamp et le FROM Nord, a été constitué un Comité Exécutif NFM en vue du dépôt de la demande d'enregistrement en IGP et a été élaboré un pré-projet de cahier des charges. Intégrant la composante commerciale de vente de harengs frais et la composante transformation (fumé), celui-ci a fait l'objet d'une présentation à la DDPP et à l'antenne INAO de Caen.

Les prochaines étapes de la démarche conduiront à :

- Renforcer l'usage de la dénomination sur les produits commercialisés, en particulier sur le frais,
- Consolider le projet de cahier des charges et l'aire de transformation
- Renforcer le lien possible entre la pêche fraîche locale et la filière transformation
- Constituer le dossier de demande d'enregistrement de l'IGP : cahier des charges et documents associés (note de présentation, plan de contrôle...)

#### • **Poissons Sauvages de Normandie NFM**

Initiée par NFM en 2003, la démarche d'identification Poisson Sauvage de Normandie (associée à la marque Pavillon France depuis 2014), concerne aujourd'hui 5 des 6 criées normandes (Granville, Cherbourg, Port en Bessin / Grandcamp-Maisy et Fécamp). 4 origines spécifiques y sont mises en avant, au moyen d'étiquettes apposées sur les poissons de qualité Extra en criée :

- **Baie de Granville** / criée de Granville
- **Ports du Cotentin** / criée de Cherbourg
- **Ports du Bessin** / criées de Port en Bessin & Grandcamp-Maisy
- **Côte d'Albâtre** / criée de Fécamp



NFM s'attachera à étendre la synergie autour de cette démarche en associant la criée de Dieppe et à redynamiser cette démarche auprès des criées bas-normandes, pour lesquelles est ressenti une démobilitation des agents associée à une diminution des volumes de poissons potentiels.

#### • **Cahier des charges « Saveurs de Normandie » et « Pavillon France »**

NFM a initié en 2019 un partenariat avec l'AREA Normandie pour permettre aux mareyeurs de Normandie l'identification d'une **gamme de produits de la pêche** frais ou surgelés sous la marque **Saveurs de Normandie**.

NFM poursuivra le développement de cette démarche auprès des entreprises de mareyage normandes, en cohérence avec la marque **PAVILLON FRANCE**, de sorte de coordonner et simplifier la mise en œuvre des deux démarches.



## DURABILITE : Ecolabellisation de Pêcheries régionales

- **Certification « Pêche Durable MSC » de pêcheries**

NFM apporte depuis 2005 un **appui technique** aux structures professionnelles de Normandie, pour conduire des **certifications « Pêche Durable MSC »** de pêcheries régionales et assurer leur suivi.



L'appui opérationnel apporté lors des **pré-évaluations et évaluations MSC** a notamment permis au CRPM d'aboutir à la certification des pêcheries de « **Homard du Cotentin** » en 2011 et du « **Bulot de la Baie de Granville** » en 2017 ; et de procéder au renouvellement des certificats (2016-2023).

- **Contribution à des travaux d'études / Projet d'amélioration de pêcheries**

Plus globalement, NFM est engagé aux côtés de ses partenaires, en faveur de l'**amélioration des stocks**, la meilleure **connaissance des espèces** et la **gestion des ressources**.

Dans la perspective de conduire de nouvelles démarches de certification « Pêche Durable », cela conduit NFM à :

- Contribuer à l'émergence et réalisation de **travaux d'études**.
- Instiguer ou animer des **plans d'actions** et/ou **projets d'amélioration de pêcheries** ou FIP (Fisheries Improvement Project).

Parue en 2022, l'étude « **Impact des engins de Pêche et Résilience Ecologique du Milieu** » (IPREM) est ainsi venu répondre aux interrogations sur l'impact de la drague à coquille sur les fonds marins, soulevées lors d'une précédente pré-évaluation MSC. NFM s'est impliqué dans la conduite d'IPREM et s'impliquera dans les suites expérimentales à donner, pour en consolider les résultats et relancer le projet de certification de l'espèce.



Cette étude a déjà contribué à répondre au besoin du **FIP Raie bouclée de Manche-Est**, porté par l'OPN et le FROM NORD, en partenariat avec WWF France et qu'anime NFM jusqu'en 2026.

De la même façon, NFM envisage de s'impliquer dans de nouveaux projets d'études associés au FIP raie bouclée et/ou pour d'autres espèces de la pêche normande : dorade grise, rouget-barbet...

- **Préservation des marchés des espèces durables de raies et requins**

En complément de ses actions et pour en préserver les marché, NFM s'attache depuis quelques années, pour l'OPN en partenariat avec l'ONG Ethic Ocean, à améliorer la perception de la filière commerciale et des acheteurs vis à vis de la commercialisation des **raies et requins normands**.

Montrées du doigt depuis quelques années, du fait d'une surexploitation mondiale, ces espèces montrent pourtant des **situations de stocks favorables** en Normandie.



Diverses démarches sont engagées à ce sujet : élaboration et mise à jour d'un guide sur l'état des stocks, communication auprès de la filière et des acheteurs...



# TRAÇABILITE : Identification des Produits de la Pêche

## Outils de Traçabilité

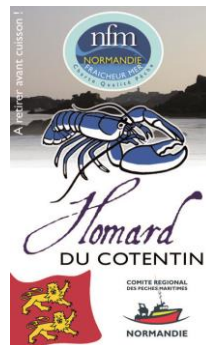
NFM propose des outils de traçabilité, pour l'**identification des produits** sous cahiers des charges NFM et assurer leur **traçabilité** tout au long de la filière commerciale. De nouveaux outils de traçabilité pourront être développés en remplacement ou complément des précédents ou pour les nouveaux cahiers des charges NFM, permettant aux acheteurs et consommateurs d'accéder à des informations pertinentes (cf. chapitre suivant : dispositif de traçabilité NFM QR-Code).

Exemple d'outils développés :

Bar de ligne de Normandie  
Etiquette attachée avec un lien à l'ouïe ou la queue des poissons



Homard du Cotentin  
Etiquette attachée avec un colson ou élastique à la pince du homard



Coquille et noix de Saint-Jacques Label Rouge  
Etiquette de bourriche, de caisses ou de barquette



Bulot de la Baie de Granville  
Maquereau de Trouville  
Etiquette de caisses



Coquille Saint-Jacques  
Bacs de criées / Bourriches



○ **Dispositif de traçabilité : NFM QR-Code**

Pour aider la filière à s'investir sur le créneau d'une traçabilité totale et de rendre attractive celle-ci, NFM a développé une plateforme de génération de **QR-Codes**, intégrables sur les étiquetages et les emballages des produits commercialisés.

Ces QR-codes permettent d'accéder, via un smartphone ou tablette, à une page Internet automatisée, qui comporte de multiples **informations sur le produit** commercialisé : nom du bateau et zone de pêche d'origine, espèce et technique de pêche, fournisseur... Ils permettent de rebondir ensuite sur l'ensemble du contenu du site Internet de NFM : conseils de préparation, recettes, vidéos, photos...



NFM a initié l'usage de ces QR-Codes sur les étiquetages de certains des produits sous sa marque NFM ou sous SIQO (cf. chapitre précédent) et envisage une généralisation à l'ensemble de ceux-ci, au fur et à mesure du renouvellement de ses outils de traçabilité et avec les opérateurs volontaires de la filière (conformément à la loi RGPD) : pêcheurs, criées et mareyeurs.

## COMMUNICATION : Promotion des métiers et des produits

### Plan de Communication NFM

Le plan de communication de NFM est mené autour de deux axes stratégiques et **deux marques** :



#### La communication du Groupement

= valorisation du métier

Les valeurs du groupement :  
SÉRIEUX  
PROFESSIONNALISME  
PÊCHE RESPONSABLE



#### La communication de la Marque

= valorisation des produits

les valeurs de la marque :  
FRAICHEUR / QUALITÉ  
DURABILITÉ  
ORIGINE / TRACABILITÉ

Il poursuit les objectifs de communication suivants :

- la découverte et la valorisation des **métiers** et des **pratiques** de pêche,
- la découverte de la **diversité** et de la **saisonnalité** des espèces,
- la **qualité** et la **durabilité** des produits de la pêche régionale,
- la mise en valeur des **poissons bons plans**
- l'apport de conseils de **préparation**, de **recettes**, et de **cuisson** aux consommateurs,
- la mise en avant des **bienfaits nutritionnels** des produits de la mer,
- le développement de la consommation de **proximité**,
- le développement des marchés à l'**export**...

Cela se concrétise par les actions et la réalisation de supports de communication décrits à la suite, mise en œuvre par NFM et au profit des produits et des opérateurs de l'ensemble de la Normandie.

## Promotion des métiers de la pêche

NFM a élargie en 2019 sa communication aux **métiers de la pêche**, via un partenariat avec l'ensemble des structures professionnelles de la pêche de Normandie et des 2 lycées maritimes normands et l'obtention de financements DLAL FEAMP, auprès des GALPAS d'Hisseo la Normandie et de Fécamp.

Perturbé dans sa mise en œuvre par le COVID, le projet n'a pu aboutir qu'en 2023 avec le lancement du site Internet [www.trouvetonflot.fr](http://www.trouvetonflot.fr). Celui-ci comporte 10 portraits vidéos et 10 portraits photos avec interviews, plus une présentation de la filière pêche régionale.

Il fait actuellement l'objet d'une campagne de relations Presse (Communiqué) et d'une campagne sponsorisée sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram et Tiktok) via une vidéo teaser et 1 clip.

Il est accompagné de l'édition de flyers et kits pédagogiques (Roll-ups et Goodies) pour un usage lors des opérations de lancements dans les Lycées maritimes et sur les différents salons étudiants.

A destination des élèves et futurs recrues potentielles pour l'ensemble des acteurs de la filière, les différents métiers de la pêche, de la criée, du mareyage et de la poissonnerie y sont déjà valorisés.

NFM s'attachera à donner une suite et à faire vivre ces outils ; pour un usage et une appropriation de ses partenaires et de toute la filière.

La réalisation de nouveaux reportages, de nouveaux supports de promotion, l'extension à d'autres métiers (construction navale), l'ajout de nouvelles fonctionnalités au site Internet (liste des formations, offres d'emploi) et un relai pédagogique vers les écoles figurent parmi les pistes d'évolution identifiées.





## Promotion des produits de la pêche

Le plan de communication que NFM développe, comporte une promotion générique des produits de la pêche de Normandie sous une communication groupement et une promotion spécifique des produits sous cahiers des charges NFM, identifiés comme **Produits Stars**.

### ○ Les Produits Stars NFM

Une synergie est recherchée entre les différents produits et dans le graphisme et concept des campagnes de communication portées par NFM.

Elle a conduit au développement du concept de **Produits Stars NFM**, pour les produits de la pêche adossés aux démarches d'identification que porte NFM et à la conception d'une **tonalité humoristique** et d'un **graphisme modernisé** pour susciter plus d'affinités :

- Renforcement des liens entre les produits et leurs territoires
- Renforcement de l'attractivité des produits auprès des consommateurs et acteurs de la filière



NFM poursuivra la déclinaison de ce concept pour ses futures campagnes et outils de communication. Affiches, cartes postales et goodies sont notamment prévus.

### ○ Les autres vecteurs de communication

Afin d'accroître l'attractivité de ses produits, NFM s'appuie sur des **vecteurs de communication** reconnus à l'échelle régionale, nationale, européenne ou mondiale, qui ajoutent du sens :

Signes Officiels d'Origine et de Qualité

Marque collective régionale



Marque collective française



Ecolabel « Pêche Durable MSC »



Enfin, pour une meilleure synergie et visibilité des acteurs économiques régionaux, NFM intègre désormais sur l'ensemble de ces **outils de communication** non attachés aux produits commercialisés, le marqueur régional NORMANDIE véhiculé par l'agence **Normandie Attractivité**.

**NORMANDIE**



○ **Le développement des marchés / Marché régional et national**

Au rythme de la saisonnalité des espèces et avec une volonté de promouvoir les **Produits Stars NFM** et les **Poissons Bon Plans Normands**, NFM organise une communication vers les **acheteurs** et sur les **points de vente** assurée par plusieurs biais différents :

○ **Insertions presse professionnelle**

Supports : Presse spécialisée destinée aux acheteurs des produits de la mer : Produits de la Mer / Linéaires...

Type d'insertion :

- Générique / Pêche de Normandie
- Spécifique / Les produits NFM en fonction de la saisonnalité : Bulot, Coquille, Homard, Maquereau...

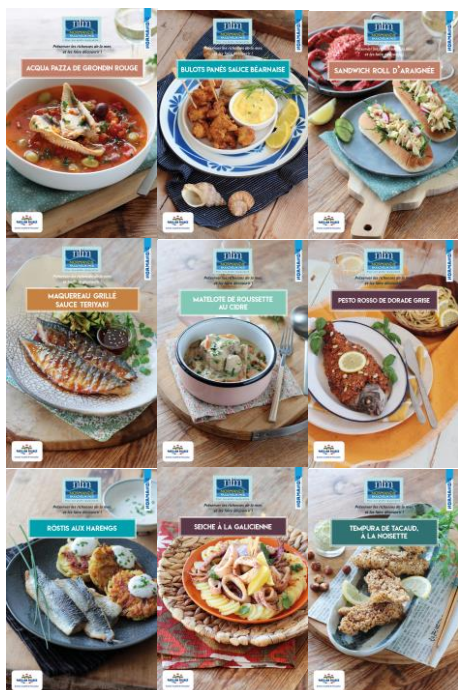
Fréquence : 5 - 7 insertions / an



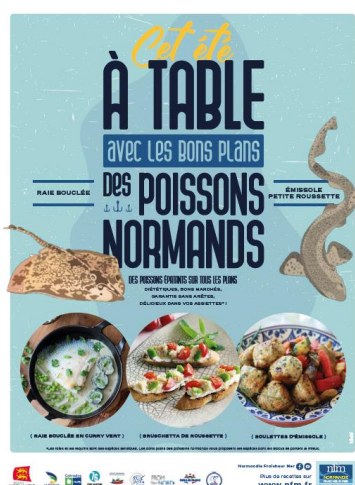
○ **Publicité Lieux de Vente (PLV)**

- Via les **2500 poissonneries de l'OEPEF** (Organisation Poissonniers Ecaillers de France) Envoi d'affiches, à raison de 3 par an
- Via le **réseau NFM de 300 poissonneries** et **GMS normandes** Envoi de fiches recettes, à raison de 2 tous les 2 mois, et envoi régulier d'affiches.
- Via les **opérateurs des cahiers des charges NFM** à destination de leurs clients Mise à disposition d'affiches, livrets recettes, pique-prix, ... goodies Produits Stars NFM.
- Via les **produits commercialisés** Mise à disposition des opérateurs NFM des outils de traçabilité (cf. chapitre Traçabilité).

Fiches recettes



Affiches



Pique-Prix



## o Le développement des marchés / Marché export

En partenariat avec l'**AREA Normandie** et **BUSINESS France**, NFM s'est engagé auprès des mareyeurs et transformateurs normands en faveur de l'export de produits de la pêche normands.

NFM participe ainsi au **Salon International des Produits de la Mer SEAFOOD**, organisé depuis deux ans à Barcelone, autour d'un pôle des fournisseurs normands :

- o NFM y met à disposition un **stand collectif** pour favoriser la présence des petites entreprises
- o NFM y réalise des **animations** (conférences, dégustations...).

Avec les mêmes partenaires NFM s'engage aujourd'hui et étend ses actions exports dans l'organisation de **rencontres acheteurs** en région.



## o Le développement des marchés / Restauration collective scolaire normande

NFM vient depuis plusieurs années en appui des collectivités et en partenariat avec la Chambre d'Agriculture de Normandie pour favoriser l'approvisionnement local de la restauration scolaire en produits de la pêche ; et en particulier en "**Poissons Bons Plans Normands**". Cet appui repose sur :

- L'apport de conseils pour favoriser l'**achat direct** ou la rédaction des **marchés publics** privilégiant les produits locaux, dans le respect des règles de marché et des objectifs de la loi Egalim : Segmenter le marché du poisson frais, lister les espèces régionales, définir un prix lissé sur une période, s'intégrer à un réseau de distribution existants de mareyeurs...
- La réalisation d'interventions et/ou de formations à destination des **chefs de cuisine et intendants**, permettant d'appréhender autrement la cuisine du poisson au cours d'ateliers culinaires.
- La réalisation d'enquêtes auprès des **entreprises de mareyage/transformation**, pour recenser l'offre des fournisseurs en produits de la pêche normands (frais et surgelés) et leurs capacités d'approvisionnement à la restauration collective, afin d'orienter au mieux les chefs de cuisine de restauration scolaire.
- L'incitation des fournisseurs à développer leurs **circuits de commercialisation**, à s'inscrire sur les **plateformes fournisseurs / acheteurs** et à participer aux **rencontres B to B** entre producteurs et acheteurs organisées en région.
- Le relai aux fournisseurs des marchés publics des établissements scolaires.



Ces supports et actions pourront être utilisés pour accompagner les nouveaux demandeurs et notamment les **Projets Alimentaires Territoriaux (PAT)** en cours de déploiement un peu partout sur le territoire normand.

NFM se mobilise en complément pour intégrer la mise en œuvre de **Poissons Bons Plans**, dans le cadre de salons, concours et animations culinaires, à destination de la restauration collective et de la restauration commerciale privée : **Challenge « Bien Manger en Normandie »**, **Semaine des produits normands**, **Trophée des léopards**, **Salon Rest'Hotel...**

## ○ Le développement de la consommation / Relations presse

NFM entreprend une communication vers les médias, afin de bénéficier de retombées presse en faveur des **Produits Stars** (coquille, bulot, homard, maquereau, hareng). L'accent est globalement porté sur la qualité des produits et la durabilité des ressources et la mise en avant de professionnels engagés, porte-paroles pour l'ensemble des professionnels.

Les actions de relations presse s'articulent autour de **Communiqués de presse** (2 à 3 par/an en fonction de l'actualité) de **Dossiers de presse** et d'**accueils presse**.

Ces actions de relation presse sont également conduites en faveur des **Poissons Bons Plans Normands**, des espèces bon marché et/ou dites « oubliées », qui présentent un potentiel de valorisation important et un intérêt structurant pour la filière pêche normande, de par leur importance volumétrique et leur spécificité régionale : tacaud, grondin, roussette, dorade, congre, raies... qui représentent près de 30% des captures régionales.

Elles permettent d'enregistrer **près de 500 retombées / an**, dont souvent plus d'une dizaine de **reportages télévisés** sur les antennes nationales (TF1, France 2, France 3, M6, TV5 Monde, Arte...) ; des résultats sans commune mesure avec le budget consacré.

## ○ Le développement de la consommation / Salons et manifestations

NFM s'investit sur une majorité des **manifestations maritimes régionales** consacrées aux produits de la pêche de Normandie et sur les **grands rendez-vous** régionaux et nationaux.

En fonction de leur importance, NFM peut y gérer et animer un **stand de promotion** des produits, ou mettre en place un partenariat, avec mise à disposition de matériel de promotion, fourniture ou prise en charge produits pour les **animations culinaires**...

En sus des fiches recettes évoquées précédemment, des kakémonos, bâches, expositions et autres supports promotionnels sont réalisés et utilisés à cet effet.

Pour accentuer le caractère ludique, des **jeux** avec remise des **goodies** sont organisés autour de la promotion des Poissons Bons Plans et des Produits Stars NFM.



Liste des manifestations auxquelles NFM s'investit régulièrement :

- Salon International de l'Agriculture de Paris
- Semaine de la pêche durable
- Fête du Maquereau de Trouville
- Foire au Bulot de Pirou
- Fête de l'Excellence Normande (FENO)
- Festival des Voiles de Travail du Pays Granvillais
- Fête du Terroir et de la Mer de Cherbourg
- Festival Toute la Mer sur un Plateau de Granville
- Foire de Caen
- Fête de la Coquille de Villers sur Mer
- Fête de la Coquille de Courseulles sur Mer
- Fête de la Coquille d'Ouistreham
- Fête de la coquille de Grandcamp-Maisy
- Festival Le Goût du Large de Port en Bessin
- Fête du Hareng de Fécamp
- Fête du Hareng et de la Coquille de Dieppe



## ○ Le développement de la consommation / Réseaux sociaux

NFM est de plus en plus actif sur Internet et les réseaux sociaux (Youtube, Facebook et Instagram).

Ils génèrent déjà dans leur ensemble entre **2 et 4 millions de contacts par an**.

Les actions de communication de NFM y sont relatées et du contenu est développé pour enrichir, animer et mettre à jour régulièrement ces espaces : création de **recettes** et de conseils de préparation, développement de **contenus informatifs** sur les espèces, partenariat avec des **blogs culinaires**, réalisation de **photos** et de **vidéos**, de **jeux**, de **campagnes de communication digitale**...

Le recrutement d'un « **Community manager** » à temps plein est prévu pour accentuer encore ces actions. Il pourra notamment s'appuyer sur les nouvelles ressources en images et vidéos acquises dans le cadre du projet « Trouve Ton Flot ».



## ○ Le développement de la consommation / Événementiels

NFM s'appuie sur des événementiels, afin d'accompagner la mise en marché des **Produits Stars** de la pêche régionale.

NFM a ainsi développé un événementiel fort en faveur de la coquille Saint-Jacques de Normandie, première espèce en valeur de la pêche régionale, intitulé « **La Grande Débarque**, les rendez-vous gourmands de la coquille Saint-Jacques de Normandie », qui a fait l'objet d'une 5<sup>ème</sup> édition en 2022.

NFM entreprendra de reconduire annuellement cet événementiel, de le développer et recherchera les financements nécessaires.

Deuxième espèce de la pêche normande le Bulot est associée à l'**Apéro Normand**, une opération conduite avec l'AREA Normandie, pour l'usage de produits locaux lors de cet instant convivial.

D'autres événementiels de ce type pourraient voir le jour à l'avenir, NFM entrevoyant l'opportunité de



bénéficier de financements privés.

Est identifiée parmi ces perspectives, la possibilité pour NFM de bénéficier de financements en lien avec les mesures compensatoires collectives de l'implantation des parcs éoliens en mer.

Projet NFM 2023-2025, finalisé le 23 août 2023

Jérôme VICQUELIN

Président de NFM

