

GRILLE DE RESTITUTION

THEME DE L'ATELIER : RESSOURCES DE L'OCEAN

Nom de l'animateur Stéphane HENARD

Nom du rapporteur : Laurent DEBAS

Nom de la personne ressource / intervenant : Léonard SONNENSCHNEIN/Antonio DI NATALE/Alexei KNIZHNIKOV

Nom du relecteur : Valérie FALEMPIN

Nombre de participants à l'atelier : 24

Langues de travail : Anglais/Français

Nota : faire remplir la feuille d'émargement

Principaux enjeux soulevés par l'intervenant :

Léonard SONNENSCHNEIN : Tout le monde sait que les ressources sont en train de disparaître (politiques, pêcheurs, transformateurs). Mais la notion d'océan mondial est inconnue du grand public et notamment que le poisson que nous consommons ici est souvent pêché là bas.

On ne peut pas demander aux seuls pêcheurs de régler les problèmes de surexploitation. Ils se battent pour leur survie.

Comment trouver une plate-forme commune entre tous ces acteurs pour avancer vers une exploitation durable des ressources ? Il faut désormais toucher le consommateur à travers les enfants qui eux même touchent les adultes. Mais aussi toucher directement les adultes.

Proposition d'Organisation d'un « Seafood Celebration Day ». Les centres comme Nausicaa ont une très bonne réputation auprès du grand public et sont des vecteurs remarquables pour faire passer des messages sur les modes de consommation.

Exposé d'Antonio DI NATALE sur « Slow Food ». Ils essaient de faire passer l'idée d'une ressource limitée auprès du grand public en lui faisant goûter des produits « labellisés », abordant la notion de traçabilité en essayant de parler de toute la filière et avec l'objectif de protéger le pêcheur et sa culture. Des notions sur la ressource telle que la saisonnalité des ressources mais aussi sur la façon de les préparer etc. Initiative supportée par l'UE, et la direction générale des pêches italiennes ainsi que les organisations de producteurs. Antonio DI NATALE mentionne l'existence d'un document de la Commission Européenne qui est disponible sur le WEB et qui fait état de l'état de nombreux stocks dans les pays tiers avec lesquels l'UE travaille.

Exposé sur la mer Caspienne. « Don't Eat Caviar Campaign » lancée et supportée par plusieurs ONG. Mais ce n'est pas assez il faudrait rajouter à propos de la ressource et donc des esturgeons « laissez les pondre et grandir ». Malheureusement la dégradation de l'environnement générale, le développement de certaines activités (recherche et exploitation pétrolière par exemple, et l'anarchie qui a suivi la disparition de l'URSS (mésententes entre les Etats riverains) sont autant de facteurs négatifs sur la ressource. Le réseau peut-il contribuer à la prise de conscience générale et apporter une aide face à cette question urgente pour la Mer Caspienne. Parmi les pistes actuelles, le développement d'activités de substitution (à travers le tourisme) pourrait être promue. Sea Web intervient aussi aux USA et en France et commence faire parler de « l'autre caviar », soutient des programmes de recherche et de développement des écloséries de Caviar localement.

Quelques échanges ou propositions :

Il faut trouver de nouvelles idées. Beaucoup de choses sont en cours à travers différentes institutions. Nous savons que le principal problème vient de la pêche industrielle qui échappe à beaucoup de règles avec toute la filière jusqu'à la distribution. C'est de cela que nous devons traiter et c'est plus qu'urgent.

Chaque visiteur devrait être informé par Internet et/ou e-mail-, chaque fois que nécessaire de ce qu'il peut ou non consommer ou éventuellement d'une actualité particulière.

Les démarches entreprises pour toucher le public sur la question des ressources doivent aussi s'appliquer aux poissons d'aquarium.

Intervention des représentants du Pôle Halieutique de Boulogne : Pas d'avenir de la filière sans pérennité de la ressource. Les gens connaissent peu les produits de la mer. Il faut les informer y compris sur les valeurs nutritionnelles des produits de la mer.

La ressource est limitée, il faut le dire, demain nous aurons, dans le meilleur des cas à partager entre 9 milliards ce que nous avons aujourd'hui à partager en 6 milliards. Il faut donc informer le consommateur.

Mais il faut aussi valoriser au mieux tout ce qui est ramené et faire des coproduits d'aujourd'hui des vrais produits pour augmenter la disponibilité en produits issus de la mer faute de pouvoir augmenter le volume des pêches.

Les priorités pour chaque grande région du monde :

Monde :

Dénoncer l'impact et la responsabilité des pratiques d'un petit nombre d'états qui ne respectent pas la réglementation sur la santé des océans et sur celle de l'humanité.

Ne pas oublier de communiquer sur le commerce des espèces destinées au marché aquariophile et sur les problèmes que cela pose au niveau de leur capture et de leur transport.

Etablir des échanges d'informations entre différentes régions du monde pour pouvoir informer le consommateur sur ce qu'il trouve sur les étals (ce que je consomme ici est pêché là-bas - état local des stocks etc.).

Etablir ou diffuser une liste VERTE des poissons dont les stocks sont en bonne santé et donc consommables sans ambiguïté. Soutenir les écolabels existants.

Europe :

Vis à vis du consommateur :

Expliquer et augmenter la traçabilité du poisson (origine précise - ce qui n'est pas le cas aujourd'hui - label etc...).

Diversifier les espèces proposées au consommateur.

Vis à vis des décideurs :

Essayer d'imposer de nouvelles règles de codification qui indiqueraient PRÉCISEMENT, les espèces, les zones de pêches, les tailles de captures (tailles officielles et tailles biologiques ?).

Les leviers de communication sur les thèmes de travail :

A l'échelle du réseau :

1. Organisation d'une journée de « Sea Food Celebration » à l'occasion du World Ocean Day dans chaque centre.
2. Renforcement des échanges d'information entre les membres du réseau sur l'état des ressources capturées localement et exportées vers d'autres pays.

Au niveau régional et local :

1. Identification par le grand public des centres du réseau comme lieu d'informations fiables sur l'état des ressources et leur consommation.
2. Création d'un espace d'expo dédié dans chaque centre à la consommation des produits de la mer.
3. Publication d'une lettre d'info régionale diffusée par e-mail (auprès des visiteurs des centres ou du site WEB, enregistrés), destinée à informer le consommateur sur l'état de telle ou telle ressource, sur les ressources de substitution et sur les moyens de les préparer.

Les principaux messages pour communiquer vers le grand public :

Messages à vocation mondiale :

- L'océan mondial n'est qu'un et le poisson que nous consommons ici est souvent pêché là bas.
- La ressource halieutique est limitée,
- Les produits de la mer sont des biens rares au niveau mondial et sont donc précieux,
(Les poissons d'aquariophilie doivent être considérés dans tous les messages au même titre que la ressource alimentaire).

Message à vocation régionale ou locale :

- La ressource halieutique est saisonnière et son abondance est évaluée chaque année, on ne peut pas consommer toutes les espèces de poissons à toutes les époques de l'année
- En fonction de l'état de certains stocks il faut diversifier sa consommation : il existe d'autres espèces à consommer voire d'autres produits issus de la mer.
- Il faut apprendre à cuisiner/préparer autrement pour consommer autre chose.