

Cestas de pescado

FLAG: Laguna de Thau y su zona costera

Francia

Presentación del proyecto

La puesta en contacto de los pescadores y productores acuícolas locales con los consumidores mediante un programa de «cestas de pescado» ha ayudado a mejorar la visibilidad y el consumo de pescado local, ostras y otros mariscos de la zona.



A pesar de vivir en una región de gran tradición pesquera, los habitantes de las poblaciones de alrededor de la laguna de Thau han tenido dificultades para comprar pescado local durante mucho tiempo. Al no haber pescaderías locales, los consumidores debían buscar productores individuales que quisieran vender sus productos, o bien dirigirse a los grandes supermercados. Con el propósito de establecer una cadena de suministro de pescado local y de temporada, una asociación ecologista local aprovechó la ayuda del Eje 4 para crear un programa de distribución por medio de cestas de pescado.

El proyecto se puso en marcha como una iniciativa de venta directa, pero después pasó a convertirse en una red de distribución a cuatro localidades, con la ayuda de una página web que permitía a los consumidores inscribirse en el programa, hacer pedidos y elegir el lugar para recogerlos. El Eje 4 ha sido fundamental para el establecimiento de una estrategia de comunicación, que incluía la elaboración de estudios de viabilidad sobre lugares de recogida y plazos de entrega y aseguraba la relación con eventos locales para mejorar su visibilidad. Asimismo, el proyecto ha ayudado a formar a un grupo de clientes que actuaban de «embajadores», con el fin de adquirir competencias para gestionar y animar los lugares de recogida y actualizar semanalmente, en colaboración con los productores, la página web con los productos disponibles.



En la actualidad, el programa de cestas incluye pescado, pero también pan, queso y otras especialidades de los productores locales, de modo que se ha convertido en una auténtica herramienta «social» de la zona. Al facilitar los encuentros personales y los intercambios informales entre consumidores y profesionales en torno a sus productos, el programa ha conseguido ya diversificar su oferta hacia productos locales «culturales» vinculados al patrimonio pesquero, como por ejemplo la organización de concursos de recetas de cocina o la celebración de exposiciones de arte y artesanía, así como de obras de teatro.

Lecciones clave

- › **Relevancia con los temas FARNET:** aportar valor añadido a las capturas locales.
- › **Resultados:** el programa, iniciado en 2008, tomó impulso en 2012 gracias a las ayudas del Eje 4. En la actualidad cuenta con 690 compradores inscritos, provenientes de más de 50 municipios situados a una distancia máxima de 30 kilómetros, e incluso con algunos de ciudades más grandes como Sète o Montpellier. En el proyecto participan tres pescadores y cuatro productores de ostras, y los pedidos semanales alcanzan una cifra media de 22 cajas de pescado y marisco, lo cual representa un gasto aproximado de 850 euros en productos locales de los consumidores de la zona.
- › **Transferibilidad:** basándose en principios y objetivos similares a los de la pesca apoyada por la comunidad (véase la Guía FARNET nº 8), los consumidores deben inscribirse previamente en la página web del programa para poder comprar pescado local. El programa, sin embargo, no implica una relación contractual de obligado cumplimiento entre productores y consumidores, con objeto de animar a los compradores indecisos a incorporarse al programa.
- › **Comentario final:** el programa ha puesto de manifiesto la importancia de estudiar las expectativas de los productores y los consumidores. La decisión de poner en marcha un programa sin inscripción previa fue adoptada tras evaluar las necesidades y expectativas de los clientes potenciales, que buscan productos frescos y locales sin grandes compromisos, y de los productores, que desean principalmente acercarse a los consumidores locales y aportar valor añadido a sus capturas. Además, al implicar directamente a «clientes embajadores» en la gestión del programa, se incrementa notablemente el sentimiento de propiedad y el espíritu emprendedor locales.

Coste total y contribución del FEP

Coste total: 77 250 euros.

- › Contribución del Eje 4: 38 625 euros.
- › Cofinanciación nacional: 19 312 euros.
- › Financiación complementaria pública local («collectivités»): 19 312 euros.

Información sobre el proyecto

Denominación: *Les Paniers de Thau*

Duración: 2011-2013.

Fecha del estudio de caso práctico: enero de 2014.

Promotor del proyecto

CPIE de Thau – Centre Permanent d’Initiatives pour l’Environnement (los CPIE, centros permanentes de iniciativas medioambientales, son asociaciones de sensibilización sobre el medio ambiente).

Esther Emmanuelli & Emilie Varraud.

projet@cpiebassindethau.fr – contact@cpiebassindethau.fr

+33 4 67 24 07 55 – www.paniersdethau.fr – <http://www.paniersdethau.fr/comment-ca-marche.html>

Datos del FLAG

FLAG de la Laguna de Thau y su zona costera (Francia).

Correo electrónico: admm@orange.fr – +33 4 67 74 76 14 – Hoja informativa: [FLAG factsheet](#)

Editor: Comisión Europea, Dirección General de Asuntos Marítimos y Pesca, Director General.

Cláusula de exención de responsabilidad: La Dirección General de Asuntos Marítimos y Pesca es responsable de la elaboración total de este documento, pero no se responsabiliza de su contenido ni garantiza la precisión de los datos