

Le marché au poisson de Stockholm – les pêcheurs locaux investissent la ville

FLAG : Fiskefrämjandet Stockholms Skärgård
Stockholm, Suède

Aperçu du projet

Les pêcheurs de Stockholm ont longtemps été isolés et tributaires de longues chaînes de commercialisation. Leurs possibilités de vente au niveau local étaient ainsi paradoxalement limitées. Grâce au soutien du FLAG, des pêcheurs ont commencé par proposer leurs produits – des produits frais, locaux et traçables – aux consommateurs de la capitale lors de ventes éclairs organisées régulièrement. Le succès de cette initiative a abouti au développement d’une marque collective et au lancement d’un marché au poisson permanent.



La région de Stockholm compte une centaine de pêcheurs actifs qui travaillent dans un rayon de 250 km et débarquent environ 800 tonnes de poisson chaque année. Il y a peu de temps encore, leurs prises devaient parcourir 450 km pour être vendues à la criée de Göteborg, avant de repartir en direction de la capitale, où la consommation annuelle de poisson s’élève à 31 000 tonnes. Les pêcheurs n’avaient donc d’autre choix que de vendre leurs prises à bas prix, puisqu’individuellement, ils ne pouvaient gérer les coûts et la logistique qu’implique la vente directe et locale.

La situation a radicalement changé en novembre 2011 avec le lancement d’un projet visant à recréer un marché au poisson à Stockholm. Un projet qui a rallié ces pêcheurs autour d’une structure et d’une marque tout en leur offrant un emplacement leur permettant de vendre leurs produits directement aux consommateurs. Avec le soutien du FLAG et de l’Administration régionale de la pêche, les pêcheurs ont uni leurs efforts pour organiser la logistique nécessaire à la capture et au transport de leurs prises, communiquer avec les clients et accéder au marché local des produits de la mer. Le « Stockholm Fiskmarknad » est devenu une marque déposée appartenant aux pêcheurs et conférant à leurs produits une identité visuelle reconnaissable par les consommateurs et utilisée par les distributeurs. En coopération avec l’administration régionale de Stockholm, le projet pilote a mis en place les conditions nécessaires à l’identification et à l’aménagement d’un emplacement permanent pour un nouveau marché au poisson au cœur de la capitale.

Principaux enseignements à tirer

- **Pertinence par rapport aux thèmes FARNET :** valeur ajoutée des produits issus de la pêche locale
- **Résultats :** En 2014, le projet pilote avait mobilisé au total 50 pêcheurs de l'archipel qui ont pris part à cette initiative et organisé deux ou trois ventes de poissons par an. Lors de ces marchés éclairs d'une durée de 5 jours maximum, +/- 300 kg de poissons ont été vendus à quelque 500 clients curieux. Quatre restaurants situés sur la place la plus fréquentée de la ville ont ainsi commencé à s'approvisionner directement auprès de ces pêcheurs et il a finalement été décidé d'ouvrir un marché au poisson permanent dans le centre de la ville. Les pêcheurs allaient désormais pouvoir vendre leur pêche directement aux consommateurs et non plus par le biais d'une chaîne allongée et anonyme.
- **Transférabilité :** Ce projet est transférable à des zones à forte densité de population où un petit nombre de pêcheurs ne sont pas en mesure d'écouler leur production au niveau local. Celles-ci pourraient s'inspirer de la façon dont le projet a réuni les efforts et les conseils d'experts de divers horizons : des pêcheurs locaux qui ont mis sur pied le projet, une école de commerce qui a préparé le plan de marketing, une école d'architecture qui a proposé un site pour le futur marché au poisson. Cette approche est efficace sur le plan social (renforcement de la cohésion sociale entre les pêcheurs locaux), de la commercialisation (développement d'une marque dédiée) et de la communication (design élégant et communication efficace via la presse et les réseaux sociaux).
- **Commentaire final :** Deux zones de pêche candidates susceptibles d'accueillir dans le futur un marché local au poisson permanent ont été identifiées. D'ici là, les pêcheurs continuent de prouver l'existence et le caractère durable de la demande de poisson frais issu de la pêche locale. Dans cet exemple, l'Axe 4 montre comment le soutien aux efforts collectifs des pêcheurs permet de débloquer une situation jusqu'ici peu rentable.

Coût total et contribution du FEP

Coût total du projet : 240 000 €

- Subvention du FLAG : 60 000 € (50 % Axe 4 ; 50 % cofinancement national/régional)
- Soutien Axe 1 (soutien aux petites zones de pêche) : 46 000 € (50 % UE ; 50 % national/régional)
- Autre soutien national : 135 000 €

Informations sur le projet

Titre : Marché au poisson de Stockholm

Durée : 2011 – 2012 (2 ans)

Date de l'étude de cas : février 2014

Promoteur du projet

Fiskefrämjandet Stockholms Skärgård FLAG

Directeur du FLAG : Sverker Lovén

Coordinateur du FLAG : Thomas Hjelm | +46 708 736 530

fiskeframjandet@gmail.com

<http://www.fiskeframjandet.se>

<https://www.facebook.com/stockholmsfiskmarknad>

[Fiche info sur le FLAG Fiskefrämjandet Stockholms Skärgård](#)



Éditeur : Commission européenne, direction générale des affaires maritimes et de la pêche, directeur général.

Décharge de responsabilité : La direction générale des affaires maritimes et de la pêche est responsable de la production de ce document mais pas de son contenu. Elle ne garantit pas l'exactitude des données.