

Commercialisation de nouveaux produits à base de poucepieds

FLAG : Ría de Vigo – A Guarda
Galice, Espagne

Présentation du projet

En Galice, les poucepieds sont traditionnellement ramassés par des pêcheurs et pêcheuses puis vendus en tant que produits frais, sans transformation ni valeur ajoutée. Ce projet, soutenu par des conchyliculteurs, promeut la création de nouveaux produits à partir de ce crustacé très prisé en Espagne, comme des poucepieds au naturel en conserve et du pâté de poucepieds aux algues. Les nouveaux produits en question apportent une valeur ajoutée aux *Pollicipes pollicipes* – plus particulièrement ceux de petit format, qui sont moins demandés et généralement vendus à moindre prix.



Contexte et principaux défis



Le ramassage des poucepieds relève d'une longue tradition dans les villes de Bayonne et d'A Guarda, ainsi qu'en Galice d'une manière générale. C'est un des crustacés les plus populaires d'Espagne, mais l'une de ses variétés, plus petite, a une valeur marchande moins élevée. Malgré son prix inférieur, cette variété est tout de même cueillie afin d'éviter qu'elle ne colonise l'habitat des poucepieds plus demandés. Il est donc important que ces poucepieds de moindre valeur fassent l'objet d'une exploitation commerciale au lieu d'être négligés.

Les conchyliculteurs professionnels de Bayonne (12 154 habitants en 2010) et d'A Guarda (10 472 habitants) sont organisés en diverses associations (totalisant 214 cueilleurs de poucepieds professionnels) et, récemment encore, ne vendaient leurs poucepieds qu'à la criée. D'énormes quantités de petits poucepieds étaient néanmoins ramassées et vendues à très bas prix.

En 2005, un groupe de femmes et d'hommes des deux régions a commencé à chercher une solution à ce problème. Ils ont fondé une société baptisée *Mar de Silleiro LTD* et rassemblant 27 ramasseurs de poucepieds. Sachant que la vente de produits frais uniquement est relativement limitée, ils ont eu l'idée de conserver les poucepieds en introduisant de nouveaux produits traités sur le marché, essentiellement à base de crustacés de plus petit format et de moindre intérêt. Ils ont commencé par chercher et étudier différentes recettes ainsi que leur potentiel sur le marché – un travail financé par les ministères de la Pêche à l'échelon national et régional (*Consellería do Mar*).

Objectifs du projet

Les principaux objectifs de ce projet de l'Axe 4 étaient de :

1. Développer et lancer deux nouveaux produits sur le marché espagnol : les poucepieds au naturel en conserve et le pâté de poucepieds aux algues, en utilisant des poucepieds de moindre valeur commerciale
2. Déterminer le potentiel lié au lancement de ces nouveaux produits sur les marchés internationaux.

Description du projet

Ce projet implique la réalisation et le lancement, sur le marché espagnol, de deux nouveaux produits : les poucepieds au naturel en conserve et le pâté de poucepieds aux algues. La première priorité a été l'organisation des infrastructures de mise en conserve. Cette opération a été menée via la création d'un partenariat avec la conserverie galicienne Antonio Pérez Lafuente, reconnue pour son engagement envers la pêche responsable, la qualité de ses matières premières, et ses normes de qualité élevées. L'accord de partenariat prévoyait la location de sa chaîne de production un jour par semaine.

Une fois les infrastructures de production disponibles, le projet s'est focalisé sur le marketing et la stratégie de marque ('branding'). La première étape a été de concevoir la marque, les logos et le conditionnement, puis de les enregistrer afin d'assurer leur protection. Pour faciliter ces procédures, les promoteurs du projet ont fait appel aux services d'une société spécialisée dans le développement de produits et qui comprenait le travail ainsi que le style de vie des ramasseurs de poucepieds.

L'étape suivante a consisté à développer un site Web incluant une boutique en ligne, démarche inédite dans le secteur de la pêche. Cet outil était considéré comme essentiel pour accéder à certains marchés et communiquer avec les consommateurs. Le site Web, www.mardesilleiro.com, permet aux consommateurs d'acheter directement des produits à l'entreprise et, pour faciliter les ventes en ligne, les promoteurs ont loué un bureau et un entrepôt destiné au conditionnement et à la distribution.

Après la mise en place de l'infrastructure de base, la société de développement de produits a contribué à la préparation des premiers échantillons à déguster/tester, suivis par les produits finaux destinés au marché. Elle a également apporté son aide pour la création d'une campagne promotionnelle, incluant la production d'une vidéo publicitaire à insérer sur le site Web et à montrer lors de foires ou d'autres événements liés à la promotion ou à la pêche en Espagne et à l'étranger. Enfin, elle a créé un stand pour les salons et autres activités de merchandising, ainsi que d'autres supports promotionnels.

Le lancement public de l'entreprise, *Mar de Silleiro*, et de ses produits a eu lieu le 3 novembre 2010 au CETMAR ("Centre technologique de la Mer") à Vigo. Les 27 *percebeiras* (conchyliculteurs) ont participé à cette présentation, où la presse et les invités ont pu déguster les nouveaux produits.



La campagne promotionnelle a démarré à l'issue de ce lancement. Jusqu'à présent, elle a inclus la participation à des salons de pêche, des réunions avec des distributeurs, détaillants, gérants de boutiques gastronomiques et d'épicerie fines, etc. *Mar de Silleiro* reconnaît que les premières années de la nouvelle entreprise seront cruciales pour assurer l'introduction fructueuse du produit sur le marché. Elle a donc participé activement à des salons-phares tels que le *Forum Gastronómico 2010* (Gérone), le *Salón Internacional de Gourmets 2011* (Madrid) et la *Feria Internacional de Galicia 2011* (Silleda).

Principaux acteurs

Les promoteurs du projet sont un groupe de conchyliculteurs de Bayonne et d'A Guarda, qui ont fondé la société *Mar de Silleiro*. Cette société a été créée afin d'apporter une valeur ajoutée aux poucepieds frais. Elle compte 27 conchyliculteurs ou "*percebeiras/os*", mais le projet est dirigé par un groupe plus restreint (conseil de représentants). Ce groupe travaille en étroite collaboration avec le FLAG Vigo, ainsi qu'avec le CETMAR et l'ANFACO (Association nationale espagnole des fabricants de conserves de poissons et crustacés), qui prodiguent leurs conseils pour les aspects techniques du projet.

Résultats du projet

Il est encore trop tôt pour se prononcer sur la réussite du projet. En revanche, il apparaît clairement que les conchyliculteurs qui ont rejoint cette société et participé au projet ont pris conscience de l'intérêt et de la valeur ajoutée qu'offre le traitement de ces produits. Ils bénéficient d'ores et déjà d'un surcroît de revenus grâce à la vente des nouveaux produits, et apprécient leur nouveau rôle d'hommes/femmes d'affaires. Ils ont une grande confiance dans le potentiel des produits existants, les marques et le nouveau site Web.



Le projet exerce aussi un impact plus large sur la communauté via de nouvelles opportunités d'emplois, de sorte qu'il contribue à l'économie locale et qu'il redonne confiance à la communauté.

Surmonter les obstacles : principaux enseignements

Les défis à relever étaient essentiellement liés à la méconnaissance des nouveaux produits par les restaurants, les magasins, les supermarchés et le grand public, ainsi qu'aux difficultés du climat économique. La commercialisation des produits a remporté un franc succès à son démarrage mais la crise économique mondiale s'est fait ressentir et le chiffre d'affaires du deuxième trimestre d'activité a été trois fois moindre à celui du premier trimestre.



Un autre problème a résidé dans l'approvisionnement continu du produit. Le manque d'expérience en marketing a également constitué un obstacle pour les conchyliculteurs, surtout pour l'identification et la pénétration de nouveaux marchés.

Des défis supplémentaires relèvent de conflits internes du secteur. Certaines personnes affirmant, notamment, que les pêcheurs devraient se contenter de pêcher, d'autres estimant qu'il appartient aux gouvernements régionaux et nationaux plutôt qu'aux pêcheurs mêmes de résoudre les problèmes du secteur de la pêche. Ces tensions ont engendré une politisation du processus, qui a compliqué et retardé certains développements.

Les principaux facteurs qui ont permis de surmonter ces défis et contribué à la réussite du projet à ce jour sont :

- › La motivation et la participation active des conchyliculteurs
- › L'innovation/nouveauté du produit sur le marché
- › Un intérêt marqué des boutiques gastronomiques pour le produit
- › Une large couverture médiatique du projet dans la presse et la TV locales, régionales et même nationales
- › Un solide rôle de leadership d'un petit groupe de conchylicultrices
- › La volonté des promoteurs du projet d'acquérir davantage d'expertise pour résoudre certains aspects liés au développement de produits et au marketing
- › La décision des promoteurs d'éviter toute politisation du projet et d'assurer son succès à long terme

Perspectives d'avenir

Maintenant que les principaux investissements ont été effectués et qu'ils ont déjà quelques clients fidèles, les conchyliculteurs peuvent se permettre de poursuivre la promotion de leur produit via des dégustations et d'autres activités destinées à accroître les ventes.

Les promoteurs sont très motivés par la nouvelle entreprise et tiennent à étendre et diversifier leurs activités grâce au développement de nouveaux produits et marchés. Les conditions commerciales demeurent néanmoins difficiles et quelques problèmes importants doivent être résolus. Par exemple, la commercialisation de produits alimentaires exige le respect de certaines normes d'hygiène, ce qui implique des investissements financiers considérables. Ces investissements, ainsi que d'autres, ne seront rentabilisés qu'à long terme et un manque de fonds pour ces activités risquerait de miner l'avenir prometteur de l'entreprise.

Le ramassage de poucepieds de moindre qualité est en outre lié à un plan de gestion qui doit être approuvé chaque année. Pour assurer un approvisionnement continu, il faut un accord à plus long terme offrant davantage de certitudes.

Transférabilité

Ce projet, qui implique des femmes, des entrepreneurs et des jeunes, instaure un système visant l'exploitation et la production durables de nouveaux produits de la pêche. Son idée pourrait être transférée à d'autres organisations de producteurs de petite taille – surtout celles qui incluent des ramasseurs de poucepieds dans d'autres régions de Galice ou d'ailleurs. L'expérience pourrait aussi s'avérer utile aux fournisseurs d'autres produits de la pêche désirant commercialiser des aliments traités.

Les promoteurs ont d'ores et déjà été invités à présenter leur projet à d'autres FLAG et associations de pêcheurs, ainsi que dans le cadre d'événements organisés par FARNET et la Commission européenne.



Coûts et financement

Coût total du projet 131 667 euros

Coût éligible total : 91 667 euros

Contribution du FLAG: 45 833,50 (50 % du coût éligible, dont 61 % pour l'UE, 19,5 % pour un cofinancement national et 19,5 % pour un cofinancement régional)

Contribution privée : 45 833,50 euros (50 %)

Les coûts totaux et la contribution de l'Axe 4 sont ventilés comme suit :

Activités du projet	Coût total	Contribution du FLAG
Rénovation d'un local appelé à servir d'entre-pôt et de bureau	3 200	1 600
Mobilier de bureau et de stand	5 858	2 929
Technologies d'information et de communication (y compris une boutique en ligne).	13 209	6 604,50
Conception graphique (étiquettes, conditionnement, etc.) et design corporate	14 000	7 000
Marketing publicitaire	4 800	2 400
Équipement (machines, transport)	48 000	24 000
Personnel (gestion et transport)	40 000	0
Total	131 667	45 833,50

Informations relatives au projet

Titre : Commercialisation de nouveaux produits à base de poucepieds

Durée : de la mi-août 2010 à la fin octobre 2011 (15 mois).

Date de l'étude de cas : mai 2011

Promoteur du projet

Mar de Silleiro SLT

Coordinateur : Susana Gonzalez

info@mardesilleiro.com

Téléphone : 00 34 986 191 962

www.mardesilleiro.com

Détails relatifs au FLAG

Ría de Vigo – A Guarda, Galice, Espagne

gac7@accioncosteira.es

Tél. : +34 986 358 109

<http://www.accioncosteira.es/?q=node/127>

[Fiche du GALP](#)

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.