

COGEPECHE : du bateau à l'assiette... pêcher, vendre, acheter et consommer mieux

[Projet](#)

Ce projet, labellisé par le Pôle Mer Bretagne, rassemble des producteurs bretons de poissons sauvages et plusieurs entreprises de commercialisation et de transformation des produits de la mer. La Cellule Etudes et Transfert du Pôle halieutique a en charge la [...]

Thématique : Valorisation des produits, commercialisation | **Localisation** : Bretagne Sud, France, Golfe de Gascogne | **Filière** : Algoculture, Aquaculture, Conchyliculture, Pêche, Pêche à pied, Pêche embarquée, Pisciculture marine

 **Projet : Terminé**

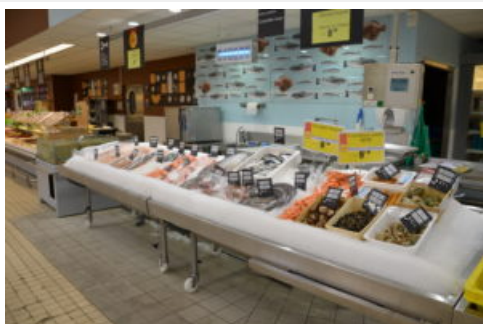
 **Porteurs du projet** : L'Institut Agro Rennes-Angers, Normapêche Bretagne,

 **Financeurs** : Union Européenne – FEAMP, Région Bretagne, France Agrimer,

Contexte

Ce projet, labellisé par le Pôle Mer Bretagne, rassemble des producteurs bretons de poissons sauvages et plusieurs entreprises de commercialisation et de transformation des produits de la mer. La Cellule Etudes et Transfert du Pôle halieutique a en charge la coordination, la réalisation de l'ensemble des études et la valorisation des résultats.

Cogépêche : Du bateau à l'assiette, comment mieux valoriser les produits de la mer ?



© Institut Agro Rennes-Angers

Objectifs

- ✓ Proposer des orientations nouvelles pour concilier les comportements et les attentes des consommateurs avec les contraintes des distributeurs et les pratiques des différents acteurs de la filière pêche.

Actions

1re phase : analyse des comportements et des attentes des consommateurs vis-à-vis des produits de la mer frais

La première phase (2008-2009) a permis de confirmer les tendances générales de consommation des produits de la mer frais et apporte des informations complémentaires sur les attentes des consommateurs. L'originalité de la méthodologie mise en œuvre réside dans la multiplicité et dans l'enchaînement des études (qualitatives et quantitatives) qu'elle combine : focus group, trade off, chaînage cognitif, analyse des dissonances cognitives et analyse des opinions d'experts.

Les résultats de ces différentes méthodes ainsi qu'un rapport de synthèse sont disponibles ci-dessous en téléchargement.

2e phase : analyse des stratégies de mise en marché des produits de la mer

La deuxième phase (2011-2013) s'intéresse au modèle économique de la filière, à ses modes de commercialisation et aux voies de

valorisation des produits. Elle s'organise en 3 étapes :

- Analyse des relations entre les acteurs de la filière

L'objectif de cette étape est de comprendre comment s'organisent les relations acheteur-vendeur dans la filière pêche. Des enquêtes seront réalisées auprès des producteurs, des mareyeurs et de la distribution (GMS, poissonneries et marchés) dans le but de proposer une typologie des relations « contractuelles » existant dans la filière pêche.

- Analyse des stratégies de mise en vente des produits de la mer

L'objectif est d'analyser les stratégies de mise en vente des produits de la mer selon les circuits de distribution (grandes et moyennes surfaces, poissonneries). L'agencement et la théâtralisation des étals de produits de la mer frais de poissonneries, de marchés et de grandes et moyennes surfaces seront analysés sur l'ensemble du territoire breton.

- Analyse comparée d'autres filières

L'objectif est de comparer les modes de contractualisation et de mise en marché de la filière pêche avec d'autres filières (bovine, avicole, fruits et légumes...). Des entretiens seront réalisés auprès de grands groupes d'industriels agroalimentaires (hors filière pêche) reconnus pour leur savoir-faire en matière de mise en avant des produits.

3e phase : innovations et formation

La finalité de la phase 3 est de proposer des orientations nouvelles pour concilier les comportements et les attentes des consommateurs avec les contraintes des distributeurs et les pratiques des différents acteurs de la filière pêche. L'objectif est de proposer des innovations produit et marchés, issues des résultats des 2 premières phases, applicables aux circuits de distribution spécialisés et non spécialisés. Le programme Cogépêche s'achèvera également sur la mise en place d'outils de formation aux professionnels de la filière pêche. Trois étapes sont prévues :

- Analyse des concepts d'innovation des produits de la mer

L'analyse du positionnement des innovations « produits de la mer » 2012 aboutira à la publication d'un catalogue à l'attention des professionnels de la filière. Ces travaux permettront d'avancer de nouvelles idées pour conceptualiser les produits de la mer frais de demain.

- Reconceptualisation de l'univers des produits de la mer

Des ateliers de réflexion regroupant des représentants de chaque maillon de la filière seront organisés à l'échelle de la Bretagne. Ces ateliers aboutiront à la création de nouveaux plans d'implantation des produits de la mer.

- Propositions d'outils de valorisation des produits de la mer

Le travail consistera à proposer aux professionnels des outils de valorisation des produits de la mer, tels que des fiches techniques et des modules de formation.

Résultats

Vous pouvez retrouver les résultats du projet COGEPÊCHE par phase ainsi que les publications associées [en bas de la page du projet](#).

Lien web du projet : <https://halieutique.institut-agro-rennes-angers.fr/fr/projet/56>

Documents

- Présentation du projet
- Rapport 1ère Phase : Attentes et comportements des consommateurs
- Rapport 2ème Phase : Fonctionnement de la filière des produits de la mer frais en Bretagne
- Rapport 2ème Phase : Analyse comparative des filières produits carnés / fruits et légumes avec la filière halieutique
- Rapport 2ème Phase : Analyse des stratégies de mise en vente des produits de la mer frais
- Rapport 3ème Phase : Analyse des concepts-innovations

- [Les CT Cogépêche : la consommation des produits de la mer frais](#)
- [Les CT Cogépêche : les circuits de commercialisation des produits de la mer en Bretagne](#)
- [Les CT Cogépêche : la théâtralisation des points de vente des produits de la mer frais](#)
- [Les CT Cogépêche : reconceptualisation des points de vente de produits de la mer](#)
- [Actes des Journées professionnelles de Rennes](#)
- [Documents complémentaires \(bas de page\)](#)