

France Filière Pêche et PAVILLON FRANCE, engagés pour une pêche française plus durable et plus responsable

Tous les acteurs de la filière pêche française se sont unis en 2010 pour créer l'association **France Filière Pêche**. Ainsi, c'est l'ensemble des professionnels de la filière : pêcheurs, mareyeurs, grossistes, transformateurs, artisans poissonniers, enseignes de la grande distribution, qui œuvre sur le long terme en faveur de la production et de la commercialisation des ressources maritimes françaises.

La vocation de **France Filière Pêche** est de soutenir une pêche durable, en favorisant les projets innovants qui y contribuent. Grâce à la collaboration des pêcheurs, des scientifiques et des industriels conscients des enjeux que cette démarche offre à toute la filière, l'association agit :

- pour rendre les navires plus modernes, économes en énergie et plus sélectifs,
- pour mettre en place des méthodes de production plus respectueuses de l'environnement.

C'est dans ce cadre que France Filière Pêche a créé en 2012 la marque PAVILLON FRANCE :

- pour promouvoir les produits de la pêche française, poissons, coquillages et crustacés à travers la valorisation de leur diversité, de leur fraîcheur et de la simplicité à les cuisiner,
- pour faire connaître au grand public la démarche de progrès et les actions engagées par **France Filière Pêche**.

En soutenant PAVILLON FRANCE, chacun d'entre nous participe à la vitalité de la pêche française vers une pêche plus durable et plus responsable.



Les chiffres clés de la Pêche Française :

- 4 500 bateaux de pêche métropolitains
- 15 000 emplois de marins pêcheurs en métropole
- 2 900 poissonneries détaillantes
- 324 entreprises de mareyage
- 4 000 rayons marée en grande distribution
- 310 000 tonnes de pêche fraîche
- 38 criées tout au long du littoral
- 35 kg de poissons, coquillages et crustacés consommés en France par an et par habitant

Pour plus d'informations,
n'hésitez pas à nous contacter par mail:
pavillonfrance@francefilierepeche.fr
ou au 01 84 16 37 20

France Filière Pêche
18-20 rue Edouard Jacques
75014 Paris



Retrouvez-nous sur pavillonfrance.fr

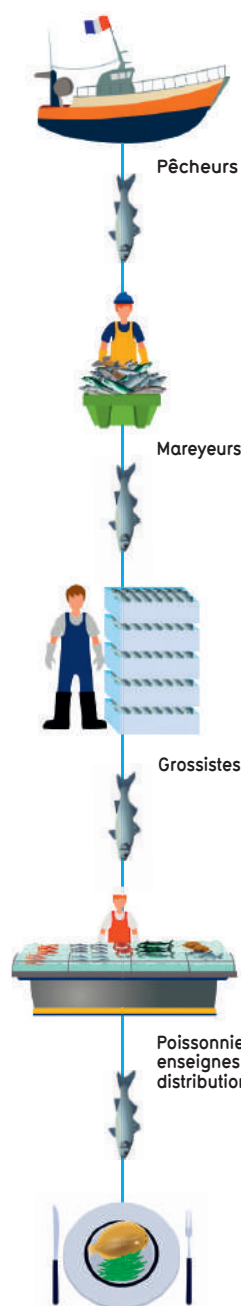


La marque des produits
de la pêche française





La marque des produits
de la pêche française



93%

des consommateurs
de produits de la mer
font confiance à
PAVILLON FRANCE⁽¹⁾

Origine et fraîcheur garanties

Un produit **PAVILLON FRANCE**, c'est un poisson, coquillage ou crustacé qui a été pêché en mer par un navire battant pavillon français. **Sa fraîcheur optimale est garantie par un cahier des charges rigoureux dont le respect est contrôlé d'un bout à l'autre de la filière.**

Ces produits sont identifiables, tout au long de la chaîne de commercialisation, **grâce à l'étiquette PAVILLON FRANCE** présente sur le conditionnement et ce jusqu'à l'étal, en grande distribution comme chez l'artisan poissonnier.

Avec **cette traçabilité assurée par chaque opérateur**, du bateau à l'assiette, **PAVILLON FRANCE** apporte aux consommateurs une information claire sur l'origine, la qualité et la fraîcheur des produits de la mer qui leur sont proposés.



(1) Etude SEGMENTS menée en octobre 2015 sur un échantillon représentatif d'acheteurs de produits de la mer aux rayons marée et poissonneries détaillantes.



Plus de 50 espèces
de poissons, coquillages et crustacés
proposées au **rythme des saisons**,
au **meilleur de leur fraîcheur**.

PAVILLON FRANCE fait aimer les produits de la pêche française

La consommation se concentre de plus en plus sur quelques espèces, au détriment des produits frais de la pêche française.

L'objectif de **PAVILLON FRANCE** est donc de faire connaître au plus grand nombre toute la diversité de la pêche française. La marque permet aux consommateurs de découvrir des espèces méconnues, d'apprendre à les préparer et à les acheter selon leur saisonnalité, donc au meilleur rapport qualité /prix.

PAVILLON FRANCE accompagne les consommateurs en leur proposant des fiches recettes et des animations-dégustations sur les points de vente, mais aussi des idées de recettes simples et rapides, des astuces et conseils de préparation, des vidéos pédagogiques en ligne.

Aujourd'hui, le site **pavillonfrance.fr** est devenu le référent pour cuisiner les produits de la pêche française, à toute occasion, et en toute simplicité.

76%

des acheteurs
de produits de la mer
ont envie d'acheter des
produits estampillés
PAVILLON FRANCE⁽¹⁾



PAVILLON FRANCE, la puissance d'une grande marque

Pour faire évoluer la consommation des produits de la mer vers plus de diversité, la marque **PAVILLON FRANCE** se donne les moyens de ses ambitions. Elle déploie depuis sa création une **campagne de communication à 360° soutenue, riche en contenu et démultiplie les supports d'expression.**

En points de vente



Chaque année, plus de 4 000 journées dégustations sont réalisées par les animateurs **PAVILLON FRANCE**.

En média

Trois fois par an, de **puissantes campagnes TV renforcées par des campagnes digitales** génèrent plus de 100 millions de contacts à chaque vague.

PAVILLON FRANCE construit également toute l'année des liens forts avec la presse et la blogosphère afin de promouvoir sur le long terme la pêche française et ses produits, du prescripteur au consommateur.

En ligne et en live!



Salon International de l'Agriculture, événements culinaires, salons régionaux et fêtes locales... **PAVILLON FRANCE** va aussi à la rencontre du grand public lors de nombreux événements. Création d'un étal pour présenter les différentes espèces, dégustations, jeux, animations... le stand **PAVILLON FRANCE** accueille toujours de nombreux visiteurs.

Toute l'année, **PAVILLON FRANCE** anime les rayons marée, les poissonneries détaillantes et valorise les espèces de saison avec des événements comme le Printemps des Poissons.

Affiches, ardoises, fiches recettes et astuces... des kits sont fournis pour aider les consommateurs à identifier et choisir les produits de la pêche française.



PAVILLON FRANCE
est connue
aujourd'hui par près de
60%
des français⁽²⁾

PAVILLON FRANCE
est ultra connectée.

pavillonfrance.fr



(2) Etude TNS menée en novembre 2015 sur un échantillon représentatif de la population française de 18 à 65 ans.