

2^{ème} Conférence nationale sur la pêche dans les lacs

Soleure 24.11.2021

Augmenter la valorisation des produits de la pêche professionnelle suisse

Aurélie Daiz-Racloz, elimenterre Sàrl

Qui je suis

Aurélie Daiz-Racloz

Gérante de l'**ASRPP** depuis 2015

Consultante et **enseignante** pour les systèmes alimentaires de proximité depuis 2012

Fondatrice associée de la société **elimenterre Sàrl** – approvisionnement et consulting pour les produits fermiers et artisanaux à Etoy (VD) depuis 2021

Mandat d'étude

Mandataire de la Plateforme nationale pêche lacustre

Etude économique soutenue par l'OFAG

But de l'étude

Augmenter la mise en valeur des produits et des savoir-faire des pêcheurs suisses afin d'améliorer leur potentiel économique

En primeur... les premiers résultats de l'étude

1. Objectifs et méthode de l'étude
2. Enquête auprès des pêcheurs professionnels suisses
3. Marché du poisson sauvage suisse
4. Synthèse
5. Pistes d'action

1. Objectifs et méthode de l'étude

- ▶ Etablir un **état des lieux documenté** du marché suisse des produits de la pêche professionnelle suisse
- ▶ Proposer des **solutions concrètes et adaptées** aux pêcheurs professionnels **pour une mise en valeur efficace de leurs produits sur le marché**
- ▶ Elaborer un **projet stratégique global validé par les pêcheurs professionnels** suisses
- ▶ Présenter le **rapport final** pour fin Janvier 2022, auprès de l'**OFAG**

1. But et méthode de l'étude

▶ Récolte et production de données

- ▶ Qualitatives et quantitatives
- ▶ Données statistiques
- ▶ Données de terrain (questionnaire, entretien, veille de marché)

▶ Méthode de travail

- ▶ Approche participative (avec les pêcheurs)
- ▶ Démarche compréhensive
- ▶ Méthode prospective (conception de scénarii)

2. Enquête auprès des pêcheurs professionnels suisses

Nombre de questionnaires envoyés	
Membres de la SBFV et Ticino	146
Membres de l'ASRPP	85
Non-membres (Lac Léman)	33
Total	264

Participation	
Nombre de participants	72
Questionnaires valides	72
Questionnaires complets	51
Taux de participation	27%

2. Enquête auprès des pêcheurs professionnels suisses

Echantillon valable et représentatif

Âge median des participants

52 ans

Genre 71% hommes (51)
7% femmes (7)
22% inconnu (16)

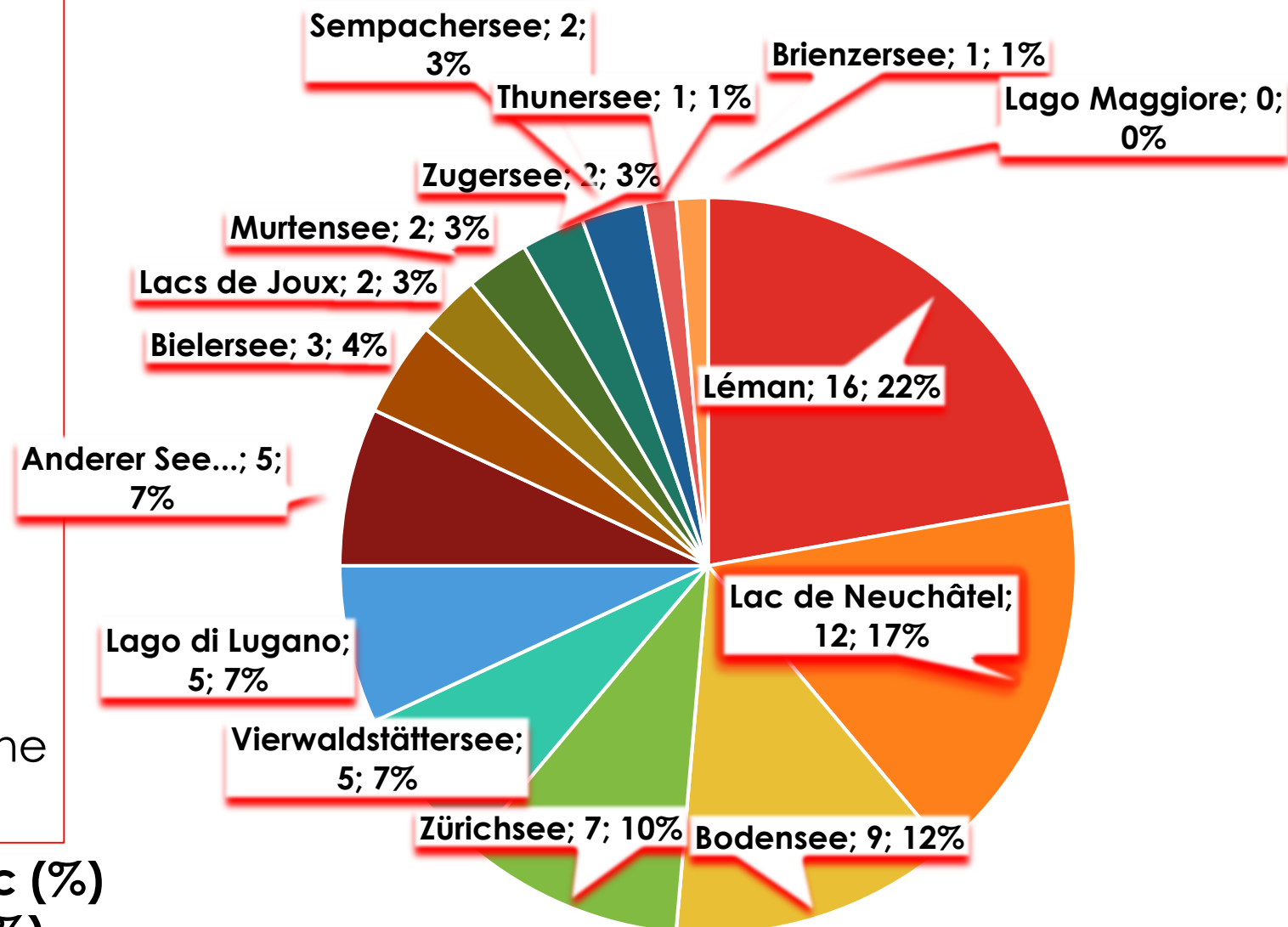
Région linguistique

≈ 50/50 Suisse romande et
Suisse alémanique

Corporatisme

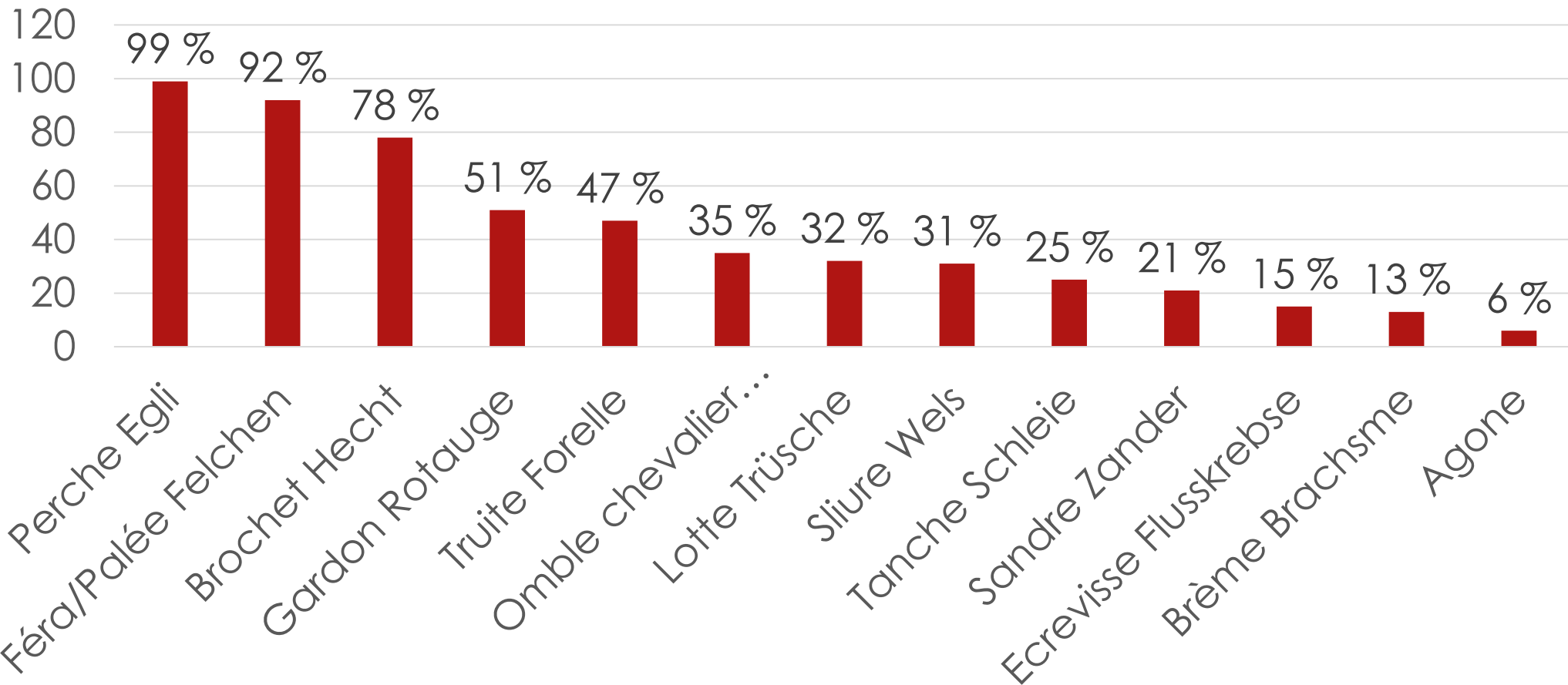
71% des sondés sont membre d'une
organisation de lac

Provenance des participants par lac (%)
Herkunft der Teilnehmer nach See (%)



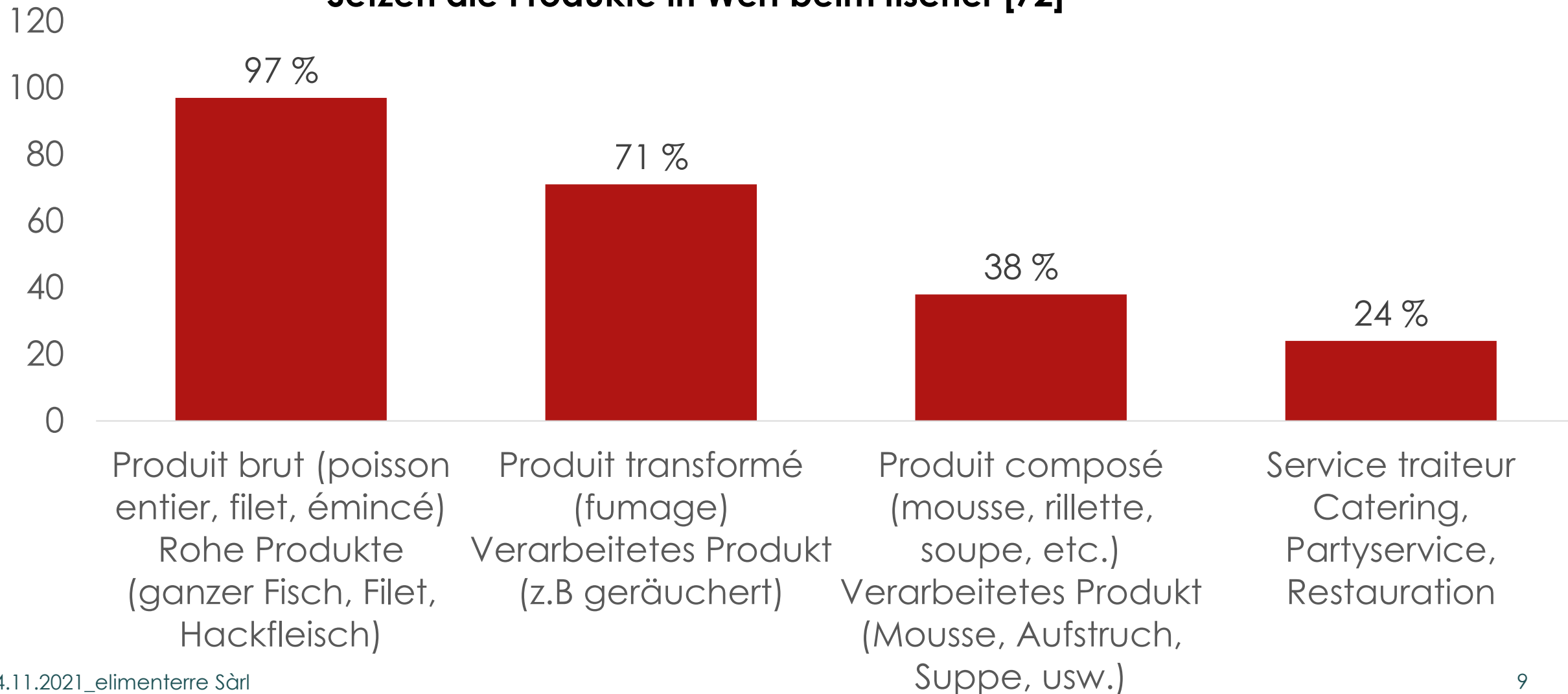
2. Enquête auprès des pêcheurs professionnels suisses

Principaux poissons sauvages capturés [72 pêcheurs prof]



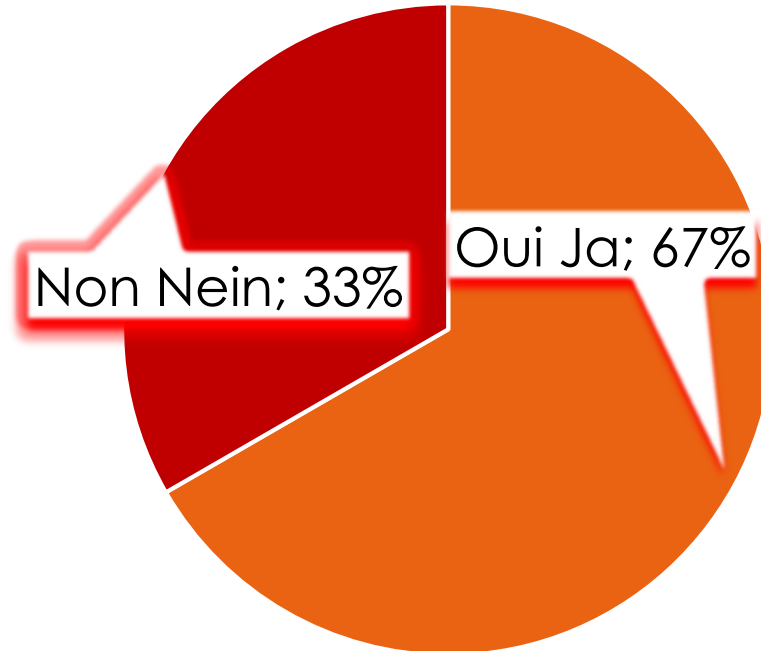
2. Enquête auprès des pêcheurs professionnels suisses

Valorisation du produit par les pêcheurs prof. [72] Setzen die Produkte in Wert beim fischer [72]



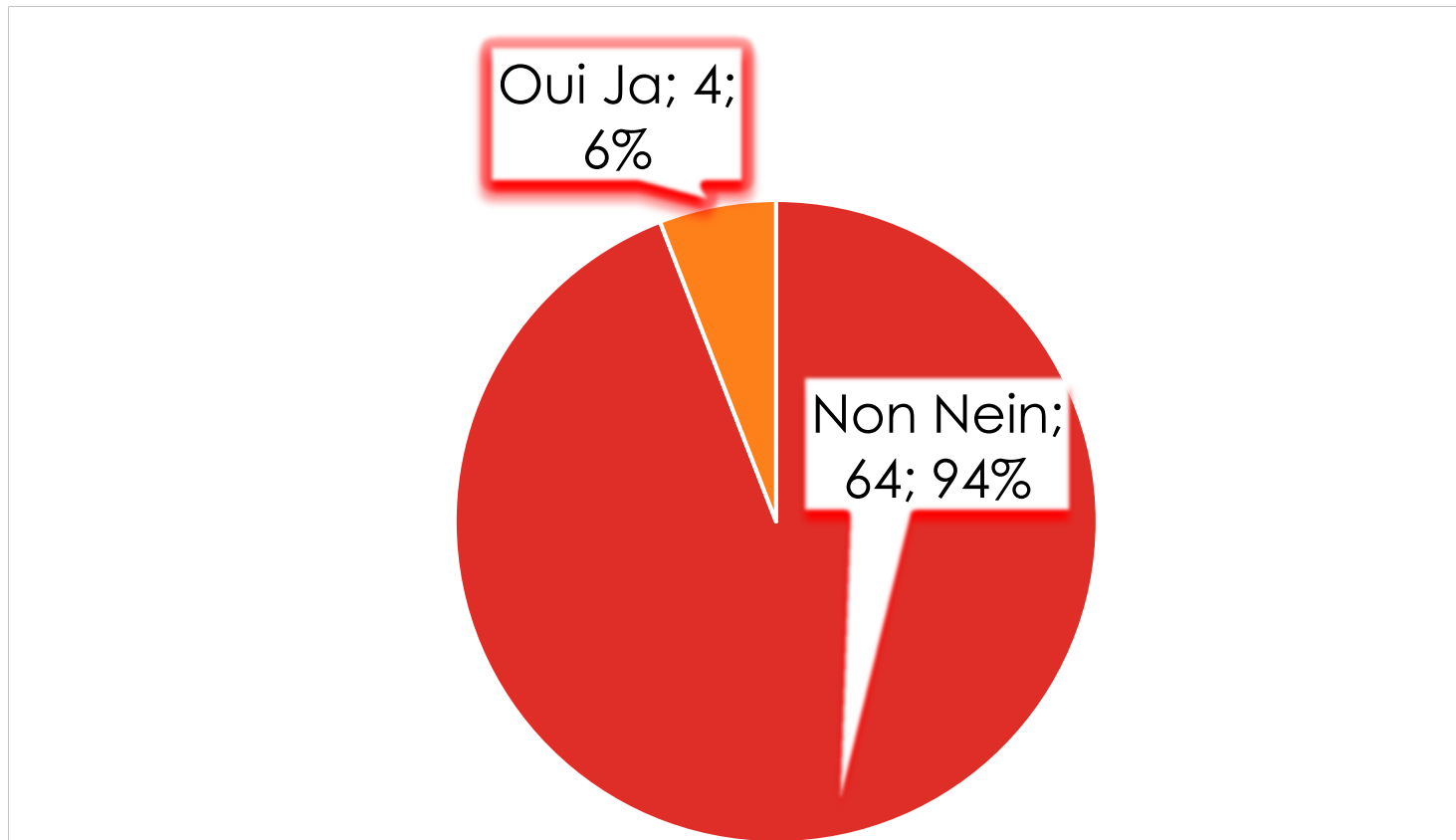
2. Enquête auprès des pêcheurs professionnels suisses

Valorisation des poissons blancs et moins connus [72]
Verarbeiten die Weissfische und weniger bekannte Fischarten [72]



2. Enquête auprès des pêcheurs professionnels suisses

La pêche professionnelle a-t-elle des difficultés à vendre...? [68]



2. Enquête auprès des pêcheurs professionnels suisses

Pourquoi vendre n'est pas une difficulté...

"Beaucoup de demande"

"Wir verkaufen alle Fischprodukte ab dem

"La demande est supérieur à l'offre"

Verkaufswagen an Privatkunden"

"Réseaux de clients suffisants"

"Einheimischer und regionaler Fisch ist sehr gesucht"

"Pas assez de pêche "

"Nachfrage ist grösser als Angebot"

"Quantité de pêche insuffisante"

"Zu geringe Fangerträge"

"Mes deux restaurants me prennent

" Immer zu wenig Fische"

toute ma pêche"

2. Enquête auprès des pêcheurs professionnels suisses

Stratégies des pêcheurs professionnels pour se différencier...

« Wildfangprodukte sprechen für sich »

« Clients fidèles et qualité des produits »

« La différence se fait d'elle-même... le poisson est frais et sauvage »

« Le sourire... Ce sont mes clients qui me suivent »

« Frische Fische direkt vom See zum Kunden »

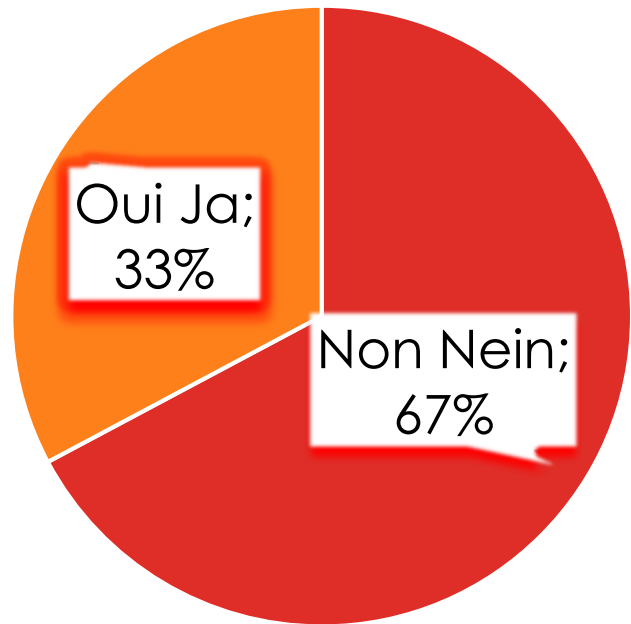
« Frische Fische direkt vom Berufsfischer, woher den sonst? »

« Je vends au prix fixé par le marchand qui ne fait pas varier en fonction de la pêche »

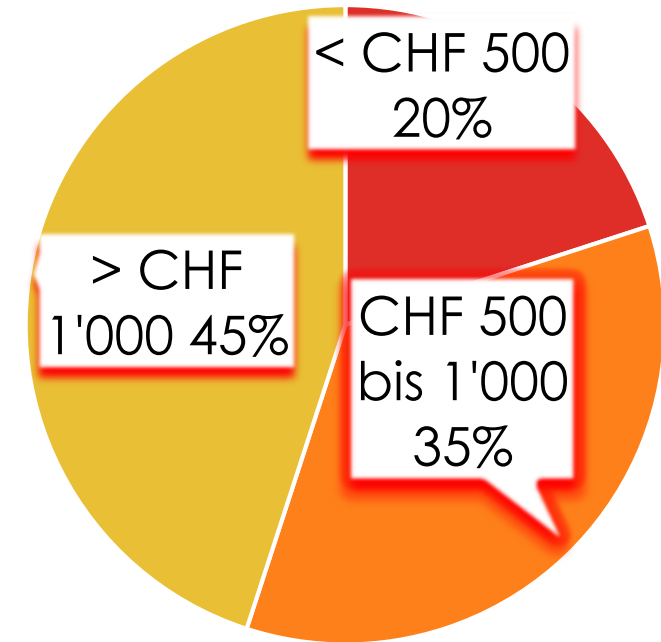
« Passa parola »

2. Enquête auprès des pêcheurs professionnels suisses

Investissement pour la pub et le marketing? [61]

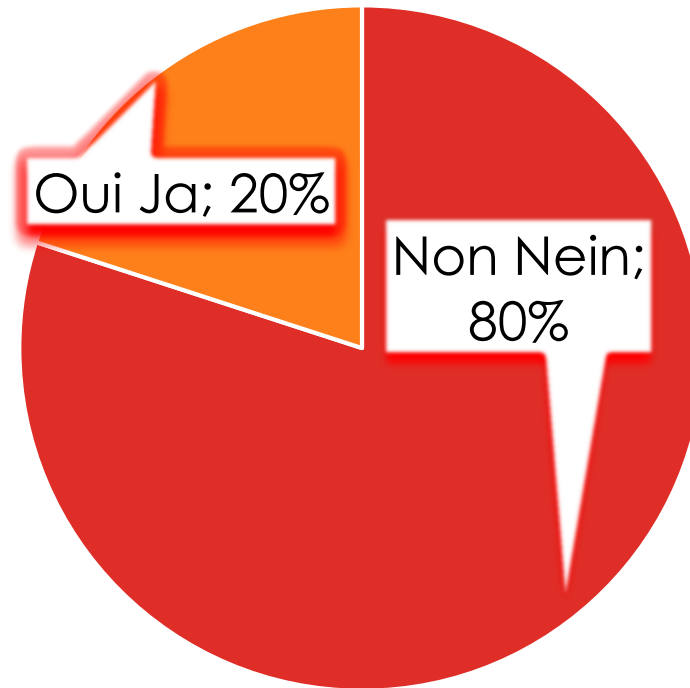


Budget marketing des pêcheries [20]



2. Enquête auprès des pêcheurs professionnels suisses

Affiliation à un label? [60]



Raisons du non...

«Pas utile»

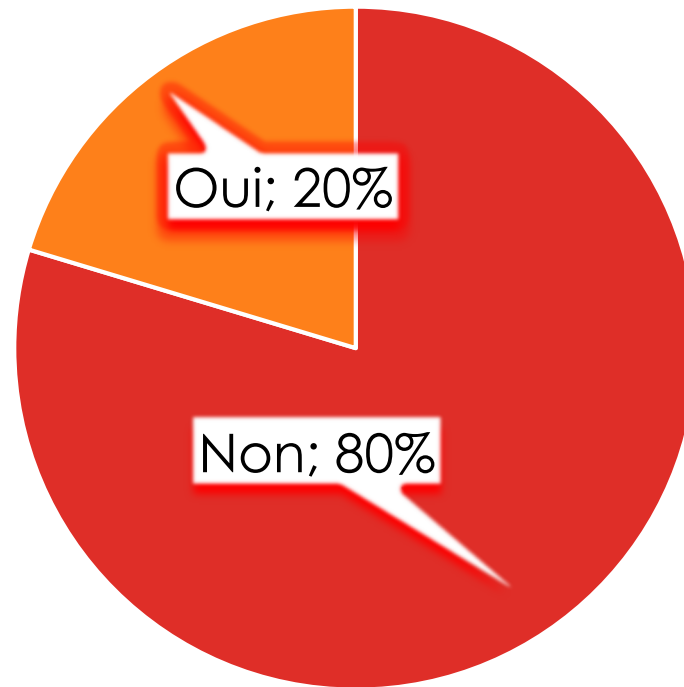
«Coûteux»

«Trop administratif»

Principalement marque régionale (Regio garantie usw.)

2. Enquête auprès des pêcheurs professionnels suisses

Êtes-vous prêts à payer pour des solutions qui vous permettent de vous différencier sur le marché?



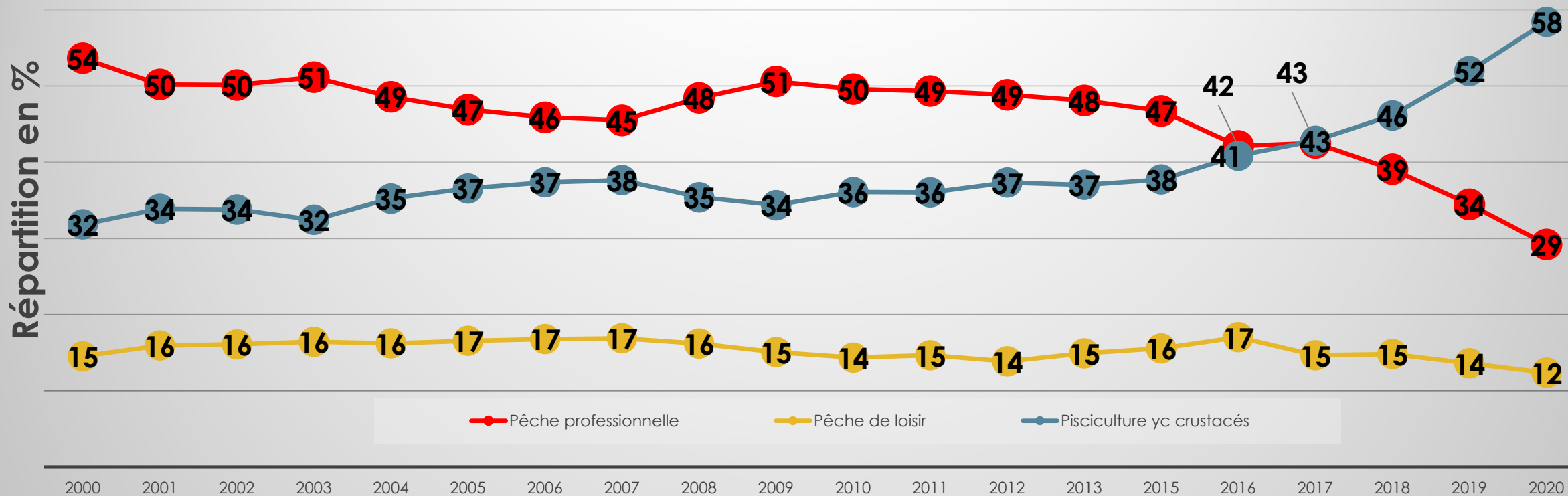
2. Enquête auprès des pêcheurs professionnels suisses

Les enjeux prioritaires pour la profession de 1 à 10

1	Rareté du poisson	Seltenheit des Fisches
2	La moula quagga	Quaggamuschel
3	Le manque d'unité au sein de la profession	Mangelnde Einigkeit innerhalb des Berufsstandes
4	Le cormoran	Kormoran
5	Le véganisme (ne plus consommer des produits animaux)	Veganismus (Verzicht auf den Verzehr tierischer Produkte)
6	La santé des lacs	Die Gesundheit der Seen
7	Les écarts de prix entre les pêcheries	Preisunterschiede zwischen den Fischereien
8	Le manque de formation en faveur du métier	Mangelnde Ausbildung für den Beruf
9	Les produits importés	Importierte Produkte
10	La pisciculture	Fischzucht

3. Marché du poisson sauvage suisse

Répartition de la production indigène en T de poids vif (OFS, 2021)



	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Pêche prof. T	2 023	1 778	1 780	1 893	1 655	1 540	1 474	1 451	1 642	1 767	1 650	1 643	1 570	1 559	1 486	1 336	1 390	1 270	1 161	1 100	1 050
Pisciculture yc crustacés T	1 200	1 200	1 200	1 200	1 200	1 200	1 200	1 200	1 200	1 200	1 200	1 200	1 200	1 200	1 200	1 296	1 400	1 500	1 750	2 200	2 200

4. Synthèse

Analyse des pratiques de valorisation du poisson sauvage suisse

Forces	Faiblesses
<p>Fraîcheur du produit</p> <p>Proximité humaine</p> <p>Proximité géographique</p> <p>Qualité du produit</p> <p>«Sauvage» «Swissness»</p> <p>Capital sympathie du pêcheur professionnel</p> <p>Proche de la nature</p>	<p>L'offre ne satisfait pas la demande</p> <p>Prix très hétérogène entre régions d'un même lac</p> <p>Le pêcheur est individualiste et solitaire</p> <p>Le pêcheur a peu de temps, de ressources pour la pub</p>
Opportunités	Menaces
<p>Renforcer la présence du produit et du savoir-faire</p> <p>Occuper le marché avec une visibilité nationale</p> <p>Augmenter la cohésion interne des organisations professionnelles</p>	<p>Perte de parts de marché «poisson suisse»</p> <p>Offensive marketing du poisson d'élevage certifié bio, de la région, etc.</p> <p>Manque de visibilité pour le produit sauvage et le métier de pêcheur</p>

4. Synthèse

Statu quo ou évolution des pratiques de valorisation des produits de la pêche...?

Chances	Risques
<p>Une présence renforcée des pêcheurs professionnels sur le marché avec une communication adaptée et nationale permet de consolider les acquis et d'occuper la place unique de la pêche professionnelle et des produits</p>	<p>Statu quo sans vision pour la profession est mauvais pour la défense du métier et la promotion du poisson qui est nécessaire face à l'évolution du marché du poisson suisse!</p> <p>Pas de vision, pas de défense ni de projets pour l'avenir de la profession = extinction du métier et des produits</p>

4. Pistes d'action

Pour porter une vision commune: il est nécessaire de renforcer la dynamique collective...

- Renforcer l'appartenance commune en offrant des **prestations pour tous les pêcheurs membres d'une organisation** (pub, consommables, formation, renseignements)
- Renforcer la cohésion des pêcheurs professionnels avec l'obligation d'être affilié: **permis de pêche professionnel = affiliation obligatoire**
- Consolider l'image du pêcheur suisse avec **une campagne d'image nationale**
- Création d'un **index des prix du marché** pour tendre à une homogénéité des prix et plus grande **cohérence du marché**

4. Pistes d'action

De nombreuses mesures sont possibles et nécessaires pour atteindre le but recherché:

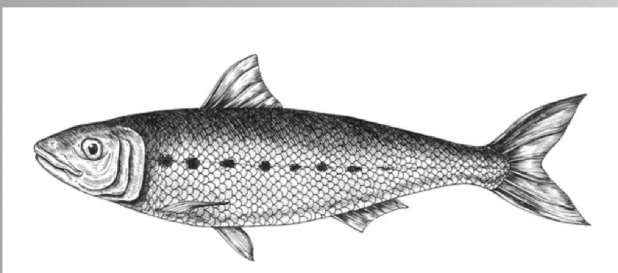
Maintenir la **valeur** des **produits bruts** et **transformés** propre à la **pêche professionnelle** et renforcer les opportunités économiques des pêcheries et leur **rentabilité**

Merci de votre attention !

Stratégie commerciale pour le pêcheur professionnel suisse

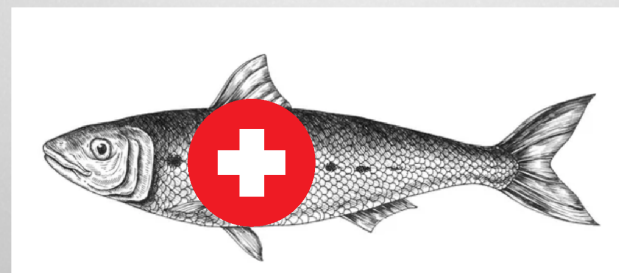
Poisson frais

Frisch Fisch



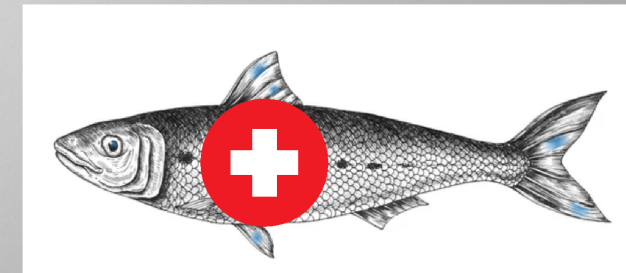
Poisson frais suisse

Frisch schweizer Fisch



Poisson sauvage frais suisse

Frisch Wildfisch aus der Schweiz



Questions?

Poisson sauvage frais suisse

Frisch Wildfisch aus der Schweiz

