



Artysanal®

I. INTRODUCCION

Bruno Corréard

Secretario General, Asociación SMART©



Sellos de origen para productos alimenticios

(EM Normandie, Francia, 2013)



Los criterios determinantes en el momento de la compra



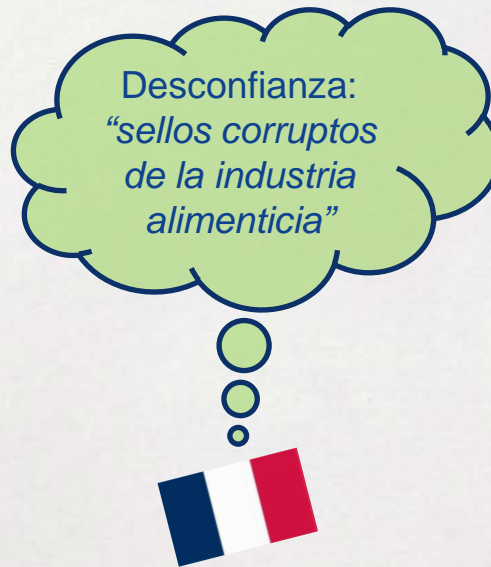
Criterio	Inglaterra	Francia	España
MARCA	1	1	2
PRECIO	3	2	1
ENVASE	2	3	3

Sellos de origen para productos alimenticios

(EM Normandie, Francia, 2013)



Que tal los sellos de origen?



Sellos de *pesca sostenible*: no se entienden (3 países)

Falta transparencia, capacitación y comunicación !

Francia: medio-ambiente, asunto del gobierno

Obligación política desde 2007: el poder de la calle

El *pacto ecológico* de 2007: poder mediático y política

⇒ Nicolas Hulot : “estrella” de la televisión

⇒ Arbitro de la elección presidencial 2007

⇒ Pacto aprobado por todos los partidos

⇒ Sarkozy's *Grenelle de l'Environnement* :

- Concertación con la sociedad civil (“la calle”);
- Regulaciones ambientales en varios aspectos de la sociedad francesa.



Preocupaciones de los ciudadanos franceses

Ejemplos de decisiones relacionadas al medio ambiente

- 2007: coches, el sistema bonus/malus
 - 2011: moratoria contra el gas de esquisto
 - 2014: prohibición definitiva de cultivo de los OGM
- ⇒ Fuertes movilizaciones ciudadanas



El origen: tema clave en la alimentación

(el “como” tan importante como el “de donde”)

⇒ Francia, alimentación (2012):

* 64% de los consumidores compraran productos orgánicos... y

* 71% de los consumidores dan importancia al origen *local* (España y Inglaterra: 47%)

Ejemplo: pollo fresco (2012 vs. 2011)

* Pollo “estándar”: - 4.1% volumen

* Pollo “sello Label Rouge”: +4.5% volumen

* Supermercado: 50% pollos vendidos c/ sello de origen



Definición del origen en el pescado

(basada sobre mi experiencia de “hombre de las montañas”)

1. El pescado es específico... Pero no tanto!

- El “De donde” es muy relativo cuando se importa por lo menos 75% del pescado total
- Entonces el “Cómo” es aún mas importante

2. Cuestiones básicas del consumidor medio (el “Cómo”)

1. *“Salvaje o de cultivo?”* ⇒ Transparencia
2. *“Industrial o tradicional/ artesanal?”* ⇒ social/ económico
3. *“Sano o contaminado?”* ⇒ Salud
4. *“Pesca de arrastre o de pincho?”* ⇒ Medio ambiente

Consecuencias para la cadena pesquera (producción/ proceso/ distribución)

⇒ Hasta hace poco tiempo la estrategia era colocar un *sello* de sostenibilidad en sus productos

⇒ Hoy es distinto. Un sello no te protege más!

1. Un contexto en detrimento de los sellos actuales :

⇒ Ataques sobre la credibilidad de las iniciativas (ej. MSC)

- Vienen de la industria, no del Estado

⇒ Desconfianza del consumidor

- No se entiende nada

Desconfianza:
"sellos corruptos
de la industria
alimenticia"

*"Falta transparencia, capacitación
y comunicación"*



Consecuencias para la cadena pesquera (producción/ proceso/ distribución)

2. La transparencia viene de la sociedad civil y de los medios de comunicación (otra vez!) :

- La realidad sobre los sellos de *origen* (lo que dicen... y lo que hacen realmente!)
- Sitio web www.fishlabel.org
 - Lanzamiento al final de 2014 (mercado francés)
 - Desarrollo de una versión para España y una para Italia



Consecuencias para la cadena pesquera (producción/ proceso/ distribución)

3. *Ranking* de los compromisos reales de las cadenas de distribución:

- *Antes y Después* el trabajo de la asociación Bloom (2013)
- 23 criterios incluyendo:
 - especies,
 - herramientas de pesca,
 - zona/ país de origen...



Consecuencias para la cadena pesquera

(transparencia, transparencia... y transparencia)

“Dime lo que haces (y cómo lo haces) y te diré quien eres!”

- El “Cómo” implica aspectos Ambientales, Sociales y Económicos... El “Dónde”, no
- Importancia de ser amigo de los peces... y de la gente también (pescadores, procesadores, consumidores...)
- Riesgo: *greewashing* por parte de la industria “industrial”
→ Ejemplo: Findus France



Comunicación social... pero criterios sociales al final de la lista

1^{er} criterio : pesca responsable y imágenes de buques de arrastre

Boulogne/Mer, centro del mensaje. La realidad : pescado importado

2^o criterio : la calidad alimentaria. La realidad : escándalo de la carne de caballo (2^a empresa la más implicada en Francia)

Eric

Chef d'équipe
chez Findus
à Boulogne-sur-Mer

Le Made in France ?

Croustibat
Made in Boulogne-sur-Mer
et fier de l'être !

**Chez Findus
nous faisons des choix clairs.**

100 % de nos produits sont issus d'une pêche responsable.

100 % de nos produits sont transformés
sans conservateur et sans huile de palme.

100 % de nos ressources sont orientées vers
la création d'emplois et de valeur.

*100 % de nos poissons panés sont transformés
dans notre usine de Boulogne-sur-Mer.

Naturellement, chez Findus nous en sommes tous très fiers.

Matthieu Lambeaux Directeur Général



Artysanal®

II. ¿POR QUÉ?

Bruno Corréard

General Secretary, SMART© Association



Las razones

- **10 años de trabajo** con actores la distribución alimenticia
- **Cofradías artesanales:** muchas veces muy bien gestionadas
- No sello en el mercado con **criterios socioeconómicos**
- **No diferenciación** entre herramientas de pesca
- **Necesidad** de un proceso de **mejora continua**
- **Trabajo en cooperación** con Pescadores y Distribuidores
- Decir lo que hacemos **con toda transparencia**
- Confiar en un proceso de **Certificación creíble**

Artysanal®


III. ¿CÓMO?

Bruno Corréard

General Secretary, SMART© Association



El enfoque

- Trabajo de la **Asociación SMART©**
- Mandato del **Foro Mundial de los Pescadores y Trabajadores de la Pesca (WFF)** y apoyo de la **Fundación FPH**
- **Criterios Ambientales, Sociales, y Económicos**
- 1º piso, individual (pescador/buque) : **B-to-B**
- 2º piso, colectivo (cofradías/flota) : **B-to-C** →
- **Transparencia en la cadena de abastecimiento** (web) — 
- **El logotipo es la síntesis de los siguientes elementos:**
La Gente, El Medio-ambiente, Los recursos pesqueros, El Origen



El logotipo

✓ El logo 'genérico'



✓ El logo 'local'

El "Cómo"

Mismo grafico

Misma garantía



El "De dónde"

Nombre de la cofradía

Nombre del país

Artysanal®

IV. ARTYSANAL® & LOS PESCADORES

Pierre Verreault,

President, SMART© Association

&

General Secretary, World Forum of Fish Harvesters
& Fish Workers (WFF)



Los Pescadores

Una cultura, una forma de vida

- El reconocimiento de la forma de vida de los pescadores y trabajadores de la pesca y de la cultura de sus comunidades
- El reconocimiento de la contribución de los pescadores y trabajadores de la pesca a la seguridad alimentaria de la humanidad a través de sistemas de alimentación responsable y sostenible
- Una forma de crear un vínculo con los consumidores

Los Pescadores

Un medio de vida, una forma de vida

- El reconocimiento de sus actividades como una forma de vida - Esto no es una inversión especulativa
- La garantía de que todos los beneficios generados por los recursos son igualmente compartidos entre todos los actores de la cadena de suministro de pescado
- La garantía para el consumidor de que sus opciones sostienen un sistema de producción duradero y justo
- El recordatorio de que el pescado es un recurso precioso que debe primero tratar de alimentar a la gente - Esto no es una mercancía

Los Pescadores

El vínculo con el medio ambiente, una forma de vida

- El reconocimiento de la importancia de los recursos pesqueros para las comunidades que dependen de ellos
- El reconocimiento de los saberes tradicionales de los pescadores en la gestión de los recursos pesqueros
- El reconocimiento de las iniciativas promovidas por los pescadores y sus comunidades con el objetivo de proteger los recursos pesqueros
- Permitir a los consumidores y a los pescadores contribuir conjuntamente a la sostenibilidad de los recursos pesqueros
- El reconocimiento de la importancia de las cofradías de pesca artesanal en las políticas pesqueras oficiales

Artysanal®

V. LA CERTIFICACION



eurofins

certification

Fayçal Bellatif

Director, Eurofins Certification



CERTIFICATION

- Company specialized in food quality and food safety certification:
 - ✓ ISO 17021 and 17065 accredited (scopes available on www.cofrac.fr)
 - ✓ Has developed standards for the certification of food supply chains for the last 10 years (GMO-free, controlled supply chains...)
- Contributor to the certification protocol of the Artysanal® standard:
 - ✓ Assessment of the applicants' eligibility
 - ✓ Control of the applicants' declarations (questionnaire)
 - ✓ Conception and organization of the audit program
 - ✓ Assessment of the audits' results
 - ✓ Issue of the Artsyanal® certificates after validation by the Certification Committee (different from the auditor)

CERTIFICATION

- Rigor of the approach:
 - ✓ Certification protocol available in written form in the Artysanal® standard, accessible and transparent
 - ✓ Certification decision taken by the Certification Committee, independent from the auditor
 - ✓ Permanent assessment during the certification period (3 years) to control the respect of the Artysanal® requirements (criteria)
 - ✓ Random sampling of the certification units (fishers/plants) every year
- Cost limited certification process:
 - ✓ Approach adapted to the situation at ground level: independent fisher/s or organized fishery/ies
 - ✓ Collective approach (fishing unit/s –boat/s-, processing plant/s...)
 - ✓ Audit optimization for everyone's benefit
 - ✓ Sampling: certification units audit alternatively
 - ✓ Objective: few € cents/kg of finished product

CERTIFICATION

- Example of direct Certification costs:
 - ✓ Stage 1 (1st level): independent fishers
 - Certification round: 3 years
 - 1 audit (Y1) then 2 documentary assessment (Y2+3)
 - Estimated cost: € 560/year/boat
 - ✓ Stage 2 (2nd level): small fishery(10 to 30 boats, 1 processing plant)
 - Certification round: 3 years
 - Boats: 1 audit (Y1) then 2 documentary assessment (Y2+3)
 - Processing plant: 1 audit annually
 - Estimated costs: € 560/year/boat; € 2.000 to 3.000€ /year/processing plant (depending on size)
 - ✓ Stage 2 (2nd level): big fishery (>30 boats, several processing plants)
 - Certification round: 3 years
 - Boats: 1 audit (Y1) then 2 documentary assessment (Y2+3) **but with random sampling (25 to 35%)**
 - Processing plants: 1 audit annually for each factory
 - Estimated costs: € 300/year/boat (reduced fee) ; € 2.000 to 3.000€ /year/processing plant (depending on size)

Artysanal®

VI. CONCLUSION

Bruno Corréard

Secretario General, Asociación SMART©



Artysanal® y los consumidores

- Productos de altas calidades ambientales, sociales, económicas y nutricionales
- Una alternativa ética verdadera y transparente
- Un fuerte apoyo de los socios a la sociedad civil (ONG, fundaciones y asociaciones de consumidores)
- Un fuerte interés de los distribuidores alimentarios que **sin embargo requiere un apoyo decisivo de los ciudadanos y una cobertura mediática verdadera y duradera**

Pesca industrial vs. Pesca artesanal

30 millones de toneladas de capturas

Destinadas anualmente al consumo humano

30 millones de toneladas de capturas

Destinadas anualmente al consumo humano

igual

8 a 20 millones de toneladas de descartes

De peces y otras especies desechadas al mar
(no valoradas)

0 muy pocos descartes

De peces y otras especies desechadas al mar
(no valoradas)

*mejor
valoracion*

35 millones de toneladas de capturas

Destinadas anualmente a la alimentación animal
(aceites y harinas de pescado)

0 casi ninguna captura

Destinadas anualmente a la alimentación animal
(aceites y harinas de pescado)

*no
destruccion*

500,000 pescadores

Empleados

*ayuda a vivir a
50 veces más
personas*

25 millones de pescadores

Empleados

25 a 27 miles de dólares

De subvenciones publicas

*5 veces menos
ayudas publicas*

5 a 7 miles de dólares

De subvenciones publicas

37 millones de toneladas

De diesel consumidas al año

*7.5 veces menos
emisiones nocivas*

5 millones de toneladas

De diesel consumidas al año

0.85 a 1.7 kg de pescado

Capturados con 1 litro de gasoil

*Pesca 4 veces más
eficaz*

3.4 a 6.8 kg de pescado

Capturados con 1 litro de gasoil

A spiral-bound notebook with a cover featuring a photograph of blue ocean waves. The notebook is positioned on the left side of the frame, with the spiral binding visible. The background of the cover is a soft-focus image of the ocean under a bright sky.

Muchas gracias.

contact@artysanal.org