



# Artysanal®

## I. INTRODUCCION

Bruno Corréard

Secretario General, Asociación SMART©

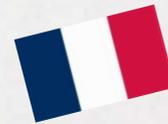


# Sellos de origen para productos alimenticios

(EM Normandie, Francia, 2013)



## Los criterios determinantes en el momento de la compra



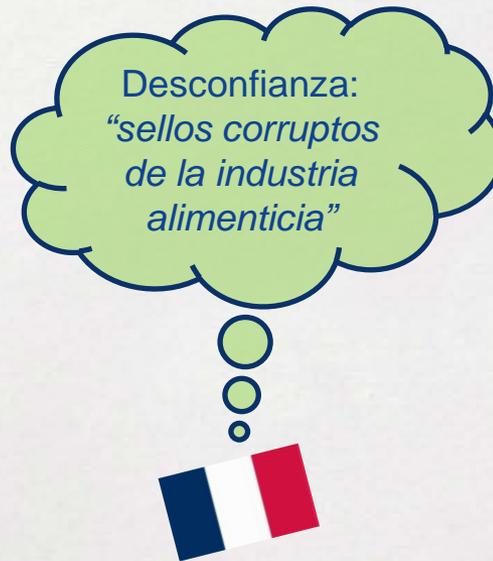
| Criterio | Inglaterra | Francia | España |
|----------|------------|---------|--------|
| MARCA    | 1          | 1       | 2      |
| PRECIO   | 3          | 2       | 1      |
| ENVASE   | 2          | 3       | 3      |

# 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](http://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<sup>er</sup> criterio : pesca responsable y imágenes de buques de arrastre

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

2<sup>o</sup> criterio : la calidad alimentaria. La realidad : escándalo de la carne de caballo (2<sup>a</sup> 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](http://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 (1<sup>st</sup> level): independent fishers
    - Certification round: 3 years
    - 1 audit (Y1) then 2 documentary assessment (Y2+3)
    - Estimated cost: € 560/year/boat
  - ✓ Stage 2 (2<sup>nd</sup> 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 (2<sup>nd</sup> 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 oriented vertically, with the spiral binding on the left side. The background of the cover is a close-up of the ocean surface, showing gentle ripples and waves in various shades of blue. The text is centered on the page.

**Muchas gracias.**

[contact@artysanal.org](mailto:contact@artysanal.org)