



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



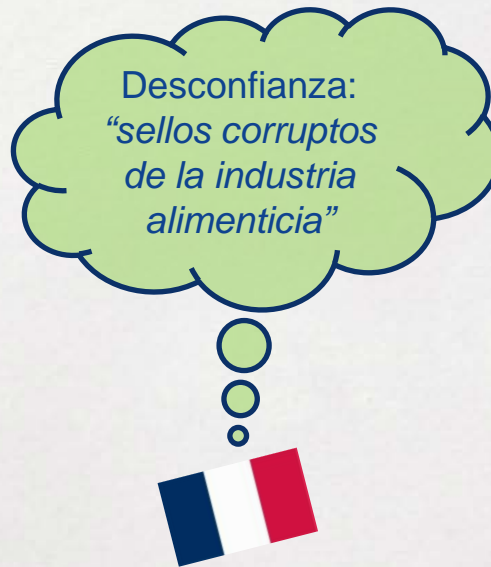
Criterio	Inglaterra	Francia	España
MARCA	1	1	2
PRECIO	3	2	1
ENVASE	2	3	3

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

“Falta transparencia, capacitación y comunicación”

Desconfianza:
“sellos corruptos
de la industria
alimenticia”



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 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 oriented vertically, with the spiral binding on the left side. The background of the cover is a soft-focus image of the ocean surface, with white foam from the waves visible in the lower half. The text is centered on the upper half of the cover.

Muchas gracias.

contact@artysanal.org