

Groupe de Travail 3 : Contrôle et problèmes sanitaires de l'UE, règles aux consommateurs

Projet d'ordre du jour

Mardi 5 juin 2024 (09h00 – 12h30 CET)

Copa Cogeca (Salle de réunion A), Rue de Trèves 61, 1040 Bruxelles

Interprétation en ANG, ES, FR

Mot de bienvenue du Président, Benoît Thomassen

Cliquez [ici](#) pour accéder à la présentation du Président.

Adoption **de l'ordre du jour et du procès-verbal de la dernière réunion (02.04.24)** : adoptés

Points d'action

- **État d'avancement des décisions prises lors de la réunion précédente : pour information**
- Justification et communication des allégations environnementales explicites :
 - Les membres devront envoyer par écrit au Secrétariat leurs questions sur la position du Parlement européen, qui les transmettra au bureau de l'eurodéputé Engerer.
 - En attente
- Règles relatives à la définition des catégories d'empreinte environnementale des produits (RCEEP) dans le cas des produits de la mer :
 - Le Groupe de Discussion sur les RCEEP pour les produits de la mer sera remis en activité afin de préparer une contribution à la deuxième consultation ouverte du Secrétariat Technique, tout en prenant en compte les travaux en cours du CSTEP sur les critères de durabilité pour les produits de la pêche.
 - En attente
- Campagne « Goûtez l'océan » (Taste the Ocean) :
 - La DG MARE sera invitée, lors d'une prochaine occasion, à faire le point sur les résultats de la quatrième édition de la campagne.
 - Point prévu à l'ordre du jour (11h00 CET)

Trajectoires de transition pour un écosystème agroalimentaire plus résilient, durable et adapté à l'ère numérique

- **Présentation du rapport final par Jonas Lazaro Mojica (GROW F3)**

Cliquez [ici](#) pour accéder à la présentation.

Jonas Lazaro Mojica (DG GROW) a présenté le rapport final sur la trajectoire de transition de la Commission pour l'écosystème industriel agroalimentaire, qui a été publié le 11 mars 2024 et



comprend un document de travail des services et un plan d'action. M. Lazaro Mojica a expliqué que la trajectoire de transition ne constitue pas une nouvelle politique, mais qu'elle repose plutôt sur un certain nombre d'initiatives agroalimentaires de l'UE, notamment le code de conduite pour des pratiques entrepreneuriales et commerciales responsables et la nouvelle stratégie industrielle de l'UE. Le représentant de la Commission a souligné que la filière agroalimentaire est une composante essentielle de cette stratégie industrielle et un écosystème industriel clé dans l'UE. Il a souligné que l'écosystème industriel agroalimentaire englobe à la fois les industries de l'agriculture et de la pêche, et comprend tous les opérateurs de la chaîne d'approvisionnement ainsi que les fournisseurs d'intrants et de services. M. Lazaro Mojica a déclaré que la trajectoire de transition agroalimentaire mettait toutefois l'accent sur le secteur de la transformation.

M. Lazaro Mojica a expliqué que la trajectoire de transition n'a pas pour but de générer de nouvelles politiques, mais plutôt de présenter une vision commune de l'avenir de l'écosystème agroalimentaire de l'UE, en abordant les outils et les lacunes dont l'écosystème a besoin. Il a souligné le processus de co-création de la trajectoire, mentionnant les ateliers de parties prenantes qui ont eu lieu en octobre et novembre 2023 et qui se sont concentrés sur l'adoption de la technologie, l'investissement, le financement et le soutien aux PME. M. Lazaro Mojica a déclaré que, la trajectoire de transition étant officiellement lancée en mars 2024, des travaux sont en cours pour mettre en œuvre le code de conduite de la trajectoire et créer la Plateforme de soutien aux parties prenantes de la trajectoire de transition (TPSSP en anglais pour "Transition Pathway Stakeholders Support Platform"), un outil qui permettra aux parties prenantes de promettre des soumissions, de partager les bonnes pratiques et d'accéder à des informations sur le financement et la législation.

M. Lazaro Mojica a déclaré que la trajectoire de transition est composée de huit éléments constitutifs, chacun d'entre eux représentant un chapitre du rapport. Le représentant de la Commission a souligné que la trajectoire aborde tous les aspects de la durabilité, y compris les facteurs environnementaux, sociaux et économiques. Il a détaillé le chapitre sur l'investissement et le financement, soulignant l'importance de partager des informations sur les possibilités de financement et de fournir un soutien à tous les niveaux. Cette trajectoire se veut une ressource complète permettant au secteur de surmonter les obstacles en matière de financement, et elle a permis d'identifier de nombreuses possibilités d'investissement et de financement de l'UE, ainsi que d'incorporer les plans d'investissement de la Banque européenne d'investissement (BEI).

En décrivant les prochaines étapes, M. Lazaro Mojica a déclaré qu'un budget de trois ans a été alloué pour la création de la TPSSP ainsi qu'un budget de deux ans pour soutenir le développement du contenu contractant. En outre, la DG GROW a l'intention de faire correspondre la trajectoire de transition avec le Code de conduite de l'UE de la DG SANTE et de favoriser les synergies entre les directions générales et à l'échelle internationale. En ce qui concerne la TPSSP, le représentant de la Commission a déclaré que la fonctionnalité de la plateforme restera inchangée sous la nouvelle Commission. La plateforme acceptera les adhésions, permettant des critères personnalisés et des balises de filtrage. Il a souligné l'importance de recevoir les commentaires des parties prenantes des secteurs de la pêche et de l'aquaculture lors du lancement de l'outil en février 2025.

- **Échange de points de vue**



Garazi Rodríguez (APROMAR) a encouragé M. Lazaro Mojica à ajouter des références explicites à la production aquacole dans la trajectoire de transition. Mme Rodríguez a souhaité savoir si la plateforme serait établie par secteur alimentaire.

Jonas Lazaro Mojica (DG GROW) a répondu que l'aquaculture entre dans le champ d'application de la trajectoire et sera incluse dans la TPSSP (plateforme de soutien aux parties prenantes de la trajectoire de transition). La trajectoire de transition fait référence à la production alimentaire en général. Il a souligné la nature bidirectionnelle de la plateforme en déclarant que les parties prenantes seront en mesure de fournir des commentaires s'il y a des balises ou des informations manquantes.

Katarina Sipic (AIPCE) a attiré l'attention sur la question des investissements des PME, dans la mesure où la durabilité peut être très coûteuse. Mme Sipic s'est demandée pourquoi la trajectoire de transition faisait référence à l'« agroalimentaire » et non au « poisson ». Dans le cadre des discussions sur le Système Alimentaire Durable et de l'Observatoire européen de la chaîne agroalimentaire, les titres font également référence à l'« agroalimentaire », en se focalisant trop sur les produits agricoles et la Politique Agricole Commune (PAC), donnant l'impression que ces instruments ne sont applicables qu'aux produits agricoles. Elle a fait remarquer que le Programme Stratégique adopté par le Conseil faisait référence à la sécurité alimentaire, mais qu'il a ensuite évolué vers l'agriculture et la PAC, ce qui est trompeur, puisque les produits de la pêche et de l'aquaculture et la Politique Commune de la Pêche sont également concernés.

Mme Sipic a souligné que, sur le marché des produits de la pêche et de l'aquaculture, le taux d'autosuffisance n'était que de 35 %. Pour assurer la compétitivité des pêcheurs de l'UE, des investissements considérables dans la production durable sont nécessaires. En outre, il existe un manque en termes de stratégie de lutte contre la dépendance extérieure. Dans le contexte de la politique alimentaire et de santé, la pertinence de la qualité et de la valeur nutritionnelle doit être prise en compte, notamment par le biais d'une stratégie sur l'accès à des aliments de qualité.

Gerd Heinen (DG MARE) a reconnu que les points soulevés par Mme Sipic sur le titre de l'initiative sont pertinents. Le terme « agroalimentaire » est un terme mondialement accepté qui inclut toutes sortes d'aliments aquatiques, mais cela n'est pas forcément évident à comprendre à partir du terme. La DG MARE veillera en tout cas à ce que les produits de la pêche et de l'aquaculture soient correctement couverts et continuera à se mobiliser pour que les titres des initiatives soient moins trompeurs.

Jonas Lazaro Mojica (DG GROW) a expliqué que la DG GROW se concentre sur les systèmes alimentaires. M. Lazaro Mojica a souligné qu'il pourrait être difficile de trouver un terme qui soit acceptable pour toutes les parties prenantes. Dans le discours sur l'état de l'Union, la présidente Von der Leyen a parlé de « systèmes alimentaires ».

Katarina Sipic (AIPCE) a reconnu qu'il pouvait être difficile de trouver le terme approprié, mais que cela n'excusait pas l'utilisation d'un terme inapproprié. Selon elle, il serait préférable de parler de « systèmes alimentaires » comme d'un titre général plutôt que de se concentrer uniquement sur le terme « agro ».



Szilvia Mihalfy (FEAP) a souhaité connaître les objectifs concrets de la trajectoire de transition ainsi que les indicateurs permettant de mesurer son impact, par exemple en termes de diminution ou de dépendance à l'égard des importations. Mme Mihalfy a également demandé comment la trajectoire serait promue auprès des autorités des États membres et au niveau national, étant donné qu'il serait difficile pour la Commission d'atteindre les PME.

Jonas Lazaro Mojica (DG GROW) a répondu que le document contient des indicateurs clés de performance (ICP) pour suivre les progrès et l'impact. M. Lazaro Mojica a également mentionné que la DG GROW dispose d'un outil de suivi interne appelé EMMI qui sert à évaluer la compétitivité et qui permet également de cartographier des indicateurs, par exemple sur le nombre de start-ups, d'investissements.

En ce qui concerne la sensibilisation des États membres et des parties prenantes au document, M. Lazaro Mojica a déclaré que le document était promu par le biais du forum industriel, un réseau d'autorités des États membres et de parties prenantes de l'industrie, ainsi que par les pôles de la DG GROW. La Commission espère atteindre les PME par le biais des fédérations d'associations.

Bruno Guillaumie (EMPA) a expliqué que, dans le cadre de son association interprofessionnelle de conchyliculture, il a proposé de présenter le document à son conseil d'administration, mais qu'en raison du manque de références à l'aquaculture et aux associations interprofessionnelles, les membres du conseil d'administration ont estimé qu'il ne serait pas pertinent. En outre, certains craignent que le code de conduite pour des pratiques entrepreneuriales et commerciales responsables ne soit perçu comme de l'« écoblanchiment ». En ce qui concerne l'implication des PME dans le changement des systèmes alimentaires, M. Guillaumie a averti que l'utilisation d'un langage peu clair et d'un « jargon » rendrait le document difficile à comprendre pour les opérateurs aquacoles.

Jonas Lazaro Mojica (DG GROW) a reconnu la complexité du langage et des terminologies utilisées. M. Lazaro Mojica a souligné que l'objectif de la trajectoire est de mettre en évidence les outils disponibles qui peuvent être utiles pour accéder au financement pour tous les opérateurs. Il a mentionné que, dans le cadre de la consultation publique, les contributions de toutes les parties prenantes étaient les bienvenues.

Comportement des consommateurs

- **Présentation de l'enquête de GlobeScan portant sur les "seafood consumer insights 2024" ("perspectives des consommateurs de produits de la mer en 2024") par Richard Stobart (MSC)**

Cliquez [ici](#) pour accéder à la présentation.

Richard Stobart (MSC) a présenté les résultats de l'enquête de GlobeScan portant sur les "seafood consumer insights 2024" ("perspectives des consommateurs de produits de la mer en 2024"), un effort conjoint avec le Marine Stewardship Council visant à étudier les perceptions des consommateurs à l'égard des produits de la mer (ci-après l'enquête MSC). Il a également présenté les données de l'enquête 2023 de GlobeScan sur les modes de vie sains et durables (2023 Healthy and Sustainable Living Survey), principalement à des fins de comparaison. M. Stobart a expliqué que la



première enquête, menée tous les deux ans, couvre environ 27 000 personnes, dont environ 20 000 sont des consommateurs de produits de la mer, à travers 23 pays. Sa présentation s'est concentrée sur les pays européens, couvrant 15 marchés avec environ 14 500 personnes, dont environ 12 000 consomment des produits de la mer.

S'appuyant sur les données de l'enquête « Healthy and Sustainable Living Survey » (Enquête sur les modes de vie sains et durables), M. Stobart a souligné qu'en 2023, les principales préoccupations des consommateurs à l'échelle mondiale étaient les guerres et les conflits, le changement climatique et la pollution de l'eau. Interrogés sur les problèmes qui les touchent personnellement, les personnes interrogées ont mentionné qu'elles étaient surtout préoccupées par l'augmentation du coût de la vie et le changement climatique. Le changement climatique est également arrivé en tête de liste de l'enquête MSC, suivi par les phénomènes météorologiques extrêmes. La santé des océans et le déclin des populations de poissons arrivent en cinquième position, le problème étant plus important dans les zones côtières et les endroits ayant une affinité naturelle avec l'océan.

M. Stobart a expliqué que les personnes interrogées dans le cadre de l'enquête s'étaient montrées de plus en plus préoccupées par les océans et pessimistes quant à la disponibilité à l'avenir des produits de la mer. Il a indiqué que 91 % des consommateurs de produits de la mer se sentaient préoccupés par l'état des océans dans le monde et que 43 % d'entre eux pensaient que leurs produits de la mer préférés ne seraient plus disponibles dans 20 ans. M. Stobart a également souligné que l'optimisme quant à la possibilité de sauver les océans de dommages irréparables avait diminué à tous les niveaux depuis 2023. Les préoccupations concernant la santé des océans avaient également évolué depuis 2022, avec une appréhension croissante concernant les pratiques de pêche générales, notamment la pêche INN (illicite, non déclarée et non réglementée), la surpêche et les captures accidentelles. Ces préoccupations ont généralement éclipsé les questions environnementales plus générales.

M. Stobart a mis l'accent sur les défis liés au choix des consommateurs pour 2024, en notant un changement général de régime alimentaire. Il a expliqué que le régime végétarien augmentait lentement, parallèlement à une hausse dans les régimes flexitariens et à l'évolution des goûts des consommateurs. L'enquête a indiqué qu'entre 2022 et 2024, 44 % des personnes interrogées mangeaient moins de viande rouge. En ce qui concerne les produits de la mer, la plupart des personnes interrogées ont déclaré en consommer la même quantité. Les personnes qui mangent plus de poisson consomment généralement moins de viande rouge, tandis que celles qui mangent moins de poisson consomment plus de légumes, de haricots et de légumineuses. La santé et la qualité de l'alimentation sont les principales raisons de l'augmentation de la consommation de poisson, tandis que la santé et les économies de coûts sont à l'origine de la réduction de la consommation de poisson, car le poisson est perçu comme une source de protéines coûteuse.

M. Stobart a également indiqué que la fréquence d'achat des produits de la mer avait diminué depuis 2022, puisque 80 % des personnes interrogées déclarent acheter des produits de la mer au moins une fois tous les deux mois en 2024, soit une baisse de 2 %. Cependant, la consommation de produits en conserve et de compléments alimentaires/huiles de poisson a augmenté, tandis que les repas à l'extérieur composés de poisson ont diminué, l'Espagne étant l'exception où les repas à l'extérieur composés de produits de la mer ont augmenté.



M. Stobart a ensuite expliqué comment le secteur pouvait s'y prendre pour attirer les consommateurs. Il a souligné que, lorsqu'on leur demande à qui ils font le plus confiance pour protéger les océans, les personnes interrogées déclarent qu'elles considèrent que les ONG, les scientifiques et les organismes de certification indépendants contribuent « très bien » à la protection de l'environnement océanique. En moyenne, environ 3 consommateurs sur 10 pensent que les certifications contribuent bien à la protection des océans. M. Stobart a souligné que la confiance dans les grandes entreprises et les gouvernements nationaux avait chuté depuis 2022.

M. Stobart a décrit les principales motivations d'achat des consommateurs, déclarant que les personnes interrogées classaient la qualité (fraîcheur et goût), la santé et le prix comme étant très importants. Les personnes interrogées ont déclaré qu'elles consommeraient davantage de produits de la mer si les prix étaient plus bas.

En examinant de plus près la connaissance des consommateurs en matière de certifications et d'écolabels, M. Stobart a noté que MSC était l'un des labels les plus connus, 50 % des consommateurs le reconnaissant au niveau mondial et 40 % comprenant ce qu'il implique. Il a indiqué que les jeunes consommateurs étaient plus sensibles aux labels écologiques et que la notoriété du MSC était supérieure à celle d'autres labels tels que l'ASC, le commerce équitable et le FSC. M. Stobart a expliqué que les consommateurs ont indiqué qu'ils étaient plus enclins à acheter des produits portant le label MSC parce qu'ils considéraient que le rôle du MSC était de protéger les populations de poissons, de préserver la faune et la flore océaniques et de sensibiliser l'opinion publique. En général, les préoccupations environnementales l'emportent sur les préoccupations sociales.

M. Stobart a déclaré que la confiance dans les écolabels influençait la confiance dans le label MSC : plus la confiance globale dans les écolabels diminuait, plus la confiance dans le label MSC diminuait également. Il a souligné que le prix avait un impact négatif sur la confiance dans les écolabels, car les consommateurs se focalisent sur les coûts. Toutefois, la santé et la durabilité sont fortement associées à la confiance dans les labels, les exigences strictes en matière d'étiquetage renforçant cette confiance.

M. Stobart a conclu en recommandant des moyens d'impliquer les consommateurs, notamment en abordant la question de l'augmentation des prix, en promouvant les produits de la mer à différents niveaux de budget, en mettant l'accent sur les bienfaits des produits de la mer pour la santé et en établissant un lien entre des océans sains et des produits de la mer sains. Il a insisté sur la valeur de la promotion des critères de durabilité.

- **Échange de points de vue**

Guus Pastoor (AIPCE/CEP) a remercié M. Stobart pour ses remarques très pertinentes et a souligné l'importance de promouvoir les produits de la mer en tant que source de protéines saines. Il a constaté que les données de l'industrie montrent un changement de comportement en matière d'alimentation saine, mais que les produits de la mer ne semblent pas prédominer dans l'esprit des gens lorsqu'il s'agit d'une alimentation saine. En se référant à la présentation de M. Stobart, M. Pastoor a demandé pourquoi la santé présentait des corrélations à la fois positives et négatives avec les tendances de la consommation de produits de la mer.



Richard Stobart (MSC) a expliqué que la santé modifie la consommation alimentaire. Les jeunes consommateurs passent généralement de la viande aux légumes, tandis que les consommateurs plus âgés ont tendance à passer de la viande rouge aux produits de la mer. Les jeunes consommateurs considèrent les légumes comme l'option la plus saine et sont prêts à éviter les protéines animales, ce qui met en évidence des différences d'âge significatives. M. Stobart a déclaré qu'il y avait d'importantes différences entre les groupes d'âge et les pays, mais qu'il y avait une évolution en Europe vers des régimes flexitariens.

Bruno Guillaumie (EMPA) a affirmé que, puisque le MSC couvre le poisson sauvage, l'enquête peut donner l'impression que les « produits de la mer » correspondent à des produits pêchés dans la nature, même si, historiquement, les humains consomment aussi des produits de l'aquaculture. Étant donné que la production des activités de pêche diminue, il conviendrait d'établir une comparaison avec l'aquaculture de crustacés et d'algues. M. Guillaumie a noté que, dans l'enquête, il y avait une distinction entre les types de viande, mais qu'il n'y en avait pas au niveau des produits aquatiques. Il a souligné que les océans étaient affectés par la pollution terrestre, qui touchait également les animaux et les légumes terrestres par le biais de la pollution des sols.

Richard Stobart (MSC) a expliqué que l'enquête couvre à la fois la pêche et l'aquaculture. De nombreux consommateurs n'ont pas compris la signification du terme « aquaculture » et n'ont pas été en mesure de faire la différence entre les produits issus de la pêche et ceux issus de l'aquaculture. Les consommateurs ont tendance à indiquer une préférence pour les produits issus de la pêche sauvage, qu'ils considèrent comme plus sains et de meilleure qualité. Les consommateurs n'ont pas compris ce qu'étaient les produits à base d'algues.

Nicolás Fernández Muñoz (OPP72), dans la continuité de l'intervention de M. Pastoor, s'est dit préoccupé par la perception qu'ont les consommateurs des produits de la mer, étant donné qu'il s'agit de produits ayant une grande importance pour la santé en général. Les produits de la pêche et de l'aquaculture devraient représenter la première référence en matière de santé. M. Fernández a affirmé que les produits de la pêche souffraient d'une couverture médiatique trop négative. En outre, le travail des pêcheurs n'est pas suffisamment connu. Il a souligné que la certification MSC ne couvrait pas les piliers sociaux et économiques de la durabilité et s'est interrogé sur leur future inclusion, qui refléterait les préoccupations mondiales.

Richard Stobart (MSC) a affirmé que, dans le contexte du marketing des produits de la mer, les avantages pour la santé devraient constituer un élément prioritaire pour l'industrie, afin d'en rappeler les bénéfices. M. Stobart a souligné les difficultés liées à la crise du coût de la vie, étant donné que les consommateurs perçoivent les produits de la pêche et de l'aquaculture comme des produits onéreux, voire de luxe. M. Stobart a déclaré que les pêcheurs étaient de plus en plus perçus comme des gardiens de l'océan, ce qui représente une image plus positive. En ce qui concerne la certification des éléments sociaux, les consommateurs n'ont pas exprimé d'inquiétudes majeures quant aux problématiques sociales de la chaîne de valeur des produits de la mer, se concentrant davantage sur les aspects environnementaux.

Erin Priddle (MSC) a déclaré que le MSC s'est penché sur les éléments sociaux et a incorporé certains audits concernant les principaux abus en matière de travail, tels que le travail des enfants.



Néanmoins, d'autres institutions disposent d'une plus grande expertise en matière de durabilité sociale. Le MSC suit l'évolution de la proposition de législation sur le devoir de vigilance.

José Manuel Beltrán (OPP Burela) a souligné la diminution notable de la consommation de produits de la mer et a demandé si des études avaient été menées sur l'augmentation de la consommation de produits d'origine végétale imitant les produits de la mer et sur l'impact que cela avait sur la consommation réelle de produits de la mer.

Richard Stobart (MSC) a répondu que, malgré les changements de régimes alimentaires, la consommation de produits de substitution d'origine végétale n'était toujours pas très élevée parmi les consommateurs ordinaires. M. Stobart a souligné que des articles de presse avaient montré que ces produits étaient ultra-transformés, créant ainsi une image négative des produits d'origine végétale dans le futur.

Erin Priddle (MSC) a ajouté que certaines alternatives d'origine végétale avaient une empreinte carbone élevée, ce qui contribuait encore davantage à leur faible adoption dans les régimes alimentaires. Mme Priddle a affirmé que les politiques publiques et les programmes d'enseignement avaient un rôle à jouer dans la mise en valeur des bienfaits des produits de la mer pour la santé.

Richard Stobart (MSC) a souligné que l'industrie des produits de la mer devait mener des campagnes efficaces, à l'instar de celles menées par l'industrie des légumes.

Le Président a suggéré que, dans la prochaine enquête, le MSC pourrait inclure une question sur la perception qu'ont les consommateurs à l'égard des produits de la mer issus de l'aquaculture par rapport à ceux issus de la pêche sauvage.

Campagnes de sensibilisation

- **Bilan de la quatrième édition de la campagne « Taste the Ocean » (Goûtez l'océan) par Charlotte Gugenheim et Alessandra Portis (MARE E2)**

Cliquez [ici](#) pour accéder à la présentation.

Alessandra Portis (DG MARE) a donné un bref aperçu de la quatrième édition de la campagne « Taste the Ocean » (Goûtez l'océan), soulignant que l'objectif était de démontrer que cuisiner des produits de la mer durables est simple et rapide. La campagne comprenait un concours qui s'est déroulé du 15 avril au 29 avril 2024, dont la promotion a été assurée par des influenceurs sur Instagram et Facebook. Un influenceur de chaque État membre (à l'exception de la Belgique, qui s'est vu attribuer deux influenceurs, l'un francophone et l'autre flamand) a reçu tous les éléments nécessaires à la campagne et s'est engagé par contrat à promouvoir le site Internet de la campagne.

Mme Portis a déclaré que la campagne avait reçu plus de 90 candidatures de toute l'Europe, présentant une gamme variée de poissons utilisés dans les recettes. La Commission PECH du Parlement européen a également contribué à la campagne en proposant une recette. Les 20 meilleures recettes ont été sélectionnées en fonction de plusieurs critères, notamment le type de produit de la mer utilisé et la simplicité de la recette. Six gagnants ont été tirés au sort parmi ces vingt



recettes. Mme Portis a déclaré que la campagne était appuyée par une campagne payante dans tous les États membres, avec une portée d'environ un million de personnes. Elle a ajouté que la campagne des influenceurs avait touché environ 1,9 million d'utilisateurs, et que les vidéos Instagram avaient généré 1,83 million de vues.

Charlotte Gugenheim (DG MARE) a indiqué qu'il n'était pas certain que la DG MARE organise une cinquième édition de la campagne, étant donné que deux projets HORIZON sur la sensibilisation à la consommation durable des produits de la mer ont été lancés : VeriFish et Mr. Goodfish 3.0, qui porteraient également sur les deux campagnes et leur application. La DG MARE suivra de près le développement de ces projets.

- **Échange de points de vue**

Christine Absil (GoodFish) a indiqué qu'elle était membre du consortium VeriFish et a fait part de sa disponibilité à fournir plus d'informations sur le projet.

Le Président a suggéré d'inviter les deux projets, VeriFish et Mr. Goodfish 3.0, à faire des présentations et à fournir des informations lors de la prochaine réunion.

Nicolás Fernández Muñoz (OPP72) a félicité la Commission d'avoir renforcé la sensibilisation aux produits de la pêche et de l'aquaculture et d'en avoir encouragé leur consommation. M. Fernández a estimé que la campagne devrait être davantage diffusée, car il ne suffirait pas de faire appel à des personnes influentes. La DG MARE devrait recourir aux groupes d'action locale de la pêche et inclure les communautés rurales. M. Fernández a demandé des informations sur le coût de la campagne « Taste the Ocean ». Il a attiré l'attention sur une initiative lancée par son Organisations de Producteurs, le « Chef Marinero Infantil », un concours de cuisine pour les enfants, qui a reçu plus d'une centaine de participations. Il a également demandé à la DG MARE de se pencher sur les campagnes lancées par le gouvernement espagnol, afin de garantir une plus grande créativité dans la diffusion.

Charlotte Gugenheim (DG MARE) a expliqué que le processus de diffusion comprenait des échanges avec les Conseils Consultatifs, les délégations de la Commission dans les États membres, les Attachés à la Pêche des États membres, FAMENET, et les autorités nationales du FEAMPA. Mme Gugenheim s'est déclarée prête à poursuivre la diffusion au niveau local. En ce qui concerne les coûts, elle a expliqué que la campagne a été principalement réalisée « en interne », ce qui représente un coût de 140 000 euros pour la diffusion par les influenceurs. En termes d'audience, la campagne visait des cibles spécifiques, qui pourraient être étendues dans le cadre de la prochaine initiative.

Alessandra Portis (DG MARE) a exprimé son intérêt pour l'initiative lancée par l'OPP72, car il est important de sensibiliser la population à l'utilisation d'ingrédients durables et d'encourager les consommateurs à faire des choix éclairés.

Le Président a rappelé aux membres que la Commission les avait informés de la campagne et du concours lors de la réunion précédente, avant qu'ils ne soient lancés. Le Président a également rappelé que les initiatives locales étaient éligibles à un financement dans le cadre du FEAMPA.



Szilvia Mihalfy (FEAP) a salué l'initiative et a fait savoir que son organisation était impliquée dans deux projets HORIZON sur la sensibilisation des consommateurs. Mme Mihalfy a indiqué que, comme l'a montré l'enquête de GlobeScan, les consommateurs ont une connaissance limitée du poisson, des produits de la mer et de l'aquaculture. Les consommateurs sont submergés d'informations et font face à des problèmes de confiance. C'est pourquoi, selon elle, il est nécessaire d'informer les enfants dans les écoles sur l'importance d'une alimentation saine et durable. Dans une perspective à long terme, ces sujets devraient être inclus dans les programmes scolaires.

Charlotte Gugenheim (DG MARE) a accueilli favorablement les informations sur les projets HORIZON, ajoutant que la Commission développait également une campagne de sensibilisation à l'aquaculture. Mme Gugenheim a souligné que la mise en œuvre d'actions à l'école doit se faire au niveau national, car la Commission n'est pas compétente en matière de programmes scolaires. Par conséquent, même si la Commission reconnaît l'importance de l'éducation des enfants, les campagnes de sensibilisation sont axées sur les parents. Elle a mentionné que, dans le cadre d'un projet du FEAMPA, une exposition itinérante avec des enfants avait eu lieu en Irlande ([BIM - The ARC](#)).

Alessandra Portis (DG MARE) a expliqué que la campagne « Taste the Ocean » était axée sur les réseaux sociaux, et que les enfants n'étaient donc pas la cible. L'accent est mis sur les parents. Mme Portis a souligné l'importance d'un dialogue à la maison entre les parents et les enfants sur les produits de la mer et les régimes alimentaires sains.

Szilvia Mihalfy (FEAP) a indiqué que les projets HORIZON étaient autorisés à aller au contact des écoles. Le financement des écoles peut avoir une influence sur les priorités. Mme Mihalfy a affirmé que, même en l'absence de législation, la communication de la Commission aux États membres avait déjà un impact, notamment via les groupes d'experts et d'autres plateformes de coopération.

Charlotte Gugenheim (DG MARE) a exprimé son intérêt pour les kits d'outils développés dans le cadre des projets HORIZON mentionnés. Mme Gugenheim a indiqué qu'une réunion du Mécanisme d'assistance pour l'aquaculture aurait lieu prochainement, ce qui permettrait d'approfondir les échanges.

Le Président a encouragé la Commission, lors du lancement de la prochaine campagne, à consulter le MAC pour obtenir des recommandations. Le Président a appelé à des efforts supplémentaires pour diffuser la campagne.

Valorisation des sous-produits

- **Examen du projet d'avis conjoint CC Aquaculture (AAC) – CCRUP - MAC - CC Mer du Nord (NSAC) sur la valorisation des sous-produits de la pêche et de l'aquaculture**

Le Président a rappelé que le MAC avait exprimé son intérêt à participer à l'élaboration d'un avis conjoint sur la valorisation des sous-produits de la pêche et de l'aquaculture. Il s'agissait d'une initiative du secrétariat du Conseil Consultatif pour la Mer du Nord (NSAC), qui a ensuite invité les autres Conseils Consultatifs à y participer. Un premier projet a été finalisé et distribué aux membres.



Le Secrétaire Général a expliqué que le projet était basé sur les résultats de plusieurs projets scientifiques relatifs à la valorisation des sous-produits. Il comprend plusieurs études de cas, comme les projets BlueBioChain, MariGreen et AquaHealth. Le projet se concentre également sur la simplification de la circularité de l'aquaculture en ce qui concerne les aliments pour animaux ainsi que les flux secondaires et les déchets.

Le Secrétaire Général a présenté les recommandations spécifiques prévues dans le projet, notamment l'appel à une approche prospective, la recherche d'avis scientifiques plus solides, la détermination d'additifs et de méthodes de transformation acceptables, l'examen de scénarios opérationnels, la révision du règlement sur les sous-produits animaux et la promotion de la collaboration entre les décideurs, la communauté de la recherche et l'industrie. Le projet contient également des recommandations générales sur l'échange de connaissances, le renforcement des capacités, le financement, les synergies et la participation systématique.

Guus Pastoor (Visfederatie) a exprimé son soutien au projet. M. Pastoor a insisté sur le fait qu'il ne fallait pas négliger les activités de marché existantes, soulignant que plusieurs entreprises de transformation étaient déjà impliquées. Il a appelé à inclure également les grandes entreprises, en plus de cibler les PME, et a suggéré que le champ d'application de l'avis soit étendu afin d'inclure les grandes entreprises de transformation.

Le Secrétaire Général a suggéré d'inclure une recommandation générale pour que la Commission et les États membres continuent d'encourager et d'aider les entreprises de transformation de l'UE dans la recherche et le développement de la valorisation des sous-produits.

Szilvia Mihálffy (FEAP) s'est déclarée satisfaite de la qualité du document. Mme Mihálffy a attiré l'attention sur le travail de la Plateforme européenne pour du phosphore durable (ESPP en anglais pour "European Sustainable Phosphorus Plateforme"), qui a contacté la Commission au sujet des obstacles juridiques au recyclage des nutriments à partir des déchets de l'aquaculture. Son organisation a également échangé avec la DG MARE sur cette question. Dans le passé, la DG MARE n'a pas considéré que la circularité du fumier de poisson était suffisamment pertinente pour justifier un changement législatif. Elle espère que le travail de l'ESPP permettra d'élever la priorité de ce sujet et elle a proposé d'inclure une référence au travail de l'ESPP dans le projet d'avis.

Le Secrétaire Général a suggéré d'inclure une recommandation générale pour que la Commission garde à l'esprit les travaux en cours de l'ESPP concernant les modifications de la législation de l'UE pour faciliter la valorisation des sous-produits.

Le Groupe de Travail a donné son accord au projet d'avis modifié du CC Aquaculture (AAC) – CCRUP - MAC - CC Mer du Nord (NSAC) sur la valorisation des sous-produits de la pêche et de l'aquaculture.

- **Voie à suivre**

Le Secrétaire Général a proposé de soumettre le projet d'avis au Comité Exécutif en vue de son examen. Une fois qu'il aura reçu le soutien des différents Conseils Consultatifs concernés, le projet d'avis sera considéré comme adopté.



Information aux consommateurs

- **Mise à jour sur les travaux du Groupe de Discussion conjoint MAC/CC Aquaculture concernant l'information aux consommateurs dans le secteur de l'HoReCa par Pedro Reis Santos, Secrétaire Général**

Le Secrétaire Général a fait le point sur les travaux du Groupe de Discussion du MAC/CCA concernant l'information aux consommateurs dans le secteur de l'HoReCa. Le Groupe de Discussion a invité des associations externes représentant le secteur et les intérêts des consommateurs à participer aux travaux en tant qu'observateurs actifs. Le BEUC, la fédération des organisations de consommateurs, n'a pas accepté l'invitation en raison de son manque de capacité à traiter des sujets liés à la pêche et à l'aquaculture. HOTREC et FoodServicesEurope, associations représentant respectivement l'hôtellerie et la restauration collective en Europe, ont accepté de participer. Le Groupe de Discussion s'est réuni le 22 février et le 28 mai 2024.

Le Secrétaire Général a expliqué qu'après la deuxième réunion, un questionnaire sur l'article 35 du règlement OCM a été transmis aux membres du Groupe de Discussion. En fonction des réponses, le Président du Groupe de Discussion a préparé un premier document de travail. Il a indiqué que ce document de travail comprenait six sections : 1) Introduction, 2) Initiatives politiques de la Commission européenne, 3) Précédents avis/recommandations du CC Aquaculture et du MAC, 4) Produits et segments couverts par l'article 35 de l'Organisation Commune des Marchés (OCM), 5) Questions centrales, et 6) Recommandations.

Le Secrétaire Général a présenté les projets de recommandations, ajoutant qu'elles étaient intentionnellement générales, afin de faciliter le consensus parmi les membres. La première recommandation visait à améliorer l'accès des consommateurs à l'information sur les produits relevant du chapitre 16 de la Nomenclature Combinée. La deuxième recommandation encourageait la Commission à examiner cette question dans le cadre de l'évaluation en cours de la Politique Commune de la Pêche et de la révision prévue du règlement relatif à l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires. La troisième recommandation invitait la Commission à élaborer des lignes directrices à l'intention des détaillants, des collectivités et des États membres sur la manière de faire la distinction entre les produits classés au chapitre 03 et ceux classés au chapitre 16 de la Nomenclature Combinée.

Le Secrétaire Général a souligné que les travaux du Groupe de Discussion étaient toujours en cours et que les projets de recommandations étaient donc susceptibles de subir d'importantes modifications. La prochaine réunion aura lieu à la fin du mois de juillet 2024.

Guus Pastoor (Visfederatie) a demandé des informations sur le champ d'application du projet d'avis. D'après le titre, le texte concerne le secteur HoReCa, mais en se référant au chapitre 16 de la Nomenclature Combinée, les recommandations vont au-delà et incluent le secteur de la grande distribution.

Le Secrétaire Général a répondu que, conformément aux Termes de Référence, l'accent était mis en premier lieu sur le secteur HoReCa. Néanmoins, la fourniture d'informations aux consommateurs



dans le cadre du règlement OCM était essentiellement basée sur la classification du produit, et non sur le segment sectoriel. Le secteur HoReCa est essentiellement exclu de la fourniture d'informations aux consommateurs en vertu de l'article 35 du règlement OCM parce que ce secteur fournit des produits préparés, ce qui signifie qu'il s'agit de produits relevant du chapitre 16 de la Nomenclature Combinée. Dans le même temps, certains États membres ont exigé du secteur HoReCa qu'il fournisse des informations aux consommateurs pour certains produits non préparés qui relèvent du chapitre 03 de la Nomenclature Combinée, tels que les huîtres vivantes.

Bruno Guillaumie (EMPA) a souligné que le Comité national de la conchyliculture (CNC) était membre de l'EMPA et comprenait à la fois des transformateurs et des restaurants. Par conséquent, le CNC pourrait aider à tester les recommandations fournies par le MAC et le CC Aquaculture. Les membres du CNC pourraient également donner leur avis sur les recommandations.

Le Secrétaire Général a accepté d'informer le Président du Groupe de Discussion de ces suggestions.

Pierre Commère (PACT'ALIM) a exprimé des doutes quant à la pertinence de la catégorisation des produits comme relevant du chapitre 03 ou 16 de la Nomenclature Combinée. Selon lui, il est nécessaire de trouver un terrain d'entente en matière d'information aux consommateurs.

Gerd Heinen (DG MARE) a expliqué que l'article 35 du règlement OCM prévoyait l'obligation de fournir des informations obligatoires au consommateur final et aux collectivités. Cette obligation couvre les produits relevant du chapitre 03 de la Nomenclature Combinée. Étant donné que le secteur HoReCa fournit principalement des produits préparés (reflétés dans le chapitre 16), ceux-ci sont hors du champ d'application. M. Heinen a déclaré qu'il serait difficile de garantir la fourniture d'informations aux consommateurs supplémentaires dans le secteur HoReCa sans un amendement législatif.

Iñigo Azqueta Ruiz-Gallardón (FEICOPESCA) a exprimé son soutien aux interventions de M. Pastoor et de M. Commère. M. Azqueta a affirmé que les produits préparés et conservés étaient différents des produits vivants et frais et qu'ils devaient donc être traités différemment.

Bruno Guillaumie (EMPA) a déclaré qu'il comprenait les préoccupations du secteur HoReCa concernant les nouvelles obligations. Selon lui, les recommandations à la Commission devraient porter sur l'avenir de la législation et sur la mise en œuvre de la législation existante. En outre, il pourrait y avoir des suggestions d'actions volontaires, telles que la fourniture volontaire d'informations. Il existe de bonnes pratiques en matière de fourniture d'informations supplémentaires qui pourraient être mises en avant. M. Guillaumie a déclaré que ces pratiques pourraient répondre à l'intérêt croissant de la société à disposer de plus d'informations.

Le Secrétaire Général a pris note de la suggestion de M. Guillaumie. Le Groupe de Discussion a évoqué la possibilité de fournir des lignes directrices pour la fourniture volontaire d'informations, mais les observateurs actifs représentant l'HoReCa n'ont pas semblé satisfaits de cette approche.

Janne Posti (Conxemar) a affirmé que les produits relevant du chapitre 03 et du chapitre 16 de la Nomenclature Combinée étaient placés sur le marché de l'UE et se faisaient concurrence. Par



conséquent, ces produits devraient être soumis aux mêmes exigences en matière de traçabilité et d'information aux consommateurs.

Christine Absil (GoodFish) a déclaré être d'accord avec M. Guillaumie. Même lorsque les opérateurs HoReCa souhaitent fournir volontairement davantage d'informations, celles-ci ne sont souvent pas disponibles. Par exemple, les produits panés se réfèrent parfois simplement au « poisson blanc » sans autre précision. Il est donc nécessaire de stimuler la fourniture volontaire d'informations.

Questions diverses

- **Groupe de Discussion sur les RCEEP (PEFCR en anglais) dans le cas des produits de la mer**

Le Secrétaire Général a rappelé que le Groupe de Travail a accepté de réactiver le Groupe de Discussion sur le RCEEP dans le cas des produits de mer en conservant la même structure et la même composition. Le Secrétaire Général a indiqué que MSC et Conxemar ont demandé à devenir membres du Groupe de Discussion. En outre, l'ASC, qui était auparavant observateur, a également demandé à devenir membre.

Le Groupe de Travail a accepté d'inclure ASC, Conxemar, et MSC comme membres du Groupe de Discussion sur les RCEEP dans le cas des produits de la mer.



Résumé des points d'action

- Valorisation des sous-produits
 - Projet d'avis du CC Aquaculture (AAC) - CCRUP - MAC - CC Mer du Nord (NSAC) sur la valorisation des sous-produits de la pêche et de l'aquaculture à soumettre au Comité Exécutif en vue de son examen.

DRAFT



Liste des participants

Représentant	Organisation	Rôle
Adrien Simonnet	Union du Mareyage Français (UMF)	Membre
Alessandro Piccione	EU Fish Processors and Traders Association (AIPCE)	Membre
Alonso Abreu Lozano	OPP80 Punta del Moral	Membre
Amélie Laurent	Oceana	Membre
Anna Rokicka	Polish Association of Fish Processors (PSPR)	Membre
Benoît Thomassen	Federation of European Aquaculture Producers (FEAP)	Président
Bruno Guillaumie	European Molluscs' Producers Association (EMPA)	Membre
Christine Absil	Good Fish Foundation	Membre
Dominic Rihan	Killybeg Fishermen's Organisation (KFO)	Membre
Emiel Brouckaert	European Association of Fish Producers Organisations (EAPO)	Membre
Gerd Heinen	European Commission	Expert
Guus Pastoor	Visfederatie / EU Fish Processors and Traders Association (AIPCE)	Membre
Iñigo Azqueta Ruiz-Gallardón	FEICOPESCA	Membre
Janne Posti	Conxemar	Membre
Javier Barón Fernández	Spain	Observateur
Jean-Marie Robert	Les Pêcheurs de Bretagne	Membre
Jens Høj Mathiesen	Danish Seafood Association	Membre
John Lynch	Irish South and East Fish Producers Organisation (ISEFPO)	Membre
José Beltrán	OPP Burela	Membre
José Carlos Escalera	Federación de Cofradías de Pescadores de Cádiz (FECOPESCA)	Membre
Juan Manuel Trujillo Castillo	European Transport Workers' Federation (ETF)	Membre
Julien Daudu	Environmental Justice Foundation (EJF)	Membre
Julien Lamothe	ANOP	Membre
Katarina Sipic	EU Fish Processors and Traders Association (AIPCE) / European Federation of National Organizations of Importers and Exporters of Fish (CEP)	Membre



Représentant	Organisation	Rôle
Louis Lambrechts	WWF	Membre
Mariano García García	Cofradía “Virgen del Carmen” de Isla Cristina	Membre
Maximilian Schwarz	Market Advisory Council (MAC)	Secretariat
Nicolás Fernández	Organización Productores Pesqueros Artesanales Lonja de Conil (OPP72)	Membre
Pauline Prent	Visfederatie	Membre
Pedro Luis Casado López	Asociación de Armadores Punta del Moral (OPP80)	Membre
Pedro Reis Santos	Market Advisory Council (MAC)	Secretariat
Pierre Commère	PACT’ALIM	Membre
Roberto Alonso	ANFACO-CECOPESCA	Membre
Rosalie Tukker	Europêche	Membre
Szilvia Mihalfy	Federation of European Aquaculture Producers (FEAP)	Membre
Yobana Bermúdez Rodríguez	EU Fish Processors and Traders Association (AIPCE)	Membre

DRAFT

