



www.mrgoodfish.com

World Ocean Network
C/O Nausicaa, Centre National de la Mer
Boulevard Ste Beuve - BP 189
62 203 Boulogne sur Mer Cedex - France

Tout savoir sur Mr.Goodfish Pour les Restaurateurs





www.mrgoodfish.com

World Ocean Network
C/O Nausicaa, Centre National de la Mer
Boulevard Ste Beuve - BP 189
62 203 Boulogne sur Mer Cedex - France

BIENVENUE DANS LE PROGRAMME MR.GOODFISH

Par votre adhésion au programme Mr.Goodfish, vous faites un geste important pour une consommation durable des produits de la Mer.

Soyez en vivement remercié.

Vous trouverez dans ce dossier l'ensemble des informations concernant le programme.

Si vous souhaitez des informations complémentaires, ou, tout simplement, nous contacter, voici où vous pouvez joindre l'équipe Mr.Goodfish :

Par mail : mrgoodfish@nausicaa.fr

NAUSICAA, Centre National de la Mer
Programme Mr.Goodfish
Boulevard Sainte-Beuve - BP 189
62203 BOULOGNE sur MER CEDEX
Tél : 03 21 30 99 93

Sur le site internet : www.mrgoodfish.com

Chacun de nos gestes compte.

En rejoignant le programme Mr.Goodfish, vous apportez votre contribution comme tous les pêcheurs, mareyeurs, grossistes, industriels, restaurateurs et poissonniers qui se sont déjà engagés « pour qu'il y ait toujours du poisson demain ».

En valorisant Mr.Goodfish auprès de vos clients, ce seront des milliers et des milliers de gestes qui compteront.

C'est ensemble que nous sauvegarderons toute la filière halieutique.

Mr.Goodfish



QUI EST MR.GOODFISH ?

Le programme Mr.Goodfish a été initié par une association internationale : le RESEAU OCEAN MONDIAL (www.worldoceannetwork.org). Elle regroupe plus de 450 aquariums, musées de sciences, musées d'histoire naturelle, organismes de recherche, zoos, etc., répartis dans plus de 60 pays du monde entier.

Ceux-ci reçoivent plus de 250 millions de visiteurs chaque année. C'est une association totalement indépendante, politiquement et financièrement. Sa devise : « Pour l'avenir de la Planète Bleue, Chacun de nos gestes compte ».



- Ses objectifs :
- Sensibiliser le plus large public, à l'échelle mondiale.
 - L'inciter à de nouveaux comportements respectueux de l'environnement.
 - Favoriser l'utilisation raisonnée et durable de l'Océan.

Trois aquariums (Acquario di Genova en Italie, Aquarium Finistærræ en Espagne et Nausicaa- Centre National de la Mer en France) parmi les plus importants d'Europe, membres du Réseau Océan Mondial, se sont réunis et ont élaboré un programme qui vise à sensibiliser l'opinion à la dégradation des ressources halieutiques et à proposer des solutions positives à toute la filière et aux consommateurs de produits de la Mer.



Ce programme, dont vous trouverez tous les détails dans les pages qui suivent, a été baptisé : « Mr.Goodfish ».

Il est financé de deux façons :

- Pour tout ce qui concerne la mise au point du programme, la définition de ses plans d'action, la création de tous ses documents de communication, la coordination entre tous les pays, les relations avec les médias... :

- Un engagement des aquariums participants.
- Le soutien d'une fondation internationale, dédiée aux problématiques de l'environnement marin, basée à Genève pour la phase pilote.
- Le soutien des institutions publiques notamment en France pour la période 2011-2012 le Fonds Européen de développement régional (FEDER).

- Pour toute la fabrication et l'expédition des matériels de communication à ses adhérents et le contrôle : Par une contribution des participants.



POURQUOI MR.GOODFISH ? QUELS SONT SES OBJECTIFS ?

Le Réseau Océan Mondial est idéalement placé, par ses 450 centres implantés au bord de tous les Océans du Monde, pour observer l'état des eaux, des côtes, des ressources marines et plus particulièrement de la pêche et pour sensibiliser les acteurs concernés et le public.

Le Réseau est très préoccupé par l'évolution des ressources halieutiques.

On évalue à 80 % les stocks de produits de la Mer qui sont en danger ou fragilisés, parce que surpêchés ou déjà pleinement exploités.

Cette situation, si elle se poursuivait, pourrait compromettre l'avenir de toute une filière économique, des pêcheurs jusqu'aux poissonniers, sans oublier les restaurateurs et les consommateurs.

La raison en est simple : **si les poissons sont pêchés avant qu'ils n'aient pu se reproduire au moins une fois, le stock s'épuise naturellement et ne peut se renouveler.**

Mr.Goodfish a comme objectif d'éveiller l'attention de toute la filière pêche et des consommateurs sur cette situation et de proposer des solutions simples, **positives**, « pour qu'il y ait toujours du poisson demain ».

Le programme Mr.Goodfish a reçu en France le soutien du Comité National des Pêches et de ses Comités Régionaux, à l'appui du Ministère de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Pêche, et l'intérêt de la distribution.

Il bénéficie de l'appui scientifique et technique d'IFREMER en France, de Planète Mer et de l'Union Mondiale pour la Conservation de la Nature (IUCN).

C'est l'action de l'ensemble de la filière pêche et des consommateurs qui permettra de sauvegarder l'économie de la pêche et de pouvoir consommer les produits de la Mer demain.



www.mrgoodfish.com

World Ocean Network
C/O Nausicaá, Centre National de la Mer
Boulevard Ste Beuve - BP 189
62 203 Boulogne sur Mer Cedex - France



POURQUOI CE LOGO ? QUE SIGNIFIE-T-IL ?

Les panneaux de signalisation routière sont des repères, au quotidien, pour tous les automobilistes de la Planète.

Le logo Mr. Goodfish est un repère pour tous les consommateurs de produits de la Mer, aujourd'hui dans les 3 pays « tests » que sont la France, l'Espagne et l'Italie, demain sur toute la Planète.

Carré et bleu, comme tous les panneaux positifs.

OK, pour « c'est bon pour vous...et pour la Mer ».

Le « O » devient une assiette où figure un poisson stylisé.

Simple et significatif pour qu'on le repère et le comprenne facilement.

On le trouvera :

- Sur toutes les vitrines des poissonniers et restaurateurs adhérents au programme Mr. Goodfish, soulignant ainsi leur geste pour qu'il y ait toujours du poisson demain.
- Sur les étals : il indique les produits de la Mer que l'on peut acheter et consommer sans mettre en danger les stocks.
- Sur les menus : il signale, de la même façon, les produits de la Mer recommandés pour les mêmes raisons.

Ce n'est pas un « label », au sens juridique du terme.

C'est une recommandation positive, d'achat et de consommation.

En achetant et consommant les produits de la Mer marqués du logo Mr. Goodfish, on allège la pression sur les stocks en danger d'épuisement.

Pour mesurer l'impact de nos choix, si chaque consommateur choisissait, 1 fois par an, un produit de la Mer recommandé par Mr. Goodfish, au lieu d'un autre, non recommandé, ce seraient 18.000 tonnes par an, de stocks fragilisés que l'on pourrait sauvegarder. Si le geste du « bon choix » se généralisait, on mesure l'impact positif « pour qu'il y ait toujours du poisson demain ».



COMMENT SONT ELABOREES LES RECOMMANDATIONS DE Mr.Goodfish ?

1- Le principe.

Mr.Goodfish a un esprit totalement positif : il n'interdit pas, il recommande.

Ses recommandations sont éditées chaque trimestre, au travers d'une liste, publiée sur son site internet, communiquée à tous ses adhérents.

Les poissonniers reçoivent, chaque trimestre, un poster présentant de manière illustrée les espèces pour la saison, à afficher dans leur établissement pour l'information de leurs clients.

Bien entendu, conformément à son principe, Mr.Goodfish n'interdit pas aux poissonniers et aux restaurateurs de proposer des espèces qui ne figurent pas sur sa liste de recommandation. **MAIS SEULES LES ESPECES PROVENANT DES REGIONS CONSIDEREES FIGURANT SUR LA LISTE EN COURS PEUVENT ETRE MARQUEES DU LOGO Mr.Goodfish.**

2- Quels sont les critères de sélection de Mr.Goodfish ?

Les critères de sélection Mr.Goodfish sont établis en France en partenariat avec IFREMER. Ils sont rigoureusement scientifiques et au nombre de 4 :

- **L'état de la ressource** : les produits Mr.Goodfish devront provenir de stocks jugés en bon état, selon les méthodes d'évaluation en vigueur. Ces stocks doivent donc faire l'objet d'un suivi par une ou des institutions scientifiques ou au minimum pouvoir faire l'objet d'un dire d'experts scientifiques compétents.
- **La taille** : La taille minimum recommandée est la taille de première maturité sexuelle. Dans le cas d'une différence de taille de première maturité sexuelle entre mâles et femelles, c'est la plus grande des deux qui sera retenue. Il est à noter que cette taille recommandée est souvent différente de la taille minimale de débarquement figurant dans les textes réglementaires.
- **La saison** : Les listes d'espèces recommandées par Mr.Goodfish sont établies à chaque saison. Les saisons de recommandation seront celles qui se situeront en dehors du ou des pics de reproduction de l'espèce
- **Le statut de l'espèce** : Les documents de référence seront les derniers avis du CIEM sur les stocks qui sont délivrés chaque année.

Le respect de ces 4 critères garantit que l'achat et la consommation des espèces recommandées préservent leurs stocks, donc assurent leur pérennité.

Divers :

Mr.Goodfish recommandera, chaque fois que ce sera possible, de privilégier des espèces pêchées localement et des sources d'approvisionnement locales.

Le critère «pratiques de pêche» n'est pas retenu pour l'instant et sera étudié ultérieurement.



3- Comment sont élaborées les listes de recommandation ?

- En France, 3 bassins de pêche ont été identifiés :
 - Manche, Mer du Nord.
 - Bretagne/Atlantique.
 - Méditerranée.

Pour chaque bassin, est mis en place un « Comité Régional d'Établissement des Listes ».

Animé par un membre du Réseau Océan Mondial, il comprend :

- Un représentant d'IFREMER.
- Un représentant des professionnels de la pêche, membre du Comité Régional ou du Comité Local des pêches.
- Un représentant de la distribution, pour donner la tendance des ventes.
- Un représentant de la restauration.
- Un représentant des consommateurs.

Chaque trimestre, une pré-liste est établie, en fonction des 4 critères, par le représentant du Réseau Océan mondial et par les scientifiques d'IFREMER.

Le Comité Régional d'Établissement des Listes examine en détail cette liste lors de sa réunion trimestrielle. Chaque espèce est analysée. Les participants font part de leurs observations.

Quand la question est posée d'une espèce ne figurant pas sur la liste, le cas est examiné, mis en débat sur la base des données scientifiques.

Ne figurent sur la liste que les espèces qui ont recueilli l'unanimité des avis positifs.

La liste est donc le fruit d'un consensus entre toutes les parties concernées, scientifiques, pêcheurs, poissonniers et restaurateurs, consommateurs.

- Au terme de cette phase, les listes des 4 bassins sont transmises à un expert scientifique indépendant de Planète Mer, pour apprécier la cohérence entre les 4 bassins et ensuite sa cohérence avec les listes publiées en Espagne et Italie.
- La publication des listes s'effectue au terme de cette ultime phase, qui correspond à la date de la nouvelle saison (21 Mars, 21 Juin, 21 Septembre, 21 Décembre)



A QUOI CORRESPOND ET QUE COUVRE LA CONTRIBUTION ?

Adhérer au programme Mr.Goodfish, c'est un geste responsable, volontaire, qui contribue à une gestion raisonnée des ressources halieutiques « POUR QU'IL Y AIT TOUJOURS DU POISSON DEMAIN ».

Cette adhésion est matérialisée par :

- Le remplissage du bulletin d'adhésion en ligne
- Le versement d'une contribution.
- La remise d'une convention, cosignée, qui exprime les engagements réciproques de Mr.Goodfish et du signataire.

La contribution

La contribution Mr.Goodfish :

- Marque un engagement réel dans le programme, qui prend tout son sens par rapport à une simple déclaration d'intention.
- Correspond à un ensemble de prestations de Mr.Goodfish envers ses adhérents.
- Assure l'indépendance politique et financière de Mr.Goodfish.

Le montant de la contribution a été fixé de façon à couvrir le coût des prestations fournies.

Comme précisé plus haut (fiche « Qui est Mr.Goodfish ? »), les frais généraux de Mr.Goodfish sont financés par ailleurs. Ainsi, l'intégralité du montant des contributions est destinée à la production et à la livraison d'outils de communication propres à valoriser l'action des adhérents auprès des consommateurs et contrôle du programme.

En toute transparence, Mr.Goodfish communique le montant de la contribution de chaque adhérent de la filière :

- Commerçants indépendants, poissonniers restaurateurs : 50 € par an, soit 4,18 € par mois.
- Intermédiaires, mareyeurs, grossistes : 200 € par an, soit 16.66 € par mois.
- Industriels, producteurs et transformateurs : 450 € par an, soit 37.50 € par mois.

La 1^{ère} adhésion bénéficie d'une réduction de 50 %.



La convention

Elle stipule les « droits et devoirs » de chacune des parties signataires envers l'autre.
Mr.Goodfish s'engage :

- A remettre à chaque adhérent un « kit » de communication adapté à son activité et à sa clientèle. Ce « kit » comprend un certain nombre et types de matériels permettant à chacun de mettre en valeur sa participation au programme Mr.Goodfish auprès de ses clients.
- A fournir, chaque trimestre, la liste des espèces recommandées.
- A inscrire le signataire sur le site internet www.mrgoodfish.com parmi les adhérents au programme.
- A animer le site internet en permanence, lequel donne toutes informations quant au choix des espèces, présente des recettes élaborées par de grands chefs, et dispose d'un espace d'échange des signataires avec Mr.Goodfish.
- A promouvoir, au mieux de ses moyens, le programme Mr.Goodfish auprès de tous les médias, presse écrite, télévisions et radios.

Le signataire s'engage :

- A respecter le programme Mr.Goodfish, c'est-à-dire à ne pas détourner ses recommandations, par exemple à ne pas marquer Mr.Goodfish une espèce qui ne figurerait pas sur la liste de la saison.
- A mettre en valeur le programme Mr.Goodfish auprès de sa clientèle.
- A proposer un nombre minimum d'espèces sur son étal ou sur sa carte de restaurant et à accroître ce nombre au fur et à mesure du développement du programme Mr.Goodfish (voir la fiche pratique pour chaque activité).

Pour la crédibilité de Mr.Goodfish auprès de tous les consommateurs et de tous les adhérents au programme, des contrôles du respect des engagements seront effectués.

Mr.Goodfish se réserve le droit de retirer son agrément à tout signataire qui ne respecterait pas ses engagements et entamerait ainsi la crédibilité de Mr.Goodfish.



POURQUOI LE ROLE DU RESTAURATEUR EST-IL SI IMPORTANT ?

Toute l'activité de la pêche peut se présenter comme une « filière » économique : pêcheurs, mareyeurs, grossistes, poissonniers et restaurateurs.

Derniers maillons de cette chaîne, le restaurateur est bien le seul, avec le poissonnier, à être en contact direct avec le consommateur. Le dernier maillon est donc le plus important : tous les autres maillons n'ont de sens que si le poissonnier et le restaurateur vendent !

Ce rôle est doublement important :

- Sur le plan économique, comme il vient d'être dit, le restaurateur et le poissonnier vendent directement au consommateur et le volume de leurs ventes engendre toute l'activité de la filière.
- Sur le plan de la relation avec le consommateur, le restaurateur, comme le poissonnier, ont un rôle unique, puisqu'ils sont les seuls à avoir ce contact direct, et essentiel par leur pouvoir de recommandation.

Quand un consommateur se présente dans votre restaurant, c'est qu'il a envie de se faire plaisir... Cette envie se traduit par une forte capacité d'écoute à vos recommandations et conseils. Si quelques clients s'y connaissent « un peu » en poissons, une large majorité compte sur vous pour la guider dans ses choix.

Donc, le restaurateur :

- A un fort pouvoir de recommandation auprès de sa clientèle, d'autant plus fort que le consommateur lui reconnaît son expérience et sa bonne connaissance de ses produits. Ses conseils ne portent pas seulement sur le choix : « Qu'est-ce que vous avez à me recommander aujourd'hui ? » Mais aussi sur la façon dont est préparé le poisson, les accompagnements, etc..
- De ce fait, incontestable, le restaurateur, comme le poissonnier, a une large influence sur toute la filière. Personne d'autre, mieux que lui, ne ressent aussi bien les tendances de consommation, les « envies » des consommateurs. Ce « savoir » va remonter vers l'amont de la filière, par les achats qu'il va effectuer auprès de ses fournisseurs, grossistes, mareyeurs ou même pêcheurs. Non seulement par ses achats, mais aussi par les remontées d'informations qu'il va transmettre.

Ainsi, le restaurateur a-t-il un rôle majeur sur la consommation des produits de la Mer, tant vers ses clients que vers toute la filière.

C'est pourquoi Mr.Goodfish prête une attention toute particulière aux restaurateurs et compte fortement sur eux « pour qu'il y ait toujours du poisson demain ».



QU'EST-CE QUE JE PEUX FAIRE POUR MR.GOODFISH ? QU'EST-CE QUE MR.GOODFISH PEUT FAIRE POUR MOI ?

La relation que souhaite avoir Mr.Goodfish avec les restaurateurs est une relation

GAGNANT-GAGNANT.

L'objectif, à long terme, de Mr.Goodfish est clair : tout faire pour « qu'il y ait toujours du poisson demain ».

Plus personne ne doute qu'une pêche trop intensive et sans règle, quant à certaines espèces, n'entraîne une raréfaction de leurs stocks. Mécaniquement, cela provoquerait, si le mouvement se poursuivait, une baisse de l'offre dont toute la filière aurait à perdre. N'oublions pas que la population augmente, tant en France que dans le monde, donc que la demande va augmenter....sauf si l'offre diminue !

L'objectif, à long terme, de tout restaurateur est de maintenir et développer son commerce ; à court terme, de pouvoir accroître son chiffre d'affaires.

Le programme Mr.Goodfish a reçu le soutien de toute la filière, des pêcheurs aux restaurateurs, parce qu'il a pris en compte les objectifs de chacun et les rend conciliables.

Gagnant, pour Mr.Goodfish, si les consommateurs déportent leurs achats de produits de la Mer vers ceux dont les stocks sont en bonne santé, signalés par le logo Mr.Goodfish : ainsi, il y aura toujours du poisson demain.

Gagnant, pour les restaurateurs et toute la filière, avec un volume de ventes qui a plus de raisons d'augmenter que de baisser, confortant ainsi leur avenir, parce que les stocks préservés aujourd'hui seront des stocks plus importants demain.

La relation « gagnant-gagnant » s'appuie sur le fait que Mr.Goodfish n'interdit rien, mais recommande des reports de consommation d'espèces dont les stocks sont fragilisés vers des espèces dont les stocks sont sains.

Dans cet esprit « gagnant-gagnant » :

Qu'est-ce que je peux faire pour Mr.Goodfish ?

- Mettre en valeur Mr.Goodfish dans mon commerce et sur ma carte (voir la fiche « Mr.Goodfish » au quotidien).
- Présenter, sur ma carte, au moins 2 espèces recommandées par Mr.Goodfish et les marquer comme telles, grâce au matériel qui m'est fourni.
- Accroître mon offre Mr.Goodfish au fur et à mesure du développement de sa notoriété auprès des consommateurs.
- Promouvoir le programme Mr.Goodfish auprès de mes clients, par mes conseils, et en faire valoir le bien-fondé.



Qu'est-ce que Mr.Goodfish vous apporte ?

- En devenant partenaire du programme Mr.Goodfish, vous manifestez aux yeux de tous, et donc de vos clients, votre volonté de contribuer « à ce qu'il y ait toujours du poisson demain ». Chaque geste compte. Plus il y aura de gestes, plus la filière pêche aura d'avenir.
- Vous recevrez de Mr.Goodfish un « kit », comportant de nombreux outils de communication pour faire valoir votre action auprès de votre clientèle.
- Vous recevrez régulièrement une « newsletter », un bulletin d'informations sur toute l'actualité de Mr.Goodfish : les nouveaux partenaires, les échos dans les médias, des idées de recettes, des conseils d'animation, des argumentaires, etc...
- Votre enseigne apparaîtra, en tant que partenaire, sur le site internet de Mr.Goodfish, avec vos coordonnées.
- Vous bénéficierez de la notoriété grandissante de Mr.Goodfish, au travers de tous les échos qui lui sont donnés dans la presse, les radios et les télévisions, sans oublier le bouche à oreilles entre consommateurs.
- Etre partenaire du programme Mr.Goodfish est une « valeur ajoutée » de votre commerce. C'est participer à un mouvement dont l'intérêt est général, pour une consommation durable des produits de la Mer.



MR.GOODFISH AU QUOTIDIEN...

En devenant partenaire du programme Mr.Goodfish, vous recevrez, suite à votre adhésion, un « kit » complet d'outils de communication et d'animation de votre point de vente:

- 2 adhésifs vitrine : De même qu'un restaurateur signale sur sa vitrine qu'il est référencé au Michelin ou au Gault et Millau, vous faites savoir que vous êtes partenaire du programme Mr.Goodfish.



- 100 dépliant de présentation de Mr.Goodfish à l'attention de vos clients.



Ces dépliants, très simples de lecture, sont destinés à informer vos clients sur les objectifs de Mr.Goodfish et sur ses principes d'action.

Nous vous conseillons d'en remettre un à chacun de vos fidèles clients lors de leur prochain achat : c'est un geste vers le client qui soulignera, si besoin était, combien vous portez attention à une consommation durable des produits de la Mer.



www.mrgoodfish.com

World Ocean Network
C/O Nausicaa, Centre National de la Mer
Boulevard Ste Beuve - BP 189
62 203 Boulogne sur Mer Cedex - France

Pour les clients de passage, vous disposez d'une petite pile de dépliants près de la caisse.

- 2 planches de petits adhésifs « logos » de Mr.Goodfish.



Chaque petit adhésif se place, dans vos menus et vos cartes, devant chaque plat de produits de la Mer figurant sur la liste de saison des espèces recommandées par Mr.Goodfish.

Si vous avez le besoin d'un complément de l'un ou l'autre de ces outils, rien de plus simple :

Un courrier adressé à :

NAUSICAA, Centre National de la Mer
Programme Mr.Goodfish
Boulevard Sainte-Beuve - BP 189
62203 BOULOGNE sur MER CEDEX

Ou un mail à l'adresse suivante :

mrgoodfish@nausicaa.fr

NB : pour des raisons de gestion et d'organisation, nous avons besoin d'un écrit : nous ne pouvons enregistrer les commandes complémentaires par appel téléphonique. Nous vous remercions de votre compréhension.

IMPORTANT : Une relation « gagnant-gagnant » repose sur une confiance réciproque. Chacun comprend que s'il était fait un mauvais usage du logo Mr.Goodfish, par exemple en plaçant l'adhésif avec le logo en en-tête de votre carte, laquelle présente des espèces non recommandées, cela ne pourrait que nuire à la crédibilité de Mr.Goodfish, de toute son action....et donc de la vôtre ! N'oublions pas que tous les clients ont accès au site internet de Mr.Goodfish, où ils trouvent la liste des espèces recommandées, recettes, conseils, etc....Ils s'apercevront vite de la manipulation....et votre propre crédibilité se trouvera entachée ! Par ailleurs, Mr.Goodfish effectuera des contrôles chez tous ses partenaires, contrôles accompagnés, bien sûr, de conseils et de réponses à vos questions éventuelles.
