



Nº 3

Otoño-invierno 2010

ISSN 1831-5739

# farnet

M A G A Z I N E

## *Valor añadido para los productos locales de pesca*



Comisión Europea  
Asuntos Marítimos y Pesca

ES



# Índice

## Fotografías (páginas):

Brigitte Ruiz (1, 15), Comisión Europea (3), Jean-Luc Janot (5, 6, 9, 10, 11, 14, 17, 18, 19), Sam Morgan Moore (7), Zuidezeelzilver (10), De Boet (11), Comité des Régions (12), Jean-Michel Labrousse (17), IFHVP (20), Regione Sardegna (20), Gilles Bondaz (20), Laurence Hartwell (20), FLAG Zied Zeme (21), Valdis Kudins (22), FLAG Talsi (23), FLAG Liepaja (24), Serge Gomes da Silva (25, 26).

**Portada:** Ostricultura en la cuenca de Arcachon.

**Periodistas:** Jean-Luc Janot, Eamon O'Hara.

**Otros colaboradores:** Urszula Budzich-Szukala, Monica Burch, Serge Gomes da Silva, Valdis Kudins, Paul Soto, Gilles van de Walle.

## Producción:

DevNet geie (AEIDL/Grupo Alba) / Kaligram.

## Contacto:

FARNET Magazine, FARNET Support Unit,  
rue Saint Laurent 36-38, B-1000 Bruselas  
+32 2 217 44 60  
[info@farnet.eu](mailto:info@farnet.eu)  
[www.farnet.eu](http://www.farnet.eu)

FARNET Magazine está publicada por la Dirección General de Asuntos Marítimos y Pesca de la Comisión Europea. Se distribuye gratuitamente bajo solicitud.

FARNET Magazine se publica dos veces al año en inglés, francés, alemán y español.

**Editor:** Comisión Europea, Dirección General de Asuntos Marítimos y Pesca. Director General.

**Cláusula de exención de responsabilidad:** Aunque la Dirección General de Asuntos Marítimos y Pesca es responsable de la producción total de la revista, no lo es de la exactitud, contenido u opiniones expresados en los artículos. La Comisión Europea, a menos que se indique lo contrario, no ha aceptado o aprobado de ninguna manera las opiniones que se incluyan en esta publicación y las declaraciones que en ella aparecen no deben considerarse como manifestación de las opiniones de la Comisión o de la Dirección General de Asuntos Marítimos y Pesca. La Comisión Europea no garantiza la exactitud de la información incluida en esta publicación y la Comisión o cualquier otra persona que actúe en su nombre declina toda responsabilidad del uso que se pueda hacer de esta revista.

© Unión Europea, 2010.

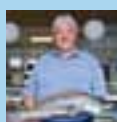
Reproducción autorizada, con indicación de la fuente bibliográfica.

Impreso en Bélgica en papel reciclado.



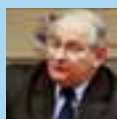
## Obtener más con menos ..... 4

La aportación de valor añadido a los productos locales de pesca puede dar un impulso a los ingresos y a la rentabilidad del sector, sin pasar necesariamente por el aumento de las capturas.



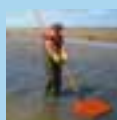
## Reportaje: Más cerca del consumidor ..... 8

Existe un mercado considerable en los Países Bajos de productos frescos de pescado y marisco y platos preparados de pescado. Hemos echado un vistazo a los ejemplos de Flevoland y Holanda Septentrional.



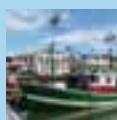
## Entrevista: Michel Delebarre ..... 12

Michel Delebarre es el presidente de la Comisión de Cohesión Territorial (COTER) del Comité de las Regiones (CDR).



## Reportaje: De la asociación al trabajo en red ..... 14

El FLAG Cuenca de Arcachon – Val de l'Eyre pretende desarrollar y promover el trabajo de productores locales a través de la creación de una red regional.



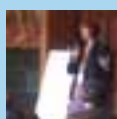
## Aires de negocios ..... 20

Cuatro innovadores proyectos zonales en las zonas de pesca.



## En el punto de mira: La experiencia de Letonia ..... 21

24 grupos de acción local de pesca (FLAG) aprovechan su propia experiencia en la aplicación del programa Leader para garantizar el éxito del Eje 4.



## Evento: Encuentro de 90 FLAG en Gijón ..... 25

El seminario «FLAG en movimiento» supuso para los participantes una primera oportunidad para conocerse e intercambiar puntos de vista sobre asuntos de interés común.

## Red FARNET ..... 27





## Editorial

«Reunir a las distintas partes locales interesadas es esencial para poder crear una perspectiva común y la única manera de asegurar un desarrollo futuro realmente sostenible».

La estrategia Europa 2010 para un crecimiento inteligente, sostenible e inclusivo sienta las bases de una orientación política más integrada a nivel europeo. Para fomentar esta orientación, necesitamos crear un contexto de apoyo para la coordinación de políticas a nivel local, regional y de cada Estado miembro.

El Eje 4 del Fondo Europeo de Pesca constituye un importante progreso en la política de pesca de la UE. Esta nueva iniciativa brinda a la población local, y especialmente a la que trabaja en el sector pesquero, la oportunidad de participar realmente, y por primera vez, en el modo de implementar nuestra Política Pesquera Común, al mismo tiempo que contribuye a asegurar una mejor integración del desarrollo del sector pesquero en un proceso de desarrollo local más amplio.

Los Grupos de Acción Local de Pesca (FLAG) son clave para el éxito de los objetivos del Eje 4. Reunir a las distintas partes interesadas locales de la sociedad pública, privada y civil, es esencial para poder crear una perspectiva común y la única manera de asegurarnos de que el desarrollo futuro sea realmente sostenible.

En ese sentido, es especialmente alentador observar los grandes progresos obtenidos en los últimos 12 meses en la aplicación del Eje 4. Los 21 países participantes han puesto en marcha el proceso de selección de FLAG, y ya están operativos unos 124 FLAG en 11 países. Es, pues, importante, mantener este ritmo en los próximos meses para asegurarnos de que todos los FLAG estén listos para la primera mitad de 2011.

Pero la selección de FLAG es sólo el principio. El verdadero reto es seguir adelante con la aplicación de estrategias locales que ofrezcan beneficios reales a las comunidades pesqueras de toda la UE, y ayudar a construir un sector pesquero más sostenible.

Uno de los objetivos prioritarios de muchas de las estrategias ya aprobadas es impulsar los ingresos y el empleo en las zonas de pesca, generando valor añadido en el producto local. La presente edición de *FARNET Magazine* va encaminada en esa dirección, prestando especial atención a determinadas iniciativas puestas en marcha en Francia o Países Bajos. Las iniciativas en cuestión son claro ejemplo de los beneficios que puede traer en la práctica una orientación territorial integrada, agrupando los diferentes intereses sectoriales para situar en el mercado una zona y unos productos específicos. Además, demuestran igualmente la importancia de la movilización de capacidades y recursos locales en torno a una visión y una estrategia comunes para una mejor integración de las políticas sectoriales a nivel local.

Al igual que el recién nombrado Director General de la DG de Asuntos Marítimos y Pesca, quisiera felicitar a todos aquellos que han participado en las iniciativas aquí mencionadas, así como desearles muchos más éxitos para el futuro. En los próximos meses abordaremos la cuestión de cómo ayudar a proseguir los logros del Eje 4 alcanzados hasta la fecha, razón por la que animo a todos a compartir su exitosa experiencia.

**Lowri Evans,**  
*Director-General*

# Obtener más con menos:

## DESARROLLO ZONAL A TRAVÉS DEL VALOR AÑADIDO DE LOS PRODUCTOS LOCALES DE PESCA

**La explotación de mercados locales o de segmentos de mercado, así como la aportación de valor añadido a la preparación, envasado u otras iniciativas de comercialización, puede dar un impulso a los ingresos y a la rentabilidad del sector pesquero, sin pasar necesariamente por el aumento de las capturas. Esto representa una buena oportunidad para la sostenibilidad de las actividades pesqueras locales, a la vez que se reduce el impacto medioambiental marino.**

La industria pesquera europea está experimentando una profunda transformación. En un contexto de disminución de caladeros, y también de precios, para muchos pescadores mantener la viabilidad de su negocio se hace cada vez más difícil. Por otra parte, los límites aplicados al aumento de las capturas o de los precios hacen que la opción posible para invertir la tendencia sea la búsqueda de nuevas formas de incrementar el valor de la producción existente.

Con este enfoque se pretende principalmente diferenciar los productos de la pesca local de la oferta habitual y explotar nuevas oportunidades de mercado, a menudo relacionadas con las nuevas expectativas del consumidor en materia de calidad, frescura y las normas medioambientales a las que ha de adherirse el productor. Si se aplica correctamente, esto puede abrir nuevas corrientes de ingresos que ayudarán a aumentar la rentabilidad financiera del productor.

### Un enfoque probado y de eficacia demostrada

La aportación de valor añadido a través de la diferenciación del producto es un concepto que lleva aplicándose bastante tiempo en el sector agrario, en el que los agricultores, ya sea a título individual o en grupo, han venido desarrollando con éxito distintas estrategias para aumentar el valor de su producción primaria. Básicamente, dichas estrategias consisten en vender directamente al consumidor en la propia propiedad o a tra-

vés de mercados agrícolas, evitando de esta forma a los intermediarios en la cadena de distribución. Otra opción, más sofisticada, es la combinación, por un lado, de inversión en calidad y normas, y, por otro, el etiquetado o utilización de marcas comerciales, para responder a las nuevas oportunidades de mercado. Un buen ejemplo es la marca Glenbarrow Farms, desarrollada por agricultores de las regiones centrales de Irlanda como respuesta a la demanda del consumidor, que exige mayor fiabilidad en materia de calidad y seguridad alimentaria (ver cuadro).



### Glenbarrow Farms: valor añadido a través de una marca comercial

En 2003, los agricultores del Condado de Laois (Irlanda) se reunieron, con la asistencia del grupo de líderes de Laois, para crear la marca Glenbarrow Farms. En la actualidad, más de 300 agricultores se están beneficiando de la iniciativa, creada para responder a la creciente demanda del consumidor, que exige mayor fiabilidad en materia de calidad y seguridad alimentaria.



▲ Venta directa en el mercado de pescado de Wieringen en Den Oever (Países Bajos).

De los proyectos desarrollados en el sector agrario podemos aprender algunas lecciones, pero hay también muchos desafíos específicos relacionados con la aportación de valor añadido a los productos pesqueros, como el alto carácter perecedero del pescado fresco, la irregularidad de la producción o el problema de tratar simultáneamente con especies de características y potenciales de mercado muy diferentes.

## Los ingredientes principales

Existen muchas maneras diferentes de aportar valor añadido a la industria pesquera local, si bien la mayoría de ellas poseen características comunes. En primer lugar, cualquier intento de aportar valor añadido ha de estar orientado a las condiciones del mercado, siempre en función de necesidades u oportunidades de mercado claramente identificadas. En general, el punto de mira está en mercados locales o en mercados diferenciados, orientado a grupos específicos de consumidores, con preferencias concretas y actitudes específicas en cuanto al producto.

En segundo lugar, para los productores especialmente dependientes en los mercados locales o diferenciados es fundamental centrarse en la calidad y la adherencia a determinadas normas de producción. Esto no sólo justifica la excelencia (y con ella a menudo los altos precios) de estos produc-

tos, sino que además es fundamental para crear y mantener la confianza y la lealtad del cliente. Los productos pesqueros, sobre todo frescos, están sujetos a muchas exigencias en términos de higiene y sanidad, y esas exigencias deben ser prioritarias.

En tercer lugar, existe una fuerte conexión con el territorio local, que a veces se crea, o tiene ya creada, una determinada reputación en cuanto a la producción del producto en cuestión. En tal caso, la comercialización del producto está, pues, estrechamente vinculada a la comercialización de la zona, y se beneficia a menudo de otros vínculos con otros sectores locales, como el del turismo y el del ocio.

Por último, está la cuestión de alcanzar el grado de producción adecuado para asegurar la viabilidad y, ya sea individual o colectivamente, acceder a la tecnología, instrumentos y recursos de comercialización apropiados.

## Estrategias para aportar valor añadido

Las estrategias para aportar valor añadido suelen integrar al menos alguna de las siguientes características:

1. *Mejora del proceso organizativo*, que tiene en cuenta las diferentes funciones dentro de la organización y trata de identificar oportunidades para aportar valor añadido a través de la mejora o la modificación del modo en que están

estructuradas o suministradas.

2. *Adaptación de la cadena de distribución*, centrada en asegurar una distribución justa de los márgenes a través, por ejemplo, de una cadena más corta o una colaboración más estrecha con los distintos participantes de la misma, con objeto de garantizar el mayor número posible de actividades locales y aportar valor añadido a la producción local.
3. *Procesamiento*, que implica cierta modificación de un producto básico para prolongar su tiempo de venta y su utilidad, y abrir la puerta a nuevas oportunidades de mercado.
4. *Utilización de marcas comerciales o etiquetado*, con el objetivo de atraer y conservar clientes mediante la promoción del reconocimiento del producto y la fidelidad al mismo, gracias a sus principales cualidades o atributos.

Las iniciativas en cualquiera de estas áreas pueden ser abordadas por productores a título individual o por grupos de productores, y en ocasiones por una combinación de ambos. Las iniciativas en grupo tienen la ventaja del reparto del gasto, y por consiguiente del riesgo, entre un mayor número de operadores. Asimismo, facilitan la combinación de conocimientos y recursos, así como la obtención de la masa crítica o de las economías de escala necesarias para algunas de esas iniciativas.





▲ La captura del día; pescadores vendiendo directamente al consumidor en el mercado de pescado del puerto de Olhão (Portugal).

## Una pesca más inteligente

Determinadas mejoras o modificaciones en la forma de hacer las cosas pueden aportar valor añadido sin necesidad de modificar el producto propiamente dicho ni de invertir grandes cantidades de tiempo o dinero. Merece la pena detenerse a observar cómo está organizada y gestionada una actividad comercial (producción, almacenamiento, distribución, comercialización, etc.), para poder identificar cualquier oportunidad. Así, por ejemplo, clasificar las capturas o la producción según criterios específicos (frescura extra, tamaños especiales, coloración de la carne) o encontrar maneras de explotar subproductos o residuos son ejemplos de áreas de valor añadido potencial.

## En resumen

Los circuitos de cadena de distribución larga y corta se distinguen por el número de intermediarios entre el productor y el consumidor. Los de cadena de distribución corta tienen como mucho un intermediario, e incluyen la venta directa en el lugar de producción o de llegada, ya sea en los mercados locales, a través de tienda propia, por Internet o a establecimientos o restaurantes especializados en pescado. Algunos pescadores ya utilizan este método para vender parte de sus productos frescos y diversificar de esta forma sus fuentes de ingreso.

La venta a través de circuitos de cadena de distribución corta requiere generalmente un compromiso importante en cuanto al tiempo, en especial cuando se trata de venta directa, en la que entra en juego también el contacto directo con cada cliente. Como contraposición, la ganancia por cada pescado vendido puede ser considerablemente mayor, con lo que este tipo de venta puede ser un buen complemento o alternativa a la cadena de distribución corta, dependiendo del tiempo del que se disponga y del potencial del mercado.

Si el objetivo es el mercado local, es importante que este cuente con una población suficiente para que resulte viable, y no sólo en cuanto a residentes permanentes, sino también turistas y otros visitantes.

## Nuevos productos para nuevos mercados

La cadena de distribución corta puede incluir tanto productos frescos como preparados. Por productos preparados entendemos pescado destripado, fileteado, precocinado, curado (secado, salado, ahumado, en conserva) y envasado (congelado, enlatado o envasado al vacío); estos métodos están destinados a prolongar el tiempo de venta del producto, aumentar su utilidad o mejorar su atractivo visual o sensorial, con lo que, fundamentalmente, se crean nuevos productos, más adecuados a las necesidades de determinados grupos, turistas o visitantes por ejemplo, o para su distribución a larga distancia.



◀ Skagenfood, empresa situada en el puerto de Strandby (Dinamarca), dedicada a la venta de pescado y marisco envasado a clientes particulares por Internet (ver tema n°1 de FARNET Magazine).



▲ En el restaurante «Fifteen Cornwall» de Watergate Bay (UK), abierto por Jamie Oliver, pueden degustarse productos locales de pesca preparados por jóvenes aprendices de chef.

## Informar al consumidor

Independientemente del lugar o el modo de venta de un producto, para diferenciarse, el cliente debe conocer sus cualidades específicas o su valor añadido. En la venta directa de pescado fresco en el puerto o en un mercado local, esta información puede ser proporcionada directamente por el productor, pero en el caso de los productos preparados o de cadenas de distribución más largas, es necesario recurrir a alguna forma de etiquetado o marca comercial.

La diferencia entre etiquetado y utilización de una marca comercial está en que las etiquetas requieren generalmente algún tipo de certificación independiente. El etiquetado se utiliza, por ejemplo, para certificar la calidad de un producto, su procedencia geográfica o el respeto de determinadas normas ecológicas durante el proceso de producción. Algunos ejemplos de ello serían la Denominación de Origen Protegida de la UE (DOP) o la Indicación Geográfica Protegida (IGP), o bien los modelos de certificación de calidad nacionales como 'Label Rouge' de Francia, que puede otorgarse igualmente a productos de otros países vendidos en territorio francés.

Las normas ecológicas pueden ser verificadas por la correspondiente certificación, en el caso de las piscifactorías, o, para la industria pesquera en general, por etiquetas ecológicas como las del Marine Stewardship Council (MSC), Friends of the

Sea, German Naturland o el KRAV sueco para alimentos biológicos. La certificación MSC es una de las más conocidas en materia de etiqueta ecológica.

El etiquetado puede utilizarse a veces para crear una marca, como en el caso de las *Cornish Sardines* (ver recuadro), o para añadir credibilidad a una marca desarrollada por separado. La utilización de la marca comercial puede ser llevada a cabo por una empresa a título individual o de manera colectiva o regional. Esta opción incluye por lo general algún tipo de certificación interna o declaración de derechos que garantice la coherencia en términos de normas de calidad. Las marcas regionales pueden referirse solamente a productos pesqueros y de acuicultura, como las 'Cornish Sardines' o la marca 'PescadeRías' en Galicia, o bien a toda una serie de productos alimentarios locales, como la marca 'Fuschia' de la región de Cork, Irlanda.

## La importancia de la procedencia

Aportar valor añadido a la industria pesquera local puede ayudar a mantenerse (ya lo está haciendo) a muchas pequeñas empresas pesqueras en toda la UE. Dichas empresas están aplicando diversas técnicas y enfoques, prueba de la multitud de caminos que puede tomar una empresa o comunidad local para aportar valor aña-



▲ El salmón de acuicultura escocés fue el primer pescado y el primer producto no francés en obtener la prestigiosa 'Label Rouge' del Gobierno francés, en 1992.



▲ La sardina de Cornualles (GB) cuenta con la certificación MSC y la IGP con el nombre de 'Cornish Sardines'.



▲ PescadeRías, la marca de Galicia – la marca PescadeRías fue lanzada por la Región de Galicia en 2008, con el objetivo de aportar valor añadido al pescado y marisco de captura o de piscifactoría de la costa gallega.

dido a los recursos de su territorio. En esta edición de FARNET Magazine examinamos varios ejemplos de Francia y Países Bajos.

Sacar el partido necesario a los puntos fuertes y a las cualidades propias de un territorio concreto puede ayudar a diferenciar y dar lugar a nuevas oportunidades de mercado para los productos locales. Sin embargo, aprovechar esta oportunidad requiere renovadas competencias y facultades, así como una actitud más abierta entre las empresas pesqueras para integrarse mejor tanto en su propio territorio como en el proceso de desarrollo territorial. ■

## Reportaje

### PESCADO FRESCO Y MENÚ DE CALIDAD EN EL FLAG DE FLEVOLAND [PAÍSES BAJOS]

# Más cerca del consumidor

**Los hábitos alimenticios de los holandeses han cambiado, de ahí la emergencia de un mercado de productos frescos de pescado y marisco y platos preparados de pescado. Las diversas partes del sector pesquero han empezado a aprovechar esta oportunidad, como muestran los ejemplos de Flevoland y Holanda Septentrional.**



*«Todo el mundo viene aquí por la calidad», afirma Sandra Crommentuyn, propietaria de un puesto de venta en el mercado de pescado de Wieringen, en el puerto de Den Oever, provincia de Holanda Septentrional. Sandra no vende pescado, sino vino italiano, que compra a su familia en el Lago de Garda, y marisco en conserva de gran calidad de la región de Quiberon, Francia. «El mercado está abierto a cualquiera que venda productos de calidad y a pequeña escala», explica Gertjan Sneekes, responsable de este exclusivo mercado holandés, que se celebra los sábados por la mañana, cuarenta semanas al año. «En 2003, prosigue Sneekes, la vida social y la actividad comercial de Den Oever estaban estancadas. Había que hacer algo. La cooperativa de pescado analizó las distintas posibilidades, y así es como surgió la idea de organizar un mercado. El éxito fue inmediato. El número de visitantes crecía de semana en semana». Gracias al método de boca a oreja y a una buena cobertura de prensa, el mercado recibe hoy alrededor de 1000 visitas a la semana, procedentes de un radio de 100 km. «Aquí se da cita gente de todas las clases sociales. A todo el mundo le gusta el buen pescado».*

En el mercado pueden encontrarse alrededor de cuarenta variedades distintas de pescado, capturadas por quince pescadores en el Mar del Norte. En palabras de Gertjan Sneekes, «el volumen de negocios se ha mantenido estable durante varios años en torno a una cifra de 200.000 euros.





▲ El mercado de pescado de Wieringen tiene un gran impacto en la comunidad local.

En el mercado se vende la cuarta parte de nuestra captura, pero pensamos que cada pescador gana unos 1000 euros más al año en la venta directa en comparación con la venta total al por mayor. Puede que no sea una cantidad enorme, pero es importante por el impacto en la totalidad de la comunidad local. Además, el mercado ha atraído a varios negocios a Den Oever. ¿Ve esos cafés, hoteles y restaurantes? Hace siete años no existían. El puerto se ha convertido en una atracción turística. Hay mucha animación. Durante la temporada se organizan salidas al mar diarias y la semana que viene celebramos una de nuestras 'jornadas de puertas abiertas para el sector pesquero', en la que participarán 40 de nuestros barcos.

## Urk

Den Oever controla el acceso al Afsluitdijk, el impresionante dique que separa la ciudad de Zuiderzee del Mar del Norte desde 1932, transformándola en un lago de agua dulce, el IJsselmeer. La parte sur del IJsselmeer se drenó entre 1942 y 1968, creando dos pólderes que, desde 1986, forman la provincia de Flevoland. «Toda la provincia está situada por debajo del nivel del mar, excepto las zonas de Schokland y Urk, que eran islas en la época del Zuiderzee», comenta Fred Jonkhart, responsable de programas europeos en la provincia. «Urk ha sido siempre un puerto pesquero importante», prosigue. «El cierre del Zuiderzee y la creación del Noordoostpolder en absoluto

acabaron con la industria, al contrario. En términos de valor de desembarque, Urk sigue siendo uno de los principales puertos pesqueros de los Países Bajos, razón por la que ha sido seleccionada como área subvencionable dentro del Eje 4 en Flevoland».

No hay más que darse una vuelta por las afueras de la ciudad para darse cuenta de la importancia de la pesca como industria local. En las zonas comerciales y de negocios, casi un edificio sí y otro no tiene la palabra «pescado» o «marisco» en su nombre. «Urk da trabajo a 80 barcos y 800 pescadores, y más de un millar de empleos están relacionados con el sector, lo que representa alrededor del 65% de la economía local. Además, existen unas 40 empresas dedicadas a la transformación y al comercio del pescado», explica Philip ten Napel, policía y secretario de la plataforma pesquera municipal (BPV). «Urk es uno de los núcleos de la industria pesquera de Países Bajos, a pesar de que el puerto ya no se encuentra directamente en mar abierto. La mayoría de los operadores locales han seguido pescando en el Mar del Norte después de la desaparición del Zuiderzee, y en realidad el negocio de la importación y la exportación ha crecido mucho en Urk. Es cierto que buena parte del pescado importado llega a los puertos del Mar del Norte, pero después es transportado hasta aquí por camión para su transformación».

## Sea Fresh

«Urk posee unas aptitudes y destrezas que no deben perderse en absoluto», dice Jan Ras, director de Sea Fresh, empresa de transformación y comercialización de pescado que fundó en 1999, y a la que se incorporaron sus dos hermanos un año después. «En un principio nos dedicamos a productos típicamente holandeses, concretamente todo el pescado plano capturado en el Mar del Norte: lenguado, rodaballo, fletán y limanda. Más tarde, con la reducción de cuotas, adaptamos nuestra estrategia para entrar en los mercados de importación de Rusia, Estonia, Vietnam y Sri Lanka. Hemos abierto una división de congelados y ahora trabajamos en todos los segmentos del sector, en los primeros y en los últimos. Debemos ir más allá para estar lo más cerca posible del cliente final».

Sea Fresh abastece de pescado fresco a los principales puntos de distribución de Francia, Bélgica y Alemania, «porque, desgraciadamente, en los supermercados holandeses no hay pescaderos». «El holandés medio, continúa Ras, consume 5 kg de pescado fresco al año, mientras que en Francia se llega a 25. Pero la tendencia podría cambiar, como consecuencia de la creciente exigencia del consumidor de aquí y su preferencia por productos más sofisticados. En ese sentido, los supermercados no andan a la zaga. En los países en los que estamos implantados, hasta las marcas baratas se están adaptando a esta tendencia. En Alemania, dos de ellas quieren aumentar su oferta de pescado de 'calidad extra'. Una de ellas nos ha preguntado si podemos abastecerles».

En 2009, la empresa, que contaba con unos 20 empleados, decidió hacer un mejor uso de sus productos frescos y centrarse en la elaboración de platos precocinados de pescado fresco local (30%) e importado (70%). La iniciativa está ahora plenamente en marcha, con la construcción de un nuevo local, que costará 750.000 euros. La división «Sea Fresh Retail» se encargará de la «producción, envase y comercialización de unos 40 platos: filetes de atún marinado, brochetas de salmón, pescado al horno, tapas y surtidos 'gourmet'... además de sus surtidos de temporada, como los especiales para barbacoa en verano o las cestas de Navidad en diciembre. «Preve-mos iniciar la producción en otoño de 2010», explica la persona responsable del departamento, Yvonne Baarssen.

El total invertido asciende a 1,5 millones de euros, «una cantidad considerable, incluso para una empresa como la nuestra, razón por la que solicitamos la ayuda del Eje 4», añade Jan Ras. La empresa solicitó y obtuvo una dotación de 300.000 euros, que serán empleados en pagar parte de los equipos, como las



▲ Un nuevo local que aportará más valor añadido.

máquinas de envasado y etiquetado e instalaciones, conformes a las normas europeas. «El impulso del Eje 4 nos permitirá trabajar más rápidamente», subrayaba Yvonne Baarssen. Fred Jonkhart y Philip ten Napel justificaban de esta forma la decisión del FLAG: «Este es un proyecto del que se beneficiará toda la comunidad local. Es innovador, creará unos 12 puestos de trabajo y además forma parte de una estrategia interconectada con otros actores locales y socios de proyecto».

Yvonne Baarssen muestra especial satisfacción por la colaboración de Sea Fresh con el restaurante de mayor renombre de Urk, «Mes Amis», que regentan Cees y Zwanie Kramer. «Los platos de nuestra producción industrial han sido concebidos, cocinados, probados y aprobados por el restaurante. Y la envergadura de esta colaboración se intensificará con el proyecto 'De Boet'».

## La plata de Zuiderzee

**Con objeto de aportar aún más valor añadido al pescado del que fuera «Mar del Sur», algunos profesionales del sector pesquero han creado una marca local de calidad.**

El cierre del llamado 'Zuiderzee' («Mar del Sur») en 1932 transformó este golfo del Mar del Norte en un lago de agua dulce de 1800 km<sup>2</sup> formado por IJsselmeer, Markermeer y algunas superficies internas de agua, colectivamente conocidas como Randmeeren. «IJsselmeer presenta varios problemas», explica Derk Jan Berends, secretario de la Federación Holandesa de Pesca. «Debido a los procesos de depuración, el agua de IJsselmeer es cada vez más pobre en nutrientes para los peces. Además, está el problema de la acumulación de barro de los pólderes. La consecuencia de todo esto es que nuestro buque insignia en lo que se refiere a pescado, es decir, la anguila, está en crisis. Era, pues, el momento de preguntarnos de qué modo podíamos ayudar a los pescadores a centrarse en otros tipos de pescado, como la lucio-perca o la perca común, que abundan en la zona. Una solución era crear una marca de calidad local».

Lanzada en 2008 gracias a la ayuda de 250.000 euros del Fondo Europeo de Pesca, la iniciativa de marca comercial «Zuiderzeeilver» (Plata de Zuiderzee) constituye un enfoque sectorial basado en tres pilares: calidad, trazabilidad y sostenibilidad.

Los pescadores, distribuidores y minoristas se adhieren a una estricta carta de calidad que garantiza la gestión responsable del recurso y proporciona un proceso de certificación, controlado en todas las fases de la cadena por organismos independientes. En el momento de su captura, el pescado seleccionado es etiquetado en el propio barco. A partir de ahí estará identificado por códigos de barras y entrará en el sistema de trazabilidad, «de la red al plato», lo que permitirá al consumidor final identificar su origen a través del sitio web [zuiderzeeilver.nl](http://zuiderzeeilver.nl).

Doce de las principales empresas pesqueras de IJsselmeer se han adherido ya a la marca, que, por el momento, sólo cubre la lucio-perca. Acto seguido, siete mayoristas se encargan de distribuir la marca a unos quince pescaderos y restaurantes, ellos mismos también certificados, de todos los Países Bajos.

**Si desea más información, visite** [www.zuiderzeeilver.nl/](http://www.zuiderzeeilver.nl/)





▲ El proyecto De Boet: hoy...



▲ ... y hace unos meses.

## De Boet

En el puerto de Urk, justo al lado del restaurante «Mes Amis», encontramos un edificio cuadrado cuyo ruinoso estado contrasta notablemente con el entorno. Frans Brouwer, un comerciante de pescado jubilado, lo heredó hace varios años. «Como puede ver, comenta, este edificio, que antiguamente era la oficina central de la empresa de ferris, está inmejorablemente situado. Yo quería hacer algo con él, pero no sabía qué. Entonces me enteré de que Cees y Zwanie Kramer, los dueños del «Mes Amis», el restaurante de al lado, querían ampliar el negocio y expandir sus actividades al segmento de calidad superior, pero les faltaba espacio. Me puse en contacto con ellos y estuvimos de acuerdo, sólo que los 1,5 millones de coste estimado era demasiado dinero para el volumen de negocios previsto, y ahí es donde entró el Eje 4».

Junto con el FLAG, Frans, su mujer Geertje, Cees y Zwanie reestudiaron el proyecto, que acabaría llamándose 'De Boet' (el cobertizo), con objeto de ampliar sus expectativas y aumentar los beneficios potenciales derivados en la zona. Un año y medio después, el Eje 4 concedía una dotación de 300.000 euros para lo que será, en la primavera de 2011, un centro genuino de innovación gastronómica para Urk y sus alrededores. Además del restaurante, el edificio, que en su mayor parte está demasiado decrepito para ser renovado y que será reconstruido respetando totalmente el estilo, albergará una sala de conferencias y una segunda cocina con ocho fogones. «Aquí se organizarán clases de cocina. Se está negociando con escuelas de catering y el centro de trabajo. También la dimensión turística es importante: la gente podrá traer su propio pescado de sus barcos y yates y prepararlo ellos mismos en nuestras instalaciones. También

organizaremos degustaciones y pensamos adoptar iniciativas de promoción del pescado. Y sin olvidar, por supuesto, todas las recetas que estamos creando para Sea Fresh», comenta Cees Kramer.

La gran dependencia del pescado de Urk hace que su economía sea muy frágil, pero existe un potencial considerable para aportar valor añadido. El Fondo Europeo de Pesca en general, y el Eje 4 en particular, tienen un importante papel que desempeñar en la concretización de ese potencial, como confirma además el secretario de la Nederlandse Visserbond

(Federación Holandesa de Pesca), Derk Jan Berends: «En términos de valor añadido, el Eje 4 puede aportar grandes estrategias de todo tipo, incluida la sensibilización de los consumidores y el desarrollo de formas alternativas de distribución. Estoy pensando en redes locales, de circuitos cortos, y conectarlas con las de los distribuidores de productos biológicos, por ejemplo, así como en un sistema de pedidos de pescado fresco por mail. Estamos intentando superar algunos obstáculos difíciles, pero el pescado es un producto muy popular para el que siempre habrá oportunidades». ■

### VISSERIJGEBIED FLEVOLAND (Países Bajos)



#### Superficie:

12.5 km<sup>2</sup>  
(30 km<sup>2</sup> incluyendo las aguas internas)

#### Población:

18 100 habitantes (2008)

#### Densidad:

1 448 habitantes/km<sup>2</sup>

#### Presupuesto del Eje 4

#### EUR

	EU	Provincia	Municipio (Urk)	Total
Total (2010-2015)	600 000	400 000	200 000	1 200 000
Media anual	100 000	66 700	33 300	200 000

#### CONTACTO

##### FLAG Flevoland

a/s Fred Jonkhart,  
BP 55, NL-8200 AB Lelystad  
+31 320 265 472  
[fred.jonkhart@flevoland.nl](mailto:fred.jonkhart@flevoland.nl)





# Entrevista

## Michel Delebarre: «La cooperación entre FLAG podría formar parte de las estrategias macrorregionales integradas.»

**Michel Delebarre, antiguo ministro francés que ha ocupado carteras y ocupaciones tan diversas como las de empleo, planificación territorial, transporte y asuntos marítimos, es representante electo de una región costera (Dunkerque y Côte d'Opale) y presidente de la Comisión de Cohesión Territorial (COTER) del Comité de las Regiones (CDR). En abril, el CDR adoptó un primer documento sobre el futuro de la política de cohesión a partir de 2013, que abogaba por un enfoque más centrado en la región y en las disparidades intrarregionales.**

**FARNET Magazine: Algunos dicen que, para asegurar la disciplina presupuestaria, las políticas de cohesión deberían reservarse a las regiones subdesarrolladas y a los Estados miembros, ya que no tiene sentido conceder financiaciones a regiones ricas. ¿Qué opina usted de eso?**

Aquí aborda usted el tema de la renacionalización. En el período de programación actual, el 18,5% de los fondos para políticas regionales es asignado a regiones con un PIB que supera el 75% de la media europea en términos de paridad adquisitiva. Gran Bretaña, Suecia y Países Bajos son partidarios de una reducción y simplificación del presupuesto europeo en términos de gestión en el caso de que los Estados miembros más ricos tuvieran la responsabilidad exclusiva de las políticas de desarrollo regional en «sus» regiones. Sin embargo, hemos visto que las mayores disparidades no suelen producirse entre distintos Estados miembros, sino dentro de los mismos. Las regiones «ricas», como la de Île-de-France, pueden tener verdaderos focos de pobreza. La propia noción de región rica ha de considerarse con cierta perspectiva.

La nacionalización de los mecanismos estatales de ayuda a las regiones pone igualmente sobre la mesa la cuestión de la competencia justa entre regiones «ricas» de los Estados miembros «ricos» y las regiones desfavorecidas de los Estados miembros «más pobres».

Políticamente, renacionalización significaría depender exclusivamente del nivel nacional para las políticas de desarrollo regionales. Pero esta dependencia podría ser muy perjudicial para las regiones periféricas y fronterizas.

Por último, hay que decir que algunos contribuyentes netos basan su posición en un malentendido: la política regional europea no es una política redistributiva ni de compensación basada en el modelo «Länderfinanzausgleich» alemán. Es más bien una política de desarrollo, que debería servir para que todas las regiones consi-



**Michel Delebarre**  
*Antiguo ministro francés  
y presidente de la Comisión de Cohesión  
Territorial (COTER) del Comité de las Regiones  
(CDR)*

deren libremente su desarrollo en un contexto europeo y ayudarles en el logro de los objetivos de cohesión económica, social y territorial de la Unión.

**¿Qué papel debería desempeñar la cohesión territorial, según su punto de vista? ¿Y cómo podría equilibrarse este nuevo concepto con los conceptos tradicionales de cohesión económica y social?**


Yo creo que los distintos elementos de esta nueva triple visión de la cohesión se complementan perfectamente entre sí. Las autoridades regionales europeas entienden el objetivo de la cohesión territorial como la garantía de mantenimiento de una política

regional para todos los Estados miembros de la Unión Europea. Al mismo tiempo, la fijación de un objetivo de cohesión territorial establece una base legal para el requisito de análisis de impacto territorial previo a la presentación de la legislación comunitaria.

**La Comisión está considerando actualmente la posibilidad de hacer un mayor uso de los métodos de desarrollo local para alcanzar los objetivos de la estrategia Europa 2020. ¿Cree usted que esto podría movilizar al ciudadano europeo en aras de la consecución de estos objetivos comunes? ¿Es necesaria una mejor coordinación de las acciones para clarificar las políticas europeas a nivel local?**

Algunos Estados europeos, Francia entre ellos, siguen mostrándose muy recelosos ante las autoridades territoriales, viéndose perjudicados por el efecto palanca que provocaría una política que implicara una mayor participación de los representantes locales electos. Además, tendríamos otro problema en cuanto a las relaciones entre el Estado y las regiones, que sería la ausencia de atención que se daría a las circunstancias locales específicas y a la proximidad entre las regiones. La demanda de una mayor subsidiariedad no debe detenerse en el nivel regional. Tanto las regiones como las autoridades

locales deben estar mejor equipadas, las primeras para ser capaces de llevar a cabo la planificación estratégica, y las segundas para la planificación de proyectos sobre el terreno. Creo que la mayoría de las Agrupaciones europeas de cooperación territorial (AECT) creadas hasta la fecha, en especial en la frontera franco-belga, trabajan ya en iniciativas locales conjuntas de cooperación transfronteriza. En resumen, todavía hemos de alejarnos de una forma de pensar excesivamente centrada en las competencias y la protección de las funciones, y tomar una dirección más orientada a la colaboración, basada en la «gobernanza a múltiples niveles», si empleamos la terminología del Comité de las Regiones.

 **Usted es el presidente de la Misión Operacional Transfronteriza (MOT) y la extensión de esta, la Red Europea de Autoridades Locales Transfronterizas (EUROMOT). ¿Qué interés tienen los Grupos de Acción Local de Pesca (FLAG) por formar parte de iniciativas transfronterizas, transnacionales o interregionales?**


A través de su colaboración con las autoridades locales y regionales, los FLAG permiten que ciudadanos, asociaciones y empresas privadas desarrollen enfoques integrados que concilian los objetivos de competitividad con el desarrollo sostenible de las políticas marítimas. La integración sectorial va al compás de la integración territorial de las políticas, asegurando la efectividad de las acciones emprendidas. Por ejemplo, la MOT sigue de cerca la creación de macrorregiones, grandes áreas de cooperación a nivel transfronterizo, transnacional o interregional europeo. La pesca es una de las cuestiones estratégicas que aquí se abordan, especialmente para las macrorregiones marítimas (Mar Báltico, Mar del Norte, etc.). El objetivo a largo plazo es que la toma de decisiones, y la puesta en marcha de acciones en diferentes sectores, incluido el de la pesca, se basen en la planificación y procedimientos administrativos integrados. En estas macrorregiones podrían crearse iniciativas de cooperación entre FLAG, que formarían parte de estrategias macrorregionales integradas.

 **¿Qué beneficios pueden obtener los FLAG para afrontar los desafíos concretos que se le presentan?**

Los daños medioambientales provocados en las zonas marítimas pueden ser el resultado de una mala gestión, concebida con escasa amplitud de vistas para nuestro patrimonio natural común. Demasiadas políticas aisladas a nivel nacional o internacional. Aplicado a los asuntos marítimos, cualquier enfoque de la cooperación transfronteriza, transnacional e interregional se convierte en un enfoque estratégico integrado e intersectorial. Es de esperar que esto consiga cambiar la visión y formas de pensar anteriores, ya sea a escala sectorial o nacional, que son la causa de muchos de los problemas actuales.

 **¿En qué áreas concretas puede aportar más la cooperación?**

Los agentes económicos de las zonas costeras se mueven en un entorno competitivo. Sin embargo, teniendo en cuenta los recursos compartidos por los territorios marítimos, la cooperación transfronteriza podría centrarse en cuestiones como la pesca y la acuicultura, la logística, el turismo (ecoturismo, vela, cruceros, turismo de costa, comercialización conjunta), la conservación de la flora y fauna acuática y el desarrollo de agrupaciones transfronterizas relacionadas con los recursos marinos.

 **El tema de esta edición de FARNET Magazine es el valor añadido a los productos pesqueros. ¿Cuál es su posición a este respecto?**

Aportar valor añadido a los productos pesqueros es vital si pretendemos salvar lo que queda de la industria. Todo el mundo está de acuerdo en que los caladeros están en peligro. Esto significa que, si queremos preservar los caladeros y la propia industria, debemos dirigirnos hacia una pesca sostenible, en pocas palabras, «pescar menos y mejor». Hoy en día, cuando hablemos de aumentar la producción debemos referirnos a poner en marcha los medios necesarios para aumentar los precios de venta del pescado, mejorando la calidad, garantizando la trazabilidad y verificando que es fruto de una pesca responsable (certificación, etiquetado). También habría que buscar nuevas salidas para los subproductos (desechos, espinas) y, de este modo, incrementar el valor de mercado del pescado. Por último, se trata de encontrar el equilibrio perfecto entre pesca y acuicultura en términos de normas y mercados. La cría en piscifactorías de bajo coste constituye un acto de competencia desleal que abarata el precio de venta del pescado salvaje, aunque sea de mejor calidad. Sería, pues, necesario, plantearse la acuicultura de manera cualitativa y, al mismo tiempo, estudiar seriamente el problema de la pesca industrial como modo de producción de alimento para piscifactorías, y preguntarnos si es aceptable el uso de un recurso natural para este tipo de producción, especialmente si tenemos en cuenta que, en algunos casos, se necesitan 5 kg de pescado salvaje para producir 1 kg de pescado de piscifactoría. ■

**Entrevista realizada (en francés)  
en junio de 2010.**

## Reportaje

EL TRABAJO CONJUNTO DE PESCADORES, OSTRICULTORES Y EMPLEADOS DE LA TRANSFORMACIÓN DE LA CUENCA DE ARCACHON [FRANCIA] PARA APORTAR VALOR AÑADIDO A LOS PRODUCTOS LOCALES

# De la asociación al trabajo en red

**El grupo del Eje 4 Cuenca de Arcachon – Val de l'Eyre ha reunido a representantes electos, interlocutores locales y profesionales del sector marítimo y ahora pretende desarrollar y promover el trabajo de productores locales a través de la creación de una red regional.**

Desde las largas plataformas de sus barcos, colándose entre los postes que marcan los límites de los lechos, los hombres gritan porcentajes a los cuatro vientos: «¡Estoy en el 60%!» «Aquí el 80% por lo menos...». También se oyen suspiros y quejas. Está claro que no están hablando de márgenes de beneficios. Al contrario. El 60, 80 y a veces hasta el 90% son los porcentajes de ostras muertas encontradas por los ostricultores en sus charcas en las últimas semanas. La culpa es de varios agentes patógenos infecciosos que vienen atacando esporádicamente a las ostras desde principios de los 90. Una catástrofe para los ostricultores franceses en general, pero más aún para los 350 de la cuenca de Arcachon, pues aquí la producción supera a la destinada al consumo humano directo. Arcachon es igualmente lugar de producción de ostras jóvenes, a las que se conoce como «huevas». En efecto, las características acuáticas de la cuenca, unidas a la suavidad del clima, constituyen las condiciones idóneas para



▲ Pesca de marisco con marea baja en Arcachon.

la *Crassostrea gigas*, lo que convierte a la cuenca de Arcachon en una incubadora gigante, además de ser el primer centro de cultivo de ostras de Europa.

«El Eje 4 es una buena noticia, pero no llega en el mejor momento», se lamenta Olivier Laban, presidente de la asociación regional de cultivo de mariscos y copresidente

del grupo de acción local de pesca (FLAG) de la Cuenca de Arcachon – Val de l'Eyre. «Cuando se tiene un problema como este, es difícil centrarse en un proyecto territorial. El Eje 4 no puede hacer nada en el tema de la muerte de las ostras...»

¿Nada? ¡No exactamente! En la estrategia territorial (ver cuadro), se prevé crear, como complemento al Eje 4, un «parque marino natural de la Cuenca de Arcachon», que permitirá la gestión sostenible y compartida de esta zona marina única, lo cual beneficiará tanto a la calidad del agua como a la biodiversidad. «No es casualidad que una de las primeras acciones aprobadas y financiadas por el programa del Eje 4 fuera una visita instructiva para los pescadores y ostricultores al parque de Iroise, en Bretaña, el primer y todavía único parque marino natural de Francia», afirma Jean-Michel Labrousse, presidente del Comité Local de Pesca y también copresidente del FLAG.

Jean-Charles Mauviot, director de la división regional de Arcachon-Aquitania, comparte esta opinión: «El Eje 4 actúa en sinergia con el proyecto del parque marino. Necesitábamos un plan global de gestión del agua. Para el mantenimiento de las playas, por ejemplo, cada municipio es responsable de su propia área, ¿pero quién se





▲ Puerto de ostricultura con barcos y cabañas.

## La ostricultura y la pesca de la cuenca de Arcachon en cifras:

- > 26 puertos dedicados a la ostricultura;
- > 780 hectáreas de parques ostríferos (4.000 viveros);
- > 350 empresas de ostricultura (volumen de negocios: 40 millones de euros);
- > entre 8.000 y 10.000 toneladas de ostras al año (Francia: 120.000 toneladas);
- > primer centro europeo de huevas (larvas de ostra);
- > 11 rederos, 7 arrastreros, 8 lanchas para pesca costera;
- > 85 botes para pesca artesanal en el interior de la cuenca;
- > 1.807 toneladas de pescado vendido (12 millones de euros) en la lonja de Arcachon;
- > especialidad en el pescado artesanal;
- > lenguado, sepia y anguila como productos principales.

*encarga del núcleo central? Con el parque esto va a cambiar. Debemos dejarnos de corporativismos. La unión de los ostricultores y los pescadores, que es lo que hace el Eje 4, es muy importante, ya que de ello depende la verdadera supervivencia de la cuenca y la solución de los conflictos sobre el uso del agua. Cuantos más profesionales del sector marítimo se unan, más posibilidades tendremos de asegurar su supervivencia».*

## Calidad marina, patrimonio marítimo

«La sostenibilidad de las actividades marinas depende de la calidad del medio ambiente y de las partes implicadas locales que trabajan en el sector», subraya Marie-Laurence Inchauspé, coordinadora de la zona Cuenca de Arcachon – Val de l'Eyre. «La Comunidad de la zona de la Cuenca de Arcachon Sur, que tiene la responsabilidad estatutaria respecto al Eje 4, acaba de lanzar una convocatoria de propuestas para un «barco limpio», la primera acción fundamental de su agrupación para industrias marítimas creativas. Dicho barco, que sería totalmente ecológico en su

diseño, construcción y propulsión, deberá reunir a las partes interesadas locales e involucrarlas en una reflexión más general sobre el transporte dentro de la cuenca. Con el inicio de este innovador proyecto, tratamos de promover las competencias locales y resaltar la competitividad de las empresas locales en la provisión de servicios de interés general».

«En la misma línea, nuestro proyecto de turismo marino es igualmente ejemplar, en la medida en que vincula la economía con el desarrollo sostenible, a los pescadores con los ostricultores, a los profesionales del sector con los turistas, a los productores con los consumidores...», añadía Jean-Michel Labrousse, quien se dispone a adentrarse en el mar con su primer grupo de turistas. «Cuatro o cinco de nuestros pescadores y casi otros tantos ostricultores están participando en el proyecto. El Sindicato Intercomunal para la Cuenca de Arcachon (SIBA) nos ofrece el soporte logístico y ha elaborado un folleto promocional con la ayuda financiera del Eje 4. En él aparecen nuestros nombres y datos de contacto con las oficinas de turismo locales». En dicho folleto se explica todo sobre el servicio y las tarifas (entre 50 y 60 euros por persona): los pescadores y ostricultores acogen a los turistas y les hacen una demostración de cómo preparan sus productos.

## Nueva asociación para la «isla al revés»

Situada a unos treinta kilómetros al sudoeste de Burdeos, la Cuenca de Arcachon es un auténtico mar interior, unido al Atlántico por un único y estrecho canal de tres kilómetros de ancho, un mar de agua salada, de 182 km<sup>2</sup> de superficie en marea alta y 49 en marea baja. Todo el litoral está urbanizado, lo que hace de la cuenca una especie de «isla al revés», cuya economía se basa en la pesca, la ostricultura y el turismo.

El 1 de febrero de 2010, la región «Pays Bassin d'Arcachon – Val de l'Eyre» ponía en marcha un nuevo programa enmarcado en el Eje 4 del Fondo Europeo de Pesca (FEP). Dicha región está compuesta por 17 municipios, cuatro cantones, tres intermunicipios y los 130.000 habitantes de la Cuenca (el doble que hace cuarenta años). Su estructura no es típicamente administrativa, sino que consiste más bien en un territorio a lo largo del cual se llevan a cabo proyectos en función de sus vínculos geográficos, económicos, culturales y sociales.

El funcionamiento de la región Pays Bassin d'Arcachon – Val de l'Eyre se basa en un sistema a tres niveles: un comité operativo, compuesto por tres miembros electos que representan a cada intermunicipalidad; un comité técnico, que agrupa a los representantes de las tres administraciones intercomunales (el Sindicato Mixto de la Cuenca de Arcachon (SIBA), el Sindicato de la Cuenca de Arcachon-Val de l'Eyre (SYBARVAL) y el Parque Natural Regional de las Landas de Gascuña (PNRLG), y un consejo, compuesto por las distintas partes implicadas en la puesta en marcha de proyectos locales. Las principales áreas de actividad de la región son el turismo, la cultura y el desarrollo urbano. No obstante, también se está llevando a cabo un proceso de desarrollo sostenible a través de la implementación de la Agenda 21 local y un programa Leader de desarrollo rural, que pretenden reforzar los lazos entre las zonas costeras y del interior.

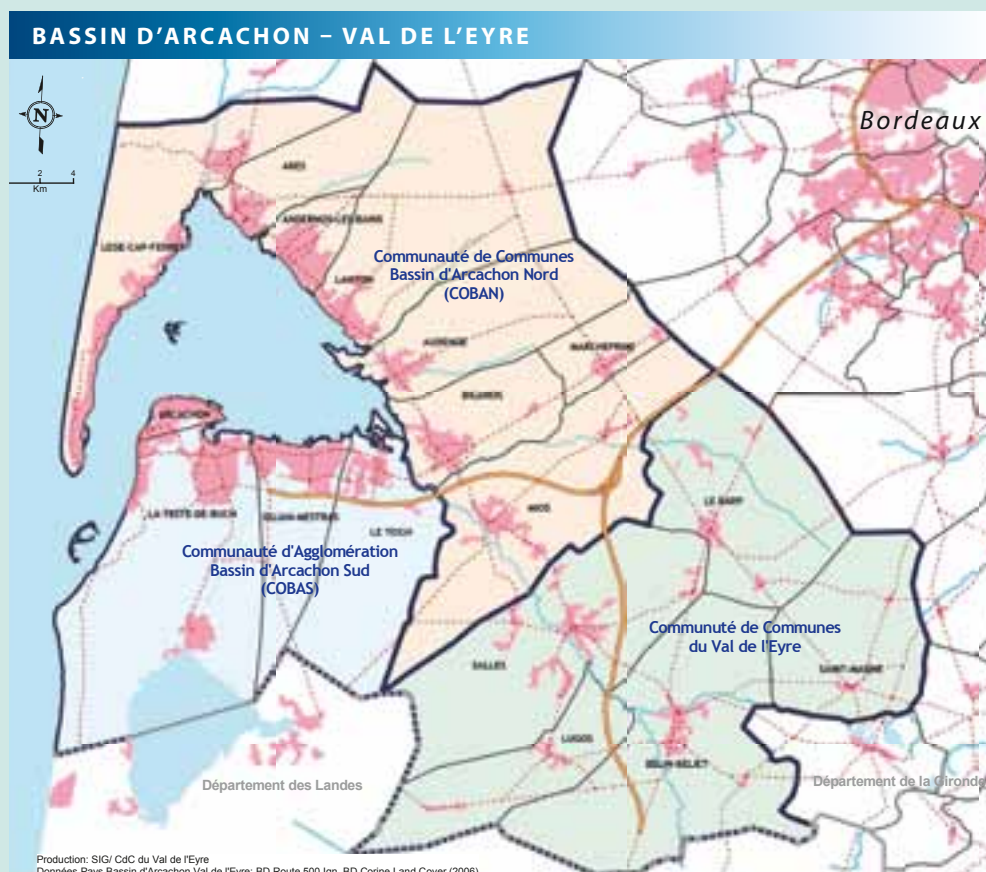
### Solidaridad en el sector marítimo

Constituido legalmente por la Comunidad de la Cuenca de Arcachon Sur (COBAS), el programa local Eje 4 del FEP sienta las bases para la reanudación del diálogo territorial, creando una nueva asociación entre los profesionales del sector marítimo y los representantes electos locales. El comité de programación del grupo de acción local de pesca (FLAG) ha puesto en marcha una nueva forma de gobernanza en el contexto local, dando una mayor participación a los miembros privados y a través de una doble presidencia constituida por representaciones de la comunidad pesquera y de la cría de mariscos.

Con el objetivo de «*crear vínculos, reforzar la sinergia entre las actividades, aunar las aptitudes y competencias de los profesionales del sector marítimo y afrontar el desafío de un medio ambiente excepcional, pero también en peligro*», el plan de desarrollo del FLAG de la Cuenca de Arcachon – Val de l'Eyre FLAG pretende crear «un nuevo tipo de solidaridad en el sector marítimo». Dicho plan se centra en tres prioridades:

1. «Solidaridad en el sector marítimo para preservar y mejorar el patrimonio y el medio ambiente» (presupuesto: 360.000 euros).
2. «Solidaridad en el sector marítimo para un desarrollo económico responsable» (presupuesto: 720.000 euros).
3. «Solidaridad en el sector marítimo para reanudar el diálogo sobre las cuestiones marítimas territoriales (presupuesto: 153.000 euros).

**Más información:** [www.coban-atlantique.fr/article/archive/12/](http://www.coban-atlantique.fr/article/archive/12/)







▲ Jean-Michel Labrousse está listo para el turismo pesquero.



▲ Degustación de ostras en la cabaña.

A continuación salen del puerto y se dirigen a la zona de pesca o de cultivo de ostras. Los turistas observan las técnicas del comercio y se les explica todo sobre la calidad de los productos. La visita termina con una sesión de degustación. El primer proyecto de turismo marino, iniciado en junio de 2010, pretende desarrollar una «Ruta del patrimonio marítimo». El proyecto, que debería estar listo para 2011, integrará y desarrollará igualmente la «Ruta de la ostra», ya lanzada en 2000 pero interrumpida debido a la falta de recursos.

## Cabañas

«Lo que necesitamos es ofrecer una inmersión total en el auténtico mundo marino, una oferta instructiva completa con sus barcos, sus cabañas y albergues», dice Hervé Bojon, pescador, que junto con su mujer, ostricultora, lleva una cabaña de ostras en La Teste de Buch. Las cabañas de ostras son una de las atracciones características de la cuenca de Arcachon. Cada ostricultor tiene su cabaña, en la que guarda los utensilios, pero en la que también se organizan degustaciones e incluso se utilizan para la venta directa. «Las degustaciones son la mejor promoción del producto», añade Hervé. «Una docena de ostras, que se vende normalmente a 4,30 euros, puede venderse a 9,50 en la cabaña. Pero no es suficiente. Hay que tratar el tema de forma más global».

Angelika Hermann y Thierry Beaugendre ya han recorrido este camino. Angelika, ostricultora, vende directamente en el mercado

de Toulouse, pero también tiene una cabaña de degustación en La Teste. Thierry es pescador y también ostricultor, y posee un negocio de transporte de pasajeros. Juntos han desarrollado una oferta turística que combina degustación, información, promoción y concienciación: «Nosotros acogemos a grupos, no a turistas por separado», especifica Angelika. «La degustación empieza con una explicación detallada de lo que es la ostricultura, con objeto de hacer ver a la gente las dificultades y peculiaridades de nuestro trabajo. El mensaje que queremos transmitirles es, esencialmente, que debemos defender la ostricultura tradicional, con ostras nacidas en el mar, no en una probeta. El papel del Eje 4 es asegurarse de que la cuenca de Arcachon siga siendo un criadero».

## Cuatro ejemplos para una sola red

Una nueva cooperación territorial, la conservación del medio marino y la promoción de un patrimonio y unos productos auténticos, todos ellos son bienes y oportunidades potenciales para el Eje 4, que emerge como iniciativa prometedora de integración en una red conjunta de los nuevos pequeños productores de la industria alimentaria para la promoción del pescado y del marisco local. «Combinando los programas Eje 4 y Leader, por ejemplo, podríamos desarrollar productos artesanales a través de una red. La venta directa no es suficiente porque, en tal caso,

cada productor no pensaría más que en vender su propio producto y no habría efecto de difusión», afirma Jean-Charles Mauviot.

Aurélien Lecanu, la coordinadora del FLAG, ha identificado ya a algunas pequeñas empresas de transformación de alimentos que podrían integrarse en la hipotética red: «Los ostricultores organizan degustaciones en cabañas desde hace años, sesiones que se han convertido en auténticas instituciones, permitiendo la realización de un excelente trabajo de promoción de las ostras y la revitalización de los distintos puertos de la cuenca. Al mismo tiempo, los pescadores y otras partes interesadas han puesto en marcha algunos proyectos de transformación y preparación de pescado y marisco. Hay ya varios proyectos en camino y están surgiendo nuevas ideas, iniciativas todas que representan valor añadido potencial para la zona».

El objetivo del FLAG de la Cuenca de Arcachon-Val de l'Eyre es impulsar el desarrollo proporcionando ayudas a proyectos y conocimientos y competencias para la explotación local. Innovar, crear redes y aunar capacidades son acciones esenciales para el futuro de los profesionales del sector marítimo de la cuenca de Arcachon. En ese sentido, ya se están estudiando cuáles son los requisitos necesarios y el apoyo está llegando, gracias al Eje 4». Este apoyo será el claro reflejo de la diversidad de características de la zona, como demuestran los cuatro casos que se describen a continuación.



## La cooperativa de mujeres

Angelika Hermann es una de las fundadoras de la asociación «Femmes de mer en partage» (Mujeres de mar unidas), que trabaja por promover el papel de la mujer en la industria pesquera y la ostricultura, así como de «los productos pesqueros y del mar en términos de calidad y trazabilidad».

Desde el año 2000, la asociación ha llevado a cabo diversas actividades educativas y de formación que han permitido, por ejemplo, a unas quince mujeres de la comunidad marinera conseguir varias titulaciones. *«Los buenos resultados de nuestras iniciativas y la concienciación de nuestras necesidades de cada día influyeron decididamente en el deseo de crear una cooperativa para la producción de pescado y marisco preparado»*, nos cuenta Monique Philip, presidenta de la asociación. *«Para estructurar este proyecto, tanto en el plano económico como social, examinamos las experiencias de distintas comunidades pesqueras pertenecientes a la red AKTEA<sup>1</sup>: una empresa transformadora dedicada a especies de peces capturadas en Vasa, Finlandia, una cooperativa de almejas gallega, varios ejemplos de actividades de diversificación de productos pesqueros en Irlanda, un centro de acuicultura semiintensiva cerca de Sines, Portugal... Aquí, en Arcachon, nuestro objetivo sería crear una cooperativa especializada en sopa de pescado y de mejillones, y en la producción de platos de marisco envasados al vacío. Para ello, primero debemos invertir en cocinas, pero en lo que respecta a otros elementos menos tangibles, el Eje 4 sí que podría ayudarnos...»*

<sup>1</sup> AKTEA- Red europea de organizaciones de mujeres de la pesca y la acuicultura:  
[www.fishwomen.org/](http://www.fishwomen.org/)



▲ Delphine Brin.

## La empresaria

*«A diferencia de Bretaña, nosotros no tenemos una identidad propia. Necesitaríamos la ayuda de todos para crear una imagen o una marca colectiva de la 'Cuenca de Arcachon'. Sería más fácil si estuviéramos todos en el mismo barco»*, comenta Delphine Brin, que en 2008 puso en marcha su propia fábrica de conservas artesanales, 'Le Brin d'Océan'. Y es que la de Delphine es la historia de una persona especialmente dinámica: Delphine, excelente cocinera, decide lanzar su propio negocio en 2005. *«No había ninguna fábrica de conservas de pescado en la región, eso fue lo que me decidí»*. En 2006 compró una parcela en el parque comercial de Le Teich y siguió clases de cocina para obtener la cualificación requerida para poder llevar a cabo esta actividad profesionalmente. En 2007 gana dos premios regionales al espíritu empresarial, mientras terminaba la construcción e instalación del local.

La producción se inició en 2008, y hoy puede presumir de ofrecer toda una gama de productos de varios tipos de pescado (sopa, rillettes), rape (sopa, hígado) y sepia (en su tinta y con salsa de tomate). La venta directa supone el 10% de sus ingresos, con el grueso de la producción vendida a un centenar de clientes (alimentación selecta, tiendas de vino...). *«No es fácil llevar la producción y el marketing, sobre todo porque, aparte de mi madre que me ayuda de vez en cuando a envasar, todo*

*lo hago yo sola»*. Ahora, tras dos años de existencia, la fábrica entra en la fase crítica en la que un negocio alcanza su madurez, donde ya no queda otra opción que pisar el acelerador si se quiere sobrevivir. De ahí el interés de Delphine por trabajar en red.

## El explorador

300.000 euros es, más o menos, lo que le cuesta a su dueño el establecimiento «Le Brin d'Océan». Al otro lado de la cuenca de Arcachon, en el precioso pueblecito de L'Herbe à Lège-Cap Ferret, Marc Leguiel optó por una estrategia bien diferente: ir paso a paso. Este chef también puso en marcha un negocio de conservas en 2008, inicialmente en un intento de promover la producción de su hermano, Jean-Jacques, ostricultor, pero también motivado por la frustración que suponía *«tirar a la basura todas esas especies de pescado que, con un poco de elaboración, pueden ser deliciosas»*.

La producción de Marc de rillettes de ostras y sopa de pescado blanco «à l'Arcachonnaise» es aún muy pequeña y se envía a una planta externa para su envase (un centro de personas discapacitadas a unos 130 km). Sin embargo, tiene previsto ampliar *«y mejorar el proceso de esterilización para almacenar la producción durante más tiempo y aumentarla, ya que el mercado de las 'tapas' está experimentando un rápido crecimiento, y es importante poder*



▲ Marc Leguiel.



▲ Yann Orion y Jean-François Giese.

asegurar el volumen de producción». Por tanto, Marc Leguiel está igualmente muy interesado en unir sus fuerzas con otros productores para lograr masa crítica y economías de escala a través del uso compartido de un criadero, un sitio web y un equipo de ventas.

## El transmisor

«Estoy pasando el testigo poco a poco a mi hijo, que es pescador, y a mi hija, que acaba de obtener la certificación empresarial», nos cuenta Jean-François Giese, antiguo pescador costero cuyo barco se retiró de la flota en 1998, y que ha trabajado en la acuicultura. En 2000 empezó a pescar camarón y sepia en la Cuenca de Arcachon, y anguilas en las antiguas cuencas salinas del Domaine de Certes, una zona perteneciente al 'Conservatoire du Littoral', la agencia francesa de protección costera. En 2005, compró un viejo almacén que convirtió en un criadero, y un local para vender sepia en su tinta y anguila ahumada en aceite, entre otros. «Me di cuenta de que, si quiero dejarles algo a mis hijos, necesito aumentar la producción, además de actualizar y ampliar las instalaciones», añade Jean-François, que, para ello, pretende hacer una solicitud de subvención al FLAG. «Creo que una cooperativa podría ser la fórmula económica adecuada, y en cuanto a formar una red de empresas de transformación en Arcachon, ¡yo por supuesto digo sí!» ■

### BASSIN D'ARCACHON – VAL DE L'EYRE (Francia)


**Superficie:**

 1 494 km<sup>2</sup>
**Población:**

130 000 habitantes (2009)

**Densidad de población:**

 87 habitantes/km<sup>2</sup>
**Anexo presupuesto 4**
**EUR**

	EU	Nacional	Privado	Total
Total	598 200	598 200	598 200	1 443 000

**CONTACTO**

Aurélien Lecanu, Coordinadora FEP-Axe 4  
 Pays Bassin d'Arcachon – Val de l'Eyre  
 SRC – 15 Allée Barbotière  
 F-33470 Gujan-Mestras  
 +33 5 57 73 08 49  
[fepbassinardachon@valdeleyre.fr](mailto:fepbassinardachon@valdeleyre.fr)



# Aires de negocios

## FRANCIA

### ITSASOA: navegando con agrocombustibles

**Coste total:** 569 348 EUR – **Aportación de la UE (FEP Eje 3):** 113 870 EUR

«Dos pesqueros del puerto francés de San Juan de Luz están haciendo pruebas con dos motores alimentados por aceite de girasol puro. El proyecto, denominado ITSASOA (Itinéraire Technique de Substitution Agricole pour la Sauvegarde de l'Océan par l'Artisanat), fue iniciado en enero de 2009 con el objetivo de crear un circuito local que vinculara a los agricultores productores de biocombustibles y a los pescadores y consumidores de dicho combustible. El proyecto pretende igualmente agrupar a los agricultores que trabajan de acuerdo con los principios de la agricultura sostenible y a los pescadores que faenan utilizando las técnicas de pesca tradicionales y que respetan los recursos marítimos y el medio ambiente marino».



**Frédéric Perrin**, Jefe de proyecto del Instituto Francés de aceites vegetales puros.  
[etudes@ifhvp.fr](mailto:etudes@ifhvp.fr)

## FRANCIA

### Pesca y venta de pescado salvaje de los lagos alpinos

**Coste total:** n.c. – **Aportación de la UE:** n.c.

«La tendencia de disminución progresiva del número de pescadores profesionales que faenan en los tres lagos de los Alpes franceses (Annecy, Le Bourget y Ginebra) se ha invertido debido a una mayor profesionalización del sector, sin haber perdido su carácter tradicional. El número de pescadores, que en un principio se mantenía estable, y la tendencia ascendente posterior (alrededor de sesenta) que se ha producido a lo largo de las últimas dos décadas, reflejan el dinamismo actual del comercio de la zona. Las principales especies capturadas en los tres lagos son el corégono de lago, la perca común, la trucha alpina, el rodaballo, la trucha lacustre, el lucio y, en el lago de Ginebra, el cangrejo de río. El volumen capturado varía entre 400 y 600 toneladas al año, de las cuales más del 80% proviene del Lago de Ginebra. Los pescadores venden el producto capturado tal cual a través de un mercader mayorista o directamente a los restaurantes, pescaderos, mayoristas y establecimientos de transformación conformes con las normas europeas. Esta labor es llevada a cabo por empresas privadas, que han invertido en el equipamiento necesario y que, en muchos casos, cuentan con ayudas del IFOP y del FEP».



**Roger Plassat**, presidente de la AAIPPLA (Asociación Interdepartamental Homologada de Pescadores Profesionales de los Lagos Alpinos)  
[aaippla@orange.fr](mailto:aaippla@orange.fr)  
[www.adapra.org/](http://www.adapra.org/)

## ITALIA

### Restaurante de pescado e infraestructura turística

**Coste total:** 150 000 EUR – **Aportación de la UE (IFOP):** 75 000 EUR

«Cerca de Tortolì, una cooperativa de pescadores de Cerdeña ha abierto un restaurante que vende pescado y marisco local (pescado de mar, de lago y moluscos). El restaurante está situado dentro de una laguna, en un viejo edificio renovado. Una experiencia única para el cliente en un precioso entorno, al que sólo puede accederse a través de un puente de madera que cruza las jaulas de peces, lo que añade aún más encanto al lugar. Otro interesante ejemplo de negocio desarrollado a través de la integración de los dos sectores: pesca y turismo».



**Roberto Doneddu**, Servizio Pesca, Regione Sardegna.  
[rdoneddu@regione.sardegna.it](mailto:rdoneddu@regione.sardegna.it)

## REINO UNIDO

### IGP «Cornish Sardines»

**Coste total:** 41 515 EUR – **Aportación de la UE (Pesca):** 3 458 EUR

«El objetivo de este proyecto era obtener el reconocimiento de las 'Cornish Sardines' como producto protegido por la «Indicación Geográfica Protegida» (IGP). El proyecto formaba parte de una iniciativa más amplia de la Cornish Sardine Management Association que pretendía obtener igualmente el reconocimiento del Marine Stewardship Council como ejemplo de buena gestión y sostenibilidad de un producto pesquero. Ambos proyectos agruparon a pescadores, profesionales de la transformación y organismos normativos en una asociación cuyo fin era promover la calidad, sostenibilidad y trazabilidad, además de proteger la imagen de marca de las sardinas. El proceso de certificación llevó cuatro años. La 'Cornish Sardine' obtuvo finalmente la IGP en diciembre de 2009. Un ejemplo más de creación con éxito de una marca local, solo que en este caso se llegó aún más lejos al conseguir también la protección de la UE».



**Nick Howell**, Presidente de la Cornish Sardines Management Association  
[info@cornishsardines.org.uk](mailto:info@cornishsardines.org.uk)  
[www.cornishsardines.org.uk](http://www.cornishsardines.org.uk)





*En el punto de mira*

# La experiencia de Letonia

**En el país de la UE con mayor dependencia del sector pesquero en materia de empleo, 24 grupos de acción local de pesca (FLAG) aprovechan su propia experiencia en la aplicación del programa Leader para garantizar el éxito del Eje 4.**

El Gobierno letón ha decidido asignar gran parte de su presupuesto del FEP (23%) al Eje 4. Así, se prevé destinar un total de 38,5 millones de euros (28,9 del FEP y 9,6 del presupuesto nacional) al desarrollo de las zonas de pesca en el marco del Programa Operativo nacional. En la primera convocatoria de propuestas, lanzada a mediados de 2009, tan sólo se consiguieron 7 millones de euros, el 18% del presupuesto total previsto. El importe de la dotación estaba basado principalmente en el número de habitantes (ver Tabla 1). No obstante, se espera que los FLAG que han llevado a la práctica con éxito sus estrategias reciban más fondos en los próximos dos años.



**Fondos asignados por FLAG en Letonia**

	Nº de habitantes de la zona del FLAG (01.01.2008)	Presupuesto inicial por FLAG (público total; euros)
Sociedad del Distrito de Riga para el Desarrollo Rural	42 496	560 247,22
Programa de Colaboración Rural del Distrito de Cesis	35 301	465 391,74
Asociación «Let's Do It Ourselves!»	35 541	468 555,78
Programa de Colaboración «Vecinos» de los Distritos de Daugavpils y Ilukste	38 574	508 541,43
Programa de Colaboración Rural de Īģe	6 269	82 647,54
Asociación «Jūrkante»	14 159	186 665,58
Asociación Kandava	14 814	195 300,78
Programa de Colaboración Rural «Upe 8»	8 966	118 203,52
Programa de Colaboración del Distrito de Liepaja	43 306	570 925,88
Asociación «De Salaca a Ruja»	24 659	325 092,63
Programa de colaboración «Daugavkrasts»	14 938	196 935,55
Programa de Colaboración para el País y el Mar	10 915	143 898,21
Programa de Colaboración Comunitaria del Distrito de Rezekne	39 784	524 493,49
Asociación «Seši krasti»	5 790	76 332,63
Programa de Colaboración del Distrito de Talsi	38 686	510 017,98
Programa de Colaboración Rural «Brasla» de Vidzeme	23 098	304 513,14
Asociación Empresarial del Norte de Kurzeme	15 622	205 953,08
Programa de Colaboración Público-Privada «Zied zeme»	38 573	508 528,25
Programa de Colaboración Público-Privada «Sernikon»	6 013	79 272,55
Programa de Colaboración de Gaujas	8 832	116 436,92
Programa de Colaboración de Pierīgas	40 687	536 398,22
Programa de Colaboración de Stopiņi y Salaspils	13 297	175 301,38
Programa de Colaboración de Baldone	5 419	71 441,54
Programa de Colaboración de Ropaži	6 735	88 791,06
<b>Total</b>	<b>532 474</b>	<b>7 019 886,09</b>

## LETONIA



▲ Zonas en color: municipalidades elegibles para la intervención del Eje 4.



▲ Puerto de Liepāja.

## El sector pesquero en Letonia

La industria pesquera ocupa una parte importante de la economía letona: casi el 90% de la producción total de pescado se dedica a la exportación, y es uno de los pocos sectores del país con balanza comercial externa positiva. El comercio con los mercados no pertenecientes a la UE es importante para Letonia, tercer país de la Unión en términos de comercio con países no pertenecientes a la UE y segundo en lo que se refiere a las exportaciones a dichos países.

El 1,1% de la población activa del país trabaja en el sector pesquero, ya sea en labores de pesca propiamente dicha, de transformación o acuicultura. Esto equivale a aproximadamente 16.600 personas, lo que hace de Letonia el Estado miembro que más depende del sector pesquero en materia de empleo. Asimismo, el sector es también un importante contribuyente al desarrollo regional del país, especialmente en sus 498 km de costa, en los que, en algunas regiones, más del 20% de la población activa trabaja en alguna actividad relacionada con la pesca.

En Letonia se considera al Eje 4, a través del trabajo de los 24 FLAG seleccionados, como una oportunidad para afrontar problemas como la inadecuación de las infraestructuras portuarias, la falta de cooperación entre pescadores y empresas de transformación de pescado, y la escasez de experiencia en planificación de proyectos pesqueros económicamente sostenibles.

Las zonas de pesca letonas ya están familiarizadas con lo que significa desarrollo integrado ascendente, por su experiencia en la aplicación del programa Leader<sup>2</sup> en el período 2004-2006, no en vano los 24 grupos locales que respondieron a la convocatoria de propuestas y sometieron sus estrategias de desarrollo local ya fueron registrados como grupos Leader. En aquel momento ya se evaluó la admisibilidad de los grupos y la calidad de las estrategias locales de desarrollo (en un proceso directo de selección), y todos los grupos fueron aprobados en 2010.

Para poner en marcha una estrategia con el apoyo del FEP, los solicitantes debían cumplir los siguientes requisitos:

- > estar registrados como asociación o fundación;
- > disponer de un órgano de decisión en el que al menos el 50% de los miembros sean interlocutores económicos y

sociales, y al menos 1/3 de los representantes económicos y sociales provengan del sector pesquero;

- > tener una estructura administrativa independiente del órgano de decisión; y
- > tener un comité independiente de evaluación de proyectos.

En general, las medidas de las estrategias de desarrollo local de los FLAG aplicadas con éxito tienen que ver con al menos alguna de las siguientes actividades:

- > la renovación y el desarrollo de pueblos y zonas pesqueras (esta medida, que conlleva financiación para inversión pública en infraestructura, está presente en 23 estrategias y representa aproximadamente el 52% de la cantidad total asignada);
- > el desarrollo de infraestructuras y servicios a pequeña escala relacionados con la pesca y el turismo (presente en

23 estrategias, aproximadamente el 36% del total de los fondos);

- > la reestructuración, reorientación y diversificación de actividades económicas (presentes en 12 estrategias, con alrededor del 11% del total de los fondos, y
- > la recuperación del potencial de la producción del sector pesquero en caso de desastres naturales o industriales (presente en 1 estrategia, y que representa menos del 1% del total).

Desde su aprobación, los FLAG cuyas acciones han tenido éxito no han dejado de promover activamente sus estrategias locales y de animar a los posibles beneficiarios a hacer propuestas de proyectos, organizando seminarios y consultorías individuales, además de elaborar y distribuir carteles, octavillas y anuncios de prensa para asegurar la mayor difusión posible de la información.



<sup>2</sup> L.E.A.D.E.R. (Liaison Entre Actions de Développement de l'Economie Rurale / Conexión Entre Acciones de Desarrollo de la Economía Rural) es un «Programa de iniciativa comunitaria» lanzado por la Comisión Europea en 1990.

## FLAG destacado: Programa de Colaboración del Distrito de Talsi

El del Programa de Colaboración del Distrito de Talsi es un FLAG de la zona occidental de la costa letona. Tiene una población de 38.686 habitantes y cubre un área de 1.822 km cuadrados (densidad de población de 21,23 personas por km<sup>2</sup>).

El FLAG está legalmente constituido como asociación, con 26 miembros:

- > 14 representantes de las autoridades locales;
- > 8 representantes de ONG;
- > 4 representantes de empresas privadas.

Además, dos juntas consultivas actúan como comités de selección de proyectos, una para la financiación del programa Leader y otra para la del Eje 4. La primera cuenta con 12 miembros (4 de las autoridades locales, 4 de ONG y 4 de empresas) y la segunda con 9 (3 de las autoridades locales, 3 de ONG y 3 de empresas pesqueras).

La estrategia de desarrollo local (parte relativa a la pesca) está centrada en el «desarrollo sostenible de las zonas que dependen de la pesca», y tiene entre sus objetivos principales «promover el desarrollo sostenible y la colaboración en las zonas que dependen de la pesca, a través del aumento del empleo, la competitivi-



dad, la igualdad de género, la innovación y la cooperación regional e internacional». Algunas de las actividades previstas por la estrategia son:

- > la renovación y desarrollo de pueblos y localidades que dependen de la pesca;
- > el desarrollo de la infraestructura y los servicios relacionados con la pesca y el turismo;
- > la mejora de las actividades y la diversificación económicas.





▲ Reunión del Consejo de asociación del distrito de Liepaja y visita a posibles beneficiarios del proyecto.

A finales de agosto de 2010, diez FLAG habían anunciado convocatorias de proyectos, y las propuestas recibidas se encuentran ahora en fase de evaluación. Según los propios FLAG, hasta la fecha, la cantidad total solicitada sólo es ligeramente superior a los fondos disponibles, lo cual se explica, principalmente, por el hecho de que los beneficiarios potenciales aún no están familiarizados con el proceso de solicitud y dudan a la hora de presentar sus propuestas. Algo parecido ocurrió con el programa Leader, que también experimentó un bajo nivel de absorción en las primeras fases. En cualquier caso, se espera que en las próximas convocatorias el interés supere ampliamente la cantidad de fondos disponible, lo que permitirá centrarse en los proyectos de mayor calidad.

Por otra parte, la baja implicación del sector privado podría explicarse por el hecho de que el impuesto sobre el valor añadido (IVA) no entra en los criterios de admisibilidad para la concesión de ayudas. Además, la asignación de recursos a los beneficiarios del Programa de Desarrollo Rural es ahora más atractiva que la del Fondo Europeo de Pesca.

## Proyectos orientados hacia el turismo

Muchos de los proyectos actualmente en fase de evaluación se basan en fomentar el atractivo de las zonas de pesca para el turista, a través de actividades como la restauración de viejos asentamientos, el desarrollo de rutas turísticas acuáticas (paseos en bote por un río para visitar asentamientos históricos y otros lugares de interés, por ejemplo), la construcción de emplazamientos para la pesca en lagos, la creación de instalaciones para practicar la marcha nórdica o incluso el karting.

Uno de los retos potenciales de los FLAG sería encontrar el modo de distinguir qué proyectos financiar con el FEADER y qué otros con el FEP. Todos los FLAG deben tener órganos de decisión y comités de evaluación de proyectos independientes, pero el organismo pagador debe, por su parte, garantizar que no se produzca ninguna doble financiación, cosa que podría no ser tan fácil, especialmente en el caso de proyectos relativos a renovación y desarrollo de localidades.

## Coordinación a nivel nacional

La Red Pesquera Nacional de Letonia, creada a principios de 2010, implica no sólo a los FLAG sino también a otras partes interesadas del sector. Su gestión corre a cargo de la misma organización responsable de la Red Nacional de Desarrollo Rural. En la actualidad, la Red prepara su programa de actividades para el período 2011-2013. ■

### Contacto:

Red Pesquera Nacional de Letonia  
Gunta Svarce, Jefe de Unidad.  
+371 63050220  
[gunta.svarce@lkkc.lv](mailto:gunta.svarce@lkkc.lv)



Evento

# En movimiento: encuentro de 90 FLAG en Gijón

**Los días 24-26 de marzo de 2010, más de 150 personas, entre las que se encontraban representantes de 90 grupos de acción local de pesca (FLAG), autoridades de gestión del Eje 4 y otras partes interesadas de toda la UE, se reunieron en la ciudad asturiana de Gijón. El seminario, llamado «FLAG en movimiento», brindó a los participantes una primera oportunidad para conocerse e intercambiar puntos de vista sobre asuntos de interés común.**

En el primer día del evento tuvieron lugar numerosos encuentros bilaterales y nacionales (entre ellos uno sobre el lanzamiento de la Red Nacional Española de Grupos de Pesca), así como intercambios informales entre FLAG. Por la noche se celebró una cena de bienvenida, organizada por el Ministerio español de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (MARM), continuando el programa principal del seminario a la mañana siguiente temprano en las impresionantes instalaciones de la *Ciudad Laboral de la Cultura*.

Ernesto Penas Lado, Director de la DG de Asuntos Marítimos y Pesca de la Comisión Europea, abrió la sesión plenaria poniendo a los asistentes en situación sobre el Eje 4 y su importancia en el marco de la política de cohesión, actualmente en el centro del debate sobre el futuro de Europa. El Sr. Penas animó a los FLAG a trabajar con entusiasmo en pro del desarrollo de sus zonas respectivas y, por consiguiente, a construir Europa «desde abajo», e insistió especialmente en que los fondos del Eje 4, destina-

dos a las personas más que a las grandes empresas, deben contribuir a promover la organización y coordinación entre las comunidades costeras y pesqueras en general, y podrían desempeñar un papel mucho más importante en el futuro si se demuestra su utilidad en el actual período.

A continuación tomó la palabra Juan Ignacio Gandarias Serrano, Director General de Ordenación Pesquera del MARM, ofreciendo a los asistentes una visión general del Eje 4 en España y anunciando el lanzamiento oficial de la Red Española de Grupos de Pesca. Gandarias Serrano expresó su deseo de que la red pueda colaborar estrechamente con otras redes nacionales y de que la FARNET sea capaz de asegurar la misma visibilidad del trabajo realizado en el marco del Eje 4. El Eje 4, dijo, ha sido un elemento importantísimo para la futura política de la UE, y podría y debería vincularse con la Política Marítima Integrada y la estrategia Europa 2020 para, juntos, alcanzar un crecimiento más inteligente, sostenible e integrador.

Marcelino Menéndez Cuervo, Director General de Pesca del Gobierno Regional de Asturias, por su parte, hizo hincapié en la necesidad de trabajar por un futuro sostenible y aprender de las experiencias de los demás (lo que ha funcionado y lo que no), con objeto de adaptarse más eficazmente a las nuevas realidades.

Christine Falter y Jean-Pierre Vercruysse, de la DG de Asuntos Marítimos y Pesca, describieron la situación del Eje 4 en Europa, destacando la gran diversidad de enfoques aplicados a la hora de asignar recursos e implementar el Eje 4. En marzo de 2010, 121 FLAG estaban ya seleccionados, con sus respectivas estrategias aprobadas, y se esperaban otros 100 aproximadamente. El total de fondos públicos asignados por FLAG oscila entre 1 y 11 millones de euros para el período 2007-2013.

Paul Soto, Director de la Unidad de Apoyo FARNET, afirmó que la red debe ser vista en sí «desde abajo» como un «ecosistema de personas que trabajan activamente en determinados asuntos comunes, y que comparten conocimientos y refuerzan mutuamente sus actividades». El papel de la Unidad de Apoyo era colaborar con ellas en la aplicación del Eje 4 «facilitándoles asistencia técnica, aportando vitalidad y proporcionando información y capitalización de experiencias».



▲ Grupo final, con la lista de prioridades en pantalla.

## Diversidad

En el debate se pidió a los distintos representantes de zonas de pesca de España, Francia y Dinamarca que hablaran de las dificultades a las que se enfrentan sus respectivas comunidades, las medidas adoptadas para solventarlas (en especial a través de los fondos del Eje 4) y cómo desearían verse en los próximos 20 años. El grupo de debate destacó no sólo la diversidad de las dificultades que afrontan las zonas de pesca europeas, sino también los distintos grados de optimismo respecto a su superación.

El Consejero de Medio Rural y Pesca del Principado de Asturias, Manuel Aurelio Martín González, concluyó la sesión plenaria encomiando las virtudes del Eje 4 y la oportunidad que ha supuesto para el refuerzo del desarrollo socioeconómico endógeno en las zonas de pesca, subrayando de manera especial el que sean los propios pescadores quienes estén en el centro del proceso de desarrollo.

A continuación intervinieron cuatro grupos de trabajo en paralelo, cada uno con dos intervenciones, con objeto de permitir a los asistentes participar en dos debates, de entre los temas siguientes:

- > cómo vincular la selección de proyectos con los objetivos de la estrategia;
- > cómo crear una estrategia de colaboración dinámica y equilibrada;
- > cómo crear vínculos con Leader; y
- > cómo fomentar la inversión privada viable.

## Prioridades

La primera jornada se cerró con la explicación de los principios del llamado taller de trabajo «de espacio abierto» por parte de Urszula Budzich-Szukala, de la Unidad de Apoyo FARNET, quien pidió a los participantes que propusieran los temas que desearan abordar en el taller del día siguiente, trabajando en pequeños grupos informales.

La sesión de ‘espacio abierto’ tuvo un gran éxito a la mañana siguiente. Los asistentes trataron los asuntos elegidos con otros colegas que compartían los mismos intereses, dejando total flexibilidad para abandonar las conversaciones y unirse a otras personas si así lo estimaban conveniente. En total, se abordaron 18 temas diferentes, desde asuntos tan amplios como el turismo pesquero a otros aspectos más específicos como la acuicultura del salmón noruego y sus efectos en la pesca del salmón sueco.

Al hilo de estos debates, los participantes destacaron los siguientes puntos como prioritarios para las zonas de pesca y los FLAG: 1. diversificación; 2. aportación de valor añadido a los productos pesqueros; 3. instrumentos de desarrollo activo de proyectos; 4. creación de redes de trabajo; y 5. proyectos para grupos beneficiarios prioritarios, en especial mujeres.

Por último, decir que los dos primeros puntos, diversificación y aportación de valor añadido a los productos pesqueros, serán los temas de los dos próximos seminarios transnacionales de la Unidad de Apoyo FARNET, que se celebrarán en otoño de 2010 y primavera de 2011 respectivamente.



## Admisibilidad, sistemas de apoyo y cooperación

Yves Champetier, experto de la Unidad de Apoyo FARNET, se encargó de la moderación de un debate en grupo en el que los participantes aportaron sus reacciones a los temas abordados en el seminario y sobre la prioridad de las necesidades en materia de apoyos. Asimismo, se les pidió que consideraran el tipo de apoyo que debería proporcionarse a los FLAG.

A lo largo de los dos días del seminario, las aclaraciones acerca de la admisibilidad de la financiación han sido tema recurrente. Dominique Leveil, de la DG de Asuntos Marítimos y Pesca, insistió en que la selección de proyectos no debería basarse exclusivamente en algo tan amplio como la admisibilidad, sino que debería haber criterios de selección bien definidos para asegurarse de que los proyectos a los que se ha acordado financiación cumplen igualmente con las prioridades de la estrategia del FLAG para la zona en cuestión. Así, además del tema de la selección de proyectos con derecho a financiación que contribuirían a su estrategia de desarrollo, Leveil comentó que los FLAG deberían saber cómo reenviar proyectos a otros ejes del FEP en los casos en que fuera más apropiado hacerlo. No obstante, trasladó a los participantes el compromiso de la Comisión por asegurar una mayor transparencia en las cuestiones de admisibilidad.

Respecto al apoyo que los Estados miembros podrían ofrecer a los FLAG, todos los participantes en los grupos de debate





▲ Sesión de trabajo en uno de los talleres.

estuvieron de acuerdo en la idoneidad de contar con una red nacional, así como en la gran importancia de una buena comunicación entre los FLAG y la administración nacional.

Por último, alguien preguntó acerca del lugar que ocupa la pesca interior en el Eje 4, insistiendo en las numerosas diferencias con respecto a las zonas costeras. La respuesta corrió a cargo del Sr. Vercruysse, de la Comisión Europea, que aprovechó la ocasión para insistir en la relevancia de la cooperación transnacional para casos como este.

El seminario concluyó con una visita de estudio a dos proyectos que cuentan con el apoyo del grupo Leader local: un centro para el medio marino del Cabo Peñas y el Museo Marítimo de Asturias. ■

**Más información:** <https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/cms/farnet/content/flags-move-gijon-spain-24-26-march-2010>

# Red FARNET

## > La Unidad de Apoyo FARNET celebra los logros de su primer año

Durante el primer año de actividades de la Unidad de Apoyo FARNET se han observado considerables progresos en la implementación del Eje 4, cuyo proceso de selección está en curso en los 21 Estados miembros participantes y cuenta con 124 FLAG ya operativos. Establecida en mayo de 2009, la Unidad de Apoyo FARNET asiste a la Comisión Europea en la implementación del Eje 4. La Unidad cuenta con un equipo básico de 12 personas (el equivalente a ocho puestos a tiempo completo), 21 expertos geográficos y un grupo de asesoramiento de seis miembros. Durante los últimos 12 meses, este equipo ha llevado a cabo diversas actividades importantes, entre ellas la organización de tres grandes eventos, la elaboración de diversas publicaciones multilingües, el desarrollo del [sitio web de la FARNET](http://www.farnet.eu), la provisión de apoyo metodológico a las autoridades de gestión y a los FLAG, la organización de tres reuniones de las autoridades de gestión y creación de vínculos con las redes nacionales existentes, la organización de sesiones de grupo en nueve países y la compilación de buenas prácticas y herramientas metodológicas. A pesar de estos avances, está pendiente la selección de FLAG en diez países, y sigue destacando la carencia de sistemas de apoyo técnico en las autoridades de gestión. La Unidad de Apoyo FARNET prestará especial atención a estas cuestiones en el período 2010-2011. [www.farnet.eu](http://www.farnet.eu)

## > “Los FLAG en las empresas: valor añadido a los productos locales de pesca”

Por iniciativa de la Comisión Europea, la Unidad de Apoyo FARNET organizará un seminario en Almere (Países Bajos) los días 17 y 18 de noviembre de 2010 sobre el papel de los FLAG en materia de valor añadido a los productos locales de pesca. El propósito del seminario es proporcionar a los FLAG los conocimientos prácticos y las habilidades necesarias para promover este importante punto del Eje 4, además de facilitar el intercambio de experiencias entre los FLAG y dar la oportunidad de explorar posibles modalidades de cooperación futura. Coincidiendo con el seminario, la Unidad de Apoyo FARNET publicará una guía metodológica sobre la aportación de valor añadido a los productos locales de pesca. Con ello se orientará a los FLAG sobre los diversos planteamientos y estrategias que pueden aplicarse para facilitar y apoyar este proceso a nivel local. Si desea más información, póngase en contacto con el equipo FARNET en [info@farnet.eu](mailto:info@farnet.eu)

## > Guías metodológicas

La Unidad de Apoyo FARNET ha publicado tres guías metodológicas: una «**Guía de iniciación para los FLAG**», una «**Guía para iniciar la cooperación entre los FLAG**» y una «**Guía sobre valor añadido a los productos pesqueros**».

Las tres guías están disponibles en 11 idiomas oficiales de la UE y pueden descargarse desde el [sitio web de la FARNET](http://www.farnet.eu).

# Agenda FARNET

CUÁNDO	QUÉ	DÓNDE
17-18 noviembre 2010	« <i>FLAGS in Business: valor añadido a los productos locales de pesca</i> »	Almere (NL)
31 de enero – 2 de febrero 2011	Seafood Summit 2011: « <i>¿Responsabilidad sin fronteras?</i> »	Vancouver (CDN)
4-5 abril 2011	Conferencia internacional « <i>It's not just about the fish: social and cultural perspectives of sustainable marine fisheries</i> »	Greenwich (UK)
3-5 mayo 2011	European Seafood Exposition 2011	Bruselas (B)

# Perfil

## **NOMBRE:** Eje 4 del Fondo Europeo de Pesca (FEP)

**OBJETIVO:** el FEP puede cofinanciar proyectos locales para el desarrollo sostenible y mejorar la calidad de vida en las áreas pesqueras, complementariamente a otros instrumentos financieros de la UE.

**APLICACIÓN:** 21 Estados miembros implementan el Eje 4. Una importante innovación en la aplicación de este eje es su énfasis en el enfoque territorial.

**ZONAS A LAS QUE VA DIRIGIDO:** las «zonas de pesca» son zonas a orillas del mar, de un lago o incluso de estanques o del estuario de un río, con nivel importante de empleo en el sector pesquero. Los Estados Miembros seleccionan las zonas candidatas según los siguientes criterios: deben ser territorios locales pequeños (inferiores a la categoría NUTS3) que sean coherentes desde un punto de vista geográfico, social y económico. El apoyo debe ir dirigido a zonas con baja densidad de población o con un sector pesquero en declive o a pequeñas comunidades pesqueras. Los Estados miembros pueden añadir criterios adicionales para la selección de las zonas.

**DESTINATARIOS:** «Grupos de Acción Local de Pesca (FLAG)», es decir, una combinación de socios públicos, privados y de la sociedad civil unidos para elaborar una estrategia y medidas innovadoras para el desarrollo sostenible de las zonas de pesca. Los Estados miembros seleccionan los FLAG en función de los criterios definidos en sus programas operativos. Se espera que se creen 200 FLAG en toda la UE.

**MEDIDAS SUBVENCIONABLES:** fortalecimiento de la competitividad de las zonas pesqueras; reestructuración, reorientación y diversificación de las actividades económicas; aumento del valor de los productos pesqueros; pequeñas infraestructuras y servicios turísticos y pesqueros; protección del medio ambiente; restablecimiento de la producción afectada por catástrofes naturales o industriales; cooperación interregional y transnacional de los agentes económicos; creación de capacidades colectivas para preparar estrategias de desarrollo local, y costes de explotación e FLAG.

**RED:** Todos los agentes que participan en el Eje 4 se organizan en torno a una «Red europea de zonas de pesca (FARNET)», que permite una amplia difusión (a través de seminarios, reuniones y publicaciones) de cuantos proyectos innovadores se lleven a cabo en beneficio de las zonas de pesca y fomenten la cooperación transnacional. De la coordinación de esta red se encarga la «Unidad de Apoyo FARNET».

**DURACIÓN DEL PROGRAMA:** siete años (2007-2013), pero pueden ponerse proyectos en marcha hasta finales de 2015.

**AYUDA DE LA UNIÓN EUROPEA:** el Eje prioritario 4 cuenta con un presupuesto de 567 millones de euros del fondo FEP para el período 2007-2013, a lo que debe añadirse la cofinanciación pública a nivel nacional y la inversión privada. El Eje representa poco más del 13% del presupuesto total del FEP.

## **Suscripciones**

Para recibir FARNET magazine o FARNET newsletter, envíe por favour sus datos de contacto (nombre, organización, dirección, correo electrónico y número de teléfono) a:

[info@farnet.eu](mailto:info@farnet.eu)

## **Envíenos sus noticias**

Las publicaciones de FARNET son recursos a disposición de todos aquellos comprometidos con la construcción de un futuro más sostenible en las zonas de pesca europeas. Por favor, envíenos noticias e información sobre sus actividades que puedan ser de interés para otros grupos o agentes que trabajen en el sector: En particular, nos gustaría conocer sus éxitos y logros, eventos y anuncios importantes, así como sus ideas o propuestas de intercambios o cooperación con otras zonas de pesca.

[info@farnet.eu](mailto:info@farnet.eu)

ISSN 1831-5739



9 771831 573001



Oficina de Publicaciones



**Comisión Europea**  
**Asuntos Marítimos y Pesca**