



DOSSIER DE PRESSE

BOULOGNE-SUR-MER
11 SEPTEMBRE 2026



Port
Boulogne
Calais

PLUS QU'UN PORT



SOMMAIRE

-  **COMMUNIQUÉ DE PRESSE** **P.3**
UN NOUVEAU LABEL POUR MIEUX
VALORISER LES PRODUITS DE LA PÊCHE
BOULONNAISE.
-  **PROGRAMME DE**
MODERNISATION **P.5**
UNE CRIÉE À LA POINTE DE L'INNOVATION

« CRIÉE DE BOULOGNE » : UN NOUVEAU LABEL POUR MIEUX VALORISER LES PRODUITS DE LA PÊCHE BOULONNAISE

Réunis ce matin à la Criée de Boulogne, les acteurs de la filière pêche ont découvert le nouveau label « Criée de Boulogne » lancé par le Port Boulogne Calais pour mieux identifier et valoriser l'origine des produits issus de la première vente (vente en direct du pêcheur). Pensé comme un repère de confiance pour les acheteurs professionnels et les consommateurs, ce label ambitionne d'accompagner les professionnels dans la promotion des produits boulonnais et de renforcer l'attractivité de l'ensemble de la filière boulonnaise.

➤ VALORISER LA PÊCHE BOULONNAISE

Place de marché de référence pour les produits de la mer, la Criée de Boulogne se distingue par la régularité de ses apports, la diversité des espèces commercialisées au fil des saisons et l'excellence de ses standards en matière de fraîcheur, de qualité et de traçabilité.

Chaque année, près de **33 000 tonnes de produits de la mer** sont commercialisées à la criée de Boulogne selon le principe de **la première vente** (vente en criée par le pêcheur lui-même), garantissant la traçabilité et la transparence des transactions commerciales entre les pêcheurs producteurs et les professionnels de la filière (mareyeurs ou poissonniers).

Afin de mieux identifier et promouvoir cette origine, le Port Boulogne Calais crée **le label « Criée de Boulogne »**. Véritable gage **d'authenticité et de traçabilité**, ce label met en lumière les produits issus directement de la pêche boulonnaise et valorise le travail des pêcheurs.

À terme, cette démarche a vocation à s'élargir à **d'autres productions** notamment la mytiliculture, la pisciculture ou encore la pêche à pied, dès lors qu'elles sont commercialisées en criée directement par les producteurs sans intervention d'intermédiaires. Le label contribuera ainsi à **renforcer la visibilité des savoir-faire locaux**.

«Avec le label "Criée de Boulogne", notre volonté est d'affirmer une identité propre à Boulogne-sur-Mer et de mieux valoriser l'origine des produits commercialisés à la criée ainsi que le savoir-faire de toute la filière boulonnaise. Cette démarche est complémentaire des dispositifs que nous soutenons, comme Hissez Hauts ou Mr.Goodfish, qui répondent à d'autres objectifs. Le label "Criée de Boulogne" apporte ainsi un repère supplémentaire, directement associé à l'origine des produits et à la renommée de la place boulonnaise.» précise François Lavallée, Président du Conseil d'administration du Port Boulogne Calais

> UN REPÈRE DE L'ORIGINE BOULONNAISE DESTINÉ À RAYONNER BIEN AU-DELÀ DU TERRITOIRE

Déployé dans un premier temps sur le territoire boulonnais, le label « Criée de Boulogne » a vocation à **accompagner les produits tout au long de leur parcours de commercialisation**. Les consommateurs pourront ainsi identifier plus facilement les produits labellisés sur les étals des poissonniers, dans les rayons marée de la grande distribution ou encore auprès des restaurateurs partenaires.

À terme, ce dispositif pourra être adopté par l'ensemble des professionnels s'approvisionnant directement via la criée de Boulogne, quel que soit leur lieu d'activité. En renforçant la visibilité de l'origine boulonnaise, le label offre aux consommateurs un **repère fiable pour orienter leurs achats** vers des produits locaux, tout en contribuant au soutien et au rayonnement de la filière halieutique.

> DES OUTILS POUR FÉDÉRER L'ENSEMBLE DE LA FILIÈRE AUTOUR DE LA MARQUE « CRIÉE DE BOULOGNE »

Avec le lancement de la nouvelle identité visuelle « Criée de Boulogne », le Port Boulogne Calais entend **mobiliser l'ensemble des acteurs de la filière** afin de promouvoir plus largement l'origine et la qualité des produits issus de la première vente en criée.

En apposant cette marque sur leurs produits et supports commerciaux, les acheteurs, poissonniers et restaurateurs disposent désormais d'un signe distinctif permettant d'offrir à leurs clients un repère clair d'origine et de confiance, tout en valorisant leur appartenance à la première place halieutique d'Europe.

Pour accompagner cette démarche, plusieurs outils de communication ont été développés : **un kit destiné aux acheteurs en criée** comprenant notamment le logo numérique « Criée de Boulogne » pour apposer sur leurs documents commerciaux ; **un kit à destination des poissonniers** intégrant un calendrier des principales espèces commercialisées selon les saisons ainsi que des supports de valorisation en point de vente ; et **un kit dédié aux restaurateurs** composé d'un calendrier des espèces, d'une vitrophanie et du logo numérique pour une intégration sur les cartes et menus.

Cette **boîte à outils** doit permettre à chaque maillon de la filière de devenir ambassadeur de l'excellence des produits de la mer commercialisés à la Criée de Boulogne.

Ce déploiement s'appuie également sur les moyens humains mobilisés par le Port, avec notamment le recrutement, il y a deux ans, d'un responsable du développement pêche, chargé de **renforcer et développer les volumes commercialisés sous criée**. Ses missions portent sur la définition de nouvelles stratégies commerciales, l'identification de nouvelles sources d'approvisionnement et l'élargissement de l'offre. Il accompagne aujourd'hui activement la promotion du label « Criée de Boulogne » auprès des professionnels afin d'en favoriser l'appropriation.

Pour Frédéric Pouilly, Chef du restaurant au Vol-au-Vent à Marck « *La création de ce label est une excellente initiative. Valoriser un poisson débarqué à Boulogne, clairement identifié et tracé, c'est donner du sens à notre démarche de restaurateur, soutenir les pêcheurs du territoire et mettre en avant la qualité des produits auprès de notre clientèle. Elle nous encourage aussi à faire évoluer nos modes d'approvisionnement de façon plus local et plus responsable, souligne* ».

UNE CRIÉE À LA POINTE DE L'INNOVATION

Le lancement du label « Criée de Boulogne » s'inscrit dans une démarche plus large de modernisation de l'outil de vente. Le Port Boulogne Calais a engagé ainsi un ambitieux programme **d'investissement de 1,3 million d'euros**, comprenant le renouvellement des équipements de la criée par des solutions de dernière génération, l'évolution du logiciel de vente ainsi que la modernisation des outils de gestion du back-office.

Ces investissements permettront d'accompagner l'évolution des usages et des attentes des professionnels tout en renforçant la performance, la fiabilité et la qualité de service de la criée. À travers cette transformation, la criée de Boulogne confirme son statut de place de marché de référence, conjuguant innovation et efficacité opérationnelle au service de la filière.

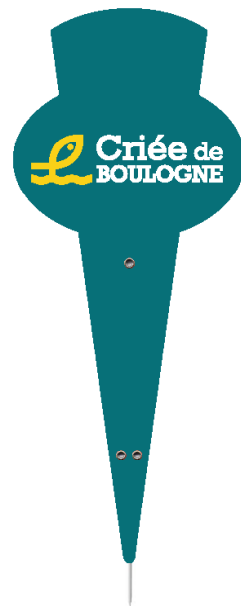
À PROPOS DU PORT BOULOGNE CALAIS

Le Port de Boulogne-sur-Mer et le Port de Calais sont devenus le 22 juillet 2015, dans le cadre de la Délégation de Service Public accordée par la Région Hauts de France, propriétaire de ces deux ports, le port unique « Port Boulogne Calais ».

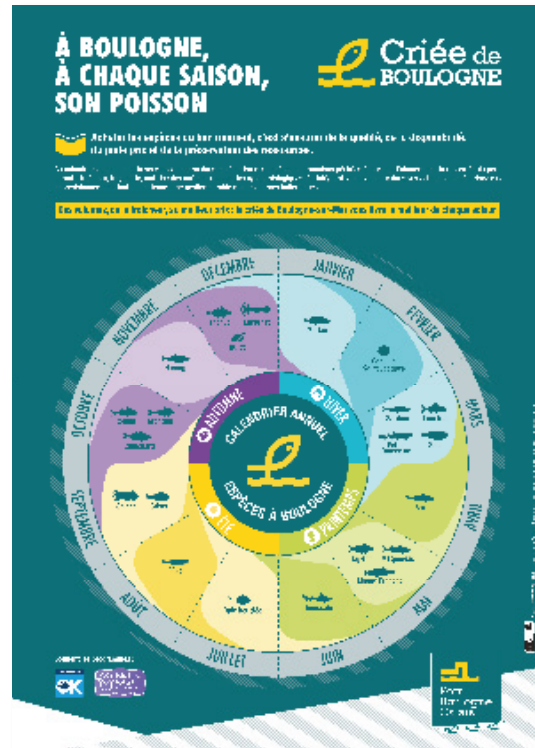
Exploité par la Société d'Exploitation des Ports du Détroit (SEPD) dont le siège est situé à Calais, le Port Boulogne Calais est une plateforme portuaire regroupant les ports de Boulogne-sur-Mer et de Calais. Il est 1er port français de pêche, 1er port français de voyageurs, 2ème port européen pour le trafic Ro-ro (roll on – roll off), centre leader européen de la transformation et de commercialisation des produits de la mer et 4ème port français de marchandises.

> LE KIT DE DÉPLOIEMENT DU LABEL « CRIÉE DE BOULOGNE »

IDENTITÉ VISUELLE DU LABEL



LA FLÈCHE POUR ÉTAL
DES POISSONNIERS



L'AFFICHE DE SAISONNALITÉ DES ESPÈCES



LA VITROPHANIE
POUR LES RESTAURANTS
PARTENAIRES

PROGRAMME DE MODERNISATION : UNE CRIÉE À LA POINTE DE L'INNOVATION

Véritable cœur de la commercialisation des produits de la mer, la criée de Boulogne est un maillon essentiel de la première place halieutique française. Pour accompagner les évolutions de la filière et répondre aux nouveaux besoins des professionnels, le Port Boulogne Calais engage un vaste programme de modernisation de ses outils. Un investissement structurant qui permettra de renforcer la performance de la criée, d'améliorer l'expérience des utilisateurs et de préparer durablement la place boulognaise aux enjeux de demain.

> RÉPONDRE À L'ÉVOLUTION DES BESOINS DE LA FILIÈRE

Chaque jour, la criée de Boulogne met en relation pêcheurs, mareyeurs, gros poissonniers et acheteurs. Face à l'évolution des attentes des professionnels, au renforcement des exigences réglementaires et alors que les usages numériques prennent une place croissante dans les transactions, le Port Boulogne Calais met en œuvre un programme de modernisation. Son objectif : **doter les professionnels d'un outil de commercialisation toujours plus performant**, capable d'accompagner durablement les évolutions du marché et de conforter la compétitivité de la première place halieutique française.

> TROIS ÉTAPES POUR MODERNISER LA CRIÉE

Estimé à 1,3 million d'euros, le programme de modernisation se déploiera en trois phases complémentaires.

La première étape consiste à remplacer les cadrans actuels par de grands écrans LED interactifs. Plus lisibles et plus attractifs, ils permettront d'afficher davantage d'informations sur les produits proposés à la vente, tout en valorisant les labels, les certifications, les photographies et les vidéos, offrant ainsi une meilleure visibilité aux acheteurs.

La deuxième étape se concentrera sur l'évolution du logiciel de vente, qui sera désormais compatible avec les téléphones et tablettes, facilitant ainsi les achats à distance. Une nouvelle fonctionnalité de «réservation préachat» sera également introduite, permettant aux acheteurs de préparer leurs transactions à l'avance en définissant des critères et des prix spécifiques.

Enfin, **la troisième étape**, prévue pour 2027, portera sur l'adaptation du back-office. Celui-ci assure la centralisation des données liées aux ventes, garantissant une traçabilité renforcée des produits halieutiques. Hébergé sur le cloud, ce nouveau système améliorera également la sécurité des données, facilitera la maintenance des outils et contribuera à réduire l'empreinte énergétique des infrastructures grâce à une mutualisation des serveurs, en cohérence avec la démarche de certification ISO 50001 engagée par le Port. De plus, cette modernisation permettra une maintenance fiable et évolutive, assurant un fonctionnement de qualité.

UN INVESTISSEMENT AU SERVICE DE LA COMPÉTITIVITÉ DE LA ZONE

Avec ce programme de modernisation, la criée de Boulogne se dote d'outils capables d'accompagner durablement les évolutions de la filière halieutique. Plus qu'un renouvellement technologique, cet investissement vise à accroître la qualité de service proposée aux professionnels et à garantir la pérennité de l'outil dans un environnement toujours plus exigeant.

« Moderniser la criée, c'est soutenir toute la filière boulonnaise. Ces dix dernières années, le Port Boulogne Calais a investi plus de 40 millions d'euros sur le port de Boulogne et la zone de Capécure. Nous poursuivons cette dynamique pour doter Boulogne d'équipements à la hauteur de son savoir-faire et de sa renommée, et conforter durablement sa place de premier port de pêche de France », souligne Laurent Devulder, Directeur général du Port Boulogne Calais.

À travers cet investissement stratégique, le Port Boulogne Calais affirme sa volonté d'asseoir la position de Boulogne comme premier port de pêche de France, en faisant de sa criée **un modèle de référence alliant innovation, performance et efficacité** dans le secteur halieutique.



Port
Boulogne
Calais

PLUS QU'UN PORT