

Les Echos

MSC, le plus grand label de pêche responsable remis en cause

STANISLAS DU GUERNY

Le label Marine Stewardship Council est censé garantir la qualité des poissons sauvages achetés par les consommateurs. L'association Bloom conteste sa valeur, ce qui incite des transformateurs comme Connétable à s'en écarter pour définir leurs propres critères.

Comment garantir aux consommateurs que le poisson sauvage qu'ils achètent a été capturé dans les règles de l'art, sans piller l'océan, ni martyriser les espèces ? Depuis plus de 20 ans, le label MSC (Marine Stewardship Council) fait référence. Il a été créé en 1997 en partenariat avec Unilever, l'un des plus importants acheteurs mondiaux de produits de la mer. En France, plus d'une dizaine de pêcheries et 3.300 produits vendus par la grande distribution, dans les poissonneries, sont labellisés MSC !

De son côté, l'association Bloom évoque « l'imposture » de cet écolabel. « *Il certifie principalement des pêcheries industrielles destructrices* », affirme Frédéric Le Manach, directeur scientifique de Bloom, qui vient de publier une étude sur le sujet avec la collaboration des universités de New York et Dalhousie au Canada. Le rapport de Bloom met en cause la stratégie de MSC, qui accorderait son label essentiellement à des entreprises de taille importante sachant qu'il « *faut payer un organisme certificateur pour l'obtenir. Son prix peut atteindre jusqu'à 100.000 euros* », insiste Frédéric Le Manach. Or certains de ces navires interviendraient sur les lieux de

pêche de façon contestable à partir de dragues ou de chaluts de fond.

Nombreux sont les industriels qui adhèrent à MSC, comme la marque Petit Navire, filiale de Thai Union. Elle en fait l'un de ses **principaux vecteurs de communication**. Sollicitée pour connaître l'évolution de sa stratégie, la direction de Petit Navire n'a pas souhaité répondre.

L'ONG scientifique MSC conteste les affirmations de Bloom. « *Nous savons que la durabilité environnementale de la pêche ne se mesure ni à la taille d'un bateau ni à son engin de pêche* », indique-t-elle dans un communiqué. L'important, considère MSC, est de s'assurer que, quels que soient l'engin et la taille du bateau, il soit géré et utilisé de façon « *à respecter les stocks, les habitats et toutes les espèces marines environnantes* ».

Sans réellement remettre en cause la valeur du label MSC qui « *intervient essentiellement sur la biodiversité* » , Jean-François Feillet, le directeur qualité de la conserverie Connétable connue pour ses sardines dont il est le premier fabricant en France, a récemment lancé son propre label défini à partir de quatre critères complémentaires. « *L'un porte*

sur la qualité organoleptique des produits, l'autre sur la ressource, le troisième sur le social et le dernier sur la transparence » , précise Jean-François Feillet.

Ces quatre critères sont déclinés en 36 sous-critères différents mis au point avec la collaboration de Bureau Veritas. « *Ils nous ont amenés à effectuer plusieurs changements dans nos approvisionnements* » , reconnaît Jean-François Feillet. **Connétable s'interdit par exemple des zones de pêche** , notamment en Equateur où certains armements au thon « *manquent de transparence* » dans leurs modes de capture. « *Nous avons aussi interdit les achats auprès d'armateurs qui pratiquent la pêche à la senne* » .

ments au thon « *manquent de transparence* » dans leurs modes de capture. « *Nous avons aussi interdit les achats auprès d'armateurs qui pratiquent la pêche à la senne* » .

L'objectif est évidemment que le consommateur soit rassuré dans ses achats. **Un logo** Pêche responsable est apposé sur toutes les boîtes de conserve Connétable; le site Internet de l'entreprise permettant de détailler de façon illustrée les quatre piliers de la démarche.

Stanislas du Guerny Correspondant à
Rennes