

# Têtes de gondole et queues de poisson

## A quelle enseigne se fier pour acheter son poisson ?

Le classement 2013 de BLOOM des supermarchés français

### ANNEXES

## TABLEAU DE NOTATION

Le tableau ci-dessous réunit les informations collectées par le biais des questionnaires, des entretiens ainsi que des divers documents consultés :

Critères	Note	Casino		Carrefour		Système U		Auchan		Leclerc		Intermarché		Note maximale
		Note	Tonnes	Note	Tonnes	Note	Tonnes	Note	Tonnes	Note	Tonnes	Note	Tonnes	
<b>Approvisionnement en espèces profondes</b>														
<b>Volume de poissons profonds vendus en 2012</b>		Note de 0 à 6		Note		Note		Note		Note		Note		6
<b>Statut de la commercialisation d'espèces profondes<sup>(1)</sup></b>		Note	Année	Note	Année	Note	Année	Note	Année	Note	Année	Note	Année	
Nom scientifique	Nom vernaculaire													
	Requins profonds <sup>(2)</sup>													
<i>Centroscyllium fabricii</i>	dont Aiguillat noir	2	2008	0	2012	0	2012	2	2008	0	2010			2
<i>Aphanopus carbo</i>	Sabre noir	1		1		1								2
<i>Argentina silus</i>	Grande argentine													
<i>Beryx spp.</i>	Béryx					1	2010							1
<i>Coryphaenoides rupestris</i>	Grenadier de roche	1		1		1				1				2
<i>Hoplostethus atlanticus</i>	Hoplostète orange / Empereur	2	2007	2	2007	0	2010							2
<i>Molva dypterygia</i>	Lingue bleue	2	2007	2	2008	1				2	n.c.			2
<i>Phycis blennoides</i>	Mostelle de fond			1		1								1
<b>TOTAL Approvisionnement</b>		12		8		7		2		3		0		18
<b>Politique générale</b>														
<b>Engagement Pêche Durable</b>														
Engagement récurrent pêche durable	0 ou 1	1		1		0		0		0		0		1
Engagement ponctuel pêche durable	0 ou 1	1		1		1		1		1		0		1
Critères de durabilité / Cahier des charges pêche durable cons	0 ou 1	0		0		0		0		0		0		1
Approvisionnement favorisant les produits labellisés (MSC)	0 ou 1	1		1		1		0		0		0		1
<b>Coopération avec la société civile</b>														
Partenariat (récurrent) ONG et/ou chercheurs	0 ou 2	0		2		0		0		0		2		2
Dialogue (ponctuel) ONG et/ou chercheurs	0 ou 1	1		1		1		1		0		0		1
Partage des données chiffrées détaillées	0 ou 1	1		1		1		0		0		0		1
Entretien en personne / téléphonique	0 ou 1	1		1		1		1		0		0		1
<b>Communication/Visibilité</b>														
Politique pêche durable consultable	0 ou 1	0		1		1		1		1		0		1
Arrêt de certaines espèces profondes rendu public (Internet,	0 ou 1	1		1		1		1		1		0		1
Existence d'un rapport RSE ou développement durable	0 ou 1	1		1		1		1		0		0		1
Actions de sensibilisation en magasins	0 ou 1	1		1		1		1		0		0		1
Recettes de poissons profonds sur Internet	0 ou -1	0		-1		0		-1		0		0		0
<b>TOTAL Politique</b>		9		11		9		6		3		2		13
<b>Résultat TOTAL</b>		21		19		16		8		6		2		31
<b>Résultat TOTAL (%)</b>		68%		61%		52%		26%		19%		6%		100%

n.c = non communiqué

(1) Liste d'espèces profondes selon règlement européen (CE 2347/2002) Annexe 1

(2) La liste des requins profonds comprend les espèces suivantes, le plus souvent indifférenciées au moment des captures :

<i>Apristurus spp.</i>	Holbiches
<i>Centrophorus granulosus</i>	Squale chagrin commun
<i>Centrophorus squamosus</i>	Squale chagrin de l'Atlantique
<i>Centroscymnus coelolepis</i>	Requin portugais
<i>Dalatias licha</i>	Squale liche
<i>Deania calceus</i>	Squale savate
<i>Etmopterus princeps</i>	Sagre rude
<i>Etmopterus spinax</i>	Sagre commun
<i>Galeus melastomus</i>	Chien espagnol
<i>Galeus murinus</i>	Chien islandais
<i>Centroscymnus crepidater</i>	Pailona à long nez
<i>Scymnodon ringens</i>	Requin grogneur commun
<i>Hexanchus griseus</i>	Requin gris
<i>Chlamydoselachus anguineus</i>	Requin lézard
<i>Oxynotus paradoxus</i>	Humantin
<i>Somniosus microcephalus</i>	Requin du Groenland



<b>BAREME / approvisionnement en espèces profondes</b>	
<b>Volume de poissons profonds vendus en 2012</b>	
Arrêt complet de l'approvisionnement	6
Approvisionnement résiduel	4
Approvisionnement en cours de réduction	2
Approvisionnement significatif	0
<b>Statut de l'approvisionnement en espèces profondes</b>	
Arrêt de commercialisation avant un règlement UE	2
Arrêt de commercialisation d'espèces peu représentatives	1
Arrêt de la promotion	1
Arrêt suite à un règlement UE	0

## **STATUT DES ESPECES PROFONDES** **(Classement par espèce)**

### **L'empereur**

**Arrêté par Casino et Carrefour avant obligation légale**

Dès 2007, Casino et Carrefour décident d'arrêter de commercialiser l'empereur, espèce dont les stocks se sont effondrés en quelques années, avant qu'un règlement européen impose un quota zéro pour cette espèce en 2010. Les autres enseignes n'ont arrêté que sous la contrainte du règlement.<sup>1</sup>

### **La lingue bleue**

**Arrêtée par Casino, Carrefour et Leclerc**

**Commercialisée par Intermarché, Auchan et Système U**

**Arrêt de la promotion par Système U**

Bien que la lingue bleue ne soit pas soumise à un arrêt de la pêche, l'espèce est néanmoins arrêtée par Casino en 2007, Carrefour en 2008 et E. Leclerc (date non communiquée). C'est pour cette espèce particulièrement vulnérable à l'exploitation car les pêches peuvent cibler les agrégations de poissons se reproduisant que l'on observe le plus de démarches proactives. En revanche, Auchan, Intermarché et Système U continuent à la commercialiser. Système U a toutefois entamé une démarche durable en arrêtant la promotion de cette espèce. Affaire à suivre.

### **Le grenadier de roche / Le sabre noir**

**Vendus par toutes les enseignes**

**Arrêt de la promotion par Carrefour, E. Leclerc, Casino et Système U**

### **Les espèces de requins profonds**

**Arrêt de la commercialisation avant obligation légale par Auchan et Casino**

Auchan a été le premier à arrêter la commercialisation de requins profonds (qui font partie de l'engagement requins du groupe) en 2008. Casino s'engage aussi en 2008, mais pour l'arrêt de l'aiguillat noir uniquement. Les autres n'ont arrêté que sous contrainte légale.

### **Le béryx / La mostelle de fond**

Système U a arrêté de commercialiser le béryx et de promouvoir la mostelle de fond mais ces deux espèces représentent respectivement 0,2% et 6% des captures françaises d'espèces profondes, qui elles-mêmes ne représentent qu'une fraction infinitésimale (environ 1%) des captures de poissons

<sup>1</sup> RÈGLEMENT (CE) N°1225/2010 DU CONSEIL du 13 décembre 2010 établissant pour 2011 et 2012 les possibilités de pêche des navires de l'Union Européenne pour des stocks de poissons de certaines espèces d'eau profonde.



en France.<sup>2</sup> L'arrêt de la commercialisation ou de la promotion de ces espèces est insignifiant pour le groupe.

## MÉTHODOLOGIE

### 1. Pourquoi avoir choisi les six principaux acteurs de la grande distribution ?

Nous avons limité notre champ d'investigation aux six premiers distributeurs du secteur alimentaire en France : Carrefour, E. Leclerc, Intermarché, Auchan, Casino, Système U. Ces six acteurs se retrouvent en tête des classements selon la plupart des critères (parts de marché, chiffre d'affaires, nombre d'hypermarchés et de supermarchés...) Ils représentent 83% des grandes et moyennes surfaces (GMS) en France. Nous avons omis de notre champ d'investigation les enseignes de moindre taille (les 59 hypermarchés Cora<sup>3</sup> et les 900 magasins Picard Surgelés<sup>4</sup>), la vente en gros (Metro, 92 entrepôts<sup>5</sup>) et le "hard discount" (Lidl avec 1622 magasins et Aldi avec 924<sup>6</sup>). La principale raison de ce choix est que ces enseignes commercialisent peu ou pas de poissons frais.

	Parts de marché dans l'alimentaire en France en 2011 <sup>7</sup>	Nombre d'hypermarchés <sup>8</sup>	Nombre de supermarchés <sup>9</sup>	Enseignes alimentaires du groupe
<b>Carrefour</b>	23%	377	1387	Carrefour, Carrefour Market, réseau Carrefour Proximité <sup>10</sup>
<b>E. Leclerc</b>	17%	485	91	Leclerc
<b>Auchan</b>	11%	146	411	Auchan, Atac-Simply Market
<b>Intermarché (Les Mousquetaires)</b>	13%	266	1498	Intermarché, Ecomarché, Netto Géant Casino, Supermarchés Casino, Proximité Casino, Franprix, Leader Price, Monoprix <sup>11</sup>
<b>Casino</b>	10%	217	853	
<b>Système U</b>	9%	252	695	Super U, Hyper U, Marché U
<b>TOTAL</b>	83%	1880	5591	

Service d'études techniques des routes et autoroutes, *Synthèse des connaissances - la logistique de la grande distribution* - juin 2008, p.5, Tableau Panorama TradeDimension 2011

<sup>2</sup> Il convient en outre de préciser que la pêche française ne couvre que 15% de la consommation nationale.

<sup>3</sup> 59 hypermarchés en 2013, Site Internet Cora, consulté le 28/05/13 <http://www.cora.fr/lentreprise/nos-magasins.html>

<sup>4</sup> 1,2 milliards d'euros de chiffre d'affaires annuel, Site Internet Picard, consulté le 28/05/13

<http://www.picard.fr/on/demandware.store/Sites-picard-Site/default/Search-Show?fdid=picard-chiffres>

<sup>5</sup> Metro Cash & Carry France, Présentation 2001

<sup>6</sup> L'expansion, Pourquoi le hard discount est à bout de souffle ?, 15/11/12

<sup>7</sup> Source : Xerfi, grandes surfaces alimentaires 2011, Calculs : DGCCRF

<sup>8</sup> Tarteret Olympe, Hanne Hugo, Grande distribution et croissance économique en France, Service du soutien au réseau Sous-direction de la communication, programmation et veille économique Bureau de la veille économique et des prix, Numéro 11, Décembre 2012, Tableau : Panorama Tradedimension 2011

<sup>9</sup> Tarteret Olympe, Hanne Hugo, Grande distribution et croissance économique en France, Service du soutien au réseau Sous-direction de la communication, programmation et veille économique Bureau de la veille économique et des prix, Numéro 11, Décembre 2012, Tableau : Panorama Tradedimension 2011

<sup>10</sup> Réseau Carrefour Proximité : Carrefour Contact, Express, City, Montagne

<sup>11</sup> Monoprix appartient depuis peu à plus de 50% au groupe Casino. Sa politique en ressources halieutiques est encore en phase de synchronisation avec le groupe.



## 2. Techniques d'enquête

Nous avons adressé un questionnaire à plusieurs directions des six enseignes retenues pour l'étude : direction des achats en produits de la mer, direction du développement durable ou direction de la qualité et de la sécurité alimentaire. Des entretiens téléphoniques ou en personne ont ensuite été proposés. L'étude a été réalisée entre janvier et mai 2013.

### Questionnaire

Trois questions principales étaient posées pour évaluer l'approvisionnement en poissons profonds et savoir si 1) la firme commercialisait du poisson profond, 2) si elle avait mis fin à son approvisionnement en poissons profonds ou 3) si elle avait cessé uniquement la promotion de certaines espèces. Il s'agissait en outre de comprendre ce qui avait motivé l'arrêt de la commercialisation et/ou de la promotion de certaines espèces. La liste des poissons profonds retenue pour cette enquête est celle du règlement européen 2347/2002 encadrant les pêcheries d'eau profonde dans l'Union européenne.<sup>12</sup>

### Entretiens

Lors des entretiens, téléphoniques ou en vis-à-vis, nous avons pu discuter les politiques de développement durable s'appliquant au rayon poisson des groupes. Les thèmes suivants ont été abordés : les engagements spécifiques de chaque groupe, la communication sur les politiques de développement durable, le degré de visibilité et de transparence des démarches ainsi que les attentes présumées ou enregistrées des consommateurs.

### Relevés de terrain

Nous avons inspecté une cinquantaine de supermarchés en France pour croiser nos observations de terrain avec les réponses données dans le questionnaire. Ce relevé ne visait pas à être représentatif (échantillon trop faible) mais à permettre un contrôle de la cohérence des données communiquées par les groupes.

### Consultation de documents

La communication des enseignes de la grande distribution se fait aujourd'hui en grande partie sur Internet. Il est possible d'y trouver les rapports de développement durable, les rapports de RSE (responsabilité sociale et environnementale) et les pages dédiées aux efforts consentis par les groupes en matière de protection environnementale. Nous avons également recherché la présence de poissons profonds sur les sites des enseignes en utilisant comme mots-clés le nom des espèces associé au nom des marques, et en consultant les pages de recettes et de promotions des enseignes.

## 3. Système de notation

Notre système de notation porte sur deux parties : l'approvisionnement en poissons profonds et la politique de développement durable générale concernant les produits de la mer. Les points récoltés ont été ramenés à 100% pour rendre le classement intuitif.

Pour évaluer l'approvisionnement en poissons profonds des principales enseignes, nous avons choisi de prendre en compte l'arrêt de la commercialisation ainsi que l'arrêt de la promotion de certaines espèces de poissons profonds.

### L'arrêt de la commercialisation d'une espèce de poisson profond

**0 point** correspond à l'arrêt d'une espèce après l'obligation rendue effective par un règlement européen. La plupart des firmes valorisent ce type d'engagement mais il ne correspond qu'à la conformité de l'entreprise avec la légalité.

---

<sup>12</sup> Les poissons profonds retenus pour l'étude sont les 24 espèces figurant à l'annexe 1 du règlement européen 2347/2002 du 16 décembre 2002 établissant des conditions spécifiques d'accès aux pêcheries des stocks d'eau profonde et fixant les exigences y afférentes : requins profonds, sabre noir, grande argentine, béryx, grenadier de roche, empereur, lingue bleue, mostelle de fond.



**1 point** correspond à l'arrêt d'une espèce qui représente une partie infime des captures françaises (un tel arrêt n'engendre aucune répercussion commerciale significative, mais il peut être mis en avant par stratégie de communication).

**2 points** correspondent à l'arrêt total de la commercialisation d'une espèce, de façon proactive, c'est-à-dire sans obligation législative.

### **L'arrêt de la promotion d'une espèce de poisson profond**

**1 point** correspond à l'arrêt de la promotion d'une espèce (pas de remises exceptionnelles sur le prix et arrêt de la mise en avant sur catalogue).

**0 point** correspond à l'arrêt de la promotion d'une espèce qui représente une partie infime des captures françaises et n'est même pas commercialisée par les autres enseignes (cesser la promotion de cette espèce ne représente aucun sacrifice commercial, c'est une mesure facile à prendre qui ne mérite pas selon nous d'être valorisée.)

### **L'engagement "pêche durable" (0 à 1)**

Nous avons évalué la politique de développement durable et plus spécifiquement les engagements de chaque groupe visant à favoriser des achats de poissons issus d'une pêche durable. Pour différencier les démarches des groupes entre un audit ponctuel de leur filière poisson et un engagement de longue durée en faveur de pratiques et de filières durables, nous avons établi un système de notation permettant de prendre en compte ces disparités.

Deux critères ont été notés avec attribution d'une note de 0 ou 1 selon a) l'engagement ponctuel qui représente un effort consenti lors d'une année spécifique, et qui correspond en général à un audit des approvisionnements en poisson par un cabinet externe (souvent Bureau Veritas); b) l'engagement récurrent qui témoigne d'une démarche d'amélioration continue avec allocation de ressources humaines dédiées à la mise en œuvre de l'engagement.

### **La transparence de la démarche / l'approvisionnement en produits MSC (0 ou 1)**

Deux autres critères complètent notre évaluation : 1) La transparence des groupes vis-à-vis des fondements de leur politique de poissons « durables ». L'élément noté était la possibilité d'accéder, publiquement ou sur demande spécifique, au cahier des charges détaillé sous-tendant l'ensemble de la politique du groupe. Il nous semble indispensable de pouvoir évaluer les critères utilisés par les enseignes pour juger durable ou non tel ou tel poisson. 2) Un approvisionnement favorisant les produits labellisés MSC (Marine Stewardship Council), un label non exempt de problèmes et disposant d'une vaste marge d'amélioration vis-à-vis des critères retenus pour certifier de "durables" les pêcheries qu'il labellise mais ayant le mérite d'être le seul écolabel à voir adopté des processus totalement transparents. Une publication scientifique<sup>13</sup> à laquelle BLOOM a participé a montré que le MSC ne pouvait se targuer d'offrir le « meilleur choix environnemental en produits de la mer » en raison d'une trop grande tolérance envers des méthodes de pêche destructrices ainsi que d'autres problèmes sérieux non pris en compte par le label et exposés en détail dans l'étude mais, en ce qui concerne les pêches industrielles, le MSC reste en tous cas « le moins terrible » choix en produits de la mer à l'heure actuelle. Il nous a semblé que compte tenu des problématiques de volumes d'achats qui se posent aux enseignes de la grande distribution, il était de bon augure, même si cela demeure largement insuffisant, qu'elles se fournissent en produits MSC. Pour connaître le nombre de références MSC vendues par les enseignes, BLOOM a consulté la page dédiée à la distribution des produits labellisés MSC en France sur le site du MSC.

### **La coopération avec la société civile ou la recherche (0 à 2)**

Lorsque le groupe de grande distribution est impliqué dans un partenariat avec une ou plusieurs ONG et/ou avec un ou plusieurs organismes de recherche, le niveau d'engagement est généralement plus poussé, avec une réflexion approfondie sur la structuration et les critères des approvisionnements en poissons. Nous avons de ce fait rétribué l'existence d'un partenariat recherche et/ou ONG avec une note supérieure (0 ou 2) à l'existence d'un dialogue ponctuel (0 ou 1) avec des entités similaires. L'exception notoire ici concerne le groupe Intermarché qui coopère

<sup>13</sup> A review of formal objections to Marine Stewardship Council fisheries certifications, Claire Christian, David Ainley, Megan Bailey, Paul Dayton, John Hocevar, Michael LeVine, Jordan Nikoloyuk, Claire Nouvian, Enriqueta Velarde, Rodolfo Werner, Jennifer Jacquet, Biological Conservation, Volume 161, May 2013, Pages 10-17.



avec l'IFREMER sur ses données de pêche profonde mais reste parfaitement étanche à toute réflexion ambitieuse en termes de politique d'approvisionnement en poissons. Cela s'explique par l'implication directe d'Intermarché dans la pêche industrielle, avec des choix stratégiques qui ont dès le départ positionné le groupement des Mousquetaires en spécialiste du chalutage de fond, notamment profond. Or les navires industriels ont nécessité de lourds investissements qui interdisent à l'enseigne de remettre en cause son modèle à court ou moyen terme.

### **La collaboration à l'étude (0 ou 1)**

La collaboration au questionnaire a été notée en partant du principe que cette étude offrait une opportunité concrète de collaboration avec une ONG et permettait de vérifier la volonté réelle ou non des marques de s'ouvrir au regard critique d'un organisme tiers. Nous avons évalué le remplissage du questionnaire à proprement parler ainsi que la conduite d'entretiens téléphoniques ou en personne.

### **La communication des groupes (-1 à 1)**

La communication et la visibilité de l'engagement favorisant des produits issus de pêches durables de chaque enseigne ont été évaluées en cherchant sur Internet le contenu disponible y afférent. Nous avons vérifié si la politique d'approvisionnement durable était consultable au moyen d'une page dédiée (0 ou 1), d'un rapport RSE ou d'un rapport développement durable (0 ou 1) et si l'arrêt de certaines espèces de poissons profonds avait été rendu public sur Internet et/ou dans la presse (0 ou 1). Une note est également attribuée si le groupe explique sa démarche "pêche durable" en magasin et mène des actions de sensibilisation sur la limitation de la ressource auprès du public (0 ou 1). Une note (0 ou -1) est attribuée à la publication de recettes à base de poissons profonds, ce que nous estimons être une promotion indirecte de ces espèces.

### **N.B : Vérification des données**

Une fois nos données collectées et synthétisées, nous les avons envoyées aux groupes ayant collaboré à notre étude pour leur offrir l'opportunité de les commenter ou corriger le cas échéant. Les enseignes n'ayant jamais fourni de données, soit Intermarché et E. Leclerc, n'ont pas été consultées dans cette phase finale de l'élaboration de notre rapport puisque leur absence de coopération nous a privé d'informations à leur faire vérifier.