

Les Echos

THÉMA

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

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

Par **Stanislas du Guerny**

Publié le 7 juil. 2020 à 6h42 | Mis à jour le 9 juil. 2020 à 15h18

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 une vingtaine d'années, 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, **3.300 produits vendus par la grande distribution, dans les poissonneries**, sont labellisés MSC ! Plus d'une dizaine des pêcheries sont labellisées.

Un qualificatif remis en cause par l'association Bloom qui 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.

Contesté par l'ONG Bloom, MSC se défend

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 c'est le cas de 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* ».

Connétable crée son propre label

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 4 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 4 critères sont déclinés en 36 sous-critères différents mis au point avec la collaboration du 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 au thon albacore* ».

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 4 piliers de la démarche.