COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 27 septembre 2018

Les français veulent continuer à consommer du poisson sauvage dans le futur, mais pas à n'importe quelle condition !

Une nouvelle étude de Globescan pour le MSC montre que depuis 2016, les préoccupations environnementales des français et leur volonté d'agir pour la préservation des ressources marines ont pris de l'ampleur. Et si, sans surprise, leurs actes d'achat de produits de la mer restent prioritairement motivés par la santé et la qualité, la durabilité du poisson compte autant que le prix. Face à l'urgence d'agir pour la santé des océans, c'est un signal important. Pour répondre à leurs attentes, où en sont aujourd'hui les acteurs français de la distribution ? Pour la première fois, le MSC propose un état des lieux des engagements des acteurs de la distribution vis-à-vis de son label de pêche durable.

Les consommateurs français veulent préserver les ressources en poisson pour les générations futures

En France, ils sont plus de 9 consommateurs sur 10 à manger régulièrement des produits de la mer, et ils sont nombreux à se présenter comme fervents amateurs de poisson. Leur consommation moyenne s'élève à 34kg par an et par personne contre une moyenne de 20,5kg dans le monde*. Et quand il s'agit de choisir son poisson, les français se distinguent de l'ensemble des autres pays, en classant **l'origine sauvage du poisson** parmi les principaux critères de choix.

Les préoccupations environnementales des français prennent de l'ampleur. Pour eux, la **pollution des océans** (60%), suivie de près par la **surpêche** (57%) sont les menaces les plus inquiétantes pour les océans. Ils sont également conscients de l'impact de leur consommation sur l'avenir des océans. 92% d'entre eux (contre 83% dans le monde) reconnaissent qu'il faut préserver les produits de la mer pour les **générations futures**. 8 sur 10 reconnaissent que la sauvegarde des océans passe par une consommation de produits de la mer durables et ils sont plus nombreux (74% en 2018 contre 69% en 2016) à se dire prêts à changer leurs habitudes d'achat en faveur d'une alternative durable. **C'est un signal important pour les encourager à l'action** !

Et même si, lorsqu'il s'agit de choisir son poisson, ce sont, sans surprise, les critères de choix conventionnels comme la qualité *(fraîcheur et goût)* et la santé qui priment, **la durabilité des produits de la mer** *(approvisionnés de manière durable /respectueux de l'environnement)* **est un critère tout aussi important que le prix au moment de l'achat**. Une distinction entre sexes est cependant à noter ! Les hommes français sont plus motivés par le prix alors que les femmes estiment que la durabilité est plus importante. En Allemagne, Autriche, Chine, Espagne, Royaume-Uni, Suisse, Italie et Suède, la durabilité est préférée au prix, quel que soit le sexe.

Label MSC : Où en sont les consommateurs français ?

En France, **la reconnaissance assistée du label MSC croît de 30% en 2016 à 36% en 2018** (41% au niveau mondial). Les pays leaders étant la Suisse (76%), l'Autriche (65%) et l'Allemagne (65%). En parallèle, **la compréhension du label gagne 10 points en France (de 21% en 2016 à 31% en 2018)**. 76% des consommateurs de produits de la mer sont aujourd'hui favorables à une certification indépendante (contre 72% en 2016) et la confiance dans le label MSC reste élevée (68%). Ces évolutions positives se retrouvent dans d'autres études parues ces dernières années comme celle du Norwegian Seafood Council ou celle de Que Choisir.

CONTACT PRESSE : Stéphanie POEY – Responsable communication Marine Stewardship Council France
stephanie.poey@msc.org / Tel : +33 (0)1 81 80 12 71 / Mobile : +33 (0)6 28 54 19 85

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 27 septembre 2018

"Le label MSC est de plus en plus reconnu en France. Aujourd'hui, 36% des consommateurs déclarent avoir vu le label, souvent ou occasionnellement, même s'il reste une marge de progression significative en comparaison avec des pays leaders comme la Suisse, l'Autriche, ou l'Allemagne. Du fait de l'intérêt des français pour le poisson sauvage, le label MSC est idéalement positionné pour répondre aux attentes des consommateurs. En effet, la France est le pays où la qualité de poisson sauvage est la plus importante pour les consommateurs." **Perrine Bouhana, Directrice associée de Globescan**

Les acteurs de la distribution et le label MSC

Au-delà de la mobilisation des pêcheries et de la sensibilisation du grand public, le rôle du MSC est aussi d'accompagner les acteurs du marché vers des approvisionnements en produits de le mer durables et de mobiliser les citoyens pour une consommation responsable. En 2018 **, **le MSC a constaté une hausse de 20% du nombre de produits portant le label en France** *(produits marques nationales et à marque distributeur)*. Cette progression facile à mesurer et à suivre dans le temps est un témoin encourageant de l'évolution des choix de consommation des français.

Constatant que 90% des consommateurs achètent leurs produits de la mer en grande distribution *(Globescan 2018),* les équipes du MSC ont décidé de publier, pour la première fois, un état des lieux du nombre de produits à marque distributeurs labellisés MSC (références) dans ces différentes enseignes ***.

Parmi les acteurs de la distribution, si l'on analyse le nombre de produits sous marque distributeurs labellisés MSC en France, CARREFOUR est en avance avec plus de 75 références portant le label MSC (29% de son offre de produits de la mer sauvages). Depuis 2016, c'est le seul distributeur à proposer sur les étals de poisson de ses hypermarchés du poisson frais portant le label. PICARD, distributeur spécialisé en surgelé et engagé depuis de nombreuses années, se démarque ensuite avec ses 45 produits labellisés MSC, représentant 55% de sa gamme de produits de la mer sauvages. Suivi de près par ALDI (43 références, 30% de son offre de produits de la mer sauvages) et LIDL (41 références), qui ont récemment et rapidement développé leur engagement et confirment qu'un prix compétitif et la durabilité peuvent faire bon ménage. Ensuite, plusieurs enseignes proposent entre 30 et 40 références MSC, toutes catégories produits confondues : Système U (40 références, 36% des produits de la mer sauvages), Thiriet (39 références), Intermarché (30 références) et E.Leclerc (29 références, 22% de l'offre en produits de la mer sauvage). Notons également que l'enseigne NETTO a développé rapidement une quinzaine de références sur les deux dernières années . Tout comme Auchan, qui depuis l'année dernière, propose dans ses rayons des références surimi et poisson fumé labellisées MSC.

Sur un total de 401 références sous marque distributeurs labellisées MSC, environ 60% sont disponibles en surgelé, 30% en frais et 10% en conserve.

À échelle de distribution non comparable mais à niveau d'engagement non négligeable, les acteurs de la distribution bio sont parmi les premiers à avoir proposé du poisson sauvage labellisé MSC, avec des marques comme Phare d'Eckmühl, Nature Océane ou Food4Good. Et au-delà des enseignes, il ne faut pas oublier le développement et la consolidation des engagements des marques nationales, telles que Connétable, Petit Navire, Findus ou Delpierre.

CONTACT PRESSE : Stéphanie POEY – Responsable communication Marine Stewardship Council France
stephanie.poey@msc.org / Tel : +33 (0)1 81 80 12 71 / Mobile : +33 (0)6 28 54 19 85

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 27 septembre 2018

Globalement aujourd'hui en France, ce sont l'ensemble des grandes enseignes et marques de produits de la mer qui se mobilisent. Et même si c'est à échelle et à vitesse distinctes, c'est avec les efforts de tous, que nous aurons un impact encore plus bénéfique sur la santé les Océans.

« La place des produits de mer dans la consommation française et les préoccupations grandissantes pour l'avenir des océans montrent qu'il est essentiel que les consommateurs disposent aujourd'hui de produits durables, clairement labellisés et au bon prix. C'est avec le concours de tous les acteurs de la chaîne, des pêcheurs aux distributeurs que nous pourrons tous ensemble, les guider vers des solutions, comme le label MSC, qui permettent de faire le bon choix pour l'environnement. », **commente Edouard Le Bart, Directeur de Programme France, Marine Stewardship Council**.

** Chiffres France Agrimer*

*** Chiffres sur la période du 01/04/2017 au 31/03/2018*

**** Chiffres sur la période du 01/04/2017 au 31/03/2018*

À propos de l'enquête Globescan

Depuis 2010, le MSC réalise une étude bisannuelle pour mieux comprendre les attentes des consommateurs de produits de la mer. Cette année, comme en 2016, l'étude a été réalisée en collaboration avec le cabinet de recherche et conseil en stratégie, GlobeScan.

L'enquête a été menée entre le 12 janvier et le 10 mars 2018 dans 22 pays/marchés, auprès d'un large et fiable panel de consommateurs interrogés en ligne, avec un minimum de 600 consommateurs de produits de la mer sondés par pays. Des consommateurs d'Afrique du Sud, Allemagne, Australie, Autriche, Belgique, Canada, Chine, Danemark, Espagne, États-Unis, Finlande, France, Italie, Japon, Norvège, Nouvelle-Zélande, Pays-Bas, Pologne, Royaume-Uni, Singapour, Suède et Suisse y ont pris part.

Plus de 25 000 personnes dans le monde ont pris part à l'étude, parmi lesquels a été défini un échantillon plus spécifique de 18 909 consommateurs de produits de la mer, lesquels affirment qu'un membre de leur foyer a acheté du poisson au moins une fois au cours des deux derniers mois. Les chiffres ont été pondérés afin d'être représentatifs de la population nationale par sexe, âge, région et éducation. En France, ce sont 856 personnes au total qui ont été sondées, la majorité des questions ayant concerné un échantillon plus restreint de 697 consommateurs de produits de la mer.

À propos du Marine Stewardship Council (MSC)

Face aux risques de la surpêche, le MSC s'engage pour la préservation des espèces et de l'habitat marins grâce à un label exigeant qui permet aux consommateurs de faire le choix de la pêche durable. Avec la certification MSC et le label bleu, l'organisation à but non-lucratif agit pour un juste équilibre entre exploitation économique des produits de la mer et préservation des ressources et de l'environnement, pour aujourd'hui comme pour demain. Avec ses 18 bureaux dans le monde, le MSC fédère pêcheurs, scientifiques, chercheurs et spécialistes internationaux en halieutique et produits de la mer. Plus d'informations sur www.msc.org/fr

CONTACT PRESSE : Stéphanie POEY – Responsable communication Marine Stewardship Council France
stephanie.poey@msc.org / Tel : +33 (0)1 81 80 12 71 / Mobile : +33 (0)6 28 54 19 85