

Le MSC fête ses 15 ans en France

Le célèbre label qui valorise les produits de la mer issus de la pêche durable a fêté ses 15 ans de présence en France le 27 novembre. L'occasion de jeter un œil dans le rétro mais aussi de récompenser les partenaires les plus engagés.

Nous avons célébré 15 années d'engagements et de progrès avec les pêcheries certifiées et nos partenaires commerciaux », se réjouit Amélie Navarre, directrice du MSC en France. L'occasion pour l'ONG de récompenser les entreprises engagées dans la démarche (lire dans l'encadré). En France, 16 pêcheries sont certifiées, avec nouvellement la coquille Saint-Jacques de la baie de Seine et la légine à la palangre de l'armement Réunion Pêche Australe. Au total, 22 % des captures françaises sont certifiées. Dans le monde, ce sont 592 pêcheries labellisées (19 % des captures mondiales) et en tout 740 qui sont engagées dans le programme (20,6 % des captures mondiales).

Dans l'Hexagone, 360 entreprises sont certifiées « Chaîne de garantie d'origine », qui assure une bonne traçabilité de l'amont à l'aval et permet d'apposer le fameux logo bleu sur les quelque 2 300 produits labellisés sur le marché. « Depuis 15 ans, nous avons engagé ce travail avec les pêcheries, les distributeurs et tous les maillons de la supply chain, raconte Amélie Navarre. Il y a eu une belle dynamique en 2015, conjointement avec la demande des consommateurs en produits durables, donc de la demande des distributeurs qui a impulsé les mareyeurs, grossistes, importateurs... et conjointement avec l'entrée des pêcheries dans le programme. Aujourd'hui, la filière est toujours mobilisée, nous travaillons main dans la main avec nos partenaires pour répondre à leurs enjeux d'approvisionnement issu de pêche durable. »

Le prochain temps fort est la Semaine de la pêche et de l'aquaculture responsable (Spar), du 2 au 15 février 2026. « Pour cette 10^e édition, nous allons dresser une rétrospective de cette décennie de

Le MSC en France :
16 pêcheries certifiées,
22 % des captures
360 entreprises engagées dans la « Chaîne garantie d'origine »
2 300 produits labellisés sur le marché



« Nous avons célébré 15 années d'engagements et de progrès avec les pêcheries certifiées et nos partenaires commerciaux », Amélie Navarre, directrice du MSC en France.

communication et présenter les chiffres de l'audience touchée par les campagnes », expose Roxane Dollet, en charge de la communication du MSC France. « Nous

poursuivons les campagnes télé, radio, réseaux sociaux, streaming, affichage urbain... et fournissons des outils à nos partenaires pour qu'ils communiquent également », détaille Amélie Navarre.

Cet anniversaire est aussi l'occasion de regarder vers l'avenir. À l'échelle internationale, le MSC se fixe pour objectif d'avoir 30 % des captures mondiales engagées dans le programme d'ici 2030. Au-delà de l'action du marché et de la demande qui pousse à la certification, l'ONG mobilise deux autres leviers d'action. Le premier est un fonds d'appui à la pêche durable de 5,6 millions d'euros d'ici 2030, pour accompagner les pêcheries sur les captures accessoires ou les effets du changement climatique. Orthongel a notamment bénéficié de ce fonds en 2025 pour réduire les captures de requins soyeux. Le second levier est le MSC Improvement Program, qui vise à accompagner les pêcheries vers la certification pendant maximum cinq ans. 35 pêcheries dans le monde y participent.

Amélie Navarre rappelle les atouts sur le marché du label MSC : « La dernière étude GlobeScan 2024 révèle que 59 % des consommateurs connaissent le label, en progression de 8 points par rapport à 2022. Le label est aussi un levier pour les entreprises qui souhaitent exporter. » ■

Vincent SCHUMENG

[Les lauréats des trophées MSC France]



Les partenaires historiques : Findus et Picard

Ce trophée vient récompenser ces deux entreprises pour leur engagement dès l'arrivée du MSC en France



Progression remarquable : Cité Marine et E.Leclerc

MSC France tient à féliciter ces deux acteurs d'avoir renforcé la présence du label sur le marché, respectivement sur ses produits ou dans ses rayons.



Le plus engagé : Pomona

À travers les entreprises du groupe de distribution des restaurateurs,

le groupe Pomona diffuse largement les produits MSC en France.



La gamme 100 % MSC : Rio Marée

Lancée en France il y a deux ans, la marque italienne porte historiquement une gamme intégralement MSC, une démarche qu'a saluée l'ONG qui porte le label.



Engagement fort auprès du consommateur : Costa et Lidl

Ces deux entreprises ont été récompensées par le MSC pour leur démarche de sensibilisation du consommateur à la pêche durable.