

Etude : Pêche durable, les français sont-ils prêts à changer leurs habitudes de consommation ?

Une nouvelle étude indépendante menée dans 21 pays par cabinet de conseil « GlobeScan » pour le Marine Stewardship Council (MSC) montre que les consommateurs français de poisson sont sensibles à la pêche durable et prêts à changer leurs habitudes de consommation afin de préserver les ressources marines. C'est une bonne nouvelle pour la santé des océans, mais, on constate aussi dans cette étude, que le critère de durabilité ne figure pas encore parmi les premières motivations d'achats de produits de la mer des Français.

Des français plus conscients des enjeux liés à la préservation des océans

Les consommateurs français se montrent plus conscients des enjeux liés à la préservation des océans que leurs voisins européens ou d'autres pays du monde. Pour la majorité d'entre eux (78% contre 73% en Europe et 72% dans le monde) la consommation de produits issus de sources durables contribue à la sauvegarde des océans et 69% se disent prêts à changer leurs habitudes d'achat en faveur d'une alternative durable, 68 % dans le monde en moyenne.

Pourtant, l'étude indique qu'il y a encore une marge de progrès. En effet, si 8 français sur 10 reconnaissent que la sauvegarde des océans passe par une consommation de produits de la mer durables, cette prise de conscience ne se concrétise pas encore dans les comportements d'achat : acheter un produit parce qu'il est plus durable ne figure pas parmi les 5 premiers critères d'achat. Les consommateurs français font d'abord le choix de la qualité, de poisson sauvage et frais quand ils font leur course. Par contre, et c'est rassurant, la durabilité compte davantage que le prix et la marque, et ce à l'échelle mondiale.

Consommation et surpêche : le consommateur a un rôle à jouer

L'étude révèle que 93% des foyers français ont acheté du poisson ces deux derniers mois contre 85% en moyenne dans les 21 pays étudiés. Les français sont, effectivement, d'importants consommateurs de produits de la mer à l'échelle mondiale.

Avec une consommation moyenne de 35kg par personne et par an (Source FAO), la France est le 5ème pays européen consommant le plus de poisson par habitant. En volume total, c'est même le 1er marché européen. Et, il faut savoir que nous en importons plus de 80% pour satisfaire cette demande. Dès lors, on comprend vite que notre consommation en France a un impact direct et non négligeable dans la pression exercée sur les océans au plan mondial.

En déclarant être prêts à changer leurs habitudes d'achats les français (7 sur 10) peuvent, donc, jouer un rôle décisif dans la préservation des océans car, on peut continuer à consommer du poisson, mais, seulement s'il est de source durable.

La labellisation indépendante, gage de confiance pour les consommateurs en recherche de produits de la mer de source durable

Pour plus de 6 consommateurs de poissons sur 10, c'est la présence d'un label indépendant sur les produits de la mer qui donne confiance aux allégations sur la durabilité des produits d'une marque. Les français achètent dans leur grande majorité, les produits de la mer (frais ou transformés) en supermarché (89% contre 38% en poissonniers ou au marché). Ainsi, dans ces points de vente, il est important d'aider les consommateurs à faire les bons choix en identifiant de façon simple et claire les produits de la mer durables. De plus, pour 73% de consommateurs de poissons la provenance et la traçabilité des produits de la mer sont déterminantes.

Une perception positive pour le MSC

Lorsqu'on cherche à savoir quelles sont les organisations qui contribuent à la préservation des océans, les personnes interrogées classent les ONG (46%) et les scientifiques (38%) en premier, alors que les gouvernements et les grandes entreprises se retrouvent en bas de l'échelle (respectivement 12% et 10%).

Ces résultats confortent le MSC, organisation à but-non lucratif, dans son ambition et ses missions. Depuis plus de 15 ans, le MSC agit en faveur de la préservation des espèces et de l'habitat marins grâce à son programme de certification des pêcheries et son label sur les produits qui permet aux consommateurs de choisir des produits de la mer issus d'une filière durable, de l'océan à l'assiette. En effet, la présence du label MSC sur les produits de la mer

garantit que le poisson peut être tracé et identifié tout au long de la chaîne d'approvisionnement jusqu'à des pêcheries certifiées MSC ; quand elles ont, après un processus d'audit rigoureux et long, prouvé qu'elles préservent les stocks et l'environnement.

Dans l'hexagone, on trouve le label MSC sur plus de 1300 produits vendus aux rayons surgelés, conserve, épicerie et l'offre se développe de plus en plus au rayon frais ; c'est, d'ailleurs, une gamme à développer puisque près de 2 consommateurs français sur 3 préfèrent le poisson frais avant les produits de la mer en conserve (52%) ou congelés (48%).

Aujourd'hui, 30% des français disent avoir déjà vu le label MSC, contre 37% en moyenne à l'échelle mondiale. En France, 87% des consommateurs qui connaissent le MSC disent avoir confiance dans son label et plus de 6 sur 10 sont susceptibles de le recommander à leurs proches (62%). Le label MSC promet un potentiel de changement positif sur la santé des océans.

« La pêche durable est, au niveau mondial, l'un des principaux enjeux du développement durable. Les consommateurs qui connaissent le label MSC lui font confiance et ont compris qu'ils font partie de la solution pour lutter contre la surpêche. C'est pour nous un encouragement fort à continuer de collaborer étroitement avec tous les acteurs de la pêche et des produits de la mer.» commente Edouard Le Bart, Directeur de Programme MSC en France.

Lien article : 