

Classement 2017 des marques de thon en boîte

L'évolution du secteur vers plus de durabilité

La surpêche, principale menace pour les océans

Avec les pollutions et les impacts des changements climatiques, la surpêche est la principale cause de l'état alarmant de la biodiversité marine. Selon la FAO, 90% des espèces marines commercialisées sont aujourd'hui surexploitées ou pêchées à la limite de durabilité[1] et une étude[2] de 2015 indique que la quantité de thons, maquereaux et bonites a diminué de 75% par rapport à 1970. **Avec 1% des navires qui capturent 50% des espèces pêchées, ce secteur de la pêche industrielle exerce une pression trop forte sur la vie marine.** Si nous n'inversons pas cette tendance, les générations futures pourraient ne pas connaître le goût du poisson.

Le thon, symbole de la surpêche

Avec près de cinq millions de tonnes pêchées par an, les espèces de thons - listao, albacore, thon obèse et thon germon - constituent l'une des plus importantes pêcheries au monde. C'est une industrie globalisée, très loin de l'image d'Epinal du petit pêcheur sur sa barque, contrôlée par quelques multinationales des produits de la mer.

Cette pêcherie, intensive et internationale, est aujourd'hui hors de contrôle. On y retrouve tous les problèmes de la surpêche : une surcapacité avec une trop forte pression de pêche, des techniques de pêche destructrices, un manque de contrôle, de la pêche illégale, peu ou pas de limite de captures, des données scientifiques peu fiables, mais aussi un partage inéquitable des bénéfices de cette ressource, ainsi que des problèmes sociaux et de respect des droits humains.

L'industrie du thon mène une course au profit à court terme. Cette stratégie est soutenue par les Etats qui, au détriment du bien commun et d'une gestion durable de cette ressource partagée, ne font que défendre leurs intérêts économiques. Les solutions pour mettre fin à la surpêche sont entre les mains de différents acteurs. Bien sûr, celles des décideurs politiques qui ont la responsabilité d'établir les règles de contrôle et de gestion des pêcheries et d'affecter des moyens conséquents pour faire respecter ces règles.

Mais également dans celles des acteurs économiques : ceux qui pratiquent la pêche, possèdent les bateaux, passent commande, achètent les matières premières, et les revendent sous forme de produits finis.

Les méthodes destructrices de pêche sont encore trop employées

La plupart des thons que l'on retrouve dans les conserves en France viennent de l'océan Indien et de l'Atlantique, pêchés par des thoniers senneurs, des navires industriels de flotte le plus souvent européenne (française ou espagnole). Leurs méthodes de pêche trop intensives entraînent la prise de thons juvéniles ainsi que d'espèces menacées, en particulier les requins (jusqu'à 960 000 chaque année dans l'océan Indien).

L'une des méthodes mises en cause sont les dispositifs de concentration de poissons (DCP) qui sont chacun constitués d'un objet flottant qui dérive. Au niveau mondial, la pêche thonière tropicale sur DCP génère deux à quatre fois plus de rejets d'espèces non visées que la même pêche sans DCP, soit 100 000 tonnes par an.

Les DCP sont également une source inquiétante de pollution marine : environ 20% des DCP sont perdus chaque année et peuvent se retrouver emmêlés dans des récifs coralliens et prendre au piège d'autres animaux marins. Dans les eaux des Seychelles, on peut estimer qu'au moins 10 000 DCP sont actifs en permanence et qu'au moins 2 000 DCP fantômes sont perdus chaque année, qui dérivent au gré des courants. Le nombre total de DCP actifs dans le monde n'est pas connu, l'industrie refusant de donner les informations.

Quels problèmes posent les DCP ?

Un DCP est un dispositif de concentration de poisson, constitué d'un objet flottant qui dérive.

En général chaque DCP est équipé d'une balise satellite qui permet au thonier senneur de le localiser.

Le problème est que les DCP sont tout sauf sélectifs : ils attirent des thons mais aussi des poissons plus petits ou plus gros, dont des espèces non ciblées et notamment très vulnérables (requins, tortues, etc.).

Tout un écosystème s'agrège autour de ces dispositifs, permettant aux pêcheurs de fortement intensifier leur pêche en déployant un filet de plusieurs kilomètres de long, la senne, qui remonte tout.

Le classement France 2017

1		Les chefs de file de la durabilité
2		
3		
4		
5		Sur la bonne voie
6		
7		
8		
9		
10		Les retardataires
11		
12		

Le marché français a opéré un virage vers plus de durabilité

En comparaison des précédentes éditions 2014 et 2015, le classement 2017 indique un net progrès du marché français du thon en boîte vers la durabilité.

La majorité des marques ont aujourd'hui opéré un changement concret dans leur approvisionnement en faisant désormais plus de place aux thons pêchés à la senne sans DCP et en diversifiant les stocks de thons pour ne pas reposer uniquement sur les plus menacés.

Presque toutes les marques ont désormais une politique d'approvisionnement écrite, avec un objectif de réduction de l'usage des DCP. Cependant, la méthode de pêche la plus durable, la canne, peine toujours à imprégner le marché français et demeure la spécificité des marques chefs de files de la durabilité.

Cependant, le marché français a encore des efforts à fournir pour pouvoir atteindre les standards des marchés les plus durables dans le monde comme les marchés britannique ou australien. Car l'objectif à terme est bien que l'ensemble des approvisionnements repose sur une industrie qui respecte le droit des travailleurs tout au long de la chaîne d'approvisionnement et pratique une pêche durable, selon des modalités qui ne compromettent pas le renouvellement des populations de thons et la santé des écosystèmes marins.

Un fait notable : le géant mondial du secteur, Thai Union, maison-mère de Petit Navire, évolue dans le bon sens

Après trois ans de campagne internationale menée par Greenpeace, Thai Union a pris en 2017 un virage à 180 degrés en définissant une politique d'approvisionnement pour améliorer les pratiques dans les pêcheries, réduire les pratiques illégales et non éthiques dans ses chaînes d'approvisionnement et fournir sur ses marchés clé davantage de thon pêché durablement.

Thai Union s'est engagée sur un ensemble de réformes, incluant notamment les engagements suivants[3] :

- *Réduire d'ici à 2020 de 50% en moyenne le nombre de DCP utilisés globalement dans leurs chaînes d'approvisionnement, tout en doublant en même temps la quantité de thons tracés pêchés sans DCP disponible sur les marchés à l'échelle mondiale.*
- *Étendre son actuel moratoire sur le transbordement en mer à toute sa chaîne mondiale d'approvisionnement, à moins que les fournisseurs ne remplissent de nouvelles conditions strictes. Le transbordement en mer permet aux navires de continuer à pêcher pendant des mois ou des années sans jamais rentrer dans un port et facilite souvent les pratiques illégales.*
- *Développer un code de conduite complet pour l'ensemble des navires de ses chaînes d'approvisionnement, compléter les codes existants et renforcer le code de conduite d'éthique et de travail, afin de s'assurer que les travailleurs en mer soient traités humainement et équitablement. Des tierces parties indépendantes procéderont à des audits dont les résultats seront rendus publics, tout comme des agendas clairs permettant aux objectifs d'être atteints.*

Les chefs de file de la durabilité

Sans surprise, ce sont depuis trois ans les mêmes marques qui se partagent le haut du classement. Cependant, elles ne se sont pas reposées sur leurs lauriers et ont aussi accompli des progrès. Monoprix fait son entrée dans le classement en intégrant directement cette catégorie, en raison de leur choix de privilégier le thon pêché à la senne sans DCP et de communiquer sur les bénéfices environnementaux de cette méthode de pêche auprès de leur clientèle.

Phare d'Eckmühl : la marque du groupe Chancerelle reprend sa place de numéro 1 car elle est la seule à avoir désormais un approvisionnement 100% thons pêchés à la canne. Elle a en outre réduit de 15% les volumes de thon albacore dont les stocks sont menacés, et introduit du thon listao, dont les stocks se portent mieux.

Système U : l'enseigne confirme sa place de leader au sein de la grande distribution en étant celle qui privilégie le thon pêché à la canne pour plus de 95% de son approvisionnement, ainsi que le thon listao à 91%, dont les stocks sont en meilleur état que ceux des thons albacore.

Connétable : la marque du groupe Chancerelle a atteint son objectif visant à ne plus s'approvisionner en thons pêchés sur DCP d'ici à fin 2016. La majorité du thon pêché est issue de pêche à la senne sans DCP ou à la canne.

Monoprix : l'enseigne vend 100% de thon pêché à la senne sans DCP. Elle a introduit une référence de thon pêché à la canne. Elle a aussi fait le choix d'une communication pédagogique sur ses méthodes de pêche dans ses magasins et s'est ainsi distinguée de ses concurrents.

Sur la bonne voie

Ces marques continuent de vendre une majorité de thons pêchés sur DCP mais elles ont accompli des progrès notables dans la durabilité de leur approvisionnement depuis 2015. La bonne nouvelle est que ce groupe de marques s'est agrandi comparé à il y a trois ans. Cette catégorie est un indicateur de l'évolution du marché français du thon en boîte vers des meilleures pratiques environnementales et sociales.

Carrefour : l'enseigne a progressé sur son approvisionnement en proposant aujourd'hui 35% de thons pêchés à la senne sans DCP. Elle a également augmenté la part de thons pêchés à la canne. Carrefour se distingue aussi dans le domaine de l'information aux consommateurs puisque la technique de pêche est indiquée sur la boîte, ce qui est une première concernant la méthode de pêche à la senne sans DCP.

Petit Navire : la marque leader du marché français a désormais une politique d'approvisionnement ayant pour objectif de doubler la proportion de thons pêchés sans DCP d'ici à 2020 (voir ci-dessus encadré sur Thai Union). Elle reconnaît ainsi que toutes les

techniques de pêche ne sont pas équivalentes en termes d'impact sur la vie marine. Aujourd'hui, un quart des volumes de thons vendus par la marque sont pêchés à la senne sans DCP et 5% à la canne, soit deux fois plus qu'en 2015 pour cette catégorie. Un progrès a été fait en réduisant les volumes de thons pêchés sur DCP par rapport à 2015 (moins 13 points). En revanche, des efforts restent à faire sur le choix des stocks de thons. L'approvisionnement de la marque repose en effet toujours aujourd'hui en majorité sur des stocks menacés. Enfin, Petit Navire se distingue des autres marques, comme cela était déjà le cas en 2015, en proposant un système de traçabilité en ligne permettant au consommateur de retracer l'origine du thon contenu dans les boîtes jusqu'au bateau et à la zone de pêche.

Casino : l'enseigne a bien progressé par rapport à 2015 puisqu'elle était avant-dernière du classement. Elle a désormais adopté un objectif de s'approvisionner à 60% en thons pêchés sans DCP à l'horizon fin 2018. Elle a multiplié par deux et demie la proportion de thons pêchés sans DCP depuis deux ans, pour atteindre près d'un quart de son approvisionnement en 2017. Elle a réduit son approvisionnement en thon albacore dont les stocks sont menacés et s'engage à ne plus développer l'offre de ces produits.

Auchan : l'enseigne a, elle aussi, augmenté la part de thons pêchés sans DCP dans son approvisionnement en passant de 5% à 37% des volumes. Elle a introduit une référence de thon pêché à la canne. En revanche, la part de thon obèse et de thon albacore, dont les stocks sont menacés, ont augmenté.

Intermarché : l'enseigne garde une part importante de thon pêché sur DCP et la part de thon pêché à la canne demeure négligeable avec moins de 1%. La marque a cependant augmenté la part de thon pêché à la senne sans DCP en 2017 et sa politique d'approvisionnement prévoit un passage à 50% du thon pêché sans DCP pour le thon albacore d'ici à 2020.

Les retardataires

Ces trois marques sont les seules qui n'ont pas commencé à opérer un changement dans leur approvisionnement. Elles sont les lanternes rouges d'un secteur qui s'est engagé vers des pratiques plus durables.

Saupiquet : la marque dégringole dans le classement 2017. Elle n'a pas su prendre le virage opéré par ses concurrents et s'est reposée sur ses lauriers. 99% du thon qu'elle vend est pêché sur DCP. Elle a en revanche réduit la part des stocks de thons menacés de thon albacore de l'Atlantique au profit des stocks de thon listao, en meilleure santé. La marque propose aussi, comme Petit Navire, un système de traçabilité en ligne. Le groupe Bolton, maison-mère de Saupiquet, est en train de travailler sur une politique d'approvisionnement durable mais celle-ci n'est pas finalisée pour le moment. A suivre donc.

Leclerc : l'enseigne a répondu à notre questionnaire pour la première fois depuis trois ans. On peut donc noter un effort de transparence. Malheureusement, un peu plus de 95% du thon vendu par l'enseigne est pêché sur DCP. Autre point regrettable, il n'y a pas de

politique d'approvisionnement écrite permettant d'évaluer les efforts envisagés par la marque pour améliorer la durabilité de ses produits.

Lidl : l'enseigne fait son entrée dans le classement... à la dernière place ! 100% du thon vendu par l'enseigne est pêché sur DCP. Sa politique d'approvisionnement mentionne la volonté d'augmenter les approvisionnements en thons pêchés sans DCP à partir de 2018, mais sans objectif chiffré.

Méthodologie du classement

Un questionnaire (disponible sur simple demande) a été transmis aux 12 plus grandes marques de thon en boîte. L'objectif de ce questionnaire était d'évaluer les changements opérés par les marques depuis deux ans sur la durabilité de leur approvisionnement (espèces, méthodes de pêche, politiques d'approvisionnement...).

Les questions posées appellent différents types de réponses :

- des données chiffrées précises sur la part de chaque stock de thon (espèce et provenance) composant l'approvisionnement ; la part de chaque méthode de pêche employée pour pêcher le thon vendu par la marque;
- des données qualitatives comme le détail du contenu des politiques d'approvisionnement ; des copies de documents permettant de prouver la traçabilité du thon depuis le bateau jusqu'à la boîte de conserve ; la liste des fournisseurs ; la liste des changements concrets opérés entre 2015 et 2017 en termes d'espèces et de méthodes de pêche ; le niveau de détail de l'information disponible pour les consommateurs à partir des boîtes.

Greenpeace affecte pour chaque critère une notation chiffrée, mais tous les critères n'ont pas le même poids dans le classement. Les marques ont la responsabilité de vendre du thon pêché durablement, quelle que soit l'espèce de thon concernée. Ce sont en effet les méthodes de pêche intensives et destructrices comme l'usage de DCP qui sont responsables du déclin rapide des populations de thons. Par exemple, la pêche de thon listao, dont les stocks se portent plutôt bien, entraîne la capture de juvéniles albacore ou obèse lorsqu'elle est réalisée sur DCP . Opter pour une espèce qui se porte bien sans changer la technique de pêche demeure donc insuffisant. Chaque progrès réalisé (que ce soit dans la politique d'approvisionnement ou l'information aux consommateurs) a été pris en compte dans l'évaluation mais en priorisant la méthode de pêche et l'espèce.

Liens vers les précédents classements

Pour consulter le classement de 2015, [merci de suivre ce lien](#)

Pour consulter le classement de 2014, [merci de suivre ce lien](#)

[1] Source : rapport SOFIA, FAO, 2014

[2] http://awsassets.wwfffr.panda.org/downloads/lpr2015_marine_final_reduit.pdf

[3] Greenpeace et Thai Union ont accepté de se rencontrer tous les six mois pour évaluer les progrès et la mise en œuvre des engagements de l'entreprise. Fin 2018, une tierce partie indépendante examinera les progrès réalisés à cette date sur les engagements pris.
