



Communiqué de presse

Le 25 février 2021

Dossier exclusif 60 Millions de consommateurs et WWF France : Poissons transformés, la bonne pêche ?

Dans le cadre de son analyse comparative sur les produits de la mer, le magazine 60 Millions de consommateurs a fait appel au WWF France pour définir un score environnemental, repris dans la note globale. Le constat est alarmant : surimi, thon, colin, brandade... Les produits de la mer que nous consommons quotidiennement affichent un manque crucial de transparence.

Afin de faire le bon choix dans sa sélection de produits de la mer, le consommateur a besoin des données concernant l'espèce, la zone et la technique de pêche. C'est sur ces trois critères, déjà au cœur de son [consoguide poisson](#), que le WWF France s'est basé pour définir le score environnemental du dossier. L'étude menée sur 56 produits de quatre familles (colin, thon, surimi, brandade) classe les différentes références selon trois niveaux de notes : "à privilégier", "avec modération" et "à éviter".

Les résultats du score environnemental diffèrent en fonction de la famille de produits. Certaines références de thon tirent leur épingle du jeu grâce à des indications claires sur les trois critères, qui indiquent le bon état des stocks de l'espèce et des techniques de pêche avec un impact limité sur les écosystèmes. Toutefois, de nombreux produits sont jugés "à éviter", le WWF France déplorant globalement le manque de données disponibles, qui empêche le consommateur de se faire un avis éclairé.

« Nous faisons face à un manque crucial de transparence sur les produits de la mer, notamment transformés, pourtant déterminante pour lutter contre la pêche illégale, la surpêche et les pratiques destructrices pour les écosystèmes. C'est pour cette raison que le WWF France œuvre actuellement au renforcement de la régulation européenne sur la traçabilité de ces produits, et que nous avons choisi de nous associer à 60 Millions de consommateurs sur le volet environnemental de ce dossier. Le consommateur doit pouvoir bénéficier de données concernant l'espèce, la zone et la technique de pêche pour faire le choix de la durabilité. »

Arnaud Gauffier, directeur des programmes du WWF France

« Chez 60 Millions de consommateurs, nous nous intéressons depuis toujours à la traçabilité des produits et nous nous efforçons désormais de prendre en compte systématiquement les facteurs environnementaux dans nos évaluations. Nous rapprocher du WWF France pour cette étude est une opportunité pour offrir aux consommateurs une information plus complète en les orientant sur des produits durables et de qualité. »

Sylvie Metzeldard, rédactrice en chef de 60 Millions de Consommateurs

A propos du WWF :

Le WWF est l'une des toutes premières organisations indépendantes de protection de l'environnement dans le monde. Avec un réseau actif dans plus de 100 pays et fort du soutien de 6 millions de membres, le WWF œuvre pour mettre un frein à la dégradation de l'environnement naturel de la planète et construire un avenir où les humains vivent en harmonie avec la nature, en conservant la diversité biologique mondiale, en assurant une utilisation soutenable des ressources naturelles renouvelables et en faisant la promotion de la réduction de la pollution et du gaspillage.

Depuis 1973, le WWF France agit au quotidien afin d'offrir aux générations futures une planète vivante. Avec ses bénévoles et le soutien de ses 220 000 donateurs, le WWF France mène des actions concrètes pour sauvegarder les milieux naturels et leurs espèces, assurer la promotion de modes de vie durables, former les décideurs, accompagner les entreprises dans la réduction de leur empreinte écologique et éduquer les jeunes publics. Mais pour que le changement soit acceptable il ne peut passer que par le respect de chacune et chacun. C'est la raison pour laquelle la philosophie du WWF est fondée sur le dialogue et l'action.

Retrouvez toutes nos actualités sur www.wwf.fr

A propos de 60 Millions de Consommateurs :

60 Millions de consommateurs et son site www.60millions-mag.com sont édités par l'Institut national de consommation (INC) ; établissement public à caractère industriel et commercial dont l'une des principales missions est de « regrouper, produire, analyser et diffuser des informations, des études, enquêtes et essais (art.L.822-2 du code de la consommation). www.inc-conso.fr