



FINDUS France

**Communiqué de Presse
26 septembre 2007**

Qui a dit que le développement durable était réservé à certains consommateurs ?

**A partir du 1^{er} octobre 2007, les bâtonnets Croustibat,
la 1^{ère} vente du marché du surgelé (tous segments confondus), deviennent
labellisés MSC, garantissant une pêche durable et écologique.**

Participer à la préservation des ressources halieutiques est de la responsabilité de tous. En choisissant les produits issus de la pêche durable, c'est un pas que chacun fait pour sauver nos océans !

En tant que leader des produits de la mer en Europe et en France, Findus a entrepris en 2007 une démarche volontariste ayant pour objectif de mettre à la portée de tous les produits issus de la pêche responsable et durable.

En s'engageant à vendre les bâtonnets de poissons Croustibat sous label MSC, Findus envoie un message très fort au marché et met la pêche responsable au centre de la consommation de toutes les familles françaises.

« Notre objectif est clair : mettre les produits issus de la pêche écologique et durable au cœur de l'alimentation des Français. Sachant que Croustibat est le produit surgelé le plus acheté en France, et en particulier par des familles, Findus démontre que chacun d'entre nous peut participer à la préservation des poissons au quotidien. Nous cassons l'idée que le développement durable serait réservé à une catégorie de consommateurs », souligne Matthieu Lambeaux, Directeur Général Findus France.

A partir du 1^{er} octobre 2007, Croustibat sera fabriqué avec du Colin d'Alaska MSC

En appliquant l'écolabel MSC à la première référence du surgelé, Findus donne la possibilité au plus grand nombre d'avoir un comportement responsable. Malgré un surcoût de 25% de la matière première MSC, Findus s'engage à bloquer ses prix et absorber cette augmentation jusqu'à fin 2007.

Avec le lancement de Croustibat arrivant après de celui de 5 autres produits MSC depuis mars 2007, Findus multipliera par 7 les volumes de produits labellisés MSC vendus en France dès le mois d'octobre.



Croustibat, le produit poisson préféré des enfants



CROUSTIBAT

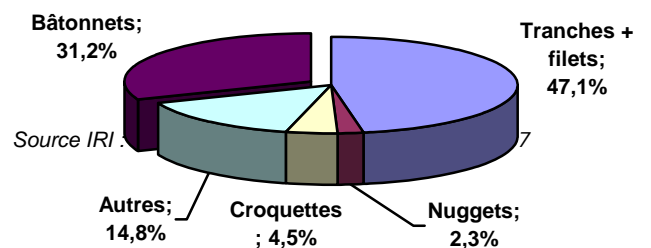
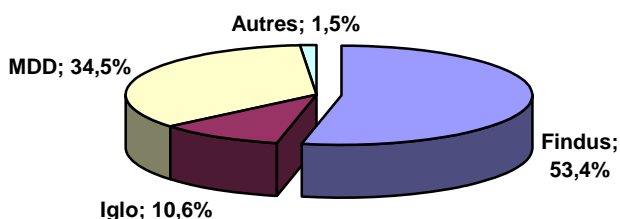
Lancé en 1992, Croustibat est la marque de bâtonnets de poisson préférée des enfants et des mamans.

En effet, selon une récente étude IPSOS¹, Croustibat bénéficie d'une forte notoriété auprès des mères (93% connaissent Croustibat) et auprès des enfants (90%). Croustibat plaît notamment aux mamans car les bâtonnets peuvent s'intégrer très facilement dans des menus équilibrés (80% des mères d'accord avec « Croustibat est une marque qui fait des produits équilibrés »).

Aujourd'hui Croustibat est le produit poisson le plus consommé par les enfants en France

En 10 ans, Croustibat est ainsi devenu le n°1 du surgelé avec environ 16 millions d'euros de ventes valeur (source IRI - HM + SM) et un volume de 3500 tonnes par an.

Le marché du poisson pané



L'engagement de Findus pour une Pêche Responsable et durable

Aujourd'hui, 77% des stocks de poisson sont épuisés, surexploités ou à la limite de la surexploitation.

Dès 2002, Findus s'engage le premier dans une politique de pêche responsable visant à préserver les stocks de poissons et l'écosystème aquatique (en milieu naturel et aquaculture).

En 2007, Findus va plus loin en garantissant que 100% de ses produits poissons sont issus d'un approvisionnement responsable. Cet approvisionnement responsable en poissons repose sur 10 principes très précis respectés chaque jour par les équipes Findus. Ce programme nommé « respect des ressources marines » est le fruit d'un effort colossal fourni depuis 5 ans, par l'entreprise d'une part pour mettre en place ces engagements, et par le travail quotidien avec toutes les pêcheries Findus d'autre part.

Findus (groupe Foodvest) est la seule entreprise aujourd'hui au monde capable de donner une telle garantie. Ces engagements sont consultables sur www.findus.fr

Ces engagements ont pour vocation de :

- préserver les stocks de poisson
- protéger l'écosystème autour de la pêche ou de l'élevage
- lutter contre la pêche illégale
- utiliser dès que possible les écolabels
- être un outil de communication et sensibilisation auprès du grand public.

D'ici 2008 et dans le cadre de sa démarche responsable, Findus s'engage à multiplier par 10 le volume de produits MSC² vendus en France.

Les produits issus de la Pêche Responsable et durable sont d'une grande valeur

Le poisson est la dernière alimentation totalement sauvage puisque issue des vastes océans. Elle est précieuse et doit être préservée avec la participation de tous. Les industriels ont leur rôle à jouer, mais aussi les consommateurs dans leur choix d'achat.

Depuis 2002, Findus supporte un surcoût d'environ 25% à 50% en moyenne pour proposer des produits responsables aux consommateurs. Le prix que les consommateurs paient va refléter de plus en plus dans les 12 mois qui viennent cette différence de coût et de qualité. Plus que jamais, le choix d'achat des consommateurs sera essentiel pour aider les acteurs les plus responsables

contacts presse :

Agence Hill and Knowlton

Isabelle Rahé / Sylvain Camus

Tél: 01.41.05.44.19

E-mail: sylvain.camus@hillandknowlton.com

² Marine Stewardship Council. Cette association indépendante a créé le seul écolabel reconnu internationalement pour les pêcheries durables et répondant aux directives de la FAO.