

This press release is also available [in English](#).

Connétable, Findus, Labeyrie et Carrefour se mobilisent en faveur de la pêche durable aux côtés du MSC

Connétable, Findus, Labeyrie et Carrefour *s'engagent aux côtés du Marine Stewardship Council (MSC) pour promouvoir la pêche durable à travers « les Jours Bleus », une campagne de sensibilisation dans les Hypermarchés Carrefour et les Carrefour Market. Une première en France.*

Paris, 25 janvier 2009 –Connétable [1], Findus [2], Labeyrie [3] et le MSC [4] en partenariat avec Carrefour [5] lancent à la fin du mois [Les Jours Bleus](#), une campagne en magasins à travers la France. Cette opération permettra aux consommateurs français de faire des choix responsables et écologiques en produits de la mer. C'est la première campagne en magasin de cette envergure qui met à l'honneur les produits portant l'écolabel MSC en France.

Un partenariat en faveur de la pêche durable

Cette campagne en magasins est l'aboutissement d'un projet commun ; elle a rassemblé trois marques engagées pour le respect de nos océans, le premier distributeur alimentaire européen et l'écolabel MSC pour la pêche durable. L'objectif premier est d'encourager les consommateurs à choisir des produits de la mer écologiques. En choisissant des produits portant l'écolabel MSC, les consommateurs contribuent à la préservation des ressources de nos océans.

L'écolabel bleu du MSC est avant tout un moyen simple et efficace pour les consommateurs d'identifier les produits de la mer issus de la pêche durable.

La campagne aura lieu dans les Hypermarchés Carrefour du 16 au 23 février 2010 et dans les Carrefour Market du 27 janvier au 2 février 2010. Plus de 220 Hypermarchés et Carrefour Market sont concernés par l'opération [où de nombreux produits écolabellisés MSC seront mis en avant](#). Des animations de sensibilisation auront lieu dans plus de 100 magasins.

Première campagne MSC en magasins

Les *Jours Bleus* s'inscrivent dans la volonté du MSC de communiquer plus activement vers le consommateur final en le sensibilisant aux enjeux de la surpêche et aux garanties du label MSC pour promouvoir la pêche durable. Saatchi & Saatchi, la prestigieuse agence de publicité, a contribué bénévolement au développement de cette nouvelle stratégie de communication BtoC. Le lancement d'un nouveau logo en juillet 2009 avait lancé le coup d'envoi de cette nouvelle stratégie ; les *Jours Bleus* constituent une deuxième étape dans cette direction. Ils visent à accroître la visibilité de l'écolabel MSC dans l'Hexagone, mais aussi à promouvoir l'engagement de nos partenaires en faveur de la pêche durable.

Déclaration des partenaires

Carrefour a lancé son premier produit à sa marque portant le label MSC en février 2008 et en propose aujourd'hui 18 sous sa marque distributeur aux rayons surgelé et marée. Carrefour est le premier distributeur en France de produits écolabellisés MSC à sa marque. Hervé Gomichon, Directeur Qualité du groupe Carrefour, s'est félicité du lancement de cette opération conjointe : « Il est important pour Carrefour de proposer à ses clients des produits de la mer sélectionnés dans le respect des ressources halieutiques. Le MSC est au cœur de la politique d'approvisionnement responsable du Groupe. Nous souhaitons continuer dans cette

direction afin de donner aux consommateurs un choix encore plus large de produits issus de la pêche durable. »

Nicolas Guichoux, Directeur Europe du MSC, a ajouté: « En participant à cette campagne, les marques Findus, Connétable et Labeyrie sont les premières en France à faire preuve d'un engagement fort en faveur de la pêche durable certifiée MSC et à promouvoir leur gamme de produits écolabellisés MSC dans les rayons de la GMS. Carrefour, qui va accueillir le premier *Les Jours Bleus* dans son réseau de supermarchés et d'hypermarchés, répond à la demande grandissante des consommateurs sur la provenance des produits de la mer. Ces consommateurs auront désormais la possibilité de s'informer en magasin sur le travail du MSC.» Nicolas Guichoux a ajouté : «Nous tenons à remercier tout particulièrement l'agence de communication Saatchi et Saatchi pour leur immense contribution au développement *des Jours bleus*.»

Steven Libermann, Directeur Marketing & Développement de Findus France a déclaré : « Voici plusieurs années que nous travaillons main dans la main avec le MSC et nous sommes ravis de voir cette première campagne conjointe s'installer en magasins sur l'ensemble du territoire français. Chacune de ces opérations sensibilise un peu plus le consommateur aux respect des ressources marines.»

Jean-François Hug, directeur général de Chancerelle a ajouté : « La gamme écolabellisée MSC de Connétable remporte un franc succès depuis son lancement en 2008 et nous sommes heureux de nous engager aux côtés du MSC et des autres marques en faveur de la pêche durable.»

Xavier Gaudio, directeur général de Labeyrie a commenté : « L'engagement pour la pêche durable fait partie intégrante de notre stratégie d'entreprise et les produits écolabellisés MSC représentent une part significative de notre offre. Nous sommes ravis d'avoir contribué à la mise en place de cette campagne.»

Pour plus d'informations

Pour plus d'informations, veuillez consulter : <http://www.msc.org/fr/joursbleus> ou http://www.carrefour.fr/developpement_durable ou contacter Agnès Estay, MSC, au + 44 (0) 20 7811 3314 ou anyes.estay@msc.org

Notes aux éditeurs

[1] Plus ancienne conserverie de sardines au monde, **Connétable** s'applique, depuis 1853, à conjuguer poisson de qualité avec recettes fines et variées pour offrir aux gourmands des produits toujours plus savoureux. Une connaissance exceptionnelle du poisson, transmise de génération en génération, une fabrication alliant méthodes artisanales d'autrefois et procédés de fabrication modernes... Voilà ce qui fait la fierté de la maison Chancerelle, dont les équipes perpétuent avec passion le succès qui accompagne le groupe et la marque Connétable depuis plus de 150 ans. Connétable a lancé sa première gamme éco-labellisée MSC en 2008.

[2] **Findus France** fait partie de Findus Group, l'un des plus grands acteurs européens de l'agro-alimentaire et des produits de la mer. Findus Group rassemble Findus (France, Suède, Norvège, Finlande, Royaume-Uni), Young's (Royaume-Uni) et The Seafood Company (Royaume-Uni). En France, Findus est la marque leader du surgelé, avec une présence transversale sur de nombreux segments : poissons, légumes et pommes de terre, plats cuisinés...

[3] Labeyrie, Leader français reconnu sur les marchés du saumon fumé et du foie gras, Labeyrie fait partie du groupe franco-islandais Alfesca, n°1 en Europe de l'alimentaire festif et présent sur 4 activités : saumons et poissons fumés, crevettes, foie gras et produits de canard, blinis et tartinables. Depuis plus de 60 ans, Labeyrie dédie son savoir-faire et son expertise au Plaisir afin de développer des produits d'excellence. Entreprise responsable et engagée dans le développement durable, Labeyrie a fait le choix depuis 2007 d'être certifiée MSC sur toute sa gamme de saumon fumé sauvage.

[4] The Marine Stewardship Council (MSC) est une organisation mondiale à but non lucratif créée en 1997 pour trouver une solution au problème de la surpêche. Le MSC gère le seul programme reconnu universellement d'écolabel et de certification environnementale pour la pêche sauvage. En matière de certification des pêcheries, le MSC est le seul écolabel qui répond aux exigences du Code de bonne conduite pour la mise en place de référentiels sociaux et environnementaux d'ISEAL (l'Alliance Internationale d'Accréditation et d'Etiquetage Social et Environnemental). En outre, le MSC est l'unique organisation à être en accord avec les directives pour l'étiquetage écologique de la FAO, l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture.

Au total, plus de 150 pêcheries sont inscrites au programme du MSC: 61 sont certifiées, 100 sont en cours d'évaluation et 40 à 50 autres sont en évaluation préliminaire confidentielle. Les pêcheries certifiées MSC enregistrent des prises annuelles de plus de 4 millions de tonnes de poissons et fruits de mer, ce qui représente près de 4% du total des captures sauvages mondiales enregistrées par la FAO. Les pêcheries actuellement en cours d'évaluation capturent 2.85 millions de tonnes de produits de la mer – soit près de 3% des captures sauvages dans le monde. Plus de 3500 produits de la mer dans le monde affichent l'écolabel bleu du MSC. Leur traçabilité est assurée jusqu'aux pêcheries certifiées MSC.

Cette année, le MSC fête ses 10 ans d'activité depuis l'entrée de la première pêcheurie dans le programme de certification du MSC.

Pour plus d'informations, veuillez consulter le site www.msc.org/fr

[5] Carrefour est présent en France au travers de 5 formats (hypermarché, supermarché, proximité, hard discount et cash&carry) et plus de 5 500 magasins. Depuis plus de cinquante ans, Carrefour s'affirme comme le partenaire de la vie quotidienne de millions de clients en leur proposant pour un large choix de produits et de services au meilleur prix. Fortement engagé en faveur du développement durable depuis près de 20 ans, Carrefour a mis en place de nombreuses actions visant à développer un commerce responsable, respectueux de l'environnement et des hommes. L'ensemble des engagements de Carrefour en faveur du Développement durable se décline autour de 4 axes : la préservation de ressources, la maîtrise des déchets, la promotion d'une consommation citoyenne, la responsabilité sociale.