

AGROALIMENTAIRE

La pêche française lance son label made in France

A partir de jeudi, les amateurs de poissons, coquillages et crustacés frais pourront choisir d'acheter des produits de la mer français. La première marque nationale, garantissant « fraîcheur et traçabilité totale », selon Gérard Higuinen, président de France Filière Pêche, sera en effet lancée le 13 septembre dans les supermarchés sous l'intitulé « Pavillon France ». Trois marins stylisés habillés de bleu, de jaune et de rouge permettront de repérer la pêche française, qui ne représente plus que 30 % de la marchandise au rayon du poisson. L'opération sera relayée par deux campagnes de communication télé et Internet, du 17 septembre au 7 octobre, puis du 12 au 30 novembre.

Consommation en déclin

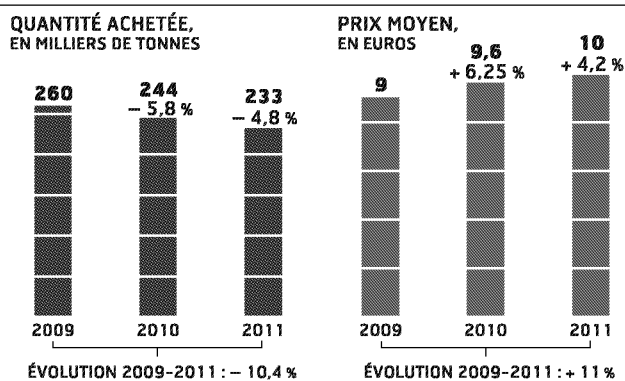
Pour la distribution, qui commercialise 60 % des produits de la mer frais, c'est une façon de réagir à la crise du pouvoir d'achat. Après des années de hausse de la consommation de produits de la mer, les grandes et moyennes surfaces (GMS) sont en effet confrontées à son déclin. « Le contexte économique difficile et la hausse des prix ont pesé sur la demande des ménages, qui ont acheté moins de produits de la

pêche et de l'aquaculture. Les sommes dépensées dans ce rayon, en hausse depuis plusieurs années, se sont stabilisées », souligne France AgriMer. Résultat, les volumes de poisson et autres produits de la mer vendus en supermarché ont diminué de 3 % en 2011. Toutes les enseignes sont parties prenantes dans l'opération, y compris les indépendants Intermarché et Leclerc. Pour les mareyeurs et les pêcheurs, c'est une manière de réagir à une situation pour le moins paradoxale, caractérisée par le déclin de la pêche dans un pays doté de trois façades maritimes. La production française a diminué de 20 % en dix ans selon France AgriMer.

La filière espère que cette campagne lui permettra de lutter contre « les idées reçues du poisson cher et difficile à préparer », et de faire mieux connaître les ressources de la pêche française. Celle-ci comprend 200 espèces quand on en consomme essentiellement quatre : le saumon, le cabillaud, les moules et les huîtres. « Les Français doivent savoir qu'à moins de dix euros le kilo, le lieu noir et la sardine coûtent moins cher que du steak haché frais ou des escalopes de poulet », affirme Gérard Higuinen.

MARIE-JOSÉE COUGARD

LE MARCHÉ DU POISSON FRAIS EN FRANCE



« LES ÉCHOS » / SOURCE : FRANCEAGRIMER

