



seafood
choices
ALLIANCE

The European Marketplace for Sustainable Seafood

Enjoying seafood used to be a simple pleasure. Most of us who appreciate the bounty of the ocean can name a favourite recipe or a preferred species. Not surprisingly, one of the greatest connections we have with the ocean is through the seafood on our plate. Yet this once-simple source of enjoyment has become increasingly complicated. In 1960 scientists predicted that the ocean could yield upwards of 300 million tonnes of seafood every year, providing protein to nearly half of the world's population that depends on fish as an essential part of their diet, and income to millions.

Less than half a century later, wild seafood production has peaked at around 90 million tonnes. The U.N. Environmental Programme (UNEP) has warned that fish populations will collapse by 2050 unless drastic measures are taken. This confirms what marine scientists reported in 2006, saying that 'business as usual' will see the collapse of nearly all commercial fisheries by 2048.

The good news is that the seafood industry is not sitting idly by while stocks collapse. Forward-thinking companies are partnering with other businesses and stakeholder groups to address an increasingly prevalent topic: the business of sustainability. Sourcing seafood in 2007 and beyond involves not just quantity, but ethical responsibility. The Seafood Choices Alliance, as the global trade association for sustainable seafood, is helping stakeholders across the seafood supply chain advance their environmental and economic goals.

The European Market for Sustainable Seafood

The Alliance conducted public opinion polling in the UK, Germany and Spain, asking seafood professionals and consumers their thoughts on the state of the ocean and sustainable seafood. Overwhelmingly, respondents are 1) concerned about the health of the ocean, and 2) want more information on sourcing and purchasing sustainable seafood. Pared with a snapshot look at the European seafood marketplace, data that includes wild seafood landings, aquaculture production, seafood consumption and import/export figures, an opportunity is revealed: environmentally friendly seafood has the potential to be good for business and good for the health of the ocean. The purpose of this report is to inform those who would like to know more about the European seafood marketplace, and to act as an educational tool for those in the stakeholder chain already working to advance sustainability across this industry. In addition, the Alliance has published an in-depth report on the UK seafood marketplace, and a report on the French marketplace will follow.

"No one person created the situation we are in and no one person or one particular school of thought is going to get us out."

Harry Frisch
Founder, Beaver Street Fisheries

Capitalising on Consumption

"There must be some reason to explain why we have no access to that kind of information [about seafood sustainability], since we can have it about apples, shoes, etc; it is available on everything except fish."

Consumer, Spain

The Alliance's industry data shows seafood consumption in Europe has been steadily rising for the past forty years, up from 18.8kg per capita in the 1960's, compared to well over 26kg per capita in 2003. With this rise in consumption comes added responsibility, as consumers have become increasingly aware of the challenges related to fishing. In the UK, Germany and Spain, Alliance research shows that 40% of consumers would pay more for seafood labelled as 'environmentally-responsible.'

At Sea and On Land

While consumption has been on the increase, Europe's wild fisheries landings have been going down (by 10% since 1990). This is in spite of the ability to fish deeper, faster and longer than ever before. Quite simply, the ocean's fish have been unable to keep up with demand.

With wild landings going down and 75% of all fisheries classed as fully or over-exploited, the challenge will fall to aquaculture to help meet the global demand for fish protein. Europe is the third largest producer of aquacultured products, after China and India. While growth in this industry is encouraged and indeed necessary to meet the global demand for protein, there are concerns over the long-term sustainability of the fish-farming industry.

Industry Leaders

Rather than waiting for governments to act, forward-thinking companies and organisations are making significant changes to the way seafood is procured. Recently, retailers from Germany, UK, France and Switzerland including Metro, Migro, Coop, Carrefour, Sainsbury's and ASDA, among others, made commitments to overhaul or improve their seafood sourcing practices. The number of fisheries certified by the Marine Stewardship Council, an eco-labelling scheme for ocean-friendly seafood, continues to increase (at the time of writing 22 fisheries have met the MSC standard). Research by the Seafood Choices Alliance shows that if the industry is to continue forward on the sustainability path, more information is needed to source seafood responsibly.

"I am worried about the ocean because there are less and less fish."

Retailer, Germany

European Trade

"Everyone knows the problem with cod as it stands. And fish is being air crated in from all round the world to compensate for the cod shortages."

Consumer, UK

Europe is the largest importer of seafood in the world, responsible for 38% of the global trade. Imports have nearly doubled by volume in the past twenty years. This is partly due to the rise in consumption, as well as the shortage in domestic products, requiring Europeans to import more seafood than ever before. Trade in Europe is somewhat concentrated; Spain, the UK, France, Italy and Denmark generated 68% of all European imports.

More is Needed

The Alliance's public opinion polling was the first of its kind conducted in Europe. Consumers and seafood professionals (including buyers, chefs and restaurateurs) were asked their thoughts on the conditions of the ocean and the role sustainable seafood can play. As catches decline and aquaculture increases, the issue of sustainability is growing in importance for the consumer. 95% of consumers polled in the UK, Germany and Spain say they want more information about how to make sustainable seafood choices and 40% are willing to pay up to 5-10% more for sustainable seafood. 86% say they would be more likely to buy seafood labelled as environmentally responsible.

The professional poll reveals that 88% are very concerned about the state of the ocean, with over 56% saying their business depends on a bountiful supply of seafood. The majority of seafood professionals equate environmentally responsible fishing with a higher quality product. Many professionals have shifted their procurement towards responsible sourcing, showing that the 'business as usual' mentality is becoming obsolete.

"We are not well enough informed; we have very little information to give to our customers."

Restaurateur, UK

Moving Forward

To ensure the future of their business, the industry must be able to meet current and future demand for seafood in a way that ensures the viability of species and the conservation of the oceans and other waters on which they depend. Now more than ever, those in the seafood supply chain -from the ocean to the plate - need more information and tools to continue moving forward on a responsible, profitable path.

Seafood Choices Alliance, with members in more than 50 countries, unites and amplifies the leading voices in and around the seafood industry who share a commitment to sustainability. By mobilising and connecting those voices in the seafood industry with other stakeholders in support of a sustainable supply of seafood, there is a future where a healthy and bountiful ocean is a reality.

Full report available at/Rapport complet disponible sur : www.seafoodchoices.org

France
19, rue Martel
75010 Paris
Tel: +33 1 56 03 54 66

United Kingdom
6-20 Elizabeth Street
3rd Floor Mountbarrow House
London SW1W 9RB
Tel: +44 207 811 3349

United States
8401 Colesville Road
Suite 500
Silver Spring, MD 20910
Tel: +1 301 495 9570

Afin de garantir l'avenir de ses activités, l'industrie doit être à même de satisfaire la demande, actuelle et future, en produits de la mer tout en garantissant la viabilité des espèces et la sauvegarde des océans dont dépendent ces espèces. Plus que jamais, les acteurs de la chaîne d'approvisionnement – de l'océan à l'assiette – ont besoin d'informations et d'outils leur permettant de continuer une activité viable sur les plans économique et environnemental.

L'Alliance Seafood Choices, dont les membres sont répartis dans plus de 50 pays, rassemble et mobilise le voix des leaders de l'industrie des produits de la mer mais aussi de tous les acteurs de la filière qui partagent le même engagement en faveur du développement durable. C'est en mobilisant les représentants de l'industrie des produits de la mer et les autres acteurs soucieux d'un approvisionnement durable en produits de la mer, que l'on pourra assurer la préservation des océans et de leurs ressources.

Aller de l'avant

88 % des professionnels interrogés sont très concernés par l'état des océans, dont plus de 56 % affirment que leurs activités professionnelles dépendent d'un approvisionnement prospère en produits de la mer. La majorité des professionnels estime qu'une pêche respectueuse de l'environnement est synonyme de produits de la mer de qualité supérieure. Nombre d'entre eux optent désormais pour un approvisionnement responsable, et précisent que l'on ne peut plus continuer de s'approvisionner en produits de la mer sans changer nos habitudes.

"Nous ne sommes pas suffisamment bien informés. Nous ne disposons que de fort peu d'informations à transmettre à nos clients"
Un restaurateur - Royaume-Uni

Cette étude est la première du genre en Europe. Les consommateurs et les professionnels des produits de la mer (distributeurs, chefs et restaurateurs) ont été interrogés sur ce qu'ils pensaient de la situation actuelle des océans et des produits de la mer « durables ». Les pêches sauvages diminuant et la part de l'aquaculture augmentant, la question de la durabilité ne laisse pas le consommateur indifférent. 95 % des consommateurs interrogés souhaitent de plus amples informations quant à la manière dont ils pourraient faire des choix en faveur des produits de la mer durables, et 40 % se déclarent prêts à payer jusqu'à 5 à 10 % de plus pour disposer de produits de la mer pêchés dans des conditions respectueuses de l'environnement. 86 % ont de même affirmé qu'ils seraient plus susceptibles d'acheter des produits de la mer portant un label attestant d'une pêche responsable.

Plus encore...

L'Europe est le premier importateur au monde de produits de la mer, représentant 38 % du commerce international. Ses importations ont quasiment doublé en volume au cours des vingt dernières années. Cette situation est en partie due à une augmentation de la consommation, mais aussi en raison de la non disponibilité de ces produits sur le marché intérieur. En conséquence, les Européens importent plus que par le passé. Le commerce est relativement concentré au niveau européen : l'Espagne, le Royaume-Uni, la France, l'Italie et le Danemark représentent 68 % de l'ensemble des importations européennes.

"Chacun connaît le problème auquel le cabillaud est actuellement confronté. Nous importons désormais ce poisson des quatre coins du monde afin de compenser la disparition de nos propres stocks."
Un consommateur - Royaume-Uni

Le commerce européen

Sans attendre que les gouvernements agissent, un certain nombre d'entreprises et d'organisations tournées vers l'avenir ont décidé d'opérer des changements significatifs. Récemment, plusieurs distributeurs notamment en France, en Allemagne, au Royaume-Uni et en Suisse ont par exemple Metro, Migros, Coop, Carrefour, Sainsbury's, ASDA... se sont engagés à revoir et améliorer leurs pratiques d'approvisionnement en produits de la mer. Le nombre des pêches certifiées par le Marine Stewardship Council (MSC), organisme d'éco-labellisation des produits de la mer, a augmenté de manière responsable ne cesse d'augmenter (à ce jour, 22 pêches sont labellisées MSC). Pour que les industries puissent poursuivre ces actions dans la voie de la durabilité, elles doivent disposer des informations nécessaires pour pouvoir s'approvisionner de manière responsable en produits de la mer.

"Je suis très inquiet pour l'avenir. Il y a en effet de moins en moins de poisson."
Un détaillant - Allemagne

En protéines, un certain nombre d'inquiétudes subsistent quant au caractère durable de ce secteur. Avec cette diminution des pêches et sachant que 75 % des pêches actuelles sont classées comme étant totalement exploitées ou comme faisant l'objet d'une surexploitation, il reviendra à l'aquaculture de relever le défi de satisfaire la demande globale en protéines de poisson. L'Europe est le troisième producteur aquacole, derrière la Chine et l'Inde. Alors que la croissance de l'aquaculture est encouragée et même nécessaire si l'on veut pouvoir satisfaire la demande mondiale en protéines, un certain nombre d'inquiétudes subsistent quant au caractère durable de ce secteur.

Alors que la consommation ne cesse d'augmenter, les pêches européennes ont quant à elles diminué (de 10 % depuis 1990), et ce, malgré le fait que l'on arrive désormais à pêcher plus en profondeur, plus vite et plus longtemps que par le passé. La raison est simple : les ressources des océans ne sont plus en mesure de satisfaire la demande.

En mer et sur terre...

Le Marché européen des Produits de la Mer durables

Beaucoup d'entre nous apprécient les ressources des océans et peuvent citer l'une de leurs recettes ou espèces favorites... Le lien le plus étroit que nous entretenons avec l'océan est en effet la gastronomie liée aux produits de la mer. Mais cette ressource ne cesse de se raréfier, et la situation du secteur de se complexifier.

Dans les années 60, les scientifiques prévoyaient que les océans pourraient offrir un rendement pouvant atteindre jusqu'à 300 millions de tonnes de produits de la mer chaque année, et ainsi fournir, d'une part, des protéines à près de la moitié de la population mondiale dont le poisson constitue un élément essentiel du régime alimentaire, et d'autre part, des revenus à plusieurs millions de personnes.

Moins d'un demi-siècle plus tard, la pêche a atteint un pic d'environ 90 millions de tonnes. Selon le Programme des Nations Unies pour l'Environnement (UNEP), si des mesures drastiques ne sont pas rapidement prises, les populations de poissons enregistreraient une diminution très importante d'ici à 2050. Ceci a été confirmé par des scientifiques qui ont publié en 2006 « que si le secteur continuait à développer ses activités au même rythme qu'aujourd'hui, on pouvait s'attendre à la disparition de la quasi-totalité des espèces consommées d'ici 2048 ».

Face à la forte diminution des stocks de poissons, des professionnels ont décidé d'agir. Un certain nombre d'entreprises qui misent sur l'avvenir ont développé des partenariats avec d'autres acteurs de la filière, en vue de contribuer au développement durable de ce secteur. Une gestion responsable des ressources implique une gestion des quantités, mais également une responsabilité éthique.

Le marché européen des produits de la mer durables

L'Alliance Seafood Choices a réalisé une enquête auprès des professionnels du secteur et des consommateurs (en Allemagne, en Espagne et au Royaume-Uni) pour savoir ce qu'ils pensaient de l'état actuel des ressources des océans et des produits de la mer « durables ». En grande majorité, les personnes interrogées (1) sont concernées par la préservation des océans, et (2) souhaitent disposer de plus d'informations quant à l'approvisionnement en produits de la mer « écologiquement responsables ».

"Personne en particulier n'a créé la situation dans laquelle nous trouvons et personne en particulier ni aucune école de pensée spécifique ne nous en sortira."
Harry Frisch
Créateur de l'entreprise Beaver Street Fisheries - USA

Miser sur la consommation

Ce rapport présente le marché européen (EU-15) des produits de la mer en donnant des informations sur la pêche, l'aquaculture, la consommation, les importations et exportations du secteur. Il révèle que les produits de la mer « durables », pêchés de manière responsable dans des conditions respectueuses de l'environnement – permettent non seulement de préserver les ressources de nos océans mais – offrent également un potentiel économique pour les professionnels. Il s'adresse aux professionnels, acteurs de la chaîne d'approvisionnement qui souhaitent œuvrer en faveur d'un développement durable des ressources halieutiques. Il est accompagné d'une publication qui se concentre sur le marché britannique des produits de la mer. Une étude sur le marché français sera disponible prochainement.

La consommation des produits de la mer n'a eu de cesse d'augmenter en Europe au cours des 40 dernières années, passant de 18,8 kg par habitant dans les années 60, à plus de 26 kg par habitant en 2003. Cette augmentation va de pair avec une plus grande prise de conscience des consommateurs vis-à-vis des défis liés à la pêche. 40 % des consommateurs interrogés sont prêts à payer plus pour des produits de la mer qui bénéficieraient d'un label « écologiquement responsable ».

"Il doit bien y avoir une raison pour expliquer pourquoi nous n'avons pas accès au type d'informations [relatives au développement durable des produits de la mer], alors que nous pouvons y avoir accès pour la majorité des autres produits (alimentaire ou non)."
Un consommateur - Espagne