

THON Les labels noient

*Que valent les labels écologiques des boîtes de thon?
Hélas, pas grand-chose.*

Au naturel ou à l'huile, la célèbre conserve occupe une place toujours plus importante dans les buffets. La production mondiale de thon double ainsi tous les dix ans depuis 1950, pour atteindre aujourd'hui, grosso modo, 5 millions de tonnes. Une telle croissance n'est pas sans générer des impacts environnementaux, économiques et sociaux.

Les labels qui fleurissent sur les boîtes sont-ils de nature à les limiter?

Sans dauphin... sans effort

Aujourd'hui, la quasi-totalité des boîtes de thon sont marquées d'un logo représentant un dauphin. Appelés Dolphin Safe ou Dolphin Friendly, ces labels

Deux labels, deux niveaux d'exigence

Label DOLPHIN SAFE
du Earth Island
Institute



Ce label est **très répandu** en Suisse. Par exemple pour les marques Supreme, Rio mare, Migros, Armour.

Ce standard signifie que le thon a été pêché avec des **méthodes respectueuses des dauphins**. Il a été développé en 1990. Environ 300 compagnies de pêche, de conserveries, de commerçants, d'associations d'import et de chaînes de restaurants l'ont adopté.

Les entreprises de pêche se doivent de ne tuer, blesser ou capturer aucun dauphin. Elles s'engagent à ne pas utiliser de filets dérivants.

Le label est **peu fiable**. Les captures de dauphins ne constituent plus un problème actuellement. Les exigences devraient donc être mises à jour. De plus, aucun programme de contrôle fort n'existe. Ce label ne s'intéresse qu'à un impact: celui sur les dauphins. Il peut induire le consommateur en erreur, qui croira acheter un produit durable alors que ce n'est pas le cas.

Label MSC
(Marine
Stewardship
Council)



Les rillettes de thon de la marque Connétable portent le label. **Peu répandu** pour le thon en boîte. Toutefois, 7% des entreprises de pêche sont actuellement certifiées MSC.

Ce label se rapproche du concept de **pêche durable**. L'organisme MSC a été créé en 1997, en réponse au problème global de la surpêche. Initialement sponsorisé par la multinationale Unilever et le WWF, il est devenu indépendant en 1999.

La santé des espèces ciblées, le respect des écosystèmes, les aspects économiques, sociaux et commerciaux des entreprises, et la prise en compte des accords locaux et internationaux figurent parmi les principaux critères d'évaluation.

Ce standard environnemental est **fiable** et suit les directives minimales de la FAO (Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture). L'accord final à la certification est donné par un comité scientifique spécialement constitué pour l'entreprise. Le comité donne des recommandations à l'entreprise, qui doit les appliquer si elle veut voir sa licence renouvelée. Pour le WWF, qui a évalué les principaux standards de produits marins, le label MSC est le plus complet et le plus abouti de tous. **A. O.**



le poisson

certifient que le poisson a été pêché sans préjudices pour les dauphins. Mais pourquoi ces cétaqués intéressent-ils tant les industries du thon? Pour le comprendre, il faut remonter aux années nonante, aux Etats-Unis. Le principal terrain de pêche au thon aux USA était, et est toujours, le Pacifique tropical. Dans cette région, le yellowfin, une importante variété de thon, a l'habitude de se déplacer avec des familles de dauphins. Les prises accidentelles de dauphins étaient donc fréquentes et mettaient en péril le cétaqué. Les consommateurs américains ont fait pression sur les fabricants pour le sauver. Or thons et dauphins ne cohabitent que dans cette partie est du Pacifique. Les thons provenant d'autres régions du globe sont donc forcément Dolphin Safe, et portent le label... sans faire aucun effort pour une pêche plus durable. Les logos actuels représentant un dauphin ne reposent sur aucune réglementation. L'un des rares à être contrôlés par un organisme indépendant ne tient pas ses promesses (voir encadré). Le standard de pêche durable MSC est pour l'heure le meilleur garant de qualité éthique.

Anne Onidi



Un cas de pêche illégale en Afrique de l'Ouest, relaté par l'organisation danoise danwatch.

Noir marché

Environ 40% du poisson vendu sont issus d'une pêche illégale, non contrôlée et non réglementée. Comme elles créent de la surpêche, ces prises ont un impact important sur les écosystèmes. Elles cassent aussi le marché des pays du Sud, dont la pêche constitue un revenu important. Pour l'heure, les consommateurs n'ont pas les moyens de savoir s'ils consomment du poisson réglementé ou non, sauf par le biais du label MSC.

Jean-Bernard Sieber



Piqûre de rappel

La FRC s'inquiète d'une invasion de produits dangereux en Suisse, comme vous avez certainement pu le lire dans la presse (un produit de consommation très dangereux également). En effet, à partir du 1^{er} juillet prochain, date d'entrée en vigueur du principe du Cassis de Dijon, lesdits produits dangereux pourraient foisonner dans notre pays, celui-ci n'ayant pas adhéré au système européen de rappel de ces produits, le système Rapex. Rapex dont le dernier rapport contient une liste de produits où figurent, entre autres, un ours en peluche avec un anneau qui peut être avalé par un bambin (drôle d'idée de bouffer un anneau), un briquet dangereux pour les enfants (ce qui pourrait être la cause d'accidents quand nos enfants allumeront leur cigarette) ainsi qu'un laser pouvant provoquer des lésions aux yeux. Une liste utile mais largement incomplète. Tant qu'à interdire les produits dangereux, autant aller jusqu'au bout: les téléphones portables payés généreusement par les parents et qui permettent à des mômes encore mouillés derrière les oreilles de se tenir au courant de l'actualité du cinéma pornographique. Les hamburgers et les frites consommés sans modération par les gosses dans les succursales de la multinationale de la malbouffe, avec l'aval (si j'ose dire) de ces mêmes parents. Les jeux en tout genre offrant aux jeunes une vision de la guerre et de la violence rafraîchissante, des jeux souvent offerts par les parents à Noël et qui ont l'avantage de débilitier leur progéniture au point de lui faire croire que la Seconde Guerre mondiale a été gagnée par Super Mario. Et, enfin, produit sans doute le plus dangereux des produits dangereux, la télévision! Un amas de conneries à la chaîne (sans jeu de mots) toléré par des pères et mères trop heureux de se débarrasser de leurs têtes blondes accaparées par la petite lucarne, qui, en l'occurrence, tient pour ainsi dire lieu de seul outil d'éducation.

La liste est encore longue, et il m'est ici impossible d'être exhaustif. Mais il me paraît évident, et tout compte fait, que les produits les plus dangereux pour nos jeunes gens sont sans conteste les parents.