



联合国
粮食及
农业组织

Food and Agriculture
Organization of the
United Nations

Organisation des Nations
Unies pour l'alimentation
et l'agriculture

Продовольственная и
сельскохозяйственная организация
Объединенных Наций

Organización de las
Naciones Unidas para la
Alimentación y la Agricultura

منظمة
الغذية والزراعة
للأمم المتحدة

F

COMITÉ DES PÊCHES

SOUS-COMITÉ DU COMMERCE DU POISSON

Dix-septième session

Vigo (Espagne), 25-29 novembre 2019

ACTIVITÉS DE COMMUNICATION EN FAVEUR DE L'AQUACULTURE AUPRÈS DES CONSOMMATEURS ET AUTRES PARTIES PRENANTES

Résumé

Le présent document fait le point sur les activités que la FAO a menées depuis la dernière session du Sous-Comité du commerce du poisson (le Sous-Comité), tenue en 2017, en ce qui concerne la communication en faveur des produits issus de l'aquaculture et la valorisation de leur image. L'attention est portée en particulier sur les projets et ateliers visant à améliorer l'image de l'aquaculture et de ses produits, en particulier les études techniques qui ont été réalisées, les partenariats mis en place avec des initiatives pertinentes ainsi que la collaboration établie avec la Commission générale des pêches pour la Méditerranée (CGPM) et avec le Sous-Comité de l'aquaculture du Comité des pêches.

Suite que le Sous-Comité est invité à donner

- Faire part de ses observations concernant les activités de communication mises en œuvre par la FAO en faveur des produits issus de l'aquaculture et l'impact de l'action ainsi menée sur le commerce et la consommation de ces produits;
- Apporter des informations et des témoignages illustrant les initiatives nationales en matière de communication ainsi que l'incidence des médias quant à l'image du secteur de l'aquaculture et de ses produits, y compris le problème des informations mensongères;
- Donner des avis concernant les initiatives et activités nationales et régionales en cours visant à améliorer la perception et l'acceptabilité de l'aquaculture;
- Prendre note des études et activités pertinentes menées par la FAO et formuler des recommandations visant à guider les travaux futurs;
- Prendre note des progrès accomplis en collaboration avec les différentes parties prenantes et proposer de nouvelles activités.

Le code QR peut être utilisé pour télécharger le présent document. Cette initiative de la FAO vise à instaurer des méthodes de travail et des modes de communication plus respectueux de l'environnement. Les autres documents de la FAO peuvent être consultés à l'adresse www.fao.org.



nb374

GÉNÉRALITÉS

1. L'aquaculture est un secteur relativement nouveau dans le système d'approvisionnement alimentaire mondial. Bien comprendre le processus de production aquacole et son incidence pour la santé humaine et pour l'environnement exige souvent la possession de connaissances techniques spécifiques qui ne sont pas toujours accessibles au grand public. Une telle méconnaissance, voire une interprétation erronée, peuvent être à l'origine d'une certaine méfiance envers le secteur aquacole.

2. La communication et l'information sur les produits alimentaires devraient permettre de mieux informer les consommateurs et, donc, de faire évoluer les comportements quant au choix des aliments et aux habitudes alimentaires. Les consommateurs ainsi que d'autres intervenants dans le système d'approvisionnement alimentaire exigent des éléments factuels concernant la qualité, la sécurité sanitaire et la durabilité des aliments. À cet égard, les médias (traditionnels et sociaux), qui constituent la source d'information la plus influente pour la communication des risques liés à l'alimentation, jouent un rôle essentiel dans la diffusion d'information, aussi bien positive que négative, intéressant le secteur alimentaire. Malheureusement, l'impact que les informations défavorables peuvent avoir sur la consommation est généralement supérieur à celui de la communication d'informations positives.

3. À sa quinzième session (Agadir, 2016), le Sous-Comité a examiné un document de travail portant sur les incidences de l'offre de produits aquacoles sur le commerce et la consommation¹. Il a noté que les produits issus de l'aquaculture jouaient un rôle croissant sur les marchés nationaux, régionaux et internationaux, et a fait savoir qu'il accueillerait avec satisfaction toute nouvelle information et analyse concernant l'incidence de l'offre de produits aquacoles sur le secteur après récolte et sur le commerce.

4. À sa neuvième session (Rome, 2017), le Sous-Comité de l'aquaculture a insisté sur la nécessité d'améliorer la perception que les consommateurs avaient du secteur aquacole dans son ensemble et il a encouragé les secrétariats des deux sous-comités de la FAO à lancer à cet effet des programmes et activités communs, avec la participation des pays et de parties prenantes externes. Un certain nombre de pays ont souligné le rôle important que jouaient les petits producteurs, ainsi que la nécessité de les aider à obtenir un meilleur accès aux marchés. Il était important également d'améliorer la perception des produits issus de l'aquaculture et de mettre en avant les avantages qui leur étaient associés. Par ailleurs, il a été suggéré que le Sous-Comité du commerce du poisson contribue à rehausser la visibilité de l'ensemble des produits (issus de la pêche comme de l'aquaculture) tout au long de la filière, afin que les consommateurs et le grand public puissent recevoir des informations exactes et des éléments factuels pertinents concernant le poisson et les produits de la pêche et de l'aquaculture. Cette démarche comporterait l'élaboration de produits de communication ainsi que d'autres initiatives visant à améliorer l'image du poisson dans les médias.

5. L'importance de la coordination des activités des deux sous-comités aux fins de la création de synergies dans les domaines pertinents a été reconnue lors de leurs sessions respectives et, plus récemment, à la dixième session du Sous-Comité de l'aquaculture (Trondheim, 2019).

COMMERCE ET INTÉGRATION DES MARCHÉS ENTRE ESPÈCES SAUVAGES ET ESPÈCES D'ÉLEVAGE

6. La croissance de la production aquacole au cours des trois dernières décennies a donné lieu à une forte augmentation de l'offre totale de poisson et a influé de manière positive sur le développement de nouveaux marchés et sur la promotion de la consommation de poisson en général. S'agissant des produits de la pêche et de l'aquaculture, les améliorations d'ordre qualitatif, le développement de nouveaux produits et les avancées logistiques, qui ont permis de créer un modèle de production plus orienté vers le marché, ont également contribué à la mondialisation du commerce du poisson et des produits de la pêche et de l'aquaculture.

¹ <http://www.fao.org/3/a-mp437f.pdf>.

7. Compte tenu de l'importance du poisson issu de l'aquaculture, il est essentiel de comprendre la préférence des consommateurs pour celui-ci ou pour le poisson sauvage. La connaissance actuelle de l'intégration du marché, qui indique l'absence de différenciation entre le poisson d'élevage et le poisson sauvage de la part des consommateurs, est fondée sur un nombre restreint d'espèces et de marchés. Les études révèlent une certaine intégration du marché entre les spécimens sauvages et d'élevage appartenant à une même espèce. Un récent rapport de la FAO² a permis de constater l'existence d'une intégration du marché pour une grande variété de produits issus de la pêche et de l'aquaculture en Méditerranée. Cependant, les résultats de l'étude ont montré que, dans les pays de la région, l'intégration des marchés du poisson sauvage et du poisson issu de l'élevage était faible, voire inexistante, pour la daurade royale, le bar européen et d'autres espèces (turbot, maigre commun et clams). Dans la documentation étudiée, ce manque d'intégration était expliqué par un schéma de consommation traditionnel lié à la connaissance locale du poisson, par une préférence pour les produits locaux, par le recours à différentes filières de marché et par une perception négative persistante des produits issus de l'élevage dans la région. L'étude a néanmoins permis de constater une intégration du marché pour deux espèces, la dorade rose et la morue de l'Atlantique, qui peut être attribuable aux faibles volumes de vente des produits d'élevage.

CERTIFICATION ET DIRECTIVES D'APPLICATION VOLONTAIRE POUR AMÉLIORER LA COMMUNICATION EN FAVEUR DE L'AQUACULTURE

8. La certification et les directives d'application volontaire sont des outils stratégiques pour faire connaître les bonnes pratiques en matière d'aquaculture et les récompenser. Les systèmes de certification, qui encouragent les producteurs à adopter des pratiques aquacoles responsables au moyen de mesures d'incitation fondées sur le marché, sont aussi utilisés pour réduire au maximum les effets négatifs potentiels, accroître les avantages pour la société et pour les consommateurs et renforcer la confiance dans le processus de commercialisation des produits issus de l'aquaculture. De nombreuses initiatives du secteur privé, comme la Global Salmon Initiative (GSI)³ qui veille à la bonne réputation de la filière du saumon d'élevage sur le plan environnemental, et l'initiative Crianza de Nuestros Mares⁴ de l'association APROMAR pour la communication en espagnol des bonnes pratiques de pisciculture, ont opté soit pour l'adoption des normes de certification existantes en aquaculture, soit pour la mise au point de leurs propres programmes ou labels dans l'objectif d'améliorer tout d'abord l'image du poisson d'élevage, puis la réputation globale du secteur aquacole. Les certifications entre entreprises et les certifications de l'entreprise au consommateur demeurent un outil de communication efficace, mais elles se heurtent à de nombreux obstacles tenant en particulier aux coûts mêmes de la certification et à l'ouverture aux pays en développement et aux petits producteurs, ainsi qu'à de nouvelles questions d'intérêt commun concernant la responsabilité sociale.

9. Par ailleurs, les directives de la FAO concernant les systèmes de certification permettent également de renforcer la confiance dans les produits issus de l'aquaculture, et cela, au profit de la production, du commerce et de la consommation. Conformément au mandat que lui a donné le Comité des pêches à sa trente-troisième session (Rome, 2018), la FAO élabore actuellement un projet de directives sur la responsabilité sociale dans la filière du poisson⁵.

RÔLE DES MÉDIAS ET COLLABORATION ENTRE LA FAO ET D'AUTRES INSTITUTIONS INTERNATIONALES

10. La couverture médiatique de l'aquaculture ainsi que l'opinion publique sur la question peuvent avoir une influence sur les responsables politiques et les autorités de réglementation, qui aura à son tour une incidence sur le cadre plus global du secteur. Les médias (traditionnels et sociaux) jouent un rôle clé en structurant et en dominant la sphère publique et constituent l'une des sources d'information privilégiées les plus utilisées. L'attention et la couverture médiatiques accordées au secteur de

² <http://www.fao.org/3/i8220en/I8220EN.pdf> (en anglais).

³ <https://globalsalmoninitiative.org/en/what-is-the-gsi/> (en anglais et en espagnol).

⁴ <https://www.crianzadenuestrosmares.com/de-nuestros-mares/> (en espagnol).

⁵ Prière de consulter le document portant la cote COFI:FT/XVII/2019/13.

l'aquaculture sont essentielles pour que le public puisse être informé des questions et débats importants. Si les gens pensent que le secteur a un impact négatif sur l'environnement et sur la santé humaine, il est fort possible qu'ils n'achèteront pas de poisson d'élevage ou qu'ils exigeront l'application de réglementations plus strictes.

11. Dans bien des cas, c'est un stimulus ou un événement déclencheur qui est à l'origine d'une couverture médiatique et qui se présente souvent sous la forme d'une découverte ou déclaration scientifique publiée dans une revue spécialisée ou d'un communiqué de presse émanant d'un institut de recherche. Il a été constaté que ces événements influaient sur l'ampleur de la couverture médiatique comme sur la façon dont les questions étaient traitées par les médias.

12. La FAO participe au projet financé par l'Union européenne au titre du programme Horizon 2020, intitulé «*Mediterranean Aquaculture Integrated Development (MedAID)*»⁶. Dans le cadre du projet, 34 partenaires de 12 pays travaillent en étroite collaboration en vue d'améliorer la compétitivité et la durabilité du secteur de la pisciculture marine méditerranéenne, tout au long de la filière. L'Organisation contribue en particulier aux activités du projet portant sur l'amélioration des performances commerciales et sur l'élaboration de plans stratégiques de commercialisation des produits issus de l'aquaculture.

13. Dans le cadre des activités du projet, la FAO a organisé un atelier international sur le rôle des médias et les marchés des produits issus de l'aquaculture (mai 2018, Rome [Italie]), qui a rassemblé des représentants de gouvernements et d'associations, ainsi que des producteurs, des experts internationaux et des journalistes spécialisés dans la pêche et l'aquaculture. Les participants ont dressé en particulier les constats suivants:

- les médias ont généralement une faible connaissance de l'aquaculture;
- ils tendent à publier des informations négatives concernant le secteur aquacole plutôt que des informations positives;
- les informations que véhiculent les médias sont généralement extrêmement techniques et donc difficiles à comprendre pour un public non spécialisé;
- il manque une stratégie de communication soutenue et coordonnée en faveur du secteur de l'aquaculture.

14. Au cours de l'atelier, les participants ont également souligné que, même si la communication interactive dans les médias sociaux tendait à attirer l'attention des consommateurs, influant ainsi de plus en plus sur leurs décisions en matière d'achat, ceux-ci pouvaient aussi se tourner vers d'autres sources d'information. Une interaction continue avec le vendeur pouvait contribuer à améliorer la perception que les consommateurs avaient de l'aquaculture, en général, et de certaines espèces, en particulier. Les journalistes spécialisés ont insisté sur la nécessité de former des rédacteurs et de mettre en place des plateformes ou des bases de données fiables pour permettre une meilleure diffusion de l'information. À leur avis, la plupart des rédacteurs n'étaient pas des spécialistes du secteur et, en raison du temps limité dont ils disposaient pour rédiger leurs articles, les informations étaient souvent recueillies en peu de temps, y compris auprès de sources pouvant être considérées comme étant moins fiables. De telles conditions peuvent favoriser la production d'informations mensongères ou trompeuses, un problème auquel il convient de s'attaquer aux niveaux national, régional et international.

15. Dans le cadre du projet MedAid, la FAO prépare également un rapport de recherche sur l'image de l'aquaculture que véhiculent les médias, qui a permis d'élaborer et de valider une méthode spécifique visant à estimer l'incidence des médias sur la perception que les consommateurs ont de l'aquaculture et sur leur comportement d'achat. À l'heure actuelle, la collecte des données relatives à l'Espagne est terminée et les travaux sont en cours pour l'Italie et la Grèce. Les résultats de l'étude seront diffusés sur le site web de la FAO GLOBEFISH⁷.

⁶ <http://www.medaid-h2020.eu/> (en anglais).

⁷ www.globefish.org.

16. Dans le cadre de MedAid, la FAO participe aussi, en collaboration avec la CGPM, à l'élaboration de matériels de promotion destinés au grand public et aux consommateurs et visant à mettre en avant les effets externes positifs de l'aquaculture durable et les avantages liés aux produits issus de l'aquaculture, au titre des objectifs de développement durable (ODD) et en accord avec les principes de la croissance bleue. Par ailleurs, un questionnaire a été mis en ligne et plusieurs ateliers régionaux ont été organisés à l'intention d'un large éventail de parties prenantes, dans l'objectif de recenser les principaux facteurs qui influent sur l'acceptabilité sociale de l'aquaculture. Deux ateliers ont déjà eu lieu – l'un à Montpellier (France) dans le cadre d'AQUA 2018, en août 2018, et l'autre à Monastir (Tunisie), en avril 2019. Des directives visant à améliorer l'acceptabilité sociale de l'aquaculture en Méditerranée et en mer Noire sont en cours d'élaboration, afin d'aider les décideurs et d'autres parties prenantes à promouvoir la mise en œuvre de bonnes pratiques pour exploiter le potentiel de l'aquaculture durable et contribuer à améliorer la perception globale du grand public vis-à-vis des produits issus de l'aquaculture.

17. Les activités menées par la CGPM et les résultats de l'atelier ont également permis de constater que les pays devaient inscrire dans leurs stratégies et plans nationaux en faveur de l'aquaculture des éléments spécifiques destinés à améliorer l'acceptabilité sociale de l'aquaculture, y compris un plan de communication visant les principales parties prenantes et s'adressant au grand public et, notamment, aux consommateurs, sur les effets externes positifs de l'aquaculture durable et les avantages liés aux produits issus de l'aquaculture.

PROCHAINES ÉTAPES POUR LA FAO

18. La FAO s'efforce de partager et de diffuser les informations et les résultats issus du projet MedAID à d'autres régions. MedAID constitue le point de départ d'un programme régional d'assistance, global et à parties prenantes multiples, visant à améliorer la performance et l'image du secteur aquacole et des produits issus de l'aquaculture. Le projet est toujours en cours d'exécution, mais l'expérience acquise et l'approche suivie peuvent être mises à profit pour lancer des activités analogues dans d'autres régions. De telles initiatives pourraient émaner des organes régionaux des pêches de la FAO et tirer parti de l'étroite collaboration qui existe déjà avec les réseaux d'aquaculture, tels que le Réseau aquacole régional pour l'Afrique et le Réseau des centres d'aquaculture pour la région Asie et Pacifique.

Directives relatives à l'aquaculture durable

19. À sa neuvième session, le Sous-Comité de l'aquaculture a demandé à la FAO d'élaborer des directives relatives à l'aquaculture durable en tenant compte des bons résultats obtenus en matière de développement de l'aquaculture dans différentes régions. À cet effet, la Consultation d'experts⁸ qui a été organisée à Rome en juin 2019, a permis de définir une feuille de route, une méthode et un contenu, ainsi qu'une liste de modules thématiques, qui devront être développés en s'appuyant sur les directives existantes et les enseignements tirés des études de cas portant sur les réalisations en matière d'aquaculture durable.

20. À la dixième session du Sous-Comité de l'aquaculture, les Membres ont approuvé les propositions issues de la Consultation d'experts – en particulier la liste des modules thématiques, dont un chapitre est consacré aux filières de l'aquaculture, aux consommateurs, aux marchés et au commerce – couvrant les six modules thématiques suivants:

- perception et acceptabilité;
- valeur nutritionnelle, qualité et sécurité sanitaire des produits issus de l'aquaculture;
- commercialisation des produits de l'aquaculture;
- filières aquacoles équitables et productives;
- qualité des produits et systèmes de certification d'application volontaire;
- conformité aux normes internationales.

⁸ fao.org/3/na410fr/na410fr.pdf.

21. Le Sous-Comité de l'aquaculture a également indiqué qu'il était très favorable à la proposition d'organiser des consultations régionales et il a encouragé les Membres à contribuer à l'élaboration des directives relatives à l'aquaculture durable en mettant en commun leurs données d'expérience lors de ces réunions.

22. Les travaux menés conjointement par les secrétariats des deux sous-comités contribueront au processus d'élaboration des directives, concernant en particulier les éléments relatifs au commerce et à la commercialisation, ainsi que la perception et l'acceptabilité de l'aquaculture et des produits issus de l'aquaculture.