



Contact presse : Sandrine Malet  
+33 (0)6 23 41 23 69  
[sandrine.malet@yahoo.fr](mailto:sandrine.malet@yahoo.fr)

## SEAFOOD SUMMIT 2010 : LE THON, L'AQUACULTURE ET LES ASPECTS SOCIAUX AU COEUR DU DÉBAT

*La plus grande conférence jamais tenue sur la durabilité des produits de la mer s'est clôturée à Paris.*

(PARIS, 3 février 2010) - le Seafood Summit organisé par l'Alliance Produits de la mer s'est achevé hier sur les réflexions de Julie Packard, directrice générale de l'Aquarium de la Baie de Monterey, concernant les succès de l'action durable menée autour des produits de la mer sur les dix dernières années et les défis à venir.

*« Il est indéniable que la terre et les océans subissent des changements », a déclaré Julie Packard. « Nous ne faisons que commencer à comprendre le fonctionnement des écosystèmes océaniques. Notre tâche est de concevoir des solutions dans ce monde en constante évolution. »*

Sur les trois derniers jours, plus de **640 délégués de 47 pays** se sont réunis pour discuter des défis actuels qui se présentent en matière de durabilité à la filière des produits de la mer et aux organisations environnementales. Le thon a été un grand sujet de débat, alors que la France vient de prendre position en faveur de l'interdiction du commerce international du thon rouge. Un grand nombre d'échanges ont également porté sur le saumon, du fait en partie de la récente décision des chaînes de distribution Target et Marks & Spencer de retirer le saumon d'élevage de leurs rayons. Un débat animé s'est instauré entre les opposants au saumon d'élevage et les représentants de l'aquaculture du saumon, suite à la projection au cours du Sommet d'un film controversé « Farmed Salmon Exposed » (*révélation sur le saumon d'élevage*).

Au troisième et dernier jour de la conférence, les intervenants du panel « Small Farmers in Big Markets » (*Aquaculteurs artisanaux, marchés mondiaux*) ont contesté la définition courante de durabilité, qui souvent ne reflète que les facteurs environnementaux et économiques. Michael Phillips, du World Fish Center, a déclaré : « *Notre point de vue est que la question des produits de la mer durables intègre largement les aspects sociaux et environnementaux ; or jusqu'à présent, les considérations sociales n'ont pas été prises en compte. Nous devons remettre en question la définition des produits aquatiques « durables ».* » Dans les pays en développement, se positionner sur le marché international des produits de la mer relève du défi pour les petits producteurs de la filière de l'aquaculture. La perspective de la mise en place du commerce équitable de la crevette au cours des prochaines années pourrait contribuer à résoudre ce problème.

Au cours de la conférence, Melanie Siggs, vice-présidente des marchés durables pour SeaWeb, a annoncé que **le Seafood Summit 2011 se déroulerait à Vancouver au Canada** : « Du fait de sa proximité aux pêcheries du nord-ouest du Pacifique et des liens solides que la ville a tissés avec l'Asie, Vancouver se présente comme le lieu parfait pour continuer les discussions fructueuses que nous avons eues à Paris », a-t-elle confié aux délégués.

**Les panels, présentations et ateliers du Seafood Summit sont désormais disponibles en ligne sur [www.seafoodchoices.org](http://www.seafoodchoices.org).**

**Contact avec les intervenants, photos et images vidéos disponibles sur simple demande.**

###

***L'Alliance Produits de la mer** (Seafood Choices Alliance) est un programme international de SeaWeb qui a pour vocation de créer des opportunités de changements au sein de la filière des produits de la mer. L'Alliance crée des synergies et propose des solutions innovantes pour des défis à long terme. Elle accompagne les différents acteurs de la filière vers la durabilité en favorisant le dialogue et les opportunités de réseau. [www.allianceproduitsdelamer.org](http://www.allianceproduitsdelamer.org)*

Fondée en 1996, **SeaWeb** est une organisation qui oeuvre pour la préservation des océans. SeaWeb est une organisation non gouvernementale qui s'appuie sur la communication et le marketing social afin de faire prendre conscience des menaces de plus en plus importantes qui pèsent sur les océans et ses ressources. En proposant des solutions basées sur la science et en mobilisant les décideurs autour de la préservation des océans, SeaWeb rassemble des voix multiples, variées et puissantes pour préserver les océans. [www.seaweb.org](http://www.seaweb.org)

