.

Tous les observateurs un peu initiés étaient scandalisés de constater que la grande distribution plagie, imite impunément des logos, créés des labels autoproclamés, cahiers des charges édulcorés, tout cela sans respecter aucune des règles que leurs concurrents s'imposent. Pire, nous savions que la flotte Scapêche était très destructrice alors qu'Intermarché se prétendait très vertueux, respectant l'océan et l'environnement (alors que les porteurs de parts sont les mêmes). Un peu comme Leclerc qui ne travaille que dans l'intérêt des petits producteurs…

L'Association BLOOM a saisi l'ARPP (Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité). Le verdict est tombé. L'Autorité interdit à Intermarché de continuer sa publicité laissant penser qu'il jouait un rôle « déterminant » dans la préservation des ressources marines. Le monde a l'envers… Un peu comme le tabac qui aurait eu des vertus contre le cancer…

Bloom dénonce les pratiques de pêche au chalut de la flotte Scapêche du groupement des Mousquetaires qui est notoirement « parmi les plus destructrices au monde » pour la faune et la flore sous-marine alors qu'Intermarché faisait croire au consommateur que ses pratiques étaient irréprochables voire bénéfiques !

Le Jury de déontologie publicitaire de l'ARPP a très logiquement jugé que la publicité en question pouvait induire le public en erreur sur la réalité des actions d'Intermarché….Evidemment, puisque c'était l'objectif ! Par ailleurs, il estime que « l'auto-label » Intermarché appelé « pêche responsable » présente « une forte ressemblance avec le label MSC et comporte un risque de confusion quant à la signification de ce logo »…serait-ce pour tromper le consommateur ? Nous n'osons pas l'imaginer !