

# Bærekraftsertifisering og muligheter for norsk fiskerinæring





Nofima er et næringsrettet forskningsinstitutt som driver forskning og utvikling for akvakulturnæringen, fiskerinæringen og matindustrien.

Nofima har om lag 400 ansatte.

Hovedkontoret er i Tromsø, og forskningsvirksomheten foregår på seks ulike steder: Ås, Stavanger, Bergen, Sunndalsøra, Averøy og Tromsø

**Hovedkontor Tromsø:**

Muninbakken 9–13  
Postboks 6122 Langnes  
NO-9291 Tromsø

**Ås:**

Osloveien 1  
Postboks 210  
NO-1431 ÅS

**Stavanger:**

Måltidets hus, Richard Johnsensgate 4  
Postboks 8034  
NO-4068 Stavanger

**Bergen:**

Postboks 1425 Oasen  
NO-5828 Bergen

**Sunnalsøra:**

Sjølseng  
NO-6600 Sunndalsøra

**Averøy:**

Ekkilsøy  
NO-6530 Averøy

**Felles kontaktinformasjon:**

Tlf: 02140  
Faks: 64 94 33 14  
E-post: [post@nofima.no](mailto:post@nofima.no)  
Internett: [www.nofima.no](http://www.nofima.no)

**Foretaksnr.:**

**NO 989 278 835 MVA**

# Rapport

	ISBN: 978-82-8296-153-0 (trykt) ISBN: 978-82-8296-154-7 (pdf) ISSN 1890-579X
<i>Tittel:</i> <b>Bærekraftsertifisering og muligheter for Norsk fiskerinæring</b>	<i>Rapportnr.:</i> 3/2014
	<i>Tilgjengelighet:</i> <b>Åpen</b>
<i>Forfatter(e)/Prosjektleder:</i> Bjørn Helen Nøstvold, Ingrid Kvalvik, James A. Young	<i>Dato:</i> 16. januar 2014
<i>Avdeling:</i> Forbruker og marked	<i>Ant. sider og vedlegg:</i> 25
<i>Oppdragsgiver:</i> Fiskeri og havbruksnæringens forskningsfond (FHF)	<i>Oppdragsgivers ref.:</i> FHF#900546
<i>Stikkord:</i> Bærekraftsertifisering, strategi, verdi	<i>Prosjektnr.:</i> 21133
<i>Sammendrag/anbefalinger:</i> Målet med prosjektet er å vurdere en potensiell markedsfordel og verdiøkning for norsk fiskerinæring av bærekraftsertifisering. Alternativene som vurderes er uavhengig tredjeparts sertifiseringsprogram (MSC) opp mot etableringen av et nasjonalt program (IRF) og muligheten for å klare seg uten bærekraftsertifisering. Spørsmålet er hva som kan oppnås ved etablering av et nasjonalt merke i forhold til å benytte seg av eksisterende globale merker. Studien viser at det per i dag er urealistisk å klare seg uten sertifisering i mange viktige markeder. Fordelene med bruk av MSC er tungtveiende (anerkjent internasjonalt, etablert, forbrukerlogo, reklamekampanjer), det samme kan man si om utfordringene med å etablere et nasjonalt merke (krever nasjonalt samarbeid, kostnads- og energikrevende). Likevel kan ønsket om nasjonal kontroll være sterkt nok til at fordelene ved en nasjonal strategi er verdt å vurdere. Dette er muligheter til å inkludere norsk opprinnelse og sosial bærekraft, kontroll over pris og kriterier samt motivasjon hos næringen til å fronte norsk bærekraftig fiske og ikke være sårbar for indirekte omdømmetap ved å assosieres med MSC gjennom andre fiskeriers svakheter eller generell kritikk mot MSC. MSC har tjent norsk industris interesser greit. Det er likevel slik at man kan dokumentere bærekraft på andre måter.	
<i>English summary/recommendation:</i> The project evaluated the establishing of a national Norwegian sustainability certification scheme against the use of the MSC. What if anything could be gained? The results show some important benefits by MSC; international recognition and accept, consumer logo and advertising cooperation. Benefits with a national program are ability to include origin and social sustainability, motivation in the fleet and industry to improve and embrace the program, control with reputation, criteria and price. MSC have served the Norwegian industry's interests, but it is still possible to document sustainability using other options.	

## **Forord**

Dette er delrapport 3 i prosjektet "Marketing and value added effects for whitefish and pelagic industries of different eco-labelling schemes". Prosjektet er finansiert av Fiskeri- og Havbruksnæringens Forskningsfond (FHF).

# Innhold

<b>1</b>	<b>Innledning.....</b>	<b>1</b>
1.1	Tidligere delrapporter og andre leveranser .....	1
1.1.1	Iceland Responsible Fisheries (IRF) og islandske erfaringer .....	2
1.1.2	Markedsundersøkelser i utvalgte markeder .....	2
1.1.3	Langtids butikkstudie i Storbritannia.....	2
1.2	Begrensninger med prosjektet .....	4
<b>2</b>	<b>Bærekraftsertifisering av fiskerier .....</b>	<b>5</b>
2.1	Leverandører av bærekraftsertifisering til den norske industrien .....	5
2.1.1	Marine Stewardship Council - MSC .....	6
2.1.2	KRAV .....	6
2.1.3	Friends of the Sea .....	7
2.1.4	Vurdering av eksisterende strategier .....	7
2.2	Ingen sertifisering .....	7
<b>3</b>	<b>Nasjonale og internasjonale sertifiseringsprogrammer .....</b>	<b>9</b>
3.1	Kostnader forbundet med sertifisering .....	9
3.2	Finansiering .....	12
3.3	Nøkkelkriterier.....	12
<b>4</b>	<b>Fordeler og ulemper ved MSC versus nasjonal strategi .....</b>	<b>15</b>
4.1	Marine Stewardship Council .....	15
4.1.1	Fordeler og mulige utfordringer med MSC .....	15
4.2	Iceland Responsible Fisheries.....	18
4.2.1	Fordeler og utfordringer med nasjonal sertifisering .....	19
<b>5</b>	<b>Oppsummering og vurdering .....</b>	<b>22</b>
<b>6</b>	<b>Referanser .....</b>	<b>24</b>

# 1 Innledning

Målet med prosjektet “Marketing and value added effects for whitefish and pelagic industries of different eco-labelling schemes” er å vurdere en potensiell markedsfordel og verdiøkning for norsk fiskerinæring av bærekraftsertifisering. Alternativene som skal vurderes er bruk av et uavhengig tredjeparts sertifiseringsprogram (det vil si Marine Stewardship Council – MSC) opp mot etableringen av et nasjonalt program (som det islandske Iceland Responsible Fisheries – IRF) og muligheten for å klare seg uten bærekraftsertifisering. Spørsmålet knyttet til etableringen av et nasjonalt bærekraftsmerke er hva, om noe, som kan oppnås ved et nasjonalt merke i forhold til å benytte seg av eksisterende globale merker som MSC, som allerede brukes av norsk næring.

De siste 10 årene har fokuset på manglende bærekraft i verdens fiskerier økt betraktelig, både på nasjonalt og internasjonalt nivå og man har utarbeidet både bindende og frivillige tiltak for å bedre forvaltningen av verdens fiskerier. Dette har skjedd både på nasjonalt, regionalt og globalt nivå, da særlig gjennom FNs matvareorganisasjon FAO. I tillegg har man private initiativ, hvor interesseorganisasjoner og supermarkeder jobber for å påvirke industrielle aktører slik at de i økende grad kjøper bærekraftig sjømat. I kjølvannet av dette har det dukket opp flere ordninger for merking og sertifisering av bærekraftig sjømat, hvorav MSC (Marine Stewardship Council) er det største og mest synlige. I tråd med denne trenden har mange norske bedrifter sertifisert seg, og i dag er fiskerier for torsk, hyse, sei, krill, reker, sild og makrell (for øyeblikket suspendert) sertifisert under ulike internasjonale sertifiseringsprogrammer.

I tillegg til de internasjonale tredjeparts sertifiseringsprogram har noen land, som Island og Alaska, utviklet egne nasjonale sertifiseringsprogram. Disse er utviklet som et alternativ til de dominerende internasjonale bærekraftprogrammene, og i dag finner man internasjonale, nasjonale og private sertifiseringsordninger side om side i butikker. Spørsmålet rundt hvordan man skal dokumentere bærekraft og ulike sertifiseringsordninger er ikke noe man avgjør en gang for alltid. Det er et eget marked i kontinuerlig utvikling. Temaet har vært viktig i noen år, særlig i Vest-Europa og USA. Mens noen mener bærekraftdokumentasjon og sertifisering er etablert som et kjøpskriterium i en del markeder og at dette vil bre seg også til andre markeder, mener andre at dette er en trend – lik mange andre – som vil avta og erstattes av nye trender og krav. Det er derfor viktig å følge med på utviklingen og vurdere mulige strategier. I denne delrapporten skal vi vurdere muligheten for å utvikle et tilsvarende norsk bærekraftmerke som det islandske sett i lys av deres erfaringer og med kunnskap om hvordan ulike bærekraftmerker oppfattes i utvalgte markeder for norsk fisk.

## 1.1 Tidligere delrapporter og andre leveranser

Som bakgrunn for vurderingen av den norske bærekraftstrategien er det i tråd med prosjektbeskrivelsen utarbeidet to del-rapporter: en om det islandske merket og en om to viktige markeder for norsk fisk, nemlig Storbritannia og Sverige. I tillegg har Nofima utført en såkalt longitudinal butikkstudie i Storbritannia i over to år som gir informasjon som er relevant for problemstillingen reist i dette prosjektet.

### **1.1.1 Iceland Responsible Fisheries (IRF) og islandske erfaringer**

I Nofima Report 34/2012<sup>1</sup> vurderte vi IRF og den islandske strategien med å utvikle et eget nasjonalt bærekraftmerke, samt den islandske næringens erfaringer og holdninger til IRF og MSC. Vi fant at IRF er godt mottatt både nasjonalt og internasjonalt, men at de står over noen utfordringer i forhold til behov for sertifisering av flere bestander enn torsk (noe de fikk i oktober 2013). Etter etableringen av IRF sertifiserte noen islandske aktører flere fiskerier med MSC etter krav fra kjøpere i det europeiske markedet, og det er i dag mange islandske bedrifter som er sertifisert med MSC eller både IRF og MSC. Aktører i islandsk fiskerinæring har derfor to muligheter for å dokumentere bærekraft på flere arter på Island i dag, en internasjonal tredjepartsertifisering gjennom MSC og en nasjonal tredjepartsertifisering gjennom IRF og sertifiseringsorganet Global Trust Ltd. Dette er en tilsvarende situasjon norsk industri vil stå overfor hvis de velger å etablere en nasjonal strategi, og erfaringer og utfordringer knyttet til dette vil bli diskutert senere i rapporten.

### **1.1.2 Markedsundersøkelser i utvalgte markeder**

Nofima Report 45/2013<sup>2</sup> presenterer funnene fra markedsundersøkelser i Storbritannia og Sverige. Hensikten var å undersøke hvordan bærekraft og dokumentasjon av bærekraft vurderes i to markeder som er viktige for Norge. Dette er også markeder som er opptatt av bærekraftsertifisering. Undersøkelsen er basert på intervjuer med supermarkeder, produsenter og tradere, noen hotell og restauranter, samt supermarkedsundersøkelser hvor vi har sett på tilbud og utvalg av bærekraftmerkede produkter i butikkene.

Studien av de britiske og svenske markedene viser at bærekraftsertifisering er et godt etablert kjøpskriterium, selv om de aller fleste også kjøper ikke-sertifisert fisk. De to markedene er imidlertid ulike både i holdning til MSC og bruk av logo mot forbruker. I Sverige er aktørene positive til bærekraftsertifisering generelt og til MSC. I Storbritannia er meningene mer delte, hvor supermarkedene er positive og produsentene mer negative til MSC. I Sverige er det meste av fryste produkter MSC-merket, men vi fant ingen ferskvaredisker som var sertifisert, selv om de kjøper MSC-sertifisert fisk. I Sverige er også KRAV og WWFs trafikklis liste mye brukt og har stor tillit. I Storbritannia argumenterte supermarkedene for nødvendigheten av å bruke logoen på produktene, men butikkundersøkelsene viser at det finnes veldig lite MSC-merkede produkter. De alle fleste aktørene vi snakket med var også klar på at logoen ikke er viktig for forbrukeren når de handler, men at de stoler på at supermarkedene tar ansvaret med å tilby bærekraftig fisk. Vi stilte derfor spørsmål ved nødvendigheten av å ha en sertifisering rettet mot forbruker. Betydningen av dette for norsk industri og valg av sertifiseringsstrategi vil diskuteres senere i rapporten.

### **1.1.3 Langtids butikkstudie i Storbritannia**

Prosjektet har hatt stor nytte av en langtidsbutikkstudie i Storbritannia, som er delfinansiert av Fiskeri- og havbruksnæringens forskningsfond (FHF) prosjektet «Differensieringsstrategier» og interne midler i Nofima. I denne studien har man gjort ukentlige personlige observasjoner av en

---

<sup>1</sup> Nofima Report 34/2012. National Responsible Fisheries Schemes: an option for the Norwegian Fishing industry? A Case study of Iceland Responsible Fisheries. Bjørg H Nøstvold, Ingrid Kvalvik & James A. Young (University of Stirling)

<sup>2</sup> Nofima Report 45/2013. Sustainability certification and the market. Case studies of the United Kingdom and Sweden. Bjørg Helen Nøstvold, Ingrid Kvalvik and James A. Young (University of Stirling).

rekke fryste, kjølte og ferske fiskeprodukter og priser i sju utvalgte supermarkeder i det britiske markedet siden oktober 2010.<sup>3</sup> Metoden er et alternativ til scannerdata basert på strekkodelesing og gir tilgang til alle observerbare produkttegenskaper. Den er også en betraktelig billigere metode enn scannerdata.

Undersøkelsen kartlegger verdien av ulike produkttegenskaper ved hjelp en hedonisk prismodell. Analysen gjennomføres på en slik måte at det er mulig å avdekke prispremier for hver enkelt egenskap kontrollert for effekten av de andre produkttegenskapene. For dette prosjektet har man kartlagt antall MSC-sertifiserte arter og produkter i butikken og analysert eventuell prispremium på disse.

Analysene viser at MSC-merket gir en prispremie på 10 % på hyseprodukter. For fryst torsk, hyse og Alaska pollock viser de siste analysene at det er en prispremium på 12,7 %. Varer merket med «linefanget» gir en prispremium på 18 % og 10 % på henholdsvis torsk og hyse. Brettpakkede produkter basert på krokfanget torsk og hyse er tilgjengelige i nesten alle supermarkedene. Omfanget av MSC-merkede produkter er imidlertid meget begrenset. Av totalt 333 produkter i februar 2013 hadde bare 21 MSC-logoen på pakken. Det er ikke mulig å si noe om hvor mye som selges av de ulike produktene.

Analysen viser også at produkter som er merket med private bærekraftmerker (ikke sertifisert av uavhengig tredjepartsertifiserer), som Fish for Life, er 10 % billigere enn produkter som ikke har bærekraftmerking i det hele tatt. Studien fant også at de fleste produktene i utvalget er merket med kjedenes egne merker og at produsentmerker i svært liten grad er tilstede. Kun ett torskeprodukt og syv hyseprodukter har produsentmerker ("Perfect Catch" og "Young's"). Disse produktene har så få observasjoner i datamaterialet at det ikke lar seg gjøre å undersøke eventuelle prispremier for disse merkene.

For mer informasjon om prosjektet og resultatene se:

Sogn-Grundvåg, G., Larsen, T.A. and Young, J.A. (In press) Product differentiation with credence attributes and private labels: the case of whitefish in UK supermarkets, *Journal of Agricultural Economics*.

Sogn-Grundvåg, G., T.A. Larsen & J.A. Young (2013). The value of line-caught and other attributes: An exploration of price premiums for chilled fish in UK supermarkets. *Marine Policy*, **38**, pp. 41–44.

Asche, F., T.A. Larsen, M.D. Smith, G. Sogn-Grundvåg & J.A. Young (2013). Pricing of Eco-labels for salmon in UK supermarkets. Duke Environmental and Energy Economics Working Paper Series. Working paper EE13-02. May 2013. Duke University.

Sogn-Grundvåg, G., T.A. Larsen & J.A. Young (2012). Oppnår krokfanget fisk prispremie i detaljistmarkedet? *Økonomisk Fiskeriforskning*, **22**:1, pp. 1–10.

---

<sup>3</sup> Studien inkluderer følgende syv supermarkedskjeder i det britiske markedet: Asda, Coop, Marks & Spencer, Morrisons, Sainsbury's, Tesco og Waitrose. Til sammen hadde disse kjedene i 2010 en markedsandel på 87 % av all sjømat solgt gjennom detaljhandelen i Storbritannia og 95 % andel av all kjølt brettpakket fisk. Studien er avgrenset til ett supermarked fra hver kjede fordi vareutvalget innen hver kjede ofte er det samme og gjennomføres i Glasgow, Skottland av en assistent bosatt og lokalkjent i samme by. Prisobservasjoner ble gjort i siste halvdel av uken når både produktbredden og omsetningen vanligvis er størst.



Sogn-Grundvåg, G., T.A. Larsen & J.A. Young (2013). Differensiering av fryst hvitfisk i britiske supermarkeder. *Norsk Sjømat*, **2**, pp. 38–40.

Sogn-Grundvåg, G., T.A. Larsen & J.A. Young (2012). Verdien av "krokfanget" og andre egenskaper i britiske supermarkeder. *Norsk Sjømat*, **3**, pp. 40–42.

## 1.2 Begrensninger med prosjektet

Prosjektet har adressert de problemstillingene som er skissert overfor. Det er likevel et par forhold i tilknytning til datagrunnlaget vi ser grunn til å kommentere.

Vi har gjort en undersøkelse av det nasjonale islandske opprinnelse- og bærekraftmerket – Iceland Responsible Fisheries IRF – og intervjuet IRF og islandsk industri om mottakelsen i markedet. Dette gir en god pekepinn på hvordan markedet vil ta i mot et eventuelt norsk bærekraftmerke. Vi har imidlertid ikke (hatt ressurser til å se) sett på utviklingen av et nasjonalt merke i Alaska. I Alaska gikk de største lakseprodusentene ut av MSC og utviklet et eget bærekraftsertifiseringsprogram gjennom Alaska Seafood Marketing Institute (ASMI). Situasjonen i Alaska er derfor mer lik den norske enn den i Island ved at de fleste aktørene allerede var sertifisert med MSC, men valgte å trekke seg ut. Hvis Norge velger å utvikle en egen sertifiseringsordning vil man gå gjennom den samme prosessen som Alaska har gjort i forhold til interne konflikter i næringen, respons fra MSC og miljøvernorganisasjoner og fra markedet. Læringsverdien kunne slik vært større her. Uttrekkingen fra MSC skjedde imidlertid etter at prosjektet var igangsatt og det var ikke midler til å følge opp den spesielt ut over mediedekningen i internasjonal fiskeripresse. Mottakelsen i markedet av IRF og ASMI kan imidlertid antas å være ganske lik og slik er IRF representativ for markedets holdning til nasjonale sertifiseringsprogram.

Det andre forholdet som er viktig å presisere er at vi bare har gjort undersøkelser i to markeder, Sverige og Storbritannia. Dette er viktige markeder for norsk industri og markeder som er såkalt «ecosensitive» (bærekraftsensitive). Situasjonen her gir derfor en god pekepinn på hva markeder som er opptatt av bærekraft og dokumentasjon av bærekraft mener om ulike sertifiseringsordninger. Samtidig er flere av markedene for norsk fisk mindre opptatt av bærekraft og stiller ikke de samme krav til dokumentasjon og sertifisering. Tidligere undersøkelser i det tyske og franske markedet viste stor forskjell (Honkanen og Nilssen 2013; Baelde et al. 2012). Vurderingen av og sammenlikning med disse markedene ville derfor kunne gi et annet bilde av behovet for sertifisering og preferanser for sertifiseringsprogram. Gitt en utvikling hvor fokuset på bærekraft vedvarer og bærekraftsertifisering får større betydning i flere markeder vil likevel situasjonen i Sverige og Storbritannia være representative og gi et godt grunnlag for å vurdere næringens valgmuligheter i forhold til bærekraftsertifisering.

## 2 Bærekraftsertifisering av fiskerier

Bærekraftprogrammets legitimitet og styrke ligger i garantien til forbruker om at fisken de kjøper er høstet på bærekraftige bestander og i tråd med bærekraftige høstingsstrategier. Teknisk gjøres dette gjennom et system for sporbarhet, fra fisker til kjøper. Kravet til bærekraft og dokumentasjon av dette har i stor grad blitt fremmet av miljøvernorganisasjoner men også industrielle kjøpere med referanse til forbrukernes interesse for og krav om bærekraftig høstet fisk (Cashore, 2002; Parkes *et al.*, 2010; Roheim *et al.*, 2011).

Grunnen til at aktører velger å sertifisere seg og sine produkter varierer. Det kan være på grunn av krav i markedet og markedsadgang, men også at de ser muligheter for en prispremie, for differensiering eller generell omdømmebygging. Sertifisering er blitt et krav i mange markeder, og markedsadgang eller opprettholdelse av markedsadgang krever derfor sertifisering. Sertifiserte produkter antas derfor å gi en markedsfordel. Den faktiske fordelingen av dette er imidlertid vanskelig å slå fast. Videre ser det ut til at forventningen om en prispremie på sertifisert fisk og fiskeprodukter ikke er like viktig for næringsaktørene når de vurderer å sertifisere et fiske. I hovedsak er det også bare de som er tidlig ute som oppnår dette. Det er også satt spørsmålsteget ved fordelingen av en eventuell prispremie. Selv om noen sertifiserte produkter viser seg å ha en prispremie i utsalg (Sogn-Grundvåg *et al.*, 2012; Sogn-Grundvåg *et al.*, IN PRESS) er det ikke dokumentert at denne prispremien fordeles nedover i verdikjeden. Så mens det er fiskerne, deres organisasjoner og produsentene som bærer kostnadene ved sertifisering, ser det ikke ut som den økonomiske gevinsten fra sertifisering er fordelt nedover i verdikjeden (Nøstvold *et al.*, 2013; Washington & Ababouch, 2011; UNEP, 2009).

Bærekraftsertifisering kan også brukes som differensieringsstrategi. Det er likevel en fare for at et bærekraftmerke drukner i merking av andre produkttegenskaper som opprinnelse, fiskemetode og kvalitet (Potts & Haward, 2007). Også disse egenskapene gir mulighet til produkt differensiering og konkurrerer med andre markedsstrategier som priskampanjer og produktinnovasjon. I Norge har man også den generiske «Norge – fisk fra Norway» opprinnelseslogoen som er tilgjengelig for bruk på alle fiskeprodukter fra Norge og som er administrert av Norges Sjømatråd. Det er også verdt å merke at studier har vist at forbrukere ikke er særlig opptatt av bærekraftig fisk i kjøpsøyeblikket og at det har relativt liten innflytelse på kjøpsadferd (Honkanen & Young, 2012; Potts *et al.*, 2011).

Bærekraftsertifisering er derfor både nødvendig og til dels unødvendig. Den styrker sporbarhet til produktet, gir de industrielle aktørene nødvendig dokumentasjon, åpner og opprettholder enkelte markeder og gir miljøbevisste forbrukere muligheten til å gjøre riktige kjøp. Samtidig fordyrer sertifiseringen produksjonen og i noen tilfeller det endelige forbrukerproduktet og gir liten mulighet for differensiering.

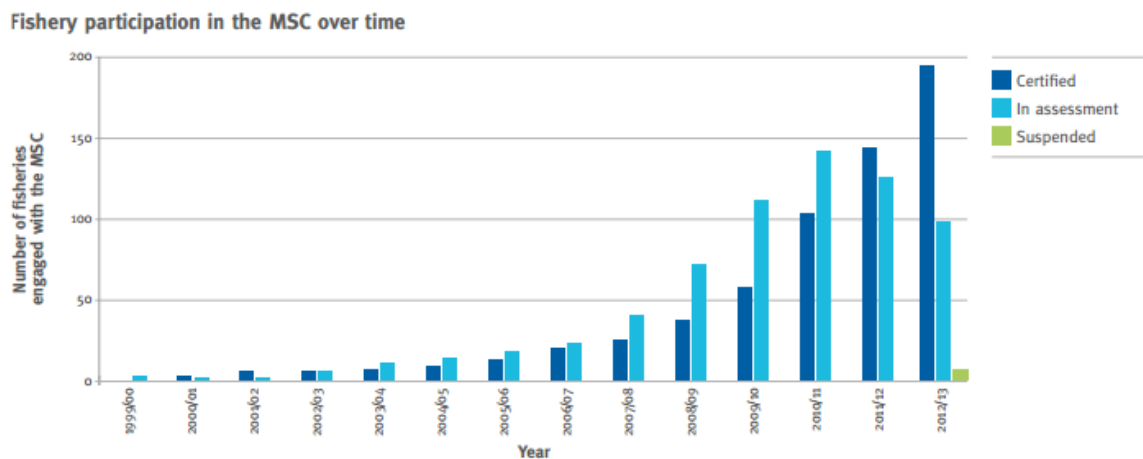
### 2.1 Leverandører av bærekraftsertifisering til den norske industrien

Det finnes mange leverandører av bærekraftsertifisering av fisk. MSC er som nevnt den største tredjepartsaktøren, men også KRAV og Friend of the Sea (FOS) brukes av den norske næringen. I tillegg har man private bedriftsmerker, som Fish for Life, som brukes i stedet for eller sammen med tredjeparts sertifisering. I dette prosjektet belyses bare de «generelle» merkene MSC, KRAV og FOS.

### 2.1.1 Marine Stewardship Council - MSC

MSC ble stiftet i 1997 gjennom et samarbeid mellom Unilever Food og World Wildlife Foundation (WWF) for å utvikle et felles økokerke for fisk og fiskeprodukter som er framstilt på en bærekraftig måte. MSC ble uavhengig i 1999 og er i dag den største uavhengige organisasjonen for bærekraftsertifisert fisk. Globalt har MSC cirka 125 ansatte lokalisert i Europa, Asia og USA. Årlig budsjett er på omlag £ 15 millioner, eller nærmere 154 millioner NOK (MSC Annual Report 2012/13). Størrelsen og rekkevidden på deres finansiering og ressurser gir en interessant kontrast til andre organisasjoner og bedrifter som operer i sjømatsektoren. Guldbrandsen (2009) er en god kilde for detaljer rundt oppstart og struktur av MSC.

Sertifiseringsordningen er delt i to deler, en bestandssertifisering og en verdikjede sertifisering (chain of custody certification). For å få en bestand sertifisert må den vurderes opp mot tre kriterier: bærekraften i bestanden, økosystempåvirkning og forvaltningsregimet. For å bli sertifisert vurderer en uavhengig tredjepart fiskeriene og bedriftene opp mot et sett kriterier, MSC-standarden. Et sertifikat er gyldig i 5 år, men bedriftene er underlagt årlig kontroll. Programmet har per juni 2013 sertifisert 219 fiskerier i 32 land, med ytterligere 100 fiskerier under evaluering (MSC nettside 2013).<sup>4</sup> MSC hevder de MSC-sertifiserte fiskeriene utgjør cirka 8 % av all villfisk fanget i verden. Mer enn 2.000 sjømatbedrifter er verdikjedesertifisert, og det finnes nesten 20.000 MSC merkede produkter som selges i over 100 land over (MSC Annual Report 2012/13). Til sammenlikning var det i 2007 22 fiskerier, 400 selskap og 500 produkt som var MSC-sertifisert (MSC Annual Report 2011/12). MSC har derfor hatt en enorm vekst de siste årene og er i dag den desidert største og mest innflytelsesrike tilbyder av tredjepartsertifisering av bærekraftig fisk. Kostnadene for sertifisering varierer stort, avhengig av størrelse og kompleksiteten av fiskeriet (se punkt 3.1).



Figur 1 Økningen i MSC-merkede fiskerier fra 1999–2013 (MSC Annual report 2012–2013)

### 2.1.2 KRAV

KRAV er et svensk sertifiseringsprogram som ble etablert allerede i 1985. Det sertifiserer alle typer økologiske produkter. Standarden for å sertifisere villfisk ble utviklet i 2001 (MRAG, 2010). I tillegg til at produktet må være økologisk/fra økologisk produksjon, har KRAV krav til matsikkerhet, dyre-

<sup>4</sup> <http://www.msc.org/business-support/key-facts-about-msc>

velferd og miljøbelastning (Karbon footprint). KRAV sertifiserer nesten 5.800 mat og husholdningsprodukter som melkeprodukter, egg, kornprodukter, grønnsaker, kjøtt og fisk. Sju marine fiskerier<sup>5</sup>, tre ferskvannsfiskerier og flere oppdrettsarter (laks, ørret og skalldyr) er sertifisert. Ifølge KRAV er 135 fiskeprodukter sertifisert, inkludert norsk fisk (KRAV 2013). KRAV er derfor en mye bredere miljøsertifiseringsprogram enn MSC og FOS, og har mer omfattende kriterier for sertifisering. Det er derfor også et dyrere program. Deres markedsorientering er også mye smalere da de hovedsakelig finnes i Nord-Europa og da særlig i Sverige. For mer informasjon om KRAV, se deres hjemmeside <http://krav.se>.

### **2.1.3 Friends of the Sea**

Friends of the Sea (FOS) er en internasjonal organisasjon som gjennom sitt merke fremmer bærekraftige fiskeri- og akvakulturbedrifter og -produkter. Programmet sertifiserer også fiskemel-, omega 3-olje og fôr-produsenter. Sertifiseringsprogrammet er, i følge deres egne nettsider, utviklet av FOS i samarbeid med industrien, NGO'er og vitenskapelige aktører. FOS har stort fokus på at bestandene ikke må være overfisket, innebære for mye bifangst eller at fangstmetoden skader havbunnen. Kriteriene fokuserer derfor på fiskets bærekraft heller enn på om fisket er bærekraftig forvaltet (Washington og Ababouch). I tillegg er det kriterier for miljøbelastning (karbon footprint) og sosialt ansvar. Sertifiseringen skjer på bakgrunn av eksisterende offentlige tilgjengelige data. Produktene og deres opprinnelse kontrolleres på produksjonsstedet av en uavhengig tredjepart opp mot FOS sine kriterier. FOS vektlegger at de skal være tilgjengelig og et realistisk alternativ for småskala- og nye fiskerier også i utviklingsland, og er betydelig rimeligere enn andre tredjeparts sertifiseringsprogram (MRAG, 2010). Cirka 50 oppdrettsselskaper og nærmere 90 fiskerier er sertifisert, hvorav 21 er i New Zealand. Norske reker, Pandalus Borealis, ble sertifisert i 2008, og krill i 2011. FOS sertifiserte produkter finnes i 26 land. Flere store supermarkedskjeder bruker FOS på sine egne produkt. For mer informasjon om FOS, se deres hjemmeside [www.friendofthesea.org](http://www.friendofthesea.org).

### **2.1.4 Vurdering av eksisterende strategier**

Ifølge våre informanter gir ikke FOS tilgang til de kundene som har strenge krav til bærekraftdokumentasjon, da trenger man MSC eller KRAV. Per i dag har KRAV mye mindre utbredelse enn MSC, både i antall land og butikker som tilbyr KRAV-merket fisk, og er derfor mindre kjent blant kjøpere og konsumenter. I tillegg er KRAV dyrere og har kriterier som umuliggjør sertifisering av store deler av norske fiskerier. MSC framstår derfor fortsatt som det beste valget for en felles norsk bruk av et internasjonalt tredjepartsertifiseringsprogram for bærekraftig fiske.

## **2.2 Ingen sertifisering**

Et alternativ som skulle vurderes i prosjektet er å selge norsk fisk uten noen form for sertifisering. Vi kan imidlertid ikke se at dette er en god strategi på det nåværende tidspunkt. Kravet til dokumentasjon på bærekraft er sterkt i mange markeder, spesielt i Vest-Europa og USA, og dette ønskes eller kreves dokumentert gjennom bruk av en tredjepartsertifisering. Også i noen markeder i Asia ser man en økende bevissthet rundt bærekraft og krav til sertifisering. Det framstår derfor ikke

---

<sup>5</sup> KRAV-sertifiserte fiskerier er sei, torsk, hyse og norsk vårgytende sild i Norskehavet og Barentshavet, ishavsreker og torsk i Østersjøen (østlig bestand) og hummer i Kattegat og Skagerak.

som en aktuell strategi for den norske næringen å gå bort fra bærekraftsertifisering på våre viktigste fiskerier.

I tilfeller hvor det ikke finnes sertifiserte produkter av en art eller sertifisert fisk i et bestemt marked fungerer det greit å selge fisk uten tredjepartsertifisering. Noe man også har sett med MSC-suspenderingen av makrellen. Det vil imidlertid være vanskelig hvis man må konkurrere med sertifisert fisk i et økosensitivt marked. Man kunne selvsagt tenke seg en ordning hvor man har utviklet et godt opplegg for å dokumentere bærekraft, men uten tredjeparts sertifisering, men vi kan ikke se at næringen vil gå for en slik løsning gitt dagens situasjon, da heller utviklingen av en nasjonal standard. Markedet kan imidlertid endre seg og med en situasjon med «merketretthet» og med stor tillit til norsk fiskeri kunne det være mulig, men i overskuelig framtid ser det ut til at våre viktigste markeder vil fortsette å kreve dokumentasjon på bærekraft, og da gjerne i form av tredjeparts sertifisering.

Valget synes derfor å stå mellom MSC og utviklingen av et nasjonalt bærekraftmerke.

### 3 Nasjonale og internasjonale sertifiseringsprogrammer

Økt fokus på bærekraftig sjømat har som tidligere nevnt skapt et marked og en etterspørsel etter tredjeparts bærekraftsertifisering. Per i dag er MSC uten sammenligning den største og best kjente. På tross av dette har enkelte andre land valgt en annen strategi for å dokumentere sin bærekraft. Island og Alaska er to eksempler på land som har valgt å gå for en nasjonal sertifiseringsordning. Island har etablert Iceland Responsible Fisheries, som hovedsakelig fungerer som en dokumentasjon av opprinnelsesland men også sertifiserer bærekraftig fiskeri. Alaska har etablert Seafood from Alaska, som også er en opprinnelseslanddokumentasjon men med et større fokus på bærekraftsertifisering. Begge ordningene har etablert en forbrukerlogo uten at denne frontes mot forbruker av organisasjonene, disse er hovedsakelig industrielle ordninger.

Det er interessant at begge disse landene, som på mange måter er lik Norge, har valgt en annen strategi. Forklaringene stammer sannsynligvis fra forskjeller i fiskeindustriens markedsposisjon, dens struktur, forhold til påvirkningsgrupper og omdømme, og den rollen fiskeri spiller i nasjonal politikk, media og det offentlige rom (Kvalvik *et al.*, 2014).

Videre i rapporten vil de mest relevante tekniske elementene i de to sertifiseringsordningene MSC og IRF sammenlignes. Situasjonen i Alaska er kanskje mer lik den norske, men ved prosjektoppstart var man der kun i startfasen og IRF ble derfor valgt som det mest sammenlignbare alternativet. I tillegg er det lærerikt for norsk næring å ha kunnskap om hvordan IRF fungerer. Rapporten går ikke i detalj på alle sammenlignbare elementer i programmene. Programmene vurderes heller ikke opp mot hverandre i forhold til hvilket program som er best sett i lys av miljøkriterier og bærekraft generelt.

#### 3.1 Kostnader forbundet med sertifisering

Kostnadene forbundet med sertifisering er delt. Først må man sertifisere bestanden og fiskeriet av denne. Deretter må man ha en verdikjedesertifisering av hver enkelt bedrift i kjeden fram til det logomerkede produktet i butikk (hvis man har logo på produktet). Til slutt tilkommer en årlig fast avgift og en variabel avgift, se tabell 1. Verdikjedesertifiseringen forsikrer forbrukeren om at produkter med logoen kan spores tilbake til det eksakte sertifiserte fiskeriet. Verdikjedesertifiseringen er påkrevd av alle bedrifter hvor det er muligheter for blanding mellom sertifisert og ikke sertifisert fisk, og kostnadene dekkes av hver enkelt bedrift. I tillegg kommer årlige inspeksjoner av både fiskeriene og av verdikjedesertifiseringen med tilhørende kostnader. En full gjennomgang av sertifiseringen gjøres hvert 5 år både for MSC og IRF.

Alle tall og kostnader er cirka tall, foruten de prosentvise satsene. De konkrete prisene vil variere avhengig av fiskeriets kompleksitet, forskning og historisk tilgjengelige data. For bedriftene vil prisene avhenge av blant annet størrelse og antall lokasjoner, MSC tilbyr også en gruppesertifisering for bedrifter med mange lokaliteter. Tabellene må derfor leses med et vist forbehold om at prisene vil variere sterkt avhengig av de bakenforliggende faktorene.

Tabell 1 Tabellen viser kostnader forbundet med sertifisering av MSC eller IRF. Alle tallene er i NOK. I tillegg kommer reisekostnader forbundet med sertifisering av både bestander og bedrifter (verdikjedesertifisering)

	MSC	IRF
Kostnad for medlemskap/registrering		4.800 + 0,05 % av eksport verdien, FOB
Kostnader for sertifisering av bestanden	Forundersøkelse 90.000-160.000 Full undersøkelse 450.000- 1.000.000	Sertifisering, pilotrapport og full undersøkelse av torsk: 500.000 For undersøkelse Hyse, sei og uer: 100.000 per fiskeri Full sertifisering hyse, sei og uer: 590.000
Årlig inspeksjonskostnad av bestandssertifiseringen	Avgiften varierer men ligger vanligvis på 15–20 % av prisen for en full undersøkelse	Årlige kostnader for kontroll gjennomgang for torsk: 100–140.000
Kostnader for bedrifter i forbindelse med verdikjedesertifisering	MSC oppgir <sup>6</sup> 10–20.000 per år for produsenter og 150–500 per lokalitet for restauranter og butikker. Norsk industri oppgir selv i intervju betydelig høyere kostander. 50–80.000 for et mindre gruppesertifikat (2–5 bedrifter).	Hvor mye søkeren betaler for verdikjede- gjennomgangen avhenger av avtalen med sertifiseringsbyrået, i dette tilfellet Global Trust.
Kostnader for bedriftenes årlige inspeksjon av verdikjedesertifisering	MSC oppgir <sup>7</sup> 10–20.000 pr år for produsenter og 150–500 pr lokalitet for restauranter og butikker. Norsk industri oppgir i intervju høyere kostander. 15–50.000 for mindre gruppesertifikat (2–5 bedrifter).	5.100–5.500 pr produksjonsenhet
Kostnader for bruk av logo	Prosent av salgsverdi og en årlig avgift, begge satsene avhenger av totalverdien av logo merket vare solgt. Se tabell 2 og 3 Fast avgift; 1200–11000 Variabel avgift; 0,3–0,5 %	Bruk av logoen er gratis

Tabell 1 viser kostnadene forbundet med sertifisering av MSC og IRF. Den største forskjellen mellom de to programmene er at årsavgiften og den variable avgiften hos MSC ligger på utsalgsverdien av produkter merket med logo. Bakenfor denne beregningen ligger innrapportering av mengde salg fra produsenter og supermarkeder. Hos IRF er det en engangs innmeldingsavgift og en avgift på 0,05 % beregnet ut fra eksportverdi, avgiftene inkluderer både bruk av bærekraftsertifiseringen og opprinnelsesmerket.

MSC innførte april 2013 et delt avgiftssystem for bruk av logoen hvor prosentsatsen blir mindre ved høyere salg<sup>8</sup>. Den variable avgiften begynner på 0,5 % av verdien for rapportert salg av forbrukerprodukter, med unntak av salg fra ferskfiskdisker og menyer, der vil avgiften baseres på innkjøpsverdien. Avgiften er differensiert som presentert i tabell 2.

<sup>6</sup> Hentet fra "Fact Sheet about the MSC program, 21 oktober 2013".

<sup>7</sup> Hentet fra "Fact Sheet about the MSC program, 21 oktober 2013".

<sup>8</sup> [http://www.msc.org/documents/logo-use/MSC\\_logo\\_licensing\\_system.doc](http://www.msc.org/documents/logo-use/MSC_logo_licensing_system.doc)

Tabell 2 Årlig fastavgift for bruk av MSC-logo basert på verdien av solgte MSC-merkede varer

Verdien på varer solgt med MSC logo	Årlig avgift
0-1.220.000	1.500 NOK (\$250)
1.220.000-3.000.000	6.100 NOK (\$1.000)
Over 3.000.000	12.200 NOK (\$2.000)

Tabell 3 Sats for variabel avgift basert på verdi av salg av MSC-merkede forbrukerprodukter

Salgsverdi av forbrukerprodukter med MSC logo	Variabel avgift
0–100.000.000 NOK	0,5 %
100.000.001 – 200.000.000	0,45 %
200.000.001 – 300.000.000	0,4 %
300.000.001 – 400.000.000	0,35 %
400.000.001 NOK og høyere	0,3 %

Kostnaden oppgitt i tabellene er kun direktekostnader. Flere bedrifter og eiere av bærekraftsertifikatene oppgir at kostnadene forbundet med å drifte og følge opp programmene er betydelig større enn selve sertifiseringskostnadene.

Ifølge Norges Sjømatråd koster de årlige revisjonene kr 350.000 for alle norske bestander. I tillegg har man de 5-årige re-sertifiseringskostnadene på omtrent kr 250.000 per bestand. I 2013 re-sertifiserte vi NEA makrell, NVG sild og nordsjøsil. Samlede utgifter til sertifisering av bestandene var derfor kr 1.100.000 (årlig revisjon kr 350.000 + re-sertifisering kr 250.000 x 3). For 2012 var kostnaden kr 850.000 (årlig revisjon + re-sertifisering av Nordsjøsei og Nordøstarktisk sei). Utgiftene er derfor betraktelig lavere de årene man ikke har re-sertifiseringskostnader. Norges Sjømatråd forhandler med sertifiseringsbyråene for å oppnå en lavest mulig pris. Det har ikke lyktes oss å få kostnadsoverslag for den første sertifiseringen.

Det er viktig å poengtere at sertifiseringskostnadene kun er relatert til tredjepartsertifiseringen og at organisasjonen MSC, eller andre programmer, ikke får noen inntekter basert på disse. Kostnadene kan derfor variere også mellom byråene som sertifiserer, for eksempel Veritas, Moody Marine med flere. MSC har kun inntekter fra logolisensieringsavgiftene og de faste avgiftene. Finansieringskildene presenteres nærmere i kapittel 3.2.

Som nevnt under kapittel 2 har studier vist en prispremie på MSC-sertifisering av enkelte produkter. Det er imidlertid ikke dokumentert om denne prispremien fordeles nedover i verdikjeden. Heller ikke våre informanter gav noe tydelig svar, noen gir uttrykk for at de får dekket deler av merutgiftene men ingen sier at de tjener på det (Nøstvold *et al.*, 2013; Washington & Ababouch, 2011; UNEP, 2009).

Våre intervjuer viser videre at det varierer hvor mye hver enkelt bedrift betaler for tilsynelatende like tjenester. For eksempel rapporterer en bedrift at de for sin første sertifisering betalte nærmere 80.000 for et lite gruppesertifikat, samtidig betaler en annen bedrift med lik størrelse kr 30.000. For de samme to bedriftene har resertifiseringskostnadene også vært ulike med henholdsvis kr 50.000 og kr 16.000kr Til sammenligning betaler en større bedrift med flere enn 5 lokaliteter i sitt gruppesertifikat cirka 45.000 for årlig resertifisering. Denne bedriften får antagelig utnyttet bedre



stordriftsfordeler av sitt gruppesertifikat enn de med færre lokaliteter, men likevel er forskjellene store. Kostnaden er eksklusiv MVA, kostnader forbundet med reise etc. er heller ikke inkludert.

Det er et misforhold mellom hva MSC selv oppgir som kostnader og hva som faktisk er situasjonen i Norge. Også de prisene som antydes i utlandet er betydelig høyere enn det MSC selv oppgir (for eksempel 50.000 for sertifisering av en disk i butikk mot at MSC oppgir 150–500kr). I Norge kan forskjellen mellom hva MSC oppgir og det bedriftene oppgir skyldes et generelt høyere kostnadsnivå sammenlignet med resten av Europa. Likevel forklarer ikke dette variasjonen mellom norske bedrifter. MSC sier at det pågår et arbeid opp mot sertifiseringsbyråene og med MSCs program for å gjøre prosessen mer kostnadseffektiv og konsekvent. Dermed vil antagelig forskjeller i behandling og betaling variere mindre i framtiden.

### 3.2 Finansiering

Finansieringskildene og budsjettene til de to ordningene er som forventet veldig forskjellige. MSC opererer med et betydelig større budsjett og får cirka 33,5 % av sin finansiering fra diverse fond og veldedighetsorganisasjoner, 65 % fra logolisensiering og 1,5 % fra andre kilder<sup>9</sup>. IRF er avhengig av registreringsavgiften, eksportavgiften og en mindre støtte fra AVS (Value for Seafood) fondet. I tillegg er personalkostnadene i stor grad dekket av Fiskifélag Íslands og av Promote Iceland, som arbeider for å fremme islandsk kultur og næringsliv (Nøstvold *et al.*, 2012). IRF vil ikke oppgi noen total budsjett da de mener dette er for prematurlig for en såpass ung organisasjon og da finansieringssituasjonen fra år til år er usikker.

	MSC	IRF
Årlig budsjett	154 millioner for 2012/2013	Oppgir ingen eksakte tall men 2,5 millioner kr har vært nevnt
Finansieringskilder	Logo lisensiering 65 %, donasjoner fra diverse fond 33,5 % og andre kilder 1,5 %	Islandsk fiskeindustri gjennom registrerings- (4.400,-) og eksportavgift (0,05 %), AVS-fondet cirka 600.000 per år Promote Iceland og Fiskifélag Íslands dekker delvis lønnskostnader.

### 3.3 Nøkkelkriterier

Rapporten «Review of Fish Sustainability Information Schemes, Final Report» utarbeidet for Fish Sustainability Information Group av MRAG i januar 2010, sammenfatter og vurderer flere aktuelle sertifiseringsalternativer. Rapporten vurderer ikke nasjonale ordninger gjennom Global Trust, lik IRF. I de følgende tabellene er hovedpunktene for MSC trukket ut fra rapporten og sammenlignet med kriterier og prinsipper hos IRF.

<sup>9</sup> <http://www.msc.org/about-us/finances>

Tabell 4 Sammenligning av nøkkelkriterier for MSC og IRF

	MSC	IRF
Internasjonal eller nasjonal standard	Internasj.	Nasjonal
Sertifiserer villfiskfiskerier	X	X
Sertifiserer akvakultur	Nei	Nei
Dedikert til sjømat	X	X
Bestandssituasjonen	X	X
Økosystempåvirkning	X	X
Forvaltningssystemet	X	X
Informasjonskilde/kvalitet på informasjonen	BE <sup>10</sup>	BE
Resertifiseringsfrekvens	5år	5år
Uavhengig tredjeparts akkrediteringsagent	X	X
Sertifiseringsprosessen åpner for innspill og utfordringer fra interessenter	X	X
Sporbarhet er inkludert	X	X
Sertifiserer små skala og/eller fiskerier med manglende data?	Få	Nei

Tabell 4 viser at nøkkelkriteriene for de to programmene i utgangspunktet er relativt like. En åpenbar forskjell er at MSC er en internasjonal standard tilgjengelig for alle, mens for å bli IRF sertifisert ligger det et krav om islandsk opprinnelse. Videre ser vi at MSC sertifiserer noen få bestander under småskalafiskerier hvor det kan være manglende data tilgjengelig, dette gjør ikke IRF. Et eksempel på hvordan denne forskjellen fungerer i praksis er at hyse var MSC-sertifisert allerede i april 2012 med en betingelse om at en kontrollregel for høsting (Harvest Control Rule) fra bestanden skulle etableres snarest mulig<sup>11</sup>. Dette på tross av at ICES-rapporter vurderte fiskeriet på hysa til å være for hardt og at bestanden med en opprettholdelse av fisketrykket i 2012 og 2013 ville ha for lav rekruttering til at man kunne garantere at dette ikke ville føre til kollaps i bestanden<sup>12</sup>. Bestanden kunne ikke sertifiseres med IRF før kontrollregelen kom på plass. Utviklingen av denne tok over et år og inkluderte konsultasjoner med interesseorganer, regjering og endelig med en vurdering av ICES<sup>13</sup>.

FAOs retningslinjer (FAO 2005) spesifiserer tre hovedområder som fiskeri av villfisk bør inkludere; 1) forvaltningssystemet, 2) bestandsstatus og 3) økosystempåvirkning. Både MSCs og IRFs program er basert på de samme tre hovedprinsippene. I tabell 5 er de to diskuterte programmenes hovedtrekk for disse tre prinsippene satt opp mot hverandre. I all hovedsak dekker begge programmene de samme faktorene. IRF inkluderer i tillegg hensynet til lokalsamfunn som er avhengig av fiskeriene og etablerte sanksjoner ved brudd på forvaltningslovgivningen.

<sup>10</sup> BE- Bestandsestimering fra fiskeriene

<sup>11</sup>[http://www.msc.org/track-a-fishery/fisheries-in-the-program/certified/north-east-atlantic/isf\\_icelandic\\_haddock/assessment-downloads-1/1.09.2011\\_IGP\\_Icelandic\\_haddock\\_PCDR.pdf](http://www.msc.org/track-a-fishery/fisheries-in-the-program/certified/north-east-atlantic/isf_icelandic_haddock/assessment-downloads-1/1.09.2011_IGP_Icelandic_haddock_PCDR.pdf)

<sup>12</sup><http://www.ices.dk/sites/pub/Publication%20Reports/Advice/2011/2011/had-iceg.pdf> og <http://www.ices.dk/sites/pub/Publication%20Reports/Advice/2012/2012/had-iceg.pdf>

<sup>13</sup><http://www.ices.dk/sites/pub/Publication%20Reports/Advice/2013/Special%20requests/Iceland%20longterm%20MP%20for%20Icelandic%20haddock.pdf>

Tabell 5 Tabellen beskriver hovedpunktene under de tre prinsippene; 1) forvaltningssystemet, 2) bestandsstatus og 3) økosystempåvirkning

Organisasjon	Forvaltningssystem	Bestandsstatus	Økosystem påvirkning
MSC	Inkluderer vurdering av forvaltningen, dens effektivitet og implementering. Forvaltningen skal ta hensyn til lokal, nasjonal og internasjonal lovgivning. Krever at data og informasjonen er god nok bakgrunn for evaluering av bestandsstatus og påvirkning på økosystemet.	I bestandsestimeringsdataen må referansepunktet være satt strengt nok til å unngå en framtidig svak bestand. Bestander under referansepunktet vurderes som «overfisket» og vil ikke bli sertifisert. Er estimatet under referansepunktet over tid må det lages en plan for gjenoppbygning. Dataen vil bli vurdert av eksterne uavhengige nøkkelpersoner.	Vurderer mulige direkte påvirkninger av habitater, bifangstarter og arter som ellers påvirkes av fisket. Inkluderer selve fangsten og landing eller overføring fra fartøy. Dekker også indirekte påvirkning på økosystemet hvor bestanden har sin livssyklus. Det kreves forvaltningstiltak i tilfeller av signifikante påvirkninger.
IRF	Standarden vurderer forvaltningssystemet, hvordan det blir implementert og hvor effektivt det er. Systemet skal ta hensyn til internasjonal, nasjonal og lokal fiskerilovgivning. Hovedfokus skal være på bestanden og ivaretagelse av det marine miljøet. Inkluderer føre-var-prinsippet. Systemet skal overvåkes, måles og kontrolleres. Sanksjoner ved brudd og ulovlig aktivitet skal gjennomføres.	Det skal være definerte forvaltningsmål med hensikt å bevare bestanden på et nivå som gir mulighet for maksimalt uttak, MSY. Overutnyttede ressurser skal kunne identifiseres og beskyttes, i tillegg skal det tilrettelegges for å ivareta oppbygning av svake bestander. Interesser i lokale fiskerisamfunn skal ivaretas.	Vurderinger av fiskerienes påvirkning av økosystemet skal være basert på best mulig tilgjengelig forskning og lokalkunnskap som kan verifiseres objektivt. Overvåkingen skal ta hensyn til genetisk variasjon og økosystemets egenart.

Vi vil ikke gå i ytterligere detaljer på kriteriene men heller i det neste kapitlet se på styrker og svakheter ved de to forskjellige programmene.

## 4 Fordeler og ulemper ved MSC versus nasjonal strategi

De største norske fiskeriene er i dag sertifisert med MSC og norsk næring har gjennom disse årene høstet en del erfaringer med MSC, sertifisering og bruk av logo. I dette kapitlet vil vi foreta en gjennomgang av fordeler og mulige utfordringer med MSC og fordeler og mulige utfordringer ved en nasjonal strategi, her illustrert ved IRF. Erfaringene islandsk næring har hatt med IRF og de utfordringene de har stått overfor er forhold norsk industri kan ta lærdom av hvis de skal vurdere å utvikle en egen nasjonal bærekraftsertifisering. Samtidig er det noen særegne norske forhold som vil diskuteres. I tillegg til egne undersøkelser vil vi basere oss på andre vitenskapelige publikasjoner om bærekraftsertifisering generelt og MSC spesielt.<sup>14</sup>

### 4.1 Marine Stewardship Council

Intensjonene ved opprettelsen av MSC var som tidligere nevnt å tilby et felles økokerke for sjømat og sjømatprodukter av villfanget fisk og skalldyr som var fanget på en bærekraftig måte.

*“Certification completes the link from fishermen to consumers, allowing us to include on-pack information – in the form of a well-recognised, reputable logo – that allows consumers to demonstrate to suppliers that sustainable fishing counts”*

*Unilever Co-Chairman, Antony Burgmans. (Fishing for the future II, 2003)<sup>15</sup>*

#### 4.1.1 Fordeler og mulige utfordringer med MSC

MSC nyter generelt god annerkjennelse i markedet blant industrielle aktører og NGOer. De er som tidligere nevnt uten sammenligning den største aktøren innen bærekraftsertifisering i det amerikanske og europeiske markedet, og begynner også å få fotfeste i noen deler av Øst-Asia. MSC har vokst enormt de siste årene. Dette gir klare fordeler, men skjer ikke uten visse utfordringer.

#### MSC og forbrukerlogoen

MSC profilerer bærekraftsertifiseringen helt ut til forbruker. Et av kjerneargumentene for sertifisering er at forbrukerne ønsker og skal ha muligheten til å velge fisk som er dokumentert bærekraftig. For at forbrukeren skal ha nytte av logoen er det nødvendig at logoen både kjennes igjen og at forbrukeren vet hva den står for, dernest er det viktig at produktene er tilgjengelig i den form forbrukeren ønsker. Videre er det viktig for å fremme bærekraft at forbruker også kjøper produktet på tross av en ofte høyere pris.

I siste årsrapport (MSC 2012/2013) framheves det at 30 % av forbrukerne kjenner MSC-merket ifølge MSCs egne undersøkelser i 10 markeder. Ni % av alle i undersøkelsen visste hva merket står for. Dette er en klar økning siden 2010 da MSCs markedsundersøkelser i 6 land<sup>16</sup> viste en gjenkjennelse på 18 %, og i 2008 var den ikke mer enn 9 % (MSC 2010). Det er imidlertid store nasjonale forskjeller som forteller mye om gjennomslagskraften eller dominansen til MSC i ulike markeder. Ifølge egne tall

<sup>14</sup> Det foreligger foreløpig lite vitenskapelige analyser av IRF.

<sup>15</sup> Brosyre. “Fishing for the future II, 2003. Unilever’s fish sustainability initiative.” [http://www.unilever.com/images/es\\_Unilever\\_FSI\\_brochurell\\_tcm13-13238.pdf](http://www.unilever.com/images/es_Unilever_FSI_brochurell_tcm13-13238.pdf)

<sup>16</sup> Storbritannia, Tyskland, Frankrike, USA, Canada og Japan

var kunnskapen om MSC størst i Nederland, Tyskland og Sverige hvor henholdsvis 26 %, 23 % og 17 % i 2012 visste at MSC er et bærekraftmerke for sjømat. Til sammenlikning var det bare 8 % og 4 % som visste det i England og Frankrike og 2 % i Japan (MSC, 2012).

Gjenkjennelse er en ting, men tilgang på MSC-merkede produkter i butikk og faktiske kjøp er noe annet. I følge MSCs tall er Tyskland det største markedet med 5.261 MSC-produkter i salg, fulgt av Nederland med 1.745 og Storbritannia med 1.482 produkter. Vår markedsundersøkelse og langtidsbutikkundersøkelsen i Storbritannia viser derimot at det er meget få produkter i salg med MSC-logo. Av totalt 333 produkter, som var med i vår butikkundersøkelse i februar 2013, hadde bare 21 MSC-logoen på pakken. Det er heller ikke mulig å si noe om hvor mye som selges av de ulike produktene. I Sverige er det meste av frysede produkter MSC-merket, men vi fant ingen ferskvarerdiser som var sertifisert, selv om de kjøper MSC-sertifisert fisk. Årsaken til manglende tilgang på sertifiserte produkter i butikk var i følge de selv at det enten var for dyrt å sertifisere disken, eller totalt unødvendig da de forholdt seg til lovgivningen og kun kjøpte lovlig fanget fisk.

Høyere pris på MSC-merkede produkter ut til forbruker i Storbritannia er dokumentert ved flere studier, både av MSC selv og uavhengige forskere, selv om man ikke kan si noe om hvor store mengder som selges av det merkede produktet. Hvor riktig det er å øke prisene på mat i disse europeiske nedgangstider kan diskuteres.

I våre intervjuer med supermarkeder i Storbritannia argumenterte de for nødvendigheten av å bruke logoen på produktene. Samtidig var de aller fleste aktørene vi snakket med også klar på at logoen ikke er viktig for forbrukeren i kjøpsøyeblikket. Det samme var til dels tilfellet i Sverige selv om det her var noen flere som mente logoen ga mange fordeler for produktet og bedriften. Det ble også uttrykt bekymring for merketretthet og merketetthet hos forbrukeren fra flere hold. Det kan derfor stilles spørsmålsteget ved nødvendigheten av å ha en sertifisering rettet mot forbruker, altså logo på produktet i butikken, i stedet for et B2B-program, siden det på den ene siden fordyrer sertifiseringen og på den andre siden synes å være lite brukt (på tross av stort fokus på bærekraft i Storbritannia).

### **MSC og industrielle kunder**

MSC-programmet og -logoen er likevel det mest kjente og etablerte bærekraftmerket i markedet. Dette gjør at det er praktisk og «lettvinnt» i forhold til dokumentasjon av bærekraft mot industrielle kunder. Man trenger ikke bruke tid og ressurser på å kontrollere fiskerier og bestander selv, MSC har ivaretatt dette arbeidet. Det kan derfor være kostnadseffektivt og innfri forventninger fra miljøorganisasjoner til bedriften. I tillegg sees det på som gunstig for bedriftens image å bli assosiert med MSC og bærekraft.

En annen fordel med å bruke MSC er at MSC driver kampanjer mot markedet og ut mot forbruker, gjerne i samarbeid med en supermarkedskjede og/eller produsent. I 2012 kjørte de 21 felleskampanjer med supermarkeder i 11 land.<sup>17</sup> I den grad dette bidrar til økt salg av bærekraftig fisk vil norsk fisk få «gratis reklame».

MSC har imidlertid ikke fått like stort gjennomslag i Sør-Europa som i Nord-Europa, selv om de har fått innpass i Carrefour og El Corte Inglés. Det nevnes at MSC har innarbeidet seg i de «lette» markedene, men vil møte betydelig større motstand i markedene lenger sør. Her er fokus på

---

<sup>17</sup> Australia, Canada, Danmark, Tyskland, Japan, Nederland, Sør-Afrika, Spania, Sveits, USA og Storbritannia.

bærekraft mindre og den økonomiske situasjonen vanskeligere. Hverken interessen eller betalingsviljen synes derfor å være like stor og de norske markedene for fisk trenger derfor ikke endre seg vesentlig framover med tanke på krav til sertifisering.

Industrielle kunder har reagert på at kriteriene for sertifisering endres. Dette gjøres gjerne som et ledd i å forbedre programmet og fra et overordnet bærekraftperspektiv er dette bra. For bedrifter som er sertifisert, og for eiere av bestandssertifiseringen kan dette imidlertid oppleves som problematisk, både i forhold til at det stilles nye krav og med arbeidet med å dokumentere innfrielse av kriteriene. I Alaska kom det i følge ASMI betydelige krav om ytterligere forskning og dokumentasjon i forbindelse med resertifisering av Alaskalaks, og dermed veldig store ekstrakostnader. Dette kravet kom etter at laksen hadde vært sertifisert i en lengre periode og førte til en konflikt som igjen var én av årsakene for at de fleste bedriftene valgte å trekke seg ut av MSC.

### **MSC og mediekritikk**

Et annet moment som kan være verdt å legge merke til er den økende kritikken mot MSC, både fra fiskeriaktører men også i fagjournaler. Kritikken går på ulike forhold, blant annet hvorvidt MSC faktisk bidrar til økt bærekraft for verdens fiskerier (Froese & Proelss, 2012; Kalfagianni & Pattberg 2013; Karlsen, 2012)<sup>18</sup> og hvorvidt de er tilgjengelige for «de som trenger det mest» ved at MSC hovedsakelig sertifiserer allerede sterke bestander vurdert som bærekraftige før MSC kom på markedet (Ponte, 2008 og Ponte, 2012). På den annen side har man eksempler på at MSC kan bidra til forbedring av forvaltningen av svake bestander fordi de må gjøre forbedringer for å bli sertifisert<sup>19</sup> (Martin *et al.*, 2012; Pérez-Ramirez *et al.*, 2012 A og B), selv om de også kritiseres for å ha for stort handlingsrom i fortolkningen av sine kriterier (Christian *et al.*, 2013). Også internasjonale fiskerinyhetskilder som Intrafish<sup>20</sup>, Undercurrent news<sup>21</sup> og Seafood source<sup>22</sup> publiserer en del kritiske artikler om MSC. Dette er kanaler som når veldig mange aktører i ulike deler av verdikjeden, og man må anta at slik kritikk over tid vil påvirke aktørenes holdning til MSC.

MSC får også kritikk i media og særlig av aktører i næringen, både i Norge og internasjonalt, for å være aggressive og til dels uredelige i sin framstilling av seg selv. Vi erfarte også dette på European Seafood Exhibition i Brussel i 2013, hvor MSC holdt et miniseminar om MSC, at en del av forskningen de gjenga i sin favør var gjengitt på feil måte og at gamle eksempler ble gjengitt som nye. Slik ble det kanskje gitt et feilaktig bilde av forventede fordeler ved MSC-sertifisering. Videre ser det ut til at Alaska har mottatt mye motbør etter sin avgjørelse om å trekke seg ut av MSC, noe som har vakt reaksjoner både i USA og Europa. MSC bør så langt mulig unngå slike hendelser, være trygg nok på sitt eget program til å holde seg til nye og riktige eksempler. Det viktigste for MSC er kanskje å unngå å bli forbundet med å gi negativ kritikk til andre, særlig bærekraftige forvaltningsregimer med et ønske om en annen løsning enn MSC.

---

<sup>18</sup> Tilsvar til kritikken fra Froese & Proelss (2012) kom fra MSC sammen med forskere i Agnew *et al.*, (2013), som igjen fikk tilsvar (Froese & Proelss, 2013).

<sup>19</sup> MSC har nylig frigitt en egen studie (MSC Global Impacts Report 2013. Monitoring and Evaluation) som viser forbedringer av 400 MSC sertifiserte fiskerier, kan nedlastes på <http://www.msc.org/documents/environmental-benefits/global-impacts/msc-global-impacts-report-2013>.

<sup>20</sup> [www.intrafish.com](http://www.intrafish.com)

<sup>21</sup> <http://www.undercurrentnews.com>

<sup>22</sup> <http://www.seafoodsource.com>

### **MSC, framtiden og utfordringer ved å være internasjonal og størst**

Andre mer overordnede forhold kan også påvirke tilliten og gjennomslagskraften til MSC og slik indirekte også de fiskerier som er MSC-sertifisert. MSC er en internasjonal standard som kan sertifisere villfisk og skalldyr fra hele verden og det er derfor problematisk for norsk næring om MSC skulle motta alvorlig kritikk basert på omstendigheter rundt et helt annet fiskeri.

For å bli sertifisert av MSC uten større tiltak må man score over 80 poeng på hver av de tre hovedpunktene. 100 er helt ideelt og 60 er en absolutt nedre grense. Den norske scoren for de kystnære torskefiskeriene ligger stort sett mellom 90 og 95 avhengig av redskap. Det er en bekymring for noen at man sertifiseres under samme program og logo som fiskerier som så vidt klarer de påkrevde 80 poeng. Det blir sagt at man ikke klarer å kapitalisere på det at norske fiskerier er betydelig bedre forvaltet enn de fleste andre, selv om man bare tar med de sertifiserte fiskeriene. Noen har til og med diskutert om det bør være en egen MSC-pluss-kategori for de som har bedre resultater enn de resterende (Bush *et al.*, 2013).

Videre blir MSC kritisert for å være utilgjengelig for småskalafiskerier og fiskerier i utviklingsland (Ponte, 2012). MSC står her overfor et dilemma ved at de har som mål å øke bærekraften i fiskeriene i vesten, samtidig som de skal inkludere fiskerier i utviklingsland. I disse tilfellene står man ofte overfor store utfordringer i forhold til vitenskapelig grunnlag for vurdering av bestander, svakere regulering og håndhevelse av reguleringene i både lokale og mer industrielt fiske (Bush *et al.*, 2013). MSC står her overfor et dilemma: De kan ikke uten videre strekke sine egne kriterier for å kunne inkludere disse fiskeriene. Videre kan de vanskelig forsvare sin visjon om å se verdens hav fulle av liv og sikre framtidige generasjoners leveranser av sjømat om de ikke arbeider for å forbedre og sertifisere de fiskeriene og bestandene som virkelig har problemer:

*“Our vision is of the world’s oceans teeming with life, and seafood supplies safeguarded for this and future generations”*

*MSC’s visjon<sup>23</sup>*

## **4.2 Iceland Responsible Fisheries**

Som et resultat av diskusjoner innad i islandsk fiskerinæring ble arbeidet med å utvikle et nasjonalt islandsk bærekraftprogram initiert i 2007. Det ble bestemt at islandsk næring ville være bedre tjent med en nasjonal satsning framfor internasjonale generiske programmer som MSC. The Iceland Responsible Fisheries Foundation, IRF, ble derfor etablert av den islandske industrien for å utvikle og drifte Iceland Responsible Fisheries, IRF. I ettertid har flere bedrifter valgt å gå for MSC-sertifisering i tillegg til den nasjonale satsningen.

IRFs sertifiseringsprogram består av to deler, en opprinnelseslanddel og en bærekraftdel. Bærekraftsertifiseringen er basert på Global Trust Certification Ltd<sup>24</sup> og deres program for bærekraftig og ansvarlig fiske; Responsible Fisheries Management (RFM). I lang tid var kun torsk sertifisert, men per november 2013 har også hyse og sei gått igjennom tredjepartsvurderingen og

<sup>23</sup> <http://www.msc.org/about-us/vision-mission>

<sup>24</sup> For mer informasjon om sertifiseringsprogrammet se: <http://www.responsiblefisheries.is>. For mer informasjon om Global Trust se [www.GTcert.com](http://www.GTcert.com).

blitt sertifisert. Uer er ennå under vurdering. Denne tregheten kommer i følge IRF av at de i lang tid har jobbet for å få forbedret kvotelovgivningen slik at hyse og sei ville oppfylle sertifiseringskriteriene (se pkt 3.3). På tross av de geografiske begrensningene til Island er mer enn 100 bedrifter registrert for bruk av opprinnelseslandslogoen. I tillegg har 26 islandske og 4 utenlandske bedrifter godkjent verdikjede for bærekraftsertifisering. IRFs bærekraftprogram er hovedsakelig ment for industrielle aktører som en mulighet til å skaffe tilstrekkelig tredjepartsdokumentasjon av bærekraft. Opprinnelseslogoen kan i tillegg brukes gratis av registrerte medlemmer opp mot forbrukere for alle arter som faller inn under programmet. For mer bakgrunnsinformasjon om det islandske alternativet se Delrapport 1 i prosjektet, Nøstvold, Kvalvik & Young (2012).

#### **4.2.1 Fordeler og utfordringer med nasjonal sertifisering**

For mange bedrifter både i Norge og i utlandet, samt produsenter, distributører og supermarkedsaktører blir det sett på som positivt at flere aktører entrer markedet for bærekraftsertifisering. Man unngår til dels monopolisering og mange aktører hevder mindre aktører føles tryggere, gir mulighet for tettere dialog og for differensiering på egne premisser. Konkurransen i dette markedet, som i de fleste andre sees på som sunt og nødvendig (Nøstvold *et al.*, 2013).

Flere aktører i mange ledd av verdikjeden synes det er problematisk å gi ansvaret for legitimering av bærekraft over til en stor internasjonal aktør, som MSC eller FOS. Ikke bare mener de det koster for mye, men hovedinnvendingen er at man gir fra seg en del av kontrollen over egne ressurser og forvaltningen av disse. Dette medfører ikke riktighet, men er likevel den tanken som mange sitter igjen med etter å ha vært i møte med noen av de store aktørene.

Motivasjonen hos forvalterne, næringen selv og lokalsamfunnet rundt vil kunne forventes å være sterkere ved en nasjonal sertifisering enn ved bruk av en internasjonal stor aktør. Påkrevde endringer for å forbedre bestanden eller økosystemet vil derfor kunne være lettere å gjennomføre med støtte i alle ledd av næringen.

For nasjoner som Norge, Island og Alaska, hvor bærekraftig fiskeri har vært et fundament i årtier og forvaltningen er et eksempel til etterfølgelse av andre nasjoner, kan nasjonale strategier brukes for å differensiere og kapitalisere ekspertisen. De allerede etablerte internasjonale strategiene må ta hensyn til andre fiskerier og muliggjøre sertifiseringen av disse mens en nasjonal strategi ikke trenger ta slike hensyn.

Videre vil en nasjonal sertifisering også gjøre det mulig å trekke inn andre faktorer som sosial bærekraft. Fokus i Europa synes å gå i retning av sosial bærekraft. Flere bedrifter nevner dette som det nye og i tillegg kan det virke som om Fairtrade har økende suksess. En av informantene sier at man har stort fokus på flere faktorer som går i samme bane, økologisk, Fairtrade, miljø, bærekraft også videre, at dette for mange går over i hverandre og ikke er så lett å skille for vanlige folk. Han er også klar på at dette selger. Om man oppnår høyere pris er han mer usikker på, men at man klart vinner en del kunder og forbedret image av dette.

*«Arbeidsrettigheter og sikkerhet? Det kunne vi absolutt selge».*

*Food and Bev. Manager, Skandinavisk hotellkjede*



Denne trenden ser man også i Storbritannia. Gode og sikre arbeidsforhold får økende fokus, kanskje som et resultat av høy arbeidsledighet i Europa og dermed større press på de som har arbeid å gå til? En innkjøper i en av de viktigste supermarkedskjedene i Storbritannia poengterer at markedslandskapet for fisk og sjømat er i endring fra veldig miljøorientert bærekraft til et dreierende fokus mot sosial bærekraft.

*«It's kind of moving on into social, so what are the sort of social issues in aquaculture and fisheries?»*

#### *Innkjøper for sjømat i britisk supermarkedskjede*

Både basert på de innspill gitt av de aller fleste intervjuobjektene i både Sverige og Storbritannia, og relevant forskning (Honkanen, 2011) er inntrykket at forbrukeren ønsker å gi ansvaret for bærekraftig mat over til supermarkedskjedene. De ønsker ikke å måtte forholde seg til hvilken fisk de skal kjøpe i butikken, basert på om fisken er lovlig fanget, utrydningstruet eller har skadet miljøet. Kjøps-situasjonen er presset i tid, og dermed er det nok å måtte vurdere om kvaliteten er god nok eller ikke, om dette i det hele tatt tas i betraktning. På tross av dette sier de aller fleste intervjuobjektene at de har behov for dokumentasjon av at sjømaten de kjøper inn er bærekraftig. Mange har egne standarder og retningslinjer, men en sertifisering forenkler i stor grad innkjøpsprosessen. Dermed kan det virke som om bærekraftsertifisering bør ligge på bedriftsnivå og ikke forbrukernivå. En industriell dokumentasjon bør være billigere og enklere både å drive og forvalte, da man fjerner logoavgiften og ikke har behov for kampanjer ut til forbruker. I tillegg finnes en rekke merkevarer, supermarkeders egne merker og andre segmenter som HoReCa som ikke har behov for en forbrukerlogo. Verken IRF eller ASMI fronter egen logo, selv om begge tilbyr en logo som kan brukes mot en mindre engangsvgift. På tross av dette er det vanskelig for norsk næring alene å sette en slik standard når den generelle holdningen er (på tross av at de fleste industrielle aktører og forskningsresultater likevel mener det motsatte) at forbrukeren ønsker en logo for bærekraft.

Det vil kreve betydelig arbeid å utvikle en egen standard. Bak en nasjonal strategi bør det stå en samlet norsk næring, eller i hvert fall en stor nok del av næringen til å gi den styrke og troverdighet. Norsk fiskerinæring er meget fragmentert slik at det kan bli en utfordring å samle alle om en løsning, det kan til og med bli utfordrende å samle for eksempel hvitfisknæringen eller pelagisk næring til å enes om en strategi innenfor sin sektor. Om man velger å bruke Global Trusts RFM-modell løses en del av de praktiske utfordringene, men løsningen må likevel tilpasses norske forhold. I tillegg bør man i forkant undersøke at modellen kan sertifisere norsk fiskerier. For eksempel har man utfordringer med kysttorsk og bifangst av arter som uer og breiflabb, som må løses på en fornuftig måte for å tilfredsstille kriteriene. MSC åpner for sertifisering med forutsetninger om gjennombygningsplaner og relevante tiltak, ikke alle ordninger gjør dette i like stor grad.

Oppstartskostnadene knyttet til en nasjonal ordning kan bli betydelige og man må påregne en del utgifter til markedsarbeid. Særlig med det å introdusere standarden for Norges industrielle kunder. Her kan Norge lære av ASMI og IRF. De finnes allerede i de europeiske markedene som er viktig for Norge, og det kan være nyttig for norsk næring å lytte til deres erfaringer og se på mulig samarbeid mot markedet om hva ordningene innebærer og få aksept for disse.

Ut fra erfaringene til ASMI og IRF, må man regne med sterk kritikk fra MSC og kanskje også andre miljøvernorganisasjoner ved etableringen av et nasjonalt sertifiseringsprogram. Her må man ha på

plass en god mediestrategi og en plan for hvordan dette håndteres, både på bedrifts og organisasjonsnivå. IRF har valgt en noe passiv strategi og det kan virke som om de holder seg unna slike debatter. ASMI på den andre siden argumenterer høyt og tydelig at Alaskas laks har vært bærekraftig forvaltet lenge før MSC kom på banen. De jobber aktivt mot sine største kunder som for eksempel Walmart og Sodexo i USA for å få disse til å anerkjenne RFM-standarden, noe de ikke har gjort offentlig ennå på tross av at begge sier de vil fortsette å kjøpe fisk fra Alaska i framtiden. ASMI har imidlertid klart å få USAs statlige innkjøp til å endre ordlyden i sine retningslinjer fra å anbefale tredjepartsertifisering til å kjøpe ansvarlig forvaltet fisk (responsibly managed, sustainable fisheries)<sup>25</sup>.

Det er stor risiko for at man i en overgangsperiode vil få en dobbel løsning med både en norsk standard og MSC, dette er situasjonen både på Island og i Alaska. Selv om dette totalt sett er kostnadskrevende og kanskje til dels vanskelig å balansere, særlig om MSC går aktivt ut for å forhindre at norske fiskerier trekkes ut av programmet, har man både i Alaska og på Island klart dette.

---

<sup>25</sup> <http://www.intrafish.com/news/article1377903.ece> , <http://www.intrafish.com/news/article1377916.ece> og <http://www.intrafish.com/news/article1381726.ece>; <http://www.intrafish.com/news/article1377269.ece>

## 5 Oppsummering og vurdering

For norsk fiskerinæring vil både MSC og et nasjonalt merke fungere som dokumentasjon på bærekraft. De to strategiene har som vi har sett ulike fordeler og utfordringer. Utfordringene med MSC er av en litt mer overordnet og prinsipiell karakter, mens etableringen av en nasjonal ordning er av mer praktisk natur.

Fordelene med MSC er at de er godt innarbeidet, og kjøperne kjenner merket og kriteriene bak programmet, det gjør handelen lettere. Utfordringene med MSC er at merket ikke er knyttet opp til norsk opprinnelse og at man er sårbar for feil, svakheter og kritikk ikke bare mot norsk MSC-sertifisert fisk og MSC, men all MSC-sertifisert fisk.

Fordelene med et nasjonalt program er at man kan bygge det opp mot norsk opprinnelse og har større kontroll. Det er også mulig å inkludere sosial bærekraft i et slikt program, noe som har fått økt oppmerksomhet i det europeiske markedet de siste årene. Utfordringene med å etablere et nasjonalt program er at det vil kreve en stor innsats og koste en del. Man må påregne en del arbeid med å innarbeide det hos kundene, og forberede seg på kritikk fra MSC og miljøvernorganisasjoner.

Det vil ta en viss tid å utvikle et nasjonalt bærekraftprogram. Hvis næringen bestemmer seg for å utvikle et nasjonalt program, bør man uansett forbli i MSC til dette er klart.

Før man tar en slik beslutning bør man imidlertid ha en god dialog med kundene og andre interessenter i markedet. ASMI har for eksempel fått kritikk for ikke å ha diskutert med kundene sine på forhånd. Det er derfor viktig å sondere i markedet både før man tar en beslutning, underveis i etableringen og før man lanserer programmet.

Det er også viktig å ha en god mediestrategi i forhold til MSC og miljøvernorganisasjoner, fra retail og markedet, samt internasjonal media og mot norsk industri. Både IRF og ASMI er møtt med sterk kritikk fra MSC og regelrett kampanjer rettet mot markedet for ikke å selge IRF- og ASMI-produkter. Dette har ført til mye støy, men synes også å ha svekket MSC og ikke bare deres konkurrenter på bærekraftmarkedet.

Med en nasjonal strategi bør man se på muligheten for å samarbeide med andre nasjonale standarder, særlig hvis man velger en Global Trust modell. Island og Alaska har gjort mye av jobben med å introdusere nasjonale bærekraftstandarder i de markedene Norge er i. De har også høstet mye erfaring, både med å få aksept for de nasjonale standardene, men også i håndteringen av kritikk fra MSC og miljøvernorganisasjoner og med å ha to parallelle systemer; en nasjonal og MSC.

Det vil være en stor fordel om norsk næring står samlet. Det vil si at om man bestemmer seg for å utvikle en nasjonal sertifiseringsordning bør flertallet og alle sentrale aktører være med. I praksis ser vi at dette vil være vanskelig. Både på Island og i Alaska har man i dag både MSC og nasjonale program. Dette lar seg selvsagt også gjøre i Norge, og flere fiskerier er også sertifisert med både KRAV, Friends of the Sea og MSC, men det synes lite hensiktsmessig og er med på å drive opp prisen på fisk og kostnaden for næringen.

Allerede i 2006 foretok næringa vurdering av alternativer til sertifisering med Marine Stewardship Council (Kristiansen, 2006). Arbeidet ble gjennomført av Norges Fiskarlag og her konkluderte man med at man burde utvikle et sett av «norske regler for ansvarlig fiske» basert på internasjonale

standarder som FAOs «Code of Conduct» og «Guidelines for the Ecolabelling of Fish and Fishery Products», slik de hadde gjort i Canada. Dette burde kombineres med et sporingsverktøy som igjen burde være en forutsetning for bruk av Sjømatrådets Norge logo. Dette ble vurdert til å være et mye bedre alternativ enn sertifisering gjennom MSC. Man skisserte slik en modell som ligger nært opp til den islandske ordningen, og også det man har gått over til i Alaska.

Det er flere grunner til å beholde MSC-ordningen, den beste er kanskje at kostnadene og energien som må legges i etableringen av en egen ordning slett ikke trenger bli billigere enn en MSC sertifisering. Hovedargumentet for å etablere en nasjonal bærekraftsertifisering er ønsket om nasjonal kontroll og kopling til norsk opprinnelse, hvor man både ønsker mer kontroll på kriterier og pris, og ikke vil være sårbar for svakheter og feil med andre lands fiskerier. Selv om MSC har vokst formidabelt de siste årene, har de også blitt utsatt for økt kritikk.

Hvis industrien bestemmer seg for å utvikle en egen standard må man være sikker på at kriteriene er tilpasset norske fiskerier slik at alle fiskeriene som i dag er sertifisert vil forbli sertifisert. Erfaringer fra Island hvor bare torsken ble sertifisert i 2010, og hysa og seien først ble godkjent i oktober 2013 var lite gunstig og gjorde IRFs gjennomslag i markedet svakere enn ønsket. Det var også problematisk i forhold til de markedene som krever tredjepartsdokumentasjon og svekket dets gjennomslagskraft og de islandske aktørenes lojalitet. Dette var også en av grunnene til at mange ble sertifisert med MSC. Det bør derfor sikres at de viktigste bestandene blir sertifisert med en gang, slik at man får mange arter og et stort volum på markedet samtidig.

En nasjonal strategi bør ikke innebære logo på produktet. Studier og erfaringer viser at forbrukerne er lite opptatt av logoen, de ønsker å stole på kjøpmannen eller supermarkedet. Det vil også være betraktelig dyrere og innebære mye mer arbeid å innarbeide et slikt merke. Det kan også være lurt å ha en strategi for å selge til merkevarer som er sterk nok til å selge egen logo, og som ikke bruker eller ønsker å bruke logo fra tredjepartsertifiseringen på produktet. I tillegg synes det som om ferskvaredisker og HoReCa-segmentet ikke føler noe behov for logo.

MSC har tjent industriens interesser greit. Det er likevel slik at man kan dokumentere bærekraft på andre måter. Alle vil ha MSC, men så godt som ingen kjøper bare MSC-produkter. Erfaringene fra Island og Alaska viser tydelig at alternative tredjepartsertifiseringer godtas.

## 6 Referanser

- Baelde, P., Monfort, M. C., and Nilssen, F. (2012). "Sustainable seafood on the French Market: Expectations and attitudes of large scale buyers". Nofima Report 15/2012..
- Bush, S.R., Toonen, H., Oosterveer, P. og Mol, A.P.J (2013) "The 'devils triangle' of MSC certification: Balancing credibility, accessibility and continuous improvement" *Marine Policy* 37 s. 288-293.
- Cashore B. (2002) «Legitimacy and the Privatization of Environmental Governance: How Non-State Market-Driven (NSMD) Governance Systems Gain Rule-Making Authority». *Governance* 15(4), s. 503-29.
- Christian C, Ainley D, Bailey M, Dayton P, Hocevar J, LeVine M, Nikoloyuk J, Nouvian C, Velarde E, Werner R, Jacquet J. (2013) "A review of formal objections to Marine Stewardship Council fisheries certifications". *Biological Conservation*; 161, s.10-17.
- FAO, FAO(2005) "Guidelines for the ecolabelling of fish and fisheries products from marine capture fisheries", FAO, Editor 2005: Rome
- Froese R, Proelss A. (2012) "Evaluation and legal assessment of certified seafood". *Marine Policy*; 36, s. 1284-89.
- Gulbrandsen, LH. (2009) "The Emergence and Effectiveness of the Marine Stewardship Council." *Marine Policy* 33: 654-60.
- Honkanen, P. og Young J.A. (Submitted). "Critical Determinants of Consumers Buying Decisions for Sustainable Seafood", *Journal of Consumer Policy*.
- Honkanen, P. og Nilssen, F. (2013) «Etterspørselsforhold knyttet til bærekraft og miljø. Sluttrapport» Nofima Rapport 9/2013.
- Honkanen, P. (2011) «Forbrukeropfatninger og holdninger omkring bærekraft.» Nofima Rapport 46/2011.
- Kalfagianni, A. og Pattberg, P. (2013) « Global fisheries governance beyond the state: unraveling the effectiveness of the Marine Stewardship Council» *Journal of Environmental Studies and Science*, Vol 3;2 s. 184-193
- KRAV (2013). KRAV Marknadsrapport 2013. Available at:  
<http://www.krav.se/sites/www.krav.se/files/marknadsrapport2013.pdf>
- Karlsen, K.M., Hermansen Ø. og Dreyer, B.M. (2012) "Eco-labeling of seafood: does it affect the harvesting patterns of Norwegian fishermen?" *Marine Policy* 36, s. 1123-1130.
- Kristiansen, Aslak (2006). «Alternativer til sertifisering fra MSC – en vurdering» FHF prosjekt 261054.
- Kvalvik, I., Nøstvold, B. and Young, J.A., (2014) "National or supranational fisheries sustainability certification schemes? – a critical analysis of Norwegian and Icelandic responses" *Marine Policy*, accepted
- Martin S.M., Cambridge, T.A., Grieve, C., Nimmo F.M. og Agnew D.J. (2012) "Fisheries involved in the Marine Stewardship Council Certification Scheme." *Reviews in Fisheries Science*. Vol 20; 2.
- MSC 2010. "MSC commercial presentation Norway", presentasjon ved Nofima 29.10.2010.
- MSC 2012. Marine Stewardship Council. "A Global Update», presentasjon ved Nofima- 2012.
- MSC Annual Report 2011/12. <http://www.msc.org/documents/msc-brochures/annual-report-archive/annual-report-2011-12-english>
- MSC Annual Report 2012/13. <http://www.msc.org/documents/msc-brochures/annual-report-archive/annual-report-2012-13-english>
- Nøstvold BH, Kvalvik I og Young JA. (2012) "National Responsible Fisheries Schemes: an option for the Norwegian Fishing industry? A Case study of Iceland Responsible Fisheries". Nofima Rapport 34/2012

- Nøstvold B.H., Kvalvik I. og Young J.A. (2013) "Sustainability certification and the market. Case studies of the United Kingdom and Sweden." Nofima Rapport 45/2013
- Parkes G, Young JA, Walmsley SF, Abel R, Harman J, Horvat P, Lem A, MacFarlane A, Mens M og Nolan C, (2010) "Behind the Signs – A global review of fish sustainability information schemes". Review in Fisheries Science 18, 4.
- Parkes, G., S. Walmsley, T. Cambridge, R. Trumble, S. Clarke, D. Lamberts, D. Souter og C. White (2010). "Review of Fish Sustainability Information Schemes – Final report" Report prepared for the Fish Sustainability Information Group by MRAG. (MRAG ed., 2010).
- Pérez-Ramírez M, Lluch-Cota S og Lasta M. (2012) "MSC certification in Argentina: Stakeholders' perceptions and lessons learned". Marine Policy; 36, s.1182-87.
- Pérez-Ramírez M., Phillips B., Lluch-Belda D. og Lluch-Cota S.( 2012) "Perspectives for implementing fisheries certification in developing countries." Marine Policy 36, s. 297–302.
- Ponte, Stefano (2008) "Greener than Thou: The political economy of fish ecolabeling and its local manifestations in South Africa" World Development Vo.I 36, No 1, s. 159-175.
- Ponte, Stefano (2012) "The marine stewardship Council (MSC) and the making of a market for "Sustainable Fish" Journal of Agrarian Change, Vol. 12 Nos 2 and 3, April and July 2012, s. 300-315
- Potts T, Brennan R, Pita C og Lowrie G. (2011) "Sustainable seafood and eco-labelling; the marine stewardship council, UK consumers, and fishing industry perspectives". SAMS Report s.270-211.
- Potts T og Haward M. (2007) "International trade, eco-labelling, and sustainable fisheries - recent issues, concepts and practices". Environment, Development and Sustainability 9(1): 91-106.
- Roheim, C., F. Asche og J.I. Aantos (2011) "The Elusive Pirve Premium for Ecolabelled Products: Evidence from Seafood in the UK Market". Journal of Agricultural Economics, 62:3, s. 655–668.
- Sogn-Grundvåg G., Larsen T.A. og Young J.A.(2012) "The value of line-caught and other attributes: An exploration of price premiums for chilled fish in UK supermarkets". Marine Policy 38: s. 41-44.
- Sogn-Grundvåg, G., T.A. Larsen & J.A. Young (In Press) "Product differentiation by credence attributes: the case of frozen whitefish in UK supermarkets", Journal of Agricultural Economics.
- UNEP (2009) "Certification and Sustainable Fisheries" United Nations Environmental Programme (UNEP). Division of Technology, Industry and Economics.
- Washington S, Ababouch L. (2011) "Private standards and certification in fisheries and aquaculture. Current practice and emerging issues." FAO Fisheries and Aquaculture Technical Paper; 553. FAO Rome 2011.

<sup>1</sup> [www.ms.org/about-us](http://www.ms.org/about-us)

