



Muligheter for en nasjonal bærekraftsertifisering i Norge

Okt fokus på bærekraftig sjømat har skapt et marked for tredjeparts bærekraftsertifisering. MSC (Marine Stewardship Council) er uten sammenligning den største og best kjente. I tillegg til de internasjonale tredjeparts sertifiseringsprogram har noen land, som Island og Alaska, valgt en alternativ strategi for å dokumentere sin bærekraft og utviklet egne nasjonale sertifiseringsprogram. Island har etablert «Iceland Responsible Fisheries» og Alaska har etablert «Seafood from Alaska». Begge fungerer både for å framheve opprinnelsesland og som bærekraftsertifisering. Kan man gjøre det samme i Norge? I FHF-prosjektet «Marketing and value added effects for whitefish and pelagic industries of different eco-labelling schemes» har vi vurdert mulighetene for å lage en norsk bærekraftsertifisering?

For å belyse spørsmålet har vi intervjuet produsenter, supermarkedkjeder, nøkkelinformanter og tradere i Sverige og Storbritannia, samt intervjuet sertifiserere og miljøorganisasjoner. I tillegg har vi studert faglitteratur og fulgt utvikling og diskusjoner i internasjonale fiskerimedier. Vi har også gjennomført en langtidsbutikkstudie for å avdekke eventuelle prispremier i Britiske supermarkedet.

Nasjonale sertifiseringsprogram

Iceland Responsible Fisheries (IRF) ble etablert sommeren 2010 og skulle oppfylle Islandsk fiskeindustriens ønske om et opprinnelsesmerke og et nasjonalt bærekraftsprogram. I 2012 valgte de største produsentene av Alaska Laks å trekke seg ut av MSC og etablere sin egen bærekraftordning. Begge programmene er basert på det

irske sertifiseringsbyrået Global Trust Certification Ltd og deres program «Responsible Fisheries Management» for bærekraftig og ansvarlig fiske. For begge var det viktig å ha på plass en uavhengig tredjeparts sertifiserer.

Et norsk program?

Vår studie viser at alternative tredjepartsertifiseringer godtas i markedet. Vi tror etableringen av et nasjonalt bærekraftprogram kan gi nye muligheter. Det kan imidlertid også gi noen utfordringer å velge bort MSC. Fordelen med MSC er at de er internasjonalt anerkjent og godt etablert i mange av våre viktigste markeder. De tilbyr også forbrukerlogo med tilhørende reklamekampanjer. Med et nasjonalt program må man gjøre alt arbeidet selv. Tid, kostnader og god planlegging blir derfor nøkkelford

om man skal vurdere å etablere en nasjonal strategi.

All erfaring viser at det tar tid å etablere et program, både for sertifisering starter og for å få aksept hos kundene. Kundene og aktorene i markedet som er mest opptatt av bærekraftdokumentasjon må lære programmet å kjenne og akseptere dette som et fullverdig alternativ. Dialog før, under og etter etableringen vil derfor være viktig for å skape aksept. Dette er noe Alaska har fått kritikk for å ha vært for dårlig på.

Man må også ha på plass en strategi for å handtere motstand og kritikk, særlig fra MSC og de som aktivt støtter deres arbeid og posisjon. En god mediestrategi er derfor viktig. Om man velger å bruke Global Trusts modell vil samarbeid med Island og Alaska være gunstig. De har også gjort mye av jobben med å introdusere nasjonale bærekraftstandarder i de markedene norske aktører opererer i.

Det vil være en stor fordel om norsk næring står samlet, eller i hvert fall en stor nok del av næringen til å gi programmet styrke og troverdighet. I praksis ser vi at dette kan bli vanskelig. Både på Island og i Alaska har man i dag både MSC og et nasjonalt program. Dette lar seg selvsagt også gjøre i Norge, og flere fiskerier er også i dag sertifisert med både KRAV, Friends of the Sea og MSC. Det synes likevel som lite hensiktsmessig og er med på å drive opp prisen på fisk og kostnaden for næringa. Man bør derfor ha som mål og bare bruke det nasjonale programmet, selv om det mest sannsynlig vil være nødvendig å beholde MSC sertifisering i en mellomperiode. Dette kan imidlertid også være praktisk da noen aktører kan møte kunder som krever MSC, særlig for det nasjonale programmet er fullt ut akseptert.

Like viktig som støtte i næringa og en god kommunikasjonsstrategi er å etablere et solidt og godt program, som sertifiseres av en uavhengig tredjepart. Om man velger å bruke Global Trusts RFM modell løses en del av de praktiske utfordringene. Løsningen må likevel tilpasses norske forhold og man må i forkant undersøke at modellen kan sertifisere norske fiskerier. Erfaringer fra Island hvor bare torsk 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. I Norge kan vi få 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 gjen-nombygningsplaner og relevante tiltak, ikke alle ordninger gjør dette i like stor grad.

En nasjonal strategi vil gi større kontroll over pris og sertifiseringskriterier, og ikke minst lavere driftskostnader da man kan klare seg uten forbrukerlogo. Supermarkedkjedene sier selv at forbrukerne er lite opptatt av logoen og ønsker å stole på kjøpmannen eller supermarkedet. Dette støttes også av forskning. Og selv om vår undersøkelse har avdekket en prispremie i britiske supermarkeder på MSC merket, har vi ingen indikasjoner på at denne prispremien fordeles videre nedover i verdikjeden. Det finnes også en rekke merkevarer, supermarketers egne merker og andre segmenter, slik som HoReCa, som ikke har behov for en forbrukerlogo. En industriell dokumentasjon vil både forenkle og redusere kostnadene ved et nasjonalt program, fordi man fjerner logoavgiften og ikke har behov for kampanjer ut til forbruker.

For nasjoner som Norge, Island og Alaska, hvor bærekraftig fiskeri har vært et fundament i årtier og forvaltningen er eksempel til etterfølgelse av andre nasjoner, kan nasjonale strategier brukes for å differensiere og kapitalisere ekspertisen. Også i MSCs vurdering kommer de norske sertifiserte fiskeriene bedre ut enn de fleste

andre, uten at dette gir noen ekstra fordeler i programmet. Med et nasjonalt bærekraftprogram er man heller ikke sårbar for kritikk mot sertifiserte produkter fra andre land eller andre sider ved de internasjonale programmene. Store programmer settes under lupen av flere forskningsmiljø, og om det skulle komme en skandale basert på dette vil alle som assosieres med programmet kunne bli rammet.

En nasjonal strategi gir også muligheter til å inkludere norsk opprinnelse og sosial bærekraft. Flere europeiske bedrifter nevner sosial bærekraft som det nye og i tillegg kan det virke som om Fairtrade har økende suksess. Sikkerhet og gode arbeidsvilkår er noe norsk industri lett kan dokumentere. Om man oppnår høyere pris er usikkert, men man vil klart vinne en del kunder og et forbedret image.

På tross av utfordringer med å etablere og få aksept for et nasjonalt bærekraftprogram kan ønsket om nasjonal kontroll være sterkt nok til at fordelene ved en nasjonal strategi er verdt å vurdere. Markedet for bærekraftsertifisering er ikke statisk, men under kontinuerlig utvikling. MSC tilbyr i dag en god og komfortabel løsning for norsk fiskerinæring, men om denne på sikt er den beste er det opp til norsk næring å vurdere. Vi har vist at selv om det å etablere en nasjonal strategi vil innebære kostnader i oppstartsfasen og kreve en del arbeid, har det også sine absolutte fordeler – hvis næringa vil.

