

## MARKED

**Seminar:** Eksportutvalget for fisk inviterer til et miniseminar om laks på Clarion Hotel Royal Christiania i Oslo den 30. juni. Det vil handle om eksport og markedsutvikling for norsk laks.



**FISKEDISK:** Hverken miljømerke eller bærekraft er spesielt viktig for forbrukerne i Storbritannia når de skal velge fiske i supermarkedenes fiskedisker. Miljømerking er heller drevet fram av andre krefter.

# Bærekraft og miljømerking b

**MARKED** Ny, avslørende forbrukerundersøkelse fra Storbritannia

Forbrukerne i Storbritannia bryr seg lite om miljømerking og bærekraft når de kjøper sjømatprodukter, viser en forbrukerundersøkelse Nofima har gjort.

**Agnar Berg**  
Oslo

– Bærekraft og miljømerking er ikke «drevet fram» av forbrukerne. Våre undersøkelser viser at det heller er et tema for supermarkedkjedene, myndighetene og miljøorganisasjonene, sier seniorforsker Pirjo Honkanen i Nofima.



**Pirjo Honkanen**

## Mange miljømerker

Det florerer av forskjellige miljømerker for sjømat. Mer-

kene «garanterer» for at det du kjøper er produsert på en bærekraftig riktig måte og at fisken kommer fra bærekraftig bestander.

MSC-merket er det mest etablerte miljømerket når det gjelder villfisk. Merket garanterer at fisken kommer fra bærekraftige bestander.

Men ifølge Honkanen er MSC-merket lite kjent blant forbrukerne i Storbritannia.

## Verdsettes bærekraft?

– Overrasket dette dere?

– Nei egentlig ikke. Men det ser ut som at forbrukerne blir «skjøvet» foran av «disse andre» gruppene.

For eksempel supermarkedkjedene sier at det er forbrukerne som er opptatt av bærekraft. En av våre konklusjoner er at bærekraft ikke er forbrukerdrevet i Storbritannia, sier hun.

Hankonen og forskningssjef for forbruk og marked i Nofima, Frode Nilssen, presenterte foreløpige resultater av undersøkelsen på et formidlingsseminar til Fiskeri- og havbruksnærings-



Fiskeribladet Fiskaren 25.5.11

forskningsfond, FHF, i Oslo for to dager siden. Tittelen på prosjektet Honkanen er leder for, er «verdsettes bærekraft»

Honkanen mener at miljømerking brukes bevisst av supermarkedkjedene i markedsføringshensyn for å tjene penger.

## Viste ikke om MSC

Målet med forbrukerundersøkelsen er å få innsikt i forbrukernes oppfatning og kunnskap om bærekraft. Blant forbrukeren var det en gruppe,



som hun kaller, «miljøbeviste forbrukere».

Honkanen har også gjort forbrukerundersøkelsen i Frankrike, men tall fra den franske delen av undersøkelsen er ennå ikke klare.

– Det var overraskende for oss at selv miljøbeviste forbrukere i Storbritannia ikke viste hva MSC-merket var. Det er i det hele overraskende at forbrukerne kjenner så lite til MSC siden dette miljømerkert har

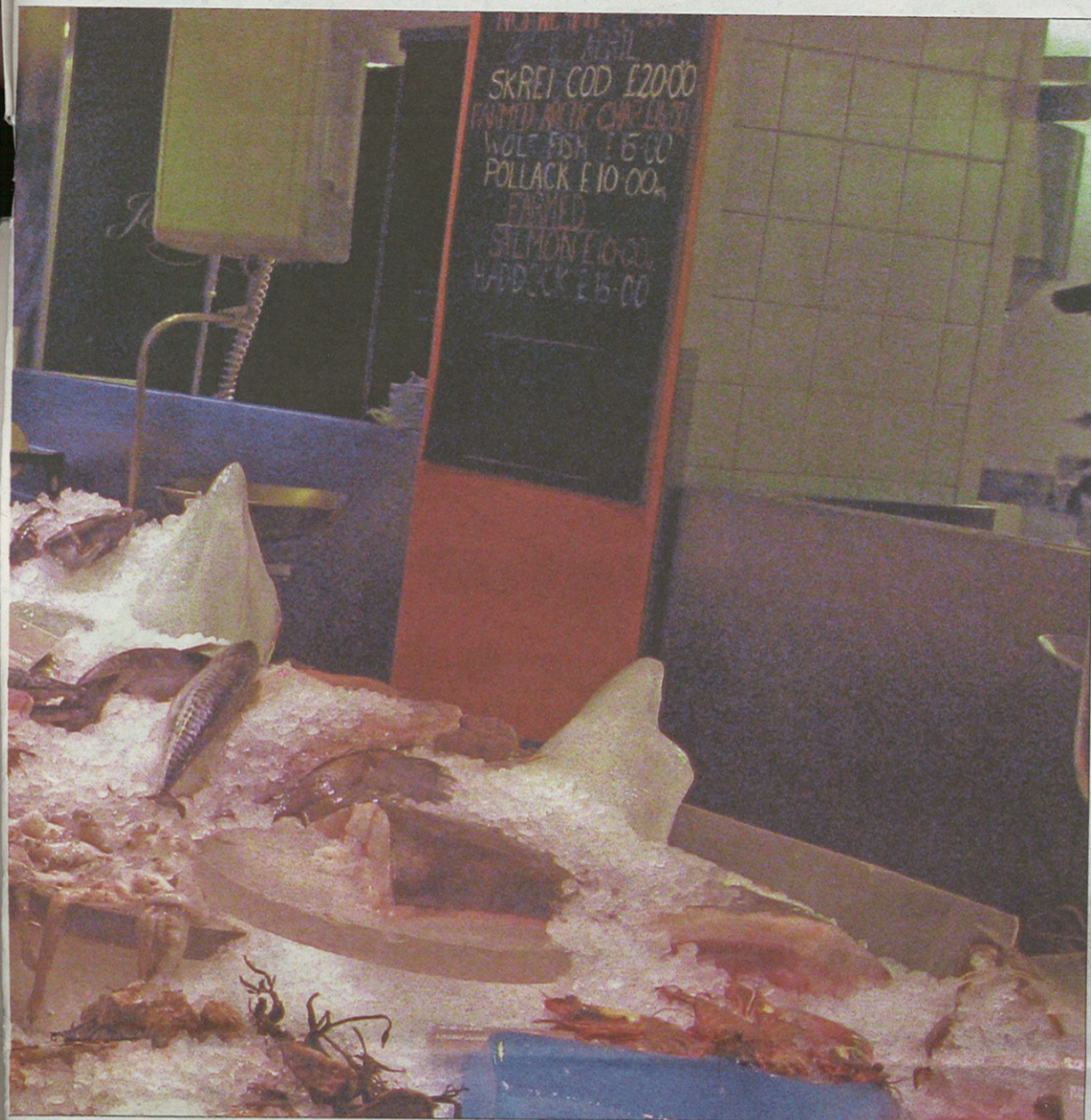
vært brukt i mange år i Storbritannia. Våre undersøkelser viser også at det er liten forskjell på kunnskap om bærekraft når det gjelder miljøengasjerte forbrukere og «vanlige» forbrukere, sier Hankomen.

## Butikkansatt vet lite

Professor James A. Young ved University of Sterling i Skottland, sier at det er gjort undersøkelse med de ansatte i supermarkedkjedene i Storbri-

**Fiskesommer:** Norges Jeger- og Fiskerforbund inviterer til «Fiskesommer» over hele landet denne sommeren også. Tusenvis av barn vil oppleve fiskelykke sammen med foreningen på ulike arrangement i hele Norge.

**Vekst:** Tall fra Eksportutvalget for fisk viser at det ble eksportert laks for 2,6 milliarder kroner i mai måned. Dette er den høyeste eksportverdien som noen gang er målt for laks i mai måned.



MILJØMERKE: MCS er et velkjent miljømerke for miljøbevisste forbrukere. ARKIVFOTO

## Ikke en forbrukersak

Forsknings-sjef for forbruk og marked i Nofima, Frode Nilssen, sier videre at skogen av miljømerker forvirrer forbrukerne og skaper «støy».

– Kanskje det kun burde være ett miljømerke, sier han. Nilssen sier at det ser ut som miljømerking har liten



Frode Nilssen

betydning på merkevarer, fordi forbrukerne har tillit til merkevarer uansett.

Guro Meldre Pedersen er global sjømatkoordinator i Det norske veritas, DNV. Det er DNV som har jobben med MSC-sertifisering i Norge.

Meldre Pedersen er enig i at MSC-merking i dag er en «business til business-sak» og ikke en forbrukersak.

– Bedriftene har MSC-merking for å sikre sine egne systemer, sier Meldre Pedersen.

# etyr lite for folk

» Bærekraft og miljømerking er ikke «drevet fram» av forbrukerne. Våre undersøkelser viser at det heller er et tema for supermarkedkjedene, myndighetene og miljøorganisasjonene

Pirjo Honkanen, seniorforsker i Nofima

tanna der konklusjonen var at bare tre prosent av de butikkansatte på «gulvet» kjente igjen MSC-merket.

– Det viser at de som forholder seg direkte til kundene ikke har noen kompetanse på miljømerking av produktene de selv selger, sier Young.

Frode Nilssen har sett på miljømerking av norskprodusert sjømat i Frankrike, Storbritannia og Spania. Mens Honkanen

har fokusert på forbrukerne i sin undersøkelse, har Nilssen hatt fokus på de industrielle aktørene.

Nilssen stilte på seminaret et spørsmål som han svarte på selv.

– En kan spørre hva det vil

koste ikke å miljømerke norsk sjømat. Jeg tror det vil koste betydelige summer i form av tapte markedsandeler og oppbygging av nye markeder, sier han.

agnar.berg@fbfi.no  
Telefon: 93 25 63 24

## Dette er miljømerket MSC

MSC, eller Marine Stewardship Council, er en standard for bærekraftig fiske og sporing av sjømat. Når sjømat har MSC-merket, skal det være mulig å spore tilbake fisken til der den er fanget.

MSC merket er en garanti for at det kun er fisket på bærekraftige bestander.

Visjonen til MSC er et verdenshav som yrer av liv, og en tilgang på sjømat som er sikret for denne og framtidige generasjoner.

MSC er verdensledende innen sertifisering av villfanget fisk. MSC hevder selv at MSC-merket er det mest pålitelige, anerkjente og

troverdige miljømerket for sjømat.

MSC-standarden har tre hovedprinsipper som alle fiskerier må oppfylle:

For det første må fisket drives på et nivå som er bærekraftig for bestanden. Et hvert sertifisert fiskeri må drives slik at fisket kan fortsette over tid og at det ikke drives rovdrift på ressursene.

For det andre skal fisket gjøres på en slik måte at strukturen, produktiviteten, funksjonen og mangfoldet i økosystemet, som er grunnlaget for fisket, opprettholdes.

For det tredje må fisket oppfylle alle lokale, nasjonale

## Liker laks og

Folk i Frankrike som spiser laks ofte, mer enn to ganger i uka, spiser også mye svinekjøtt.

Det viser et studie forskere ved Universitetet i Stavanger har gjort.

– Vi fant overraskende en sammenheng mellom laks og svinekjøtt. Jeg ville ha trodd det var en slik sammenheng mellom laks og kylling, sier professor Yuko Onozaka ved Institutt for økonomi og ledelse ved Universitetet i Sta-



Merete Kristiansen

vanger. Onozaka tror at det at mange mener at svinekjøtt er mer sunt enn kjøtt fra storfe, kan være en del av forklaringen.

Hun sier videre at hun ønsker å gjøre mer forskning på dette fenomenet for å komme nærmere en god forklaring.

Markedssjef Merete Nygaard Kristiansen i Eksportutvalget for fisk, EFF, sier at forklaringen kan være at franskmennene oppfatter svinekjøtt og laks som sunne produkter.

Det er EFF som har «råstoffet», tallmaterialet, som forskerne ved Universitetet i Stavanger har jobbet med.



Kilde: [www.msc.org](http://www.msc.org)  
MILJØMERKE: MSC er verdensledende innen sertifisering av villfanget fisk. MSC hevder selv at MSC-merket er det mest pålitelige, anerkjente og troverdige miljømerket for sjømat. ARKIVFOTO