

Til: Dagligvarekjeder i Norge

Ad. innkjøpspolicy for fisk og skalldyr

Oslo, 2/11 -2007

Tre firedeler av verdens kommersielle fiskebestander er fullt utnyttet, overfisket eller utryddet. Blant store rovfisker som tunfisk, sverdfisk, torsk og kveite er det bare 10 % igjen av de opprinnelige antallet. Ny forskning viser at av fisk og skalldyr som vi konsumerer i dag, kan være tapt i løpet av 50 år.

Disse dramatiske tallene mer enn antyder at myndighetene og fiskerinæringen har mislyktes i å forvalte verdens fiskebestander på en bærekraftig måte. Derfor har Greenpeace satt i gang en kampanje for å ansvarliggjøre neste ledd i næringskjeden. Med denne kampanjen ønsker vi å bidra til at detaljhandelen etablerer en bærekraftig innkjøpspolicy for fisk og skalldyr. Hensikten med kampanjen er å oppmuntre detaljhandelen til å få bedre kjennskap til hva man selger og hva slags miljøpåvirkning den sjømaten man selger har. Prosjektet ble først lansert i Storbritannia høsten 2005, og lanseres nå i blant annet Norge, Sverige, Danmark, Tyskland, Nederland og Østerrike.

De første skrittene mot en ansvarlig innkjøpspolicy er å:

- 1) Fjerne de verste: Unngå salg av sjømat som stammer fra ikke bærekraftig forvaltede bestander eller fra destruktive høstingsmetoder.
- 2) Støtte de beste: Promotere og øke utvalget av sjømatprodukter som stammer fra bærekraftig fiskerier og høstingsteknikker.
- 3) Trygge resterende arter, ved å bidra til stadig forbedring gjennom samarbeid med distributører, fiskerinæring og forskning, og avslå fisk som kommer fra fiskerier som ikke vil forbedre sine fangstmetoder.

For at sjømaten man selger skal regnes som bærekraftig, kan fisk og skalldyr ikke komme fra dårlig forvaltede bestander, bestander som overfisket, bestander som er sårbare overfor kommersiell utnyttelse eller uregulert fiske. I tillegg må produkter fra akvakultur ikke ha blitt fanget eller oppdrettet med metoder som skader andre marine arter og/eller naturtyper.

For at allmennheten skal få informasjon om detaljhandelens innkjøpspolicy for fisk og skalldyr, vil Greenpeace sammenstille en rapport med rangering av de norske aktørene basert på deres svar til vår vedlagte undersøkelse. I forkant av lanseringen av vår rapport vil din butikk få mulighet å gjennomgå vår rangering og komme med tilleggsinformasjon og innspill til vår rangering. Informasjon som ikke er offentliggjort, og som dere deler med oss som en del av undersøkelsen, vil bli behandlet konfidensielt av Greenpeace. Kun den informasjon som dere har gitt samtykke til å dele vil bli offentliggjort av oss.

Bakgrunnen til Greenpeace sjømatkampanje er en rangering av de største engelske dagligvarebutikkene basert på deres policy for innkjøp av bærekraftig sjømat. Dette arbeidet la grunnlaget for Greenpeaces internasjonale arbeid for bærekraftig sjømat. Som en konsekvens av Greenpeace sitt arbeid har det i flere land blitt utarbeidet policyer på innkjøp av sjømat i de forskjellige dagligvarekjedene. Mange butikker har også utviklet egne veiledningsdokumenter for hvordan man skal kjøpe inn fisk og skalldyr, og flere har fjernet arter som er overfisket eller blir fisket med ikke bærekraftige høstingsmetoder.

Noen av de konkrete resultatene av Greenpeaces sjømatkampanje som man hittil har kunnet se i europeiske fiskedisker er blant annet;

- Som *siste* britiske matbutikk stoppet matkjeden Asda i 2006 å selge frossen, fersk og ferdigpakket torsk fra Nordsjøen. I tillegg har Asda sagt at innen fem år skal all fersk og frossen fisk de selger være Marine Stewardship Council (MSC) sertifisert.
- Norma i Østerrike har fra mai 2007 innført en helt ny merkeordning kalt ”åpne fiskerier”. Merkingen består av latinsk navn, fangstområde, *fangstmetode* og fangstdato på all frossenfisk de selger.
- Metro - den tredje største dagligvarekjeden i verden og den største fiskehandleren i Europa, informerte i sine butikker i Østerrike i desember 2006 om at de ikke selger blåfinnet tunfisk for å beskytte arten fra overfiske. Det samme gjorde COOP Italia.
- I England har i tillegg en rekke butikker begynt å redusere andelen solgte sjømatprodukter som fiskes med bomtrål. Marks & Spencer (M&S) reduserte andelen sjømatprodukter tatt med bomtrål fra 55 % i 2004 til 35 % i august i 2006. For 2007 har de regnet med en nedgang til 25 %. Morrison har ryddet bort alle produkter tatt med bomtrål fra sin avdeling for fersk fisk.
- I Norge har Greenpeace jobbet med ulovlig fanget fisk fra Barentshavet, som blant annet har ført til at flere europeiske produsenter har valgt bort leverandører som ikke kan garantere at fisken er lovlig fanget. Dette har igjen bidratt til en betydelig reduksjon av svartfisket i Barentshavet.

Dette er viktige og betydningsfulle tiltak som viser at europeiske matkjeder begynner å ta ansvar for hva de selger i sine fiskedisker. Vi er imidlertid ikke i mål og kampanjen forsetter på europeisk nivå i 2008. Vi håper at norske matbutikker skal gjøre som sine europeiske konkurrenter og bidra til vår undersøkelse som vil legge grunn for en oversikt over hvor norske dagligvarebutikker befinner seg i forhold til hverandre og sine europeiske konkurrenter.

Vi håper dere kan fylle ut det vedlagte spørreskjemaet så detaljert som mulig og returnere det til oss senest **30.11.07**. Ta gjerne kontakt ved uklarheter eller andre spørsmål.

Vennlig hilsen

Frida Bengtsson
Havkampanjerådgiver

Greenpeace i Norge

Vedlegg: Spørreundersøkelse