UNIVERSITY OF COPENHAGEN

Københavns Universitet

Den danske fødevaresektor

certificering og standarder på eksportmarkederne

Bosselmann, Aske Skovmand; Gylling, Morten

Publication date:
2012

Document version
Også kaldet Forlagets PDF

Citation for published version (APA):
Bosselmann, A. S., & Gylling, M., (2012). *Den danske fødevaresektor: certificering og standarder på eksportmarkederne*, 35 s., FOI Udredning Nr. 2012/15

Download date: 14. okt.. 2026

FØDEVAREØKONOMISK INSTITUT
KØBENHAVNS UNIVERSITET

FOI Udredning

Den danske fødevaresektor – certificering og standarder på eksportmarkederne

Aske Skovmand Bosselmann
Morten Gylling

2012 / 15

FOI Udredning 2012 / 15

Den danske fødevaresektor –
certificering og standarder på eksportmarkederne

Forfattere: Aske Skovmand Bosselmann, Morten Gylling

Udarbejdet i henhold til aftale mellem Fødevareøkonomisk Institut og Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri om myndighedsberedskab

Fødevareøkonomisk Institut

Københavns Universitet

Rolighedsvej 25

1958 Frederiksberg

www.foi.life.ku.dk

Forord

Fødevareministeriet har i overensstemmelse med aftalen om forskningsbaseret myndighedsbetjening bedt Fødevareøkonomisk Institut, Københavns Universitet, om et notat vedrørende certificeringsordninger i den danske fødevaresektor i relation til øget markedsadgang på eksportmarkederne.

Landbrugsprodukter og fødevarer, der produceres i overensstemmelser med specifikke standarder for miljø og natur, og som kan betegnes som værende mere bæredygtige end konventionelle varer, efterspørges i stigende grad blandt forbrugere på flere eksportmarkeder.

Den danske fødevaresektor har et højt niveau for så vidt angår miljø og bæredygtighed. Der kan være et potentiale for vækst og beskæftigelse i at bruge dette relativt høje niveau til at give danske virksomheder adgang til attraktive eksportmarkeder, hvor fødevarer, der er dokumenteret bæredygtige, efterspørges.

Såfremt potentialet for vækst og beskæftigelse skal realiseres, skal danske fødevarevirksomheder spotte de muligheder, der ligger i at bruge miljø og bæredygtighed som salgsargument på eksportmarkederne. Indeværende notat, der udgør en indledende undersøgelse af dette potentiale, har fokus på følgende punkter:

- Introduktion til regulativer og standarder i den danske fødevaresektor
- Kortlægning af certificeringsordninger, som er relevante ift. eksport af danskproducerede fødevarer
- Kortlægning af danske fødevarevirksomheders eksport fordelt på afsætningsmarked (land) og produkttype
- Kortlægning af førende internationale fødevarevirksomheder og supermarkedskæders efterspørgsel efter certificerede landbrugsprodukter og fødevarer
- Beskrivelse af IISD, IDH og WWF og deres arbejde med certificeringsordninger på fødevareområdet
- Beskrivelse af certificeringsordningen Marine Stewardship Council (MSC) og en kort case beskrivelse af en udvalgt dansk virksomhed
- Kort diskussion af danske virksomheders muligheder for at øge eksporten (markedsadgang) gennem certificering af fødevarer

November 2012

Aske Skovmand Bosselmann
Morten Gylling

Fødevareøkonomisk Institut
Københavns Universitet

Forkortelser

ASC	Aquaculture Stewardship Council
B2B	Business to Business
B2C	Business to Customer
BGB	Beskyttede Geografiske Betegnelser
BLQM	British Lion Quality Mark
BOB	Beskyttede Oprindelsesbetegnelser
BRC	British Retail Consortium
BSCI	Business Social Compliance initiative
CAPPMA	China Aquatic Products Processing and Marketing Alliance
CSR	Corporate Social Responsibility
DANMAP	Danish Integrated Antimicrobial Resistance Monitoring and Research Programme
EMAS	Eco Management and Audit Scheme
FSC	Forest Stewardship Council
FSSC	Food Safety System Certification
GFSI	Global Food Safety Initiative
GlobalGAP	Global Good Agricultural Practices
GMO	Genetisk Modificerede Organismer
GMP	Good Manufacturing Practices
GTS	Garanterede Traditionelle Specialiteter
GTSB	Global Roundtable for Sustainable Beef
HACCP	Hazard Analysis Critical Control Points
IDH	The Sustainable Trade Initiative
IFOAM	International Federation of Organic Agriculture Movements
IFS	International Food Standard
IISD	International Institute for Sustainable Development
ISO	International Organization for Standardization
KAT	Kontrolliert Durch Kat
MDG	Millennium Development Goals
MSC	Marine Stewardship Council
MSI	Multi-stakeholder sustainability initiatives
NGO	Non-Governmental Organization
PAS	Publicly Available Specification
RSPO	Roundtable on Sustainable Palm Oil
RTRS	Round Table on Responsible Soy
SCI	Sustainable Commodity Initiative
Sedex	Supplier Ethical Data Exchange
SMART	Sustainable Markets and Responsible Trade

Resume

Det danske Lurmærke fra 1901, i dag kendt som Lurpak, var med til at starte og markedsføre en lang dansk tradition for fødevareproduktion af høj kvalitet. Lurmærket er baseret på standarder for kvalitet udviklet af smørproducenterne og underkastes kontinuerligt kontrol af tredjepart. Sideløbende med udviklingen af Lurmærket blev den danske fødevaresektor i stigende grad mødt med lovmæssige krav til fødevaresikkerheden, dvs. fokus var på at reducere sundhedsmæssige risici for forbrugerne. I dag er der stadig fokus på fødevaresikkerhed, både i dansk og EU lovgivning, men hensyn til miljøet og samfundsmæssige aspekter i produktionen af fødevarer vægtes i stigende grad højt.

Det er først og fremmest EU retten, der sætter de lovmæssige standarder for landbrugs- og fødevareproduktion i Danmark, bl.a. for fødevare- og foderstofhygiejne, brug af GMO ressourcer, økologiske varer mm. Danmark har dog visse særregler som er skrappere end EU reglerne, eksempelvis for salmonelle-fri æg og dyretransport, og den danske lovgivning for landbrugs- og fødevareproduktion ligger generelt i den høje ende af de rammer EU retten udstikker.

Foruden love og regulativer findes der en lang række frivillige standarder for eksempelvis kvalitet, miljøhensyn og dyrevelfærd. Dertil kommer industriens egne kvalitetsprogrammer, som sammen med love og standarder har udviklet den danske fødevaresektor til i høj grad at kunne imødekomme nye og skrappere krav til miljøhensyn, bæredygtighed og sporbarhed fra forbrugere og detailhandlen på eksportmarkederne. Netop bæredygtighed kan blive en vigtig konkurrenceparameter.

Frivillige standarder og certificeringsordninger er karakteriseret ved at enten at henvende sig til forbrugerne (B2C) eller andre led i forsyningskæden (B2B), og bruges til at dokumentere høje og troværdige standarder i produktionen, beskytte et produkts *brand* og øge markedsandele. I EU findes der omkring 450 frivillige ordninger for fødevaresektoren, hvoraf en række er danske, såsom Antonius, Dansk Kalv, NaturAks, Dansk IP, Englandsgrisen og det statsgaranterede Ø-mærke (Se Tabel 3, s. 10). De internationale standarder kan kategoriseres efter fokusområde; fødevaresikkerhed, miljø og bæredygtighed, økologi, social ansvarlighed og religiøse hensyn.

Dansk eksport fra fødevaresektoren var i 2010 på ca. 110 mia. kr., svarende til omkring 20 % af den samlede danske eksport af varer. De store eksportmarkeder i Europa er Tyskland, Storbritannien og Sverige, mens Japan, Rusland og USA er de tre største udenfor Europa. Nogenlunde samme billede tegner sig for eksporten af økologiske varer, der næsten er tredoblet siden 2006 til 857 mio. kr. i 2010.

En kortlægning af de mest udbredte CSR politikker for udvalgte detail- og fødevarevirksomheder på de vigtigste eksportmarkeder viste, at næsten alle virksomheder er medlem af eller støtter initiativer som Business Social Compliance Index eller Supplier Ethical Data Exchange (se tabel 5 og 6 fra s. 19). Dette kommer til udtryk i såkaldte *code of conducts*, der bl.a. indeholder krav til leverandører vedrørende arbejdstagerrettigheder og -forhold. De mest efterspurgte frivillige certificeringsordninger for bæredygtige varer er fair trade, RSPO (palmeolie), RTRS (soja), økologi og MSC (fisk). Sidstnævnte er interessant for den danske fødevaresektor, der eksporterede for 16.3 mia. kr. fiskeriprodukter i 2011 Derudover har flere af de store detailhandelskæder dyrevelfærd som centralt emne i deres indkøbspolitik, hvilket er relevant for dansk fødevareeksports største varegruppe – kødprodukter.

Størstedelen af de undersøgte virksomheder har målsætninger om køb af certificerede, bæredygtige varer inden for en given årrække, eksempelvis certificeret palmeolie i egne varemærker ved udgangen af 2015. Målsætninger er dog begrænset til velfungerende og større certificeringsordninger, såsom MSC, Fairtrade,

økologi og RSPO. Certificeringsordninger skal være kendte blandt forbrugere og dække en tilstrækkelig andel af udbuddet af varerne før en virksomhed kan opsætte konkrete målsætninger, der begrænser deres handel med de konventionelle alternativer.

Økologi nævnes også af de fleste virksomheder, men ofte har virksomheden deres eget økologi-*brand*. Generelt er *private labels* for varer, der er produceret efter standarder fastlagt af den enkelte virksomhed, udbredte. Det giver virksomhederne større indflydelse over forvaltningen af varer til et voksende segment af miljøbevidste forbrugere, idet de ikke skal tilpasse sig uafhængige ordninger. Derudover bliver standarden for private labels ikke altid verificeret af tredjepart, hvilket kan reducere omkostninger ifm. auditering.

En række organisationer arbejder for udviklingen af certificeringsordninger og standarder. WWF har været blandt de primære drivkræfter i oprettelsen og udviklingen af en lang række certificeringsordninger gennem *multi-stakeholder sustainability initiatives*, der sikrer en stor opbakning til initiativerne fra starten. Initiativerne inkluderer RSPO, MSC, RTRS, og senest GRSB for bæredygtigt oksekød. Den hollandske organisation IDH arbejder tilsvarende med koalitioner af aktører i forsyningskæder, hvor IDH udvikler programmer for bæredygtig produktion af varer gennem samarbejde på tværs af interessenterne. IISD, en international forskningsinstitution, bidrager til udvikling af certificeringsordninger og standarder gennem forskning, deltagelse i en række internationale initiativer, og rådgivning af brancheorganisationer m.fl.

En af de mest udbredte frivillige certificeringsordninger for bæredygtig fødevareproduktion i den danske fødevaresektor er Marine Stewardship Council (MSC), der har udviklet miljø- og sporbarhedsstandarder for fiskerier og producenter og forhandlere af fiskerivarer. Omkring 2/3 af alle danske landinger af spisefisk er MSC certificeret og de samlede værdi på næsten 1 mia. kr. overgår produktionen af økologiske varer i Danmark. Danske forbrugerne har adgang til mere end 600 MSC mærkede produkter i supermarkederne.

15 danske fiskerier og 111 virksomheder er MSC certificerede, heriblandt Espersen A/S. Virksomheden, der i dag er den eneste leverandør af fisk til McDonalds Europa, har i flere år arbejdet med standarder for bæredygtigt fiskeri, først og fremmest for torskebestanden i det østlige Østersøen. Fra 2011 har Espersen solgt MSC certificerede torsk, bl.a. til McDonald's Europas 7.000 restauranter, der kun efterspørger bæredygtigt fangede fisk. Det er netop markedsadgangen, som udgør merværdien ved MSC certificering, da der i øjeblikket ikke er en merpris for mærkede fiskerivarer. Certificering er ved at blive standarden på bl.a. store dele af det europæiske fiskerimarked.

I den globaliserede fødevarehandel er der stor opmærksomhed på fødevaresikkerhed, stigende interesse for produkter af høj kvalitet produceret efter bestemte standarder, og et voksende antal private labels blandt de multinationale detailhandelskæder. På den baggrund er det vigtigt, at den danske fødevaresektor vedligeholder og udbygger det gode ry for kvalitet og høj fødevaresikkerhed på eksportmarkederne. Deri ligger også en udfordring i at sikre, at man er foran mht. til de mere bløde værdier relateret til dyrevelfærd, miljø og bæredygtighed i bred forstand. Dette kan sikres via certificeringsordninger og standarder.

Der tegner sig dermed et billede af to strategier for den danske fødevaresektor. Én for de modne markeder i Europa og Nordamerika, hvor kvalitet og fødevaresikkerhed suppleres med krav til bæredygtighed. Der ligger derfor en udfordring for fødevareproducenterne i at følge med i udviklingen af forskellige standarder, også private labels, og tilpasse produktionen. På markederne i Asien og i andre regioner med høj vækst vil strategien stadig være dansk kvalitet og høj fødevaresikkerhed. På lidt længere sigt må det dog forventes, at den voksende middelklasse i disse områder i højere grad vil efterspørge bæredygtige fødevarer med en god historie.

Indholdsfortegnelse#

Forord 1
Forkortelser 2
Resume 3
1 Fra lurmærket kvalitet og fødevaresikkerhed til miljø og bæredygtighed 6
2 Kortlægning af relevante certificeringsordninger 8
2.1 Danske, frivillige certificeringsordninger 10
2.2 Andre certificeringsordninger 11
2.2.1 Fødevaresikkerhed 12
2.2.2 Miljø og bæredygtighed 13
2.2.3 Økologi 14
2.2.4 Social ansvarlighed 14
2.2.5 Religiøse hensyn 15
3 Eksport af danske fødevarer 15
4 Krav fra de førende fødevare- og detailhandelsvirksomheder 17
4.1 Detailhandelskæder 17
4.2 Fødevarevirksomheder 23
4.3 Udbredte ordninger på eksportmarkederne 26
5 Organisationer bag certificeringsordninger og standarder 27
5.1 International Institute for Sustainable Development 27
5.2 The Sustainable Trade Initiative 28
5.3 WWF – *primus motor* i flere certificeringsordninger 29
6 MSC – Marine Stewardship Council 30
6.1 MSC certificerede Espersen A/S 30
7 Øget markedsadgang via miljø og bæredygtighed 31
Referencer 34

1 Fra lurmærket kvalitet og fødevaresikkerhed til miljø og bæredygtighed

I slutningen af det 19. århundrede kæmpede danske smørproducenter mod den nye margarineindustri, der tilbød forbrugerne et billigere, men kvalitetsmæssigt inferiørt, blandingsprodukt af smør og olie under dække af dansk kvalitet. Den såkaldte margarinekrig førte til stiftelsen af Danske Mejeriers Smørmærkeforening, som i 1901 fik registreret Lurmærket, et varemærke for danskproduceret kvalitetssmør der opfyldte en række kvalitetsstandarder (Bjørn, 1982). Lurmærket blev hurtigt et kendt varemærke associeret med et kvalitetsprodukt, også på det primære eksportmarked i Storbritannien. Lurmærket smør, der i dag sælges under navnet Lurpak, er stadig synonym med kvalitet og tillægger i høj grad en merværdi til det danske produkt på hjemme- såvel som eksportmarkederne. Lurpak, der i dag kan købes i 75 lande verden over, betragtes som det største danske fødevaremærke nogensinde, foran mærker som Carlsberg og Anthon Berg (Landbrugsavisen, 26.10.2011).

Lurmærket var med til at starte og markedsføre en lang dansk tradition for fødevareproduktion af høj kvalitet. Lurmærket var og er baseret på standarder for kvalitet udviklet af branchen selv og underkastes kontinuerligt kvalitetskontrol og procesverificering af tredjepart. Sideløbende med udviklingen af Lurmærket blev den danske fødevaresektor i stigende grad mødt med lovmæssige krav til fødevaresikkerheden, dvs. fokus var på at reducere sundhedsmæssige risici for forbrugerne. Dette er stadig i høj grad tilfældet for nyere regler og forordninger for fødevareproduktion, men i løbet af de sidste par årtier har dette udviklet sig til i stigende grad også at inkludere hensyn til miljøet og samfundsmæssige aspekter i produktionen af fødevarer.

Som medlem af EU er det først og fremmest EU ret på fødevareområdet, der i dag sætter de lovmæssige standarder for landbrugs- og fødevareproduktion i Danmark. EU-reglerne har til formål at beskytte forbrugerne, højne fødevarekvaliteten, beskytte miljøet og sikre et velfungerende indre marked. De vigtigste EU regler på fødevareområdet inkluderer forordninger vedrørende fødevarehygiejne (852/2004/EC) og foderstofhygiejne (183/2005), der begge bygger på principperne for risikoanalyse og kritiske kontrolpunkter (HACCP); dyrevelfærd (bl.a. 98/58/EF); forvaltning af GMO ressourcer (1829-1830/2003); og økologisk produktion (834/2007). EU reglerne skal sikre samme standarder for fødevarekvalitet og sikkerhed indenfor det fælles marked. Da de fælles regler bygger på tidligere lovgivning i de forskellige lande har det ofte for de enkelte lande betydet et løft i standarder indenfor nogle områder og et fald på andre. EU retten har forrang over national lovgivning, hvilket har medført, at tidligere danske krav og standarder er blevet tilpasset de sommetider mindre strenge, fælles regler. Der er dog rum til at manøvrere i, idet de fælles EU regler udgør et sæt rammer for den nationale udmøntning af regler for fødevareproduktion. Danmark forholder sig i denne henseende til den øvre del af rammerne, forstået på den måde, at de danske krav til eksempelvis dyrevelfærd, dyretransport, kvælstofbrug i landbruget og forbrug af veterinærmedicin er blandt de skrappeste i EU. Mens brugen af antibiotika som vækstfremmere i svineproduktionen er udbredt udenfor Danmark, har et dansk program for overvågning af antibiotikaforbrug (DANMAP[1]) samt dansk lovgivning, bl.a. i form af 'Gult kort'-ordningen, reduceret forbruget af antibiotika i svinebesætninger betydeligt uden negative effekter på produktionstilvæksten (Aarestrup, 2012; Alban, in press).

Der er også undtagelser til EU rettens forrang. Danmark har eksempelvis siden april 2012 haft særstatus på æg, som skal være fri for salmonella (Det Danske Fjerkræråd, 2012). Dette giver mulighed for at stille højere krav til produktion og kontrol, også til udenlandske producenter der eksporterer til Danmark, uden at det

[1] DANMAP - the Danish Integrated Antimicrobial Resistance Monitoring and Research Programme

opfattes som konkurrenceforvridende af EU. En ansøgning om dansk særstatus for salmonella-fri hønse- og kyllingekød ligger fortsat til behandling i EU kommissionen. Derudover har Danmark særregler for dyretransport, som er skrappere end EU reglerne. I 2008 anlagde Danske Svineproducenter en sag mod den danske regering ved EF-domstolen, da de mente, at de danske regler, der kræver mere plads til dyrene under lange transporter, stillede dem ringere end deres konkurrenter. Sagen faldt ud til fordel for dyrene og Danmark beholdt særreglerne, der blev skønnet til at ligge indenfor EU-direktivets rammer (EC, 2008).

Foruden love og regulativer for fødevareproduktionen er der flere mere eller mindre frivillige standarder, forstået på den måde, at brancheforeninger sætter standarder, som så godt som alle producenter indenfor branchen følger, selvom det ikke er lovmæssigt nødvendigt. Et eksempel er DANISH produktstandarden for danske svinebesætninger, der sikrer og dokumenterer at dansk producerede svin overholder en række krav til dyrevelfærd, sporbarhed og fødevaresikkerhed. Kravene er baseret på dansk lovgivning og dermed også EU ret, og på svinebranchen egne standarder som sikrer, at produktionen kan afsættes på de vigtigste eksportmarkeder, Rusland og Tyskland. Derudover har branchen udarbejdet standarden for de såkaldte Englandsgrise, som sikrer, at denne del af svineproduktionen kan afsættes til merpris på det engelske marked. En uafhængig tredjepart verificerer i begge tilfælde at kravene overholdes hos producenterne.

Standarderne for svineproduktionen er blot to eksempler på frivillige standarder. Lignende ordninger inkluderer Danish Crowns 'Dansk Kalv' og 'Antonius', som er specialproduktioner af hhv. kalve- og svinekød, der skal leve op til en række krav til bl.a. kvalitet og dyrevelfærd. I år 2003 blev certificeringsordningen Danish Quality Crops udviklet til en række danske eksportkorn, samt maltbyg og kartofler. Ordningen fik i sin tid ikke meget opbakning fra de danske landmænd, og består ikke længere i dag. På daværende tidspunkt var der ikke samme opmærksomhed på og krav til sporbarhed og dokumentation blandt forbrugere og i detailhandlen, og derfor ikke samme efterspørgsel og villighed til at betale en merpris som man oplever i dag. Sporbarhed og dokumentation for fødevareproduktion er i dag nøgleord i de frivillige ordninger for standarder samt for EU fødevarehygiejneforordninger. Producentens incitament til at opfylde standarderne er en merværdi for deres produktion gennem adgang til vigtige eksportmarkeder samt en merpris, der eksempelvis for Englandsgrisen betyder et tillæg fra Danish Crown på 50 øre/kg. Derudover er der et stigende fokus på sporbarhed og dokumentation for produkter blandt køberne, ikke kun for fødevarer men også andre produkter fra landbruget såsom raps til biodiesel (Landbrugsavisen 18. 7.2012). Certificering af produktionen sikrer denne sporbarhed og dokumentation.

Foruden lovmæssige regler og frivillige standarder findes der også kvalitetsstyringsprogrammer, der ikke nødvendigvis er forbundet med et certifikat for de enkelte producenter, men som sikrer et produkt af høj kvalitet udover hvad der kan forventes ved overholdelse af national og EU lovgivning. Et eksempel er Arlagården, et kvalitetsprogram for alle leverandører af mælk til Arla Foods og som sikrer en ensartet kvalitet for alle leverandører hvad angår fødevaresikkerhed, dyrevelfærd, miljø og mælkens sammensætning. Ligesom certificeringsordninger er kvalitetsprogrammer som Arlagården en måde at kommunikere til forbrugerne og detailhandlen, at produktet er af høj kvalitet også hvad angår miljø og dyrevelfærd, samt at sikre dokumentation for samme.

Produkter, der produceres i områder som i særdeleshed er kendt for produktion af et specifikt produkt af særlig høj karakter, eller produkter, der produceres efter traditionelle forskrifter, kan opnå særlige mærker i overensstemmelse med forskellige EU-kvalitetsordninger. Dette drejer sig eksempelvis om beskyttede oprindelsesbetegnelser (BOB), beskyttede geografiske betegnelser (BGB) og garanterede traditionelle specialiteter (GTS), der giver forbrugeren vished om produktets oprindelse og kvalitet, som beskrevet i EU

forordninger nr. 509/2006 og 510/2006. Der findes på nuværende tidspunkt kun tre danske produkter, der er godkendte under EU-kvalitetsordningerne; Danablu og Esrom oste samt Lammefjordsgulerødder, der alle har en BGB mærkning. Yderligere en række fødevarer er i processen med at blive godkendt, heriblandt dansk svinekød. I lighed med andre kvalitetsprogrammer og certificeringsordninger bruges BOB, BGB og GTS mærkerne i kommunikation til forbrugerne og promovering af varer, i særdeleshed på eksportmarkederne. Ifølge et studie udført i EU regi var den samlede omsætning for 820 BOB og BGB fødevarer på 14,2 mia. euro i 2008. Selvom studiet ikke omtaler merværdien alene, har andre påvist en sammenhæng mellem kvalitetsmærkerne og villighed til at betale en merpris blandt forbrugerne (bl.a. Aprile et al. 2012).

Fælles for de forskellige programmer, ordninger og regulativer er, at de opsætter en række specifikke standarder for produktionen og krav til produkter, som over tid er blevet inkorporeret i den danske fødevaresektor. Den udbredte brug af forskellige former for standarder og kvalitetsstyringsprogrammer, der allerede nu præger den danske fødevaresektor, samt de områder hvor Danmark går foran med højere lovmæssige krav end EU-retten, er med til at geare danske landmænd og fødevareproducenter til i høj grad at imødekomme eventuelle nye krav til sporbarhed og bæredygtighed i produktionen. Disse krav vil først og fremmest komme fra detailhandlen og forbrugerne, hvor der generelt er en øget opmærksomhed på bæredygtighed og fødevaresikkerhed, ikke mindst på eksportmarkeder som England og Tyskland. EU forordningerne vedrørende fødevarekvalitet, nævnt ovenfor, har bl.a. til formål at styrke netop denne parameter – kvalitet - i konkurrencen med fødevarer fra de nye vækstlande i Sydøstasien og Sydamerika. Kvalitet regnes for at være EU landmændenes stærkeste våben i denne konkurrence. De fælles EU regler for kvalitet skulle, på papiret i det mindste, sikre at fødevarekvaliteten er den samme for varer produceret indenfor EU. Dermed er kvalitet, som den er sikret af de fælles regler, ikke en stærk konkurrenceparameter for varer til det indre marked produceret af EU medlemslande. Dette betyder, at de frivillige certificeringsordninger for forskellige former for bæredygtighed i fødevaresektoren bliver vigtige konkurrenceparametre på det indre marked, såvel som på eksportmarkeder udenfor EU.

I mere end 100 år har Lurmærket skabt merværdi til den danske mejerisektor gennem merprisen for høj kvalitet og adgang til vigtige eksportmarkeder. Certificeringsordninger, hvis mærker giver genlyd af bæredygtighed blandt forbrugere og i detailhandlen, er muligvis det nye lurmærke for den danske fødevaresektors eksportprodukter.

2 Kortlægning af relevante certificeringsordninger

Blandt danske og udenlandske forbrugere er der formentligt størst kendskab til certificeringsordninger, såsom økologisk certificerede produkter; Fair Trade og Utz, hvor forbrugeren gennem en merpris sikrer en mere fair pris til ofte fattige producenter i udviklingslande; og miljømæssige certificeringsordninger for fødevarer, f.eks. Rainforest Alliance certificeret frugt. Derudover er der et par nyere certificeringsordninger, som er på vej frem, eksempelvis RTRS for soja, RSPO[2] for palmeolie og ProTerra for en række fødevarer. Fælles for de fleste af de nævnte ordninger, med undtagelse af økologi, er, at de først og fremmest henvender sig til produkter produceret i syd, ofte i udviklingslande, og forbruges i Europa og Nordamerika. De pågældende certificeringsordninger er ikke direkte relevante for den danske landbrugssektor, da de certificerede fødevarer importeres, men fødevaresektoren kan alligevel bruge mærkerne til promovere

[2] RTRS – Round Table on Responsible Soy. RSPO – Roundtable on Sustainable Palm Oil. Se Bosselmann & Gylling (2012) og Hermansen et al. (2012).

dansk producerede fødevarer, hvori der indgår importerede råvarer. Dette er gældende for danske virksomheder, der forarbejder importerede fødevarer og efterfølgende eksporterer dem ud af landet igen. Detailhandlen på eksportmarkederne, såvel som i Danmark, efterspørger i stigende grad certificerede varer eller varer, hvor visse bestanddele er certificerede, såsom fødevarer der indeholder palmeolie. Udviklingen for netop palmeolie går i en retning, hvor certificeret palmeolie er standarden snarere end undtagelsen. Flere lande, heriblandt Storbritannien som den seneste, har sat nationale målsætninger for brug af 100 % certificeret palmeolie.

Foruden de ovennævnte certificeringsordninger findes der en lang række ordninger, som er relevante for den danske fødevaresektor og som i en vis grad er relateret til bæredygtighed i bred forstand. Konceptet 'bæredygtighed' inkluderer ofte samfundsmæssige, miljømæssige og økonomiske aspekter. Dette notat fokuserer hovedsageligt på certificeringsordninger og standarder, der henvender sig til de miljømæssige og til en vis grad de samfundsmæssige aspekter ved fødevareproduktion. Certificeringsordninger kan ganske groft klassificeres efter forskellige kriterier som vist i tabel 1.

Tabel 1. Klassifikationskriterier for certificeringsordninger. Kriterierne er ikke eksklusive, dvs. en given ordning kan eksempelvis være både B2B og B2C og verificere produkter og processer delvist efter minimumskrav og over minimumskrav. Baseret på EC kommunikation 2010/C 341/04 vedrørende guidelines for frivillige certificeringsordninger.

Kommunikationsvej:	Business-to-Business (B2B)	Business-to-Customer (B2C)	
Verificering og attestering:	Tredjepart	Selvcertificering	
Vurdering af:	Produkter	Processer	styringssystemer
Opfyldelse af krav:	Myndighedsbestemt minimumskrav	Over minimumskrav	
Foranlediget af:	Virksomhed	Brancheorganisation	NGO'er m.fl.

Det er ikke alle kriterier i tabel 1 man kan skelne fra hinanden i en given ordning; ofte stilles der krav til både produktet (eksempelvis kvalitets svinekød) og processer (husdyrproduktion og forarbejdning). Nogle ordninger henvender sig udelukkende til næste led i værdikæden, ofte detailhandlen. Disse Business-to-Business (B2B) ordninger indebærer ofte verificering af myndighedsbestemte minimumskrav, hvorved den certificerede fødevarevirksomhed såvel som detailhandlen sikrer sig, at et produkt opfylder kravene, og *brand* og ansvar beskyttes, hvis der skulle opstå problemer med fødevaresikkerheden. Andre ordninger henvender sig hovedsageligt til forbrugeren (B2C) og indeholder krav, der er højere end minimumskravene, og signalerer ansvarlighed i produktionen og ofte bærer en 'god historie' i selve navnet. Et eksempel er det danske mærke Frilandsgrise, som ikke nødvendigvis kræver yderligere beskrivelse af standarder til forbrugeren; historien ligger i navnet. Certificeringsordninger er sommetider etableret af en enkelt virksomhed og virker som et såkaldt *private label*, men oftest udvikles standarder i fora af aktører fra branchen, miljøorganisationer, detailhandlen m.fl. Fælles for alle typer af certificeringsordninger er en række fordele til forskellige led i værdikæden, ofte udmøntet i økonomiske fordele; se tabel 2.

Tabel 2. Fordele ved certificeringsordninger for forskellige aktører i værdikæden. Fra EC kommunikation 210/C 341/04.

Aktør	Fordele / merværdi
Producenter	Øget markedsadgang, markedsandel og avance
Mellemled i værdikæden	Sikrer standarder og beskytter *brand* og ansvar
Forbrugere	Troværdig oplysning om produkt- og procesegenskaber

2.1 Danske, frivillige certificeringsordninger

En lang række internationale certificeringsstandarder er relevante for danske fødevareproducenter, men der findes også flere danske ordninger. Tabel 3, der ikke prøver på at være fyldestgørende, giver et overblik over hvilke produkter, processer og politiske emner forskellige ordninger omhandler.

Tabel 3. Oversigt over danske certificeringsordninger for fødevarer. Fælles for de fleste ordninger er et fokus på fødevarekvalitet. Derudover varierer ordningerne indenfor hvilke produkter der certificeres, hvilke produktionsled (processer) og politiske områder standarderne især fokuserer på. Tabellen er delvist baseret på en gennemgang af europæiske fødevarekvalitetsordninger (EC, 2010).

Ordning	Produkter	Processer	Politikker
Anbefalet af Dyrenes Beskyttelse	Kødprodukter	Husdyrproduktion	Dyrevelfærd
Antonius	Svinekød	Husdyrproduktion, Forarbejdning, Emballering	Fødevaresikkerhed, Dyrevelfærd
Arlagården	Mejeriprodukter	Husdyrproduktion	Fødevaresikkerhed, Dyresundhed, Miljøforvaltning
Danish Crown Code of Practice	Svinekød	Husdyrproduktion, Emballering	Fødevaresikkerhed, Dyresundhed, Sporbarhed
DANISH	Svinekød	Husdyrproduktion	Fødevaresikkerhed, Dyrevelfærd, Sporbarhed
Dansk IP	Frugt/Grøntsager	Planteavl, Emballering	Fødevaresikkerhed, Integreret produktion, Miljøforvaltning
Dansk Kalv	Kalvekød	Husdyrproduktion	Fødevaresikkerhed, Dyresundhed, Dyrevelfærd
Demeter-DK	Frugt/Grøntsager, Korn, Æg, Kød- og mejeriprodukter	Husdyrproduktion, Planteavl	Økologisk og biodynamisk landbrug
Frilandsgris	Svinekød	Husdyrproduktion	Dyresundhed, Dyrevelfærd, Miljøforvaltning
(KIK) Kvalitet i Kyllingeproduktionen	Kyllingekød	Husdyrproduktion, Fødevareforarbejdning	Fødevaresikkerhed, Dyresundhed, Sporbarhed
Lurmærket	Smør	Fødevareforarbejdning	Fødevaresikkerhed, Smagskvalitet
NaturAks	Korn	Planteavl, Fødevareforarbejdning	Fødevaresikkerhed, Miljøforvaltning, Smagskvalitet
Salmonellafri Kylling	Kyllingekød	Husdyrproduktion, Fødevareforarbejdning	Fødevaresikkerhed, Dyresundhed, Sporbarhed
Englandsgrisen	Svinekød	Husdyrproduktion	Dyresundhed, Dyrevelfærd, Sporbarhed
Ø-mørket	Fødevarer, Foder	Husdyrproduktion, Planteavl, Akvakulturbrug	Økologisk fødevareproduktion

De danske certificeringsordninger er hovedsageligt B2C ordninger, der certificeres af tredjepart og stiller krav der går ud over myndighedsbestemte minimumskrav. Mærker som Englandsgrisen og DANISH henvender sig dog også i høj grad til detailhandlen på eksportmarkederne. De fleste ordninger omhandler produktionen af kød. Ikke mindre end fem af de 15 ordninger i tabel 3 er lavet specifikt til svinekød, hvilket bl.a. er et resultat af den store rolle denne varegruppe har i den danske eksportsektor.

Ø-mærket skiller sig ud fra andre certificeringsordninger, herhjemme såvel som i udlandet, idet mærket er en statskontrolleret garanti for økologi og vel at mærke det eneste danske økologi-mærke. Demeter-DK-

certificerede varer er ligeledes økologiske, men Demeter er en international organisation, der fokuserer på biodynamisk landbrugsproduktion, oprindeligt baseret på Rudolf Steiners tankegang. I andre lande, også i EU, har man gerne flere økologiske certificeringsordninger, eksempelvis i Tyskland og Englang, hvor der er specifikke økologi-mærker for forskellige regioner og fødevaregrupper. Den danske løsning med ét mærke gør markedet for økologiske varer meget gennemskueligt for forbrugerne, der kun skal lære det ene mærke at kende og ved, at der står en statsgarant bag og ikke en privat virksomhed eller en brancheorganisation alene. Samtidig er det lettere at huske et enkelt mærke; hele 96 % af den danske befolkning kender til det røde Ø-mærke. EU introducerede i 2010 et nyt fælles EU økologimærke, der er obligatorisk for alle økologiske fødevarer produceret i EU. Foruden at harmonisere regler for økologisk produktion i EU, er formålet med EU mærket at gøre det europæiske marked for økologiske fødevarer mere gennemskueligt. Kendskabet til EU økologimærket er dog endnu langt fra kendskabet til Ø-mærket blandt de danske forbrugere; også blandt EU borgere i andre lande er kendskabet begrænset (Food & Culture, 2012).

2.2 Andre certificeringsordninger

Ifølge en opgørelse lavet for den Europæiske Kommission i 2010 findes der ikke mindre end 441 certificeringsordninger for det europæiske landbrug og fødevare- og fodervaresektorerne, hvoraf 17 er fra lande udenfor EU. Bare 9 år før, i 2001, var der kun halvt så mange ordninger, hvilket viser den megen opmærksomhed, der er kommet på certificeret fødevareproduktion. Ifølge opgørelsen var der 14 ordninger i Danmark i 2010, men det er eksklusiv Ø-mærket og DANISH. I den anden ende af skalaen er Tyskland med 107 ordninger, mens Italien, Spanien og England har omkring 50 hver. En af grundene til de høje antal er et stort udbud af fødevarer, der i højere grad end andre bliver genstand for certificeringsordninger; vin og spiritus, frugt og grøntsager. En anden fremtrædende årsag er, at ens ordninger er blevet udviklet til specifikke produkter eller til et geografisk begrænset område fremfor at samle det hele i én ordning som eksempelvis Ø-mærket gør. Dette er muligvis ikke et problem for lokale forbrugere, men det kan virke forvirrende for forbrugere på eksportmarkeder, såfremt mærkerne følger med. For mere information vedrørende undersøgelsen af certificeringsordninger for den europæiske fødevaresektor, se www.ec.europa.eu/agriculture/quality.

Der er flere af de Europæiske certificeringsordninger, der også er relevante for den danske fødevaresektor. Mange af disse er mindre kendte blandt forbrugerne, men efterspørges i stigende grad i detailhandlen, både i Danmark og på eksportmarkederne. Ordningerne kan groft sorteres indenfor forskellige emner, eksempelvis miljø, der er en ganske bred gruppe, fødevaresikkerhed, ansvarlig leverandørstyring og Corporate Social Responsibility (CSR[3]), såsom ledelsessystemer for samfundsmæssigt ansvar, arbejdsmiljøledelse, og medarbejder- og arbejdsforhold. En del af ordningerne sigter mere mod optimering af processer og systemer i den enkelte virksomhed end på branding overfor forbrugerne, men kan ikke desto mindre virke som et signal til kunder i værdikæden, at den pågældende virksomhed opfylde visse standarder og derfor kan regnes for en mere pålidelig handelspartner. De følgende underafsnit ser nærmere på den voksende liste af certificeringsordninger, der kan være relevante for den danske fødevaresektor i relation til promovering af danske produkter blandt detailhandlen og forbrugere på eksportmarkederne. Listen er ikke fyldestgørende, men indeholder nogle af de vigtigste certificeringsordninger i hver kategori. Det er ikke alle ordninger, der henvender sig specifikt til

[3] CSR bruges ofte som en fælles betegnelse for alle aktiviteter i en virksomhed, der har til formål at vise global og samfundsmæssig ansvarlighed, heri også hensyn til miljø og klima.

fødevarevirksomheder, men fælles for alle er, at de kan tilgås frivilligt. Flere ordninger dækker over flere emner, ofte fødevaresikkerhed og eksempelvis miljø. De danske ordninger, der er nævnt i tabel 3, er ikke medtaget.

2.2.1 Fødevaresikkerhed

Standarder for fødevaresikkerhed henvender sig i høj grad til produktionsvirksomheder, der ønsker at positionerer sig overfor kunder og handelspartnere, mens forbrugerne forventer, at fødevaresikkerheden er i orden. De fleste er B2B standarder og er ofte et adgangskrav for leverandører til detailhandels-virksomheder i forskellige regioner.

ISO 22000. The International Organization for Standardization (ISO) har udviklet en lang række standarder med det fælles formål at sikre kvalitet, sikkerhed og pålidelighed for forskellige produkter og services, heriblandt fødevare. ISO22000 er en international standard for fødevaresikkerhed, der inkorporerer HACCP principperne og bygger på flere nationale certificeringsordninger og ordninger fra industrier, med det formål at være en globalt anerkendt standard for fødevaresikkerhed gældende for alle typer af virksomheder i fødevaresektoren såvel som relaterede sektorer. Som for andre standarder, er der hovedsageligt to formål med ISO22000; i) at forbedre hele virksomheden gennem systematisering og derved optimering af fødevareforvaltningen i henhold til procedurer fastlagt i ISO22000, og ii) at dokumentere brugen af dette system overfor kunder.

FSSC 22000. Foundation for Food Safety Certification, baseret i Holland, har udviklet Food Safety System Certification 22000, der er en udvidelse af ISO22000 med yderligere tekniske specifikationer for sektorspecifikke 'forudsætningsprogrammer' (PRPs). FSSC betegnes som et ledelsessystem for foder og fødevaresikkerhed fra' jord til bord', dvs. samtlige virksomheder der har med fødevarer at gøre. FSSC22000 er nødvendig for virksomheder, der ønsker at eksportere til Storbritannien (DNV, 2011). Omtrent 20 danske virksomheder er FSSC22000 certificerede, heriblandt Arla, AAK og Chr. Hansen.

IFS standard. International Food Standard (IFS) henvender sig til virksomheder, der ønsker at levere fødevarer til en række tyske og franske detailhandelskæder. Standarden er udviklet af sammenslutningen af hhv. tyske og franske supermarkedskæder, som tæller så godt som alle kæder i begge lande. Blandt andre er ISO22000 integreret i IFS standarden.

GlobalGAP. Global Good Agricultural Practices (GlobalGAP), tidligere kendt som EurepGAP, består af seks standarder, der hovedsageligt henvender sig til den primære produktion af fødevarer, dvs. fra produktion af landbrugsinput (plantemateriale og foder) til den høstede afgrøde eller husdyret forlader landbruget (nu inklusiv dambrug). Som navnet fortæller, er målet at lave ét sæt globale produktionsstandarder, der kan justeres til regionale forhold. GlobalGAP er en B2B ordning og henvender sig dermed ikke direkte til forbrugerne. Foruden fødevaresikkerhed inkluderer GlobalGAP fødevarekvalitet, hensyn til miljøet, bæredygtighed i bred forstand mm; eller som GlobalGAP hjemmesiden udtrykker det "… en oversættelse af forbrugerkrav til standarder for landbrugsproduktion" . Foundation for Food Safety Certification koordinerer de nationale arbejdsgrupper under GlobalGAP. Mere end 100.000 virksomheder verden over er GlobalGAP certificeret.

BRC Global Standard for Food Safety. British Retail Consortium (BRC) har udviklet fire globale standarder, heriblandt en for fødevaresikkerhed. Oprindeligt blev standarden udviklet som et benchmark for fødevareproducenter der leverede varer til britiske detailhandelsvirksomheder, men i dag er standarden også adgangskravet for leverandører til flere nordamerikanske og europæiske detailhandelsvirksomheder. Standarden er en B2B standard, der fokuserer på Good Manufacturing Practices (GMP), inkorporerer

HACCP principperne og henvender sig til alle virksomheder der forarbejder eller pakker fødevarer. Flere tredjeparts certificeringsvirksomheder tilbyder certificering efter BRC standarderne og ISO22000 i samme ombæring. Ifølge BRCs register er omkring 150 danske virksomheder certificeret efter BRC standarden for fødevaresikkerhed.

2.2.2 Miljø og bæredygtighed

Miljøstandarder kan groft deles op i to kategorier. i) standarder, der fokuserer på et anderledes teknisk niveau end hvad forbrugerne ofte forbinder med miljø-certificering af eksempelvis kaffeproducenter i tropiske lande. De er ofte udviklet som systemer for miljøledelse, hvormed en virksomheds fordele ved certificering er forbedrede arbejdsprocesser, overholdelse af miljølove og en mere effektiv drift – og dermed mindre påvirkning af miljøet. Mange ordninger virker som dokumentation for overholdelse af miljølove, henvender sig til mange typer af virksomheder og har karakter af B2B ordninger. ii) standarder, der i højere grad henvender sig til forbrugerne, dvs. B2C ordninger, og fokuserer på enkelte miljømæssige aspekter, som kan kommunikeres effektivt til kunderne. Standarderne er udviklet til en specifik branche eller til produktionen af få eller endda et enkelt produkt.

ISO14000. ISO14000 er en internationalt accepteret serie af standarder for miljøledelse, der ligesom mange andre ISO standarder primært har til formål at forbedre ledelse af og metoder til forvaltning af virksomhedens procedurer, i dette tilfælde ift. miljøet.

EMAS. Eco Management and Audit Scheme (EMAS) er et miljøledelsessystem, der fastsætter overordnede krav til en virksomheds forvaltning af aktiviteter og processer der påvirker miljøet. ISO14001, der er en del af ISO14000 serien og specificerer de nærmere krav til et miljøledelsessystem, er integreret i EMAS. Som med ISO standarderne er formålet med EMAS at styrke de interne procedurer i en virksomhed og dokumentere dem for eksterne interessenter og kunder.

Carbon Footprint. I en tid med stor opmærksomhed på klimaændringer bliver standarder for opgørelse af udledning af drivhusgasser i et produkts tilblivelse ganske vigtige, både som B2B og B2C. På de fleste eksportmarkeder er produktstandarden Greenhouse Gas Protocol, udviklet af World Ressource Institute og World Business Council for Sustainable Development, den mest accepterede standard (A.C. Schmidt, 2012). Til det engelske marked er Publicly Available Specification (PAS) 2050 mere relevant. PAS2050 er udviklet af British Standards Institute i samarbejde med en lang række aktører og bygger på ISO standarder for livscyklusvurderinger af produkter og ydelser. PAS2050 er også en produktstandard, dvs. standarden er knyttet til et enkelt produkt og ikke hele den producerende virksomhed. PAS2010 er endnu kun sparsomt udbredt udenfor Storbritannien. En relateret standard, PAS2060, er en standard for kulstofneutralitet for hele virksomheden. ISO er ved at udvikle en tredje mulighed for carbon footprints, ISO14067, der bl.a. er baseret på livscyklusvurderingen af et produkts bredere miljøpåvirkning, ISO14044. ISO14067 forventes færdig i midten af 2013.

MSC og ASC. Marine Stewardship Council (MSC) er et certificeringsprogram for fiskeri, eksklusiv dambrug. MSC mærket står for en bæredygtig fiskebestand, minimering af miljøpåvirkning, effektiv ledelse, og sporbarhed. MSC er en B2C ordning, der dokumenterer overfor forbrugerne, at varen kommer fra et velforvaltet og bæredygtigt fiskeri. Der er i dag 185 certificerede fiskerier, heriblandt 15 danske. En lang række danske virksomheder forarbejder og handler med MSC certificerede fiskeriprodukter (se afsnit 6). MSC har startet et samarbejde med ASC (Aquaculture Stewardship Council), som er dambrugets pendant til MSC. ASC er udviklet af WWF og den hollandske organisation IDH, som beskrives yderligere i afsnit 5.

Roundtables. De senere år er flere certificeringsordninger opstået som *roundtables*, dvs. i fora af mange aktører. Eksempler er Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO), Round Table on Responsible Soy (RTRS) og Global Roundtable for Sustainable Beef (GTSB), der henvender sig til afgrøder og kødprodukter. Ordningerne indeholder de tre komponenter af bæredygtighed, men fokuserer især på den ene, miljøet. Soja og oliepalme dyrkes ikke i Danmark, så RTRS og RSPO er kun interessante for danske virksomheder, der importerer råvaren og eksporterer forarbejdede varer. Dette inkluderer flere større danske virksomheder, der har mulighed for at blive certificeret efter *chain-of-custody* standarder (supply chain certificering) og dermed gøre brug af RSPO og RTRS mærkerne. GTSB blev oprettet i 2012 og er endnu under udvikling.

2.2.3 Økologi

Som tidligere beskrevet findes der kun et mærke for økologi i Danmark, det røde Ø-mærke. På EU niveau arbejdes der på at promovere ét fælles økologimærke for fødevarer produceret af EU medlemslande. Der findes i forvejen en miljømærkning af andre varer end fødevarer, Blomsten, der bl.a. bygger på det ældre nordiske miljømærke Svanen. Nogenlunde samme model forfølges i det nye EU økologimærket, der blev lanceret i 2010 og er baseret på en harmonisering af nationale regler for økologi og EU forordningen nr. 834/2007 vedrørende økologisk produktion. Danske fødevarer, der bærer det røde Ø-mærke, lever også op til EU's økologiregler og kan eksporteres med det obligatoriske EU økologimærke. Blandt de uafhængige mærkningsordninger for økologiske fødevarer er EcoCert; et fransk økologimærke, der nu er udbredt til over 80 lande. EcoCert mærket udstedt i Europa er baseret på EU's økologiforordning og retningslinjer for økologisk produktion udstedt af International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM).

2.2.4 Social ansvarlighed

I dette underafsnit forstås social ansvarlighed som aktiv politik på områderne arbejdsforhold og menneskerettigheder. Flere og flere virksomheder inkluderer social ansvarlighed som del af deres CSR profil, hvilket især er relevant for virksomheder, der arbejder med et netværk af leverandører fra udlandet. Foruden standarder, som en virksomhed kan certificeres efter, findes der flere systemer for inkorporering af etiske og socialt ansvarlige aspekter i virksomhedsforvaltningen, ikke mindst ift. leverandørforhold. Blandt andre har Business Social Compliance initiative (BSCI) og Supplier Ethical Data Exchange (Sedex) udviklet sådanne systemer.

SA8000. Social Accountability International, en NGO baseret i New York, har udviklet Social Accountability 8000 (SA8000) på baggrund af arbejdsmarkedskonventioner fra ILO og FN, samt national lovgivning for eksempelvis børnearbejde, arbejdstagerrettigheder, aflønning mm. SA8000 standardens krav gælder for den certificerede virksomheds egne medarbejdere såvel som underleverandørers medarbejdere. I Danmark er certificering efter SA8000 standarden især relevant for virksomheder, der ønsker at dokumentere ansvarlighed ned gennem leverandørnetværket. I juni 2012 var ca. 3000 virksomheder verden over SA8000 certificeret, heraf ca. 1/3 i Italien. Fem danske virksomheder er certificeret efter SA8000 standarden, heriblandt en fødevarevirksomhed, Butlers Choice, der importerer og distribuerer en række fødevarer.

DS 49001. Dansk Standard 49001, som stemmer overens med den internationale ISO26000, er et ledelsessystem for samfundsmæssigt ansvar, der hjælper en virksomhed til at udvikle og implementere virksomhedspolitik for en række områder, heriblandt arbejdsforhold, menneskerettigheder og lokal samfundsudvikling og involvering. Standarden bruges til at forbedre virksomhedens ledelsesprocedurer og dokumentere en samfundsmæssig ansvarlighed overfor interessenter og kunder, bl.a. med det formål at styrke disse konkurrenceparametre og skabe adgang til nye markeder.

2.2.5 Religiøse hensyn

Hab Certification. Halal Authority Board, der hører hjemme i Storbritannien, har udviklet et sæt standarder for halalproduktion af fødevarer, der prøver at samle og harmonisere regler og certificeringsordninger for halalproduktion verden over. Cert ID, der bl.a. står for ProTerra GMO-fri certificeringen, er ansvarlig for attesteringen af HAB certifikater. Ligesom mange fødevarevirksomheder og detailhandlen intensiverer deres salgskampagner og øger deres omsætning i forbindelse med kristne helligdage som jul og påske, er der en stigende tendens blandt virksomheder i Europa, ikke mindst i Storbritannien, til at rette opmærksomheden mod muslimske forbrugere i forbindelse med muslimske helligedage, som ved afslutningen af Ramadanen. Islam er den hurtigst voksende religion i Europa og markedet for Halal-produkter anses som et af fødevaremarkederne med størst uudnyttet potentiale (Solomon et al. 2010). Halal-produkter efterspørges også i stigende grad af ikke-muslimske forbrugere, som forbinder halal-fødevarer med friskhed, kvalitet og fødevaresikkerhed (Berry, 2011). Danmarks eksport af halal-fødevarer består hovedsageligt af fjerkræ, men Danske slagterier og oksekødproducenter ser store muligheder i at udvide eksporten til andre kødprodukter (Politiken, 23.12.2010). Halal-fødevarer estimeres til at udgøre 17 % af det globale fødevaremarked (Berry, 2011).

Som det fremgår af ovenstående beskrivelser af standarder og certificeringsordninger, dækker de bredt over B2B og B2C ordninger som giver konkurrencemæssige fordele, sommetider er nødvendige for at få adgang til specifikke detailhandelskæder og dermed større markedsadgang, eller kan bruges som et signal til forbrugerne om en given grad af 'bæredygtighed', hvilket kan udløse en merpris eller adgang til et voksende segment af politisk/etisk bevidste forbrugere. For en nærmere beskrivelse og diskussion af udvalgte ordninger, se Gawron & Theuvsen (2008).

3 Eksport af danske fødevarer

Danmarks samlede vareeksport udgjorde i 2010 544 mia. kr. Heraf udgjorde eksporten fra landbrugsprodukter, fødevarer og agroindustrielle produkter 110 mia. kr. svarende til ca. 20 % af den samlede eksport. Omkring 2/3 af den danske landbrugs- og fødevareproduktion eksporteres, hovedsageligt til andre EU lande (lf.dk). Tabel 4 viser Danmarks samlede fødevareeksport[4] i mio. kr. for 2010 til de fem største eksportmarkeder, samt udvalgte markeder uden for EU. De dominerende eksportfødevarer er kød-, fiskeri- og mejeriprodukter, som sammenlagt udgør omkring 60 % af eksporten.

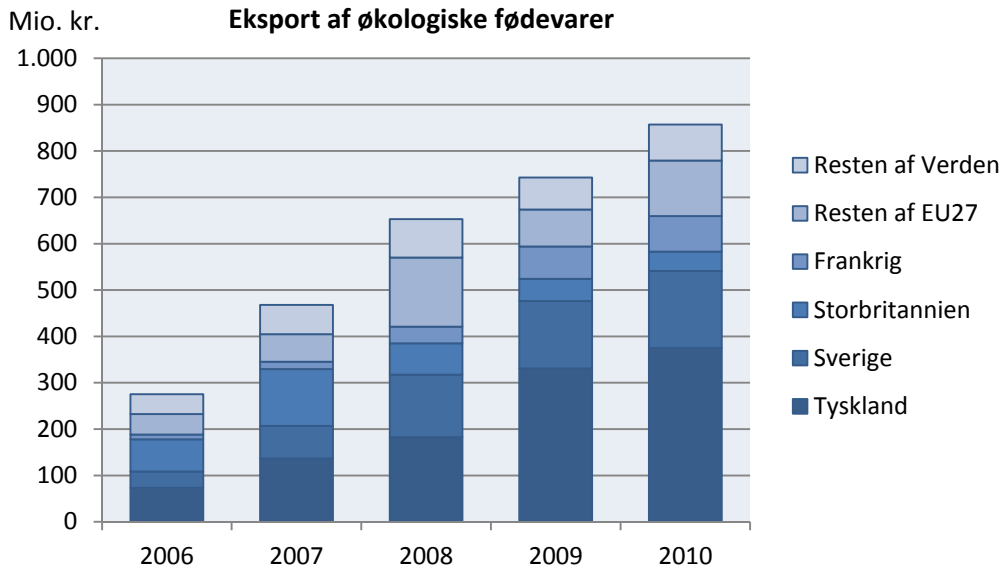
Med over 21 % (21 mia. kr.) er Tyskland det største danske eksportmarked, efterfulgt af Storbritannien og Sverige med hhv. 11,5 % (11,5 mia. kr.) og 10,8 % (10,8 mia. kr.). De tre lande står for næsten halvdelen af den samlede eksport af mejeriprodukter. Tyskland skiller sig især ud ved deres import af levende dyr (hovedsageligt smågrise), kornvarer og fiskeriprodukter, mens Sverige er den største aftager af danske frugter og grøntsager. Japan er det femte største eksportmarked og det største uden for Europa med en import af danske fødevarer til en værdi af 4,4 mia. Kr. hvoraf 82 % er kødvarer. Udover Norge er Rusland, USA, Kina og Australien de største eksportmarkeder udenfor EU. Det er ligeledes kødvarer, der er den største varegruppe for disse lande. Indenfor det seneste år er eksporten af fødevarer til lande udenfor EU steget, mens den er faldet svagt indenfor EU. Især Asien aftager en voksende andel af den danske fødevareeksport; fra 2011 til 2012 steg eksporten med 17 % (lf.dk).

[4] Den samlede eksport varierer alt efter hvad der inkluderes under fødevarer. Tabel 4 indeholder eksempelvis ikke alle agroindustrielle produkter, såsom enzymer. De inkluderede varegrupper nævnes i tabelteksten til tabel 4.

Tabel 4. Danmarks eksport i 2010 af fødevarer i mio. kr. til de fem største samt udvalgte eksportmarkeder. Eksporten inkluderer, foruden de viste kategorier, levende, spiselige dyr, sukkerprodukter, kaffe, te og kakao, foderstoffer, drikkevarer, olieholdige frø, animalske og vegetabilske olier, samt diverse næringsmidler i.a.n. Kilde: statistikbanken.dk (SITC2R4Y).

Eksport-markeder	Total fødevare-eksport	% af samlet eksport	Bidrag til samlet eksport fra følgendevaregrupper: Kød og kødvarer	Mejeri-produkter	Fisk, skalddyr mv.	Korn og kornvarer	Frugt og grøntsager	Økologi
1. Tyskland	21.041	21,1 %	5.702	2.822	2.970	1.373	393	375,0
2. Storbritannien	11.450	11,5 %	5.160	2.089	1.112	379	185	41,8
3. Sverige	10.750	10,8 %	2.461	2.031	1.233	587	1.018	166,1
4. Italien	5.276	5,3 %	2.070	120	1.707	54	70	11,8
5. Japan	4.387	4,4 %	3.602	333	256	60	12	0,4
9. Rusland	3.308	3,3 %	1.357	244	407	175	18	0,1
12. USA	2.248	2,3 %	879	333	169	261	33	2,1
14. Kina	1.929	1,9 %	761	241	685	49	2	0,1
15. Australien	1.424	1,4 %	943	151	110	34	33	14,8
Totalt, alle lande	**99.681**		**29.584**	**14.795**	**15.148**	**6.299**	**2.830**	**857**

Tabel 4 indeholder en kolonne for eksport af økologiske fødevarer, som svarer til de varegrupper, der er nævnt i tabelteksten. Da der ikke findes samlet data for dansk eksport af certificerede fødevarer, foruden økologi, bruges eksporten af økologiske varer som en proxy for eksportmarkeder for miljø-certificerede fødevarer. Den danske eksport af økologiske fødevarer er mere end tredoblet fra 2006 til 2010, hvor den samlede eksport var på 857,3 mio. kr. (figur 1). I 2010 gik mere end 96 % af de eksporterede økologiske fødevarer til EU lande, med Tyskland som den største aftager af varer til en værdi på 375 mio. kr. svarende til 43 % af den samlede eksport. Sverige er det andet største økologi-eksportmarked (166 mio. kr., 19 %), efterfulgt af Frankrig (77 mio. kr., 9 %), Holland (66 mio. kr., 8 %) og Storbritannien (42 mio. kr., 5 %).



Figur 1. Dansk eksport af økologiske varer i mio. kr. i perioden 2006 til 2010.

Blandt danske fødevarer, der er certificeret bæredygtige, er en af de største varegrupper fiskeriprodukter. En lang række af dansk vildtfanget fisk og skalddyr er certificeret efter Marine Stewardship Councils (MSC)

standarder, bl.a. torsk fra Østersøen og kuller fanget i Nordsøen og Skagerrak som først og fremmest eksporteres til Storbritannien, Frankrig, Tyskland og Holland. Alt dansk eksport af muslinger er ligeledes MSC certificeret og eksporten går til det meste af Europa og Mellemøsten (msc-fiskere.dk). MSC præsenteres i afsnit 6.

4 Krav fra de førende fødevare- og detailhandelsvirksomheder

Dette afsnit fokuserer på CSR politikker og målsætninger for køb og produktion af certificerede varer blandt de største detailhandels- og fødevarevirksomheder på de største danske eksportmarkeder i og udenfor Europa. Valg af virksomheder er baseret på deres markedsandele, tilgængelighed af information online, og danske eksportmarkeder for fødevarer. Omfanget af danske fødevarer, der eksporteres til netop de valgte virksomheder, kendes ikke, men det formodes, at virksomhederne repræsenterer den udvikling indenfor CSR som generelt finder sted i fødevare- og detailsektoren. De følgende underafsnit beskriver CSR politikker for hhv. udvalgte detailhandelsvirksomheder og fødevarevirksomheder, og opsummerer derefter de fælles CSR profiler og efterspørgslen efter certificerede varer blandt alle virksomheder.

4.1 Detailhandelskæder

De undersøgte detailhandelskæder repræsenterer nogle af de største supermarkedskæder i Storbritannien, Tyskland, Sverige, Holland, Frankrig, USA, Australien og Japan. Med undtagelse af tyske Aldi Group, tager undersøgelsen udgangspunkt i CSR rapporter, årsrapporter og online information fra virksomhedernes hjemmesider. CSR rapporten fra Aldi er kun tilgængelig på deres britiske hjemmeside, som hører under Aldi Süd. En kort præsentation af virksomhederne følger her.

Tyskland: Rewe Group, der har mere end 15.000 butikker i Tyskland og 15 andre lande, hovedsageligt under de to supermarkedskæder Penny og Toom, med en omsætning på over 36 mia. euro i 2010. Metro Group, som er verdens femte største detailhandelsvirksomhed med supermarkedskæderne Real.- og Metro Cash and Carry lokaliseret i 35 lande verden over, og med en omsætning på ca. 67 mia. euro i 2011. Aldi Group, der adskiller sig fra de to foregående ved hovedsageligt at satse på discount butikker, hvilke der er over 4.000 af i Tyskland, ca. 1.400 i USA og yderligere omkring 3.800 i 16 andre lande. Aldi Group havde i 2009 en omsætning på 53 mia. euro.

Storbritannien: Tesco plc., der er den største supermarkedskæde i landet med over 3.000 butikker og 30,5 % af markedet, samt endnu 3.500 butikker i 13 andre lande og en omsætning på omkring 73 mia. britiske pund i året 2011/12. Andelssupermarkedet Waitrose, der har 280 butikker i Storbritannien, en 4,5 % andel af markedet og er en del af John Lewis Partnership med en samlet omsætning på 8,7 mia. pund i 2011/12. Sainsbury plc., der med over 1.000 butikker, en omsætning på 21 mia. pund og en markedsandel på over 16 % er en de fire store supermarkedskæder i Storbritannien.

Sverige: Coop Sverige[5], der har 760 butikker i Sverige, en markedsandel på 21 % og en omsætning på 32 mia. svenske kr. i 2011, samt er blevet kåret til Sveriges mest bæredygtige varemærke i 2011 og 2012. Axfood, der med 243 egne butikker samt over 800 franchise-butikker sidder på ca. 20 % af markedet.

Holland: Royal Ahold, der har mere end 3.000 butikker i en lang række lande, og blandt andet er største aktionær af det tidligere svenske ICA. Royal Ahold havde i 2011/12 en omsætning på 30 mia. euro.

[5] Coop Sverige har fælles indkøb, indkøbspolitik og *private labels* med Coop i Danmark, Norge og Finland i regi af Coop Trading, som ejer 25 % af Intercoop Ltd., en indkøbsvirksomhed i Fjernøsten.

Frankrig: Carrefour, landets største supermarkedskæde og en af verdens største med omkring 4.500 butikker i Frankrig, yderligere 5.000 i 32 andre lande og en omsætning på 81 mia. euro i 2011.

USA: Walmart, der med mere end 10.000 butikker i 27 lande og en omsætning på 444 mia. USD i 2011/12 er verdens største detailhandelskæde[6]. Safeway, der har næsten 1.700 butikker i USA og Canada og en omsætning på 43 mia. USD i 2011.

Australien: Woolworths, landets største supermarkedskæde med mere end 3.000 butikker i Australien og New Zealand. Woolworths supermarkeder havde i 2011 en omsætning på 46 mia. australske dollars.

Japan: Aeon, som i 2011 blev landets største supermarkedskæde med en omsætning på ca. 65 mia. USD. Aeon har 222 indkøbscentre og over 1.500 supermarkeder alene i Japan, der står for lidt under 1/3 af den samlede omsætning.

Tabel 5 beskriver virksomhedernes CSR politikker og efterspørgsel efter varer certificerede efter forskellige ordninger og standarder. Virksomhederne har naturligvis en interesse i at fremstå som miljømæssigt og socialt ansvarlige, og det skal her nævnes, at CSR politikkerne ikke er gennemgået kritisk, men kun med en kortlægning for øje. Alle de undersøgte supermarkedskæder forhandler og efterspørger økologiske, Fairtrade og andre certificerede fødevarer og nævner generelt et øget fokus på disse varer i fremtiden. Ofte er der dog ikke sat konkrete målsætninger for mere end et par varegrupper. Det er derfor vanskeligt at afgøre i) om der er tale om fremtidige krav til fødevareleverandører, der nødvendigvis skal opfylde andet end myndighedsbestemte minimumskrav, ii) om leverandører af certificerede fødevarer får nemmere og større adgang end leverandører af konventionelle varer, eller iii) om certificerede varer som minimum skal være repræsenteret på hylderne. Tabel 5 indeholder tre kolonner til beskrivelse af hver virksomhed: i) '*Politikområder*', der beskriver forskellige CSR politikker og strategier, evt. opnåede målsætninger, virksomhedernes egne standard-programmer og relevante varemærker, og medlemskaber af forskellige CSR relaterede ordninger mm.; ii) '*Ordninger nævnt i indkøbspolitik*' beskriver de specifikke standarder og certificeringsordninger som virksomhederne nævner i deres indkøbspolitik, og som oftest relaterer sig til specifikke produkter eller varegrupper og dermed ikke nødvendigvis udgør et generelt krav til leverandører; iii) '*Specifikke målsætninger*' vedrører kun veldefinerede målsætninger for specifikke varegrupper eller ordninger, som det fremgår af virksomhedens hjemmeside eller CSR rapport. Det gælder for alle tre kolonner, at der fortrinsvist er fokus på aspekter, der kan være relevante for danske fødevareproducenter og – virksomheder. Alle undersøgte virksomheder har CSR politikker vedrørende reduktion af vand og energiforbrug, håndtering af affald og genbrug, reduktion i udledning af drivhusgasser, internationale konventioner for arbejdsforhold og arbejdstagerrettigheder i leverandørnetværk, donationer til velgørenhed, mm. Disse er ikke nævnt i tabel 5 med mindre de kan have indflydelse på virksomhedens valg af leverandører og indkøbspolitik. Som tidligere nævnt fører samtlige detailhandelsvirksomheder økologiske og Fairtrade fødevarer, men ikke alle virksomheder nævner specifikt disse ordninger, hvilket afspejles i den sidste kolonne i tabel 5.

[6] I 1999 opkøbte Walmart britiske Asda, som er en af de fire store kæder i Storbritannien med ca. 17 % af markedet, og som i øvrigt købte de britiske Netto-butikker af Dansk Supermarked i 2010.

Tabel 5. Oversigt over CSR politik, certificeringsordninger og målsætninger som nævnt i en række detailhandelsvirksomheders CSR rapporter og hjemmesider.

Virksomhed	Land	Politikområder	Ordninger nævnt i indkøbspolitik	Specifikke målsætninger
Waitrose	Storbritannien	Eget program for ansvarlig leverandørkæde, bl.a. arbejdsforhold blandt leverandører. Indkøb af ansvarligt fanget fisk baseret på egne kriterier, inkl. sporbarhed; accepterer også MSC. Fokus på dyrevelfærd, anerkendt af CIWF flere gange. Egne mærkevarer 100 % GMO-fri. Medlem af RTRS, RSPO, BRC palm oil committee og Sedex.	Fairtrade LEAF Marque certificering blandt britiske leverandører af frugt og grønt Økologiske produkter. MSC. RSPO og RTRS	Udvide krav om LEAF Marque certificering til at inkludere udenlandske producenter. 100 % RSPO certificeret palmeolie i egne varemærker ved udgang af 2012. 100 % RTRS certificeret soja i egne varemærker ved udgang af 2016. 100 % 3. part certificeret fiskeriprodukter ved udgang af 2017.
Sainsbury	Storbritannien	Eget carbon footprinting værktøj til landmænd. Egne standarder for miljø og social ansvarlighed. Medlem af RSPO, RTRS og Sedex.	MSC. Fairtrade RSPO og RTRS	En 2020 CSR plan med følgende mål: 100 % certificering efter uafhængig standard (RSPO, RTRS, MSC m.fl) af alle nøgle-råvare og råstoffer, alle fiskeriprodukter, alt kød og alle æg og mejeriprodukter (mht. dyrevelfærd); 1 mia. £ omsætning af Fair Trade produkter, inkl. alt instant kaffe, chokolade, ananas, ris, mm.; Alle leverandører skal leve op til Sainsburys standarder for miljø og social ansvarlighed. Halvering af CO2 udledning fra leverandører af egne varemærker.
Tesco	Storbritannien	Producenters soja-foderstoffer skal være FEMAS certificeret, GMO fri, ikke-amazonas soja. Soja i alle egne varemærker er 100 % GMO-fri og ansvarligt produceret. Alle egne varemærker 100 % GMO fri. Eget mærke *Nature's Choice* for miljøvenligt produceret fødevarer. Eget program *Trading Fairly* for arbejdsforhold i leverandør-netværket. Eget program for ansvarligt vildtfanget og opdrættet fisk. Støtter 'Five Freedoms' dyrevelfærdsprogram og har egen politik på området for leverandører. Medlem af RSPO, Ethical Trading Initiative, The Sustainability Consortium, og har en formandsplads i Consumer Goods Forum.	Fairtrade MSC RSPO FEMAS	100 % RSPO certificeret palmeolie i egne varemærker ved udgang af 2015. Total afkobling af afskovning og produktion af Tescos varer inden 2020.
Royal Ahold	Holland (Sverige)	Samarbejde med Global Food Safety Initiative (GFSI). Egne programmer *Standards of Engagement* og *Social Compliance Program*. Krav om GlobalGAP standarder blandt husdyrproducenter og	MSC ASC Utz Certified Rainforest Alliance	80 % af alle leverandører af egne varemærker er certificeret efter GFSI ved udgang af 2012. Egne varemærker indeholder 100 % certificeret soja, palmeolie og fisk og skaldyr i 2015.

		dambrug. Æg kun fra fritgående høns (ICA). Eget mærke *I Love Eco* (ICA) Ingen GMO varer i ICA-sortiment. Medlem af RSPO, RTRS, MSC, ASC, Aquacultures Dialogue og The Sustainability Consortium.	Fairtrade KRAV (økologi, ICA) RSPO	Certificeret ansvarlig leverandørstyring af alle leverandører af egne varemærker fra høj-risiko lande i 2012. Kortlægning af miljømæssigt fodaftryk af halvdelen af alle leverandører af egne varemærker i 2015.
Rewe Group	Tyskland	Eget varemærke *Pro Planet* for kvalitet, miljømæssig og social ansvarlighed gennem fødevareproduktets livscyklus. Egne økologimærker *REWE Bio* og *Penny B!O*. Egen politik for bæredygtigt indkøb af fiskeriprodukter, inkl. arbejdsforhold blandt leverandører. Krav om GlobalGAP certificering til producenter. Kampagne mod fjerkræproduktion hvor tvangsfodring indgår (foie gras). Aktiv i Product Carbon Foorprint projektet, Business Social Compliance Initiative (BSCI), og medlem af RSPO. Eget oliepalmeprogram baseret på RSPO standarder. Udviklet retningslinjer for bæredygtig forretningsføring.	Naturland (økologisk mærke) Fairtrade MSC SA8000 (kun bananer) GlobalGAP (indenfor Pro Planet)	Generel målsætning om at udvide sortimentet af bæredygtige produkter, hovedsageligt som del af deres Pro Planet mærke. Generel strategi for at øge bæredygtighed blandt leverandører og egen virksomhed.
Metro Group	Tyskland	Politik for ansvarligt indkøb af fisk. Med til at udvikle ASC. Eget økologimærke *Real,-Bio*. Projekter for kapacitetsopbygning indenfor GFSI standarder blandt leverandører i høj-risiko lande. Ingen salg af æg fra burhøns i Real.-. Medlem af BSCI, FNs Global Compact, og RSPO.	For fisk: MSC, ASC, BRC standarder og GlobalGAP. Fairtrade GFSI standarder	Metro Group har en overordnet strategi og aktivitetsplan for bæredygtighed i leverandørkæden og produkter. Det er op til de enkelte salgsafdelinger at definere relevante målsætninger.
Aldi Group	Tyskland (review baseret på UK hjemmeside)	Eget *Social Monitoring Programme* med 3. part audits for leverandører i høj-risiko lande – krav til leverandører om medlemskab af BSCI eller Sedex. Samarbejder med Marine Conservation Society for bedre forsyningspraksis. Egne varemærker 100 % GMO-fri. Økologiske varer iflg. Soil Assoc. standarder. Udenlandske leverandører/producenter skal være GlobalGAP certificeret. Medlem af RSPO og Sedex.	Fairtrade (inkl. Rainforest Alliance og Utz Certified) MSC Red Tractor (dyrevelfærd-mærke, for UK kødprodukter) GlobalGAP RSPO	100 % certificeret kakao i alle produkter med kakao ved udgang af 2020. 100 % certificeret fiskeriprodukter (ingen tidsplan). 100 % RSPO certificeret palmeolie i alle egne fødevaremærker ved udgang af 2015.
Coop	Sverige	Indkøb efter liste af ansvarligt produceret/fanget fisk. Sælger ingen fødevarer med GMO tilsætningsstoffer (GMO foder til kødproduktion tillades).	Fairtrade MSC KRAV (økologi)	Udfasning af ikke-certificeret palmeolie i alle fødevarer (ingen tidsplan). Klimaneutral virksomhed senest i 2020.

		Eget mærke for miljøvenlige eller økologiske varer, änglamark. Krav til sporbarhed og kvalitetsstyring iflg. BRC Global Standards blandt leverandører til egne fødevaremærker. 100 % certificeret palmeolie i egne varemærker. En del af de importerede varer købes via Intercoop, der er medlem af BSCI og stiller krav til leverandører om opfyldelse af BSCI standarder eller tilsvarende (SA8000, Sedex m.fl.) Medlem af RSPO.	BRC Global Standards RSPO	
Axfood	Sverige	Miljøledelse følger ISO14001. Egne varemærker for økologi (*Garant økologi*), Fairtrade (Aware) og klima-certificering (*Garant Såklart,* dog endnu ikke fødevarer) Ingen GMO varer i sortiment (dog en fremtidig mulighed). Krav om Ingen forbyggende antibiotika i kødproduktion blandt leverandører. Krav til GlobalGAP standarder for frugt og grønt producenter. Indkøb af konventionelle kødprodukter følger britiske standarder, f.eks. Englandsgris for svinekød. Ingen salg af øg fra burhøns i to kæder. Politik for indkøb af ansvarligt fanget fisk. Medlem af RSPO og RTRS.	KRAV (økologi og dyrevelfærd) Fairtrade MSC Bra Miljöval Swedish Meat og Swedish Seal (garanti for svensk oprindelse) GlobalGAP RSPO og RTRS	Alle leverandører i høj-risiko lande skal leve op til SA8000 standarderne ved udgang af 2013. Klimaneutral virksomhed senest i 2020. 100 % af palmeolien i *Garant*-serien certificeret i 2015.
Carrefour	Frankrig	Egne mærker: *Carrefour Bio* (2.300 økologiske fødevarer), *Carrefour ECOplanet* for bl.a. MSC fiskeprodukter, *Reared without GMO* for GMO-fri varer bl.a. svinekød, *Carrefour Quality Lines* med krav til integreret landbrugsproduktion, dyrevelfærd mm., og flere Fairtrade varemærker. Egne varemærker 100 % GMO fri. Foderstoffer i produktionen af kød til egne varemærker er 100 % GMO fri (soja). *Sustainable Development Self-assessment Tool* udbudt til alle leverandører globalt. Egen *Sustainable Fishing Policy*. Eget *Social and Ethical Charter* for alle leverandører i høj-risiko lande med auditering. Medlem af FNs Global Compact, RTRS og RSPO.	MSC RTRS og RSPO Fairtrade	Indkøbspolitik med 'zero deforestation' for alle varer på globalt plan senest i 2020. 100 % certificeret palmeolie i egne varemærker ved udgang af 2015.
Walmart	USA	Eget *Ethical Sourcing Program*. Eget globalt program Food and Agriculture Sustainability Value Network. Eget program *Sustainable Produce Assessment* til evaluering og reducering af forbrug af inputs blandt producenter.	RSPO Fairtrade MSC Best Aquaculture Practices	Audits af alle leverandørers fabrikker iflg. *Ethical Sourcing Program* ved udgang af 2012. 100 % energibehov dækket af vedvarende energi (ingen tidsplan, 15 % er dækket i dag). 100 % certificeret palmeolie i egne varemærker

		Medlem af The Sustainability Consortium, RSPO, RTRS (kun ASDA), Business for Social Responsibility, og Ethical Trading Initiative		globalt ved udgang af 2015. Indkøbspolitik med 'zero deforestation' for alle kødprodukter på globalt plan senest i 2015. Kun 3. partscertificerede fiskeriprodukter i Walmart US og Sam's Club ved udgang af 2012. Brug af *Sustainable Produce Assessment* globalt.
Safeway	USA	Eget mærke '*O* Organic' for økologiske produkter og 'Open Nature', varer med 100 % naturlige ingredienser. Politik for bæredygtigt indkøb af fisk, Sustainable Seafood Task Force – anerkendt af Greenpeace som bedste detailforhandler af bæredygtig fisk i 2011 og 2012. Deltager i GFSI 22nitiative; Food Marketing Institute's Sustainability Executive Committee og Seafood Sustainability Working Group.	MSC	Alle 32 egne produktionsanlæg GFSI certificeret ved udgang af 2012.
Woolworths	Australien	Svinekød kun fra stald-fri farme (dog ikke reelt krav). Egne varemærker 100 % GMO fri. Medlem af RSPO.	RSPO MSC ASC Global Aquaculture Alliance	100 % RSPO certificeret palmeolie i egne varemærker ved udgang af 2015. 100 % certificeret fisk i produkter med vildtfanget fisk (ingen tidsplan) og dambrugsfiks (2015).
Aeon	Japan	SA8000 certificeret, og partnere opfordres til samme. 32 selskaber ISO14001 certificeret. *Aeon Sustainability Principles*, bl.a. med fokus på bio-diversitet Krav til leverandører og producenter om opfyldelse af *Aeon Supplier Code of Conduct*, baseret på lovmæssige standarder og 3.parts auditering. Egne fair trade retningslinjer erstatter FLOs (Fairtrade) standarder fra 2011, eget *Topvalu Fairtrade* mærke. Eget mærke for produkters carbon footprint. Eget varemærke *Topvalu Kyokan Sengen* for miljøvenlige, billige produkter. Med i FNs Global Compact.	MSC Fairtrade	Fair Business indkøbsretningslinjer færdiggøres I 2013.

4.2 Fødevarevirksomheder

De fire udvalgte fødevarevirksomheder er blandt de største og førende fødevareproducenter i Europa og globalt, og netop deres engagement i Europa og netværk til store dele af detailhandlen ligger til grund for udvælgelsen. Tre af de fire virksomheder opererer med afdelinger over hele verden. Derudover producerer alle fire virksomheder flere forskellige fødevaregrupper. Struktureret på samme måde som tabel 5, beskriver tabel 6 de fire virksomheders CSR politikker, specifikke ordninger og målsætninger. En kort præsentation af virksomhederne følger her.

Unilever er verdens 8. største fødevareproducent med en lang række produkter indenfor personlig hygiejne, føde- og drikkevarer og rengøringsmidler til hjemmet. Virksomheden havde i 2011 en total omsætning på 46,5 mia. USD, heraf stod føde- og drikkevarer for 22.8 mia. USD. Unilever har været stiftende medlem af flere certificeringsorganisationer.

Nestlé, der har hovedkontor i Schweiz men opererer i 83 lande verden over, er verdens største fødevarevirksomhed med en omsætning på næsten 84 mia. schweiziske franc i 2010. Nestlés vareportefølje inkluderer en lang række fødevarer, bl.a. morgenmadsprodukter, drikkevarer, chokolade, *healthcare* fødevarer og babymad.

Kraft Foods er verdens tredje største fødevareproducent med en omsætning i 2010 på 49 mia. USD. I oktober 2012 blev Kraft Foods delt i to selskaber; Mondelez International, som fører de store snack-mærker videre med en forventet årlig omsætning på 36 mia. USD, og Kraft Foods, der tager sig af drikke- og dagligvarer med en forventet årlig omsætning på 19 mia. USD. CSR profilen er den samme og informationerne i tabel 6 gælder, så vidt hjemmesiderne informerer, begge virksomheder.

Premier Foods er Storbritanniens største producent af fødevarer til egne varemærker, men med en omsætning på 2 mia. pund er det en mindre virksomhed sammenlignet med de tre foregående. Premier Foods er således 'kun' på en 79. plads over verdens største fødevareproducenter (Food Engineering, 2011).

Ligesom detailhandelsvirksomhederne har alle fødevarevirksomheder retningslinjer for arbejdsforhold, supply chain management, miljøforvaltning på egne produktionsanlæg, mm. Disse retningslinjer, der ofte ikke er beskrevet nærmere på hjemmesider eller i CSR rapporter, er baseret på en række internationale konventioner og globale målsætninger fra ILO, FNs Global Compact, WHO, FNs MDG, OECD retningslinjer for multinationale entrepriser mm. Retningslinjerne gælder for egne produktionsanlæg og medarbejdere, mens leverandører og producenter opfodres, som udgangspunkt, til at følge dem.

Foruden de ovenstående virksomheder er tre Japanske fødevarevirksomheder også blevet undersøgt[7]. Imidlertid fokuserer de tilgængelige CSR rapporter på virksomhedernes egne tiltag til reduktion af negative miljøpåvirkninger samt velgørende projekter og donationer til udsatte grupper. Principper for indkøbspolitik og standarder for leverandører nævnes enten ikke eller beskrives kun som generelle betragtninger. Derfor er de japanske virksomheder ikke inkluderet i tabel 6.

[7] Nippon Ham Group, en af Japans største importører og fabrikanter af kødprodukter, Nichirei Corporation, en af de største producenter af forarbejdede og frosne fødevarer, og det største mejerselskab Meiji group.

Tabel 6. Oversigt over CSR politik, certificeringsordninger og målsætninger som nævnt i en række førende fødevarevirksomheders CSR rapporter og hjemmesider.

Virksomhed	Land	Politikområder	Ordninger nævnt i indkøbs- og produktionspolitik	Specifikke målsætninger
Unilever	Storbritannien / Holland	Eget *Sustainable Agriculture Code (SAC)*, åbent for leverandører men ikke krav. Unilevers *Quickfire* er et redskab for leverandører/producenter til selv-verificering af *SAC*. Eget *Sustainable Living Plan* for arbejderforhold blandt medarbejdere og i leverandørkæden. Eget Nutrition Enhancement Programme med fokus på salt, fedt og sukker. Program for reduktion af vandforbrug blandt producenter og leverandører verden over. Bl.a. medlem af eller aktiv i RSPO, RTRS, Sustainable Agriculture Initiative (SAI Platform), Consumer Goods Forum, World Economic Forum's New Vision for Agriculture, The Sustainability Consortium, og Sedex.	RSPO og RTRS ProTerra Rainforestd Alliance Fairtrade	100 % RSPO certificeret palmeolie ved udgang af 2015. 100 % certificeret kakao ved udgang af 2020. 100 % af alle landbrugsråvarer indkøbt bæredygtigt ved udgang af 2020, inkl. mejeriprodukter, sukker, olier mm. 100 % bæredygtigt produceret frugt ved udgang af 2015. 100 % af egne top 13-grøntsager og urter bæredygtigt produceret ved udgang af 2015.
Nestlé	Schweiz	Eget *Nestlé Policy on Environmental Sustainability*, der inkorporerer principper fra FNs Global Compact – implementeres gennem *Nestlé Environmental Management system*, der møder ISO14001 standarder. Produkters livscyklus vurderes baseret på ISO14040/44 standarder, mhp. reduktion af samlet miljøpåvirkning. Eget *Responsible Sourcing Guidelines,* bl.a. med kriterier for sporbarhed, dyrevelfærd, arbejderforhold, miljø mm. samt auditering af leverandører. Egne programmer *Quality Management System* og *Food Safety System* er certificeret af 3. part og lever op til ISO22000 og ISO22002-1. Bl.a. medlem af eller aktiv i RTRS, RSPO, SAI platformen, Cambridge Natural Capital Leaders Platform, Sedex og har en formandspost i European Round Table on Food Sustainable Consumption and Production.	RTRS og RSPO GMP Fairtrade	100 % certificeret palmeolie ved udgang af 2015. 'Zero deforestation' for alle varer på globalt plan senest i 2020. ISO14001 certificering af alle Nestlés 461 produktionsanlæg (ingen tidsplan) 100 % bæredygtigt produceret soja og sukker (egne standarder, ingen tidsplan).
Kraft Foods	USA (Europa afdelingen)	Code of Conduct, der er baseret på ISO 9001:2000 standarder for kvalitetssikring, samt egne kriterier for kvalitet og fødevaresikkerhed. Udviklet *LU Harmony best practices* med 35 retningslinjer for hvedeproduktion.	Rainforest Alliance GMO-fri (kun i Europa)	100 % Rainforest Alliance certificeret kaffe til europæiske varemærker ved udgang af 2015. 25 % flere varer certificeret bæredygtige i 2015 sammenlignet med 2010.

		Alle varer i Europa er GMO-fri (I USA bruges GM fødevarer i overensstemmelse med lokal lovgivning). Medlem af RSPO (UK afdeling), Sedex, stiftende medlem af PROGRESS (industri-initiativ for CSR evaluering) og 4C – Common Code for the Coffee Community		
Premier Foods	Storbritannien	Eget *Sustainability Procurement Roadmap*, inkl. *Sustainability Assessments* af indkøbsplaner for 20 nøgle-varegrupper, og *Supplier Sustainability Engagement Programme* for nøgle-leverandører. Eget *Ethical Trading Policy*, baseret på internationale konventioner. Mælkeprodukter følger Assured Food Standards. Ingen æg fra burhøns, og alle indkøbte æg og æggeprodukter følger standarder fra British Lion Quality Mark (BLQM) eller Kontrolliert Durch Kat (KAT). 100 % britisk hvede Partner i The Public Health Responsibility Deal, med fokus på reducering af salt og kalorieindhold i alle typer produkter. 3. parts audit af leverandørkæde iflg. BRC global standard for food safety. Medlem af RSPO og Sedex.	Assured Food Standards (Red Tractor-mærke) BLQM KAT RSPO BRC Global Standard for Food Safety	100 % RSPO certificeret palmeolie ved udgang af 2015. Minimum 50 % af alle nye fødevareprodukter skal have en sundheds- eller ernæringsmæssig god profil.

4.3 Udbredte ordninger på eksportmarkederne

Blandt alle virksomhederne i tabel 5 og 6 er der først og fremmest fokus på 'bæredygtighed' i relation til virksomhedernes egne sociale og miljømæssige fodaftryk og tiltag til reduktion af samme, og dernæst i relation til netværket af leverandører og producenter. I forhold til leverandørerne nævner efter standarder beskrevet i internationale konventioner og standardordninger. Derudover har mange virksomheder krav til landbrugsvareproducenter, som skal følge internationale anerkendte standarder såsom GlobalGAP. Disse krav er ofte begrænset til virksomhedernes egne varemærker.

For danske, eksporterende virksomheder er de specifikke certificeringsordninger eller standarder mere interessante, idet virksomhederne og fødevareproducenterne formodes at leve op til de ovennævnte internationale standarder. For alle virksomheder i tabel 5 og 6 drejer det sig om de uafhængige ordninger, som fair trade ordninger, RSPO og RTRS, mens MSC og økologi nævnes af så godt som alle virksomheder i detailhandlen. Med undtagelse af Safeway og Premier Foods nævner alle virksomheder en efterspørgsel efter Fairtrade certificerede produkter. Dette er kun interessant for danske virksomheder, der handler med og forarbejder Fairtrade produkter til eksportmarkederne. Det samme gør sig gældende for RSPO og RTRS certificerede varer, der ligeledes efterspørges af mange virksomheder. RSPO og RTRS certificerede varer kan dog i højere grad end Fairtrade varer vise sig nødvendige for en række danske virksomheder, der eksporterer produkter med eller af soja og palmeolie. Eksempelvis har ni ud af 14 detailhandels-virksomheder og tre ud af fire fødevarevirksomheder en målsætning om kun at handle varer med 100 % certificeret palmeolie ved udgangen af 2015; dog ofte kun for egne varemærker.

Danmark eksportererede i 2010 og 2011 fisk, skaldyr og andre fiskerivarer for hhv. 15,1 og 16,3 mia. kr. Derfor er det interessant, at samtlige detailhandelsvirksomheder efterspørger MSC certificerede fiskerivarer. Ydermere er en aktiv politik for bæredygtigt indkøb af fisk udbredt. I forhold til dansk fødevareeksports største varegruppe – kødprodukter – er det foruden kvalitet, standarder for dyrevelfærd, der er relevante. Flere af de store detailhandelskæder har dyrevelfærd som centralt emne i deres indkøbspolitik. De konkrete krav nævnes ikke i CSR rapporter eller på hjemmesider, men kravene til dyrevelfærd beskrives ofte som værende højere end lokale og regionale krav hvad angår belægningsgraden, komfort i produktionsanlæg, transport og slagteforhold. Økologi nævnes også af de fleste detailhandelsvirksomheder, men ofte har virksomheden deres eget økologi-*brand*, såsom Rewe Bio, Real,-Bio, Carrefour Bio og Garant Eko. Det formodes, at danske Ø-mærkede fødevarer accepteres af de fleste økologi-mærker i detailhandlen udenfor Danmark.

Foruden de uafhængige certificeringsordninger og økologi-mærker, har flere virksomheder også *private labels* for varer der er bæredygtige i anden eller bredere forstand. Et par eksempler på disse er Carrefours EcoPlanet for bæredygtigt producerede fødevarer og non-food varer, samt Rewes Pro Planet varer, der er certificeret af et uafhængigt rådgivende organ efter standarder for livscyklusvurdering af sociale og miljømæssige fodaftryk. Der er flere fordele ved at have private labels. Det giver virksomhederne mulighed for selv at forme et *brand* og formulere standarderne i stedet for at skulle tilpasse sig uafhængige ordninger. Derudover bliver standarden for private labels ikke altid verificeret af tredjepart, hvilket kan reducere omkostninger ifm. auditering. Eksterne processer og udformningen af budskabet om bæredygtighed flyttes ind i virksomheden, der får større indflydelse over forvaltningen af varer til et voksende segment af miljøbevidste forbrugere.

Efterspørgslen efter certificerede varer og brugen af standarder for sociale og miljømæssige aspekter er generelt udbredte blandt detailhandelsvirksomheder og fødevareproducenter, både i og udenfor Europa,

og udviklingen går i retning af flere krav til fødevaresektoren, i sidste ende foranlediget af større opmærksomhed blandt forbrugere på bæredygtig fødevareproduktion. De specifikke målsætninger for indkøb af certificerede varer er hovedsageligt begrænset til velfungerende og større certificeringsordninger, såsom MSC, Fairtrade, økologi og RSPO. To mulige årsager til dette er i) certificeringsordninger skal være kendte blandt forbrugere, eller i det mindste være relateret til en blandt forbrugere kendt problemstilling, som eksempelvis oliepalmeplantager og afskovning i troperne; ii) ordningen skal dække en tilstrækkelig andel af udbuddet af varen før en virksomhed kan opsætte konkrete målsætninger, der begrænser deres handel med det konventionelle alternativ. Dette kan være årsagen til at RTRS, hvis udbud endnu er begrænset, nævnes i mindre grad blandt de undersøgte firmaer.

5 Organisationer bag certificeringsordninger og standarder

Certificeringsordninger og standarder udvikles ofte i multi-stakeholder fora med brancheorganisationer, miljøorganisationer og andre NGO'er, industri, detailhandelsvirksomheder og primære producenter. Tre organisationer, som på forskellige måder har været medvirkende til udviklingen af certificeringsordninger, er International Institute for Sustainable Development (IISD), The Sustainable Trade Initiative (IDH) og WWF. Dette afsnit beskriver de tre organisationer og deres arbejde i relation til udvikling af certificeringsordninger og standarder.

5.1 International Institute for Sustainable Development

International Institute for Sustainable Development (IISD) blev dannet i 1990 som resultat af Globe Conference i Vancouver, Canada. IISDs første programmer omhandlede bl.a. integration af miljø og økonomi i beslutningsprocesser i den offentlige og private sektor, samt institutionelle ændringer mhp. bæredygtig udvikling, hovedsageligt i relation til international handel og det Canadiske landbrug. I dag arbejder organisationen bredt indenfor international udvikling med fokus på bl.a. miljø, handel, klima og energi, og social kapital. IISD har hovedkontor i Winnepeg, Manitoba provinsen i Canada, samt afdelinger i New York og Geneve. ISSD beskriver sig selv som en velgørende, upartisk, non-profit organisation styret af en uafhængig, international bestyrelse. IISD får dog hovedparten af deres basismidler fra den canadiske regering og den provinsielle regering i Manitoba. I 2004 rangerede IISD som verdens mest effektive forskningsinstitution for bæredygtig udvikling ifølge GlobeScan Sustainability Survey, og har i en årrække rådgivet den canadiske og amerikanske regering såvel som UNEP og UNDP, bl.a. indenfor forvaltning af økosystemer og udvikling.

IISD har længe arbejdet med udvikling af principper og standarder for bæredygtighed i handelspolitik og forsyningskæder samt fødevareproduktion, bl.a. har IISD i en årrække arbejdet med ISO i udviklingen af CSR standarder (ISO 2600). IISD dannede i 2003 The Sustainable Commodity Initiative (SCI) sammen med UNCTAD. Oprettelsen af SCI var en reaktion på et stigende antal uafhængige initiativer fra miljøorganisationer, regeringer og industrier der alle omhandlede bæredygtig varehandel. Formålet med SCI var og er at være en fælles og åben platform for alle typer af initiativer for bæredygtig handel; et netværk med synergieffekt til forbedring af social, miljømæssig og økonomisk bæredygtighed i vareproduktion og -handel. SCI arbejder for bæredygtighed gennem udvikling af teknisk assistance, adgang til markedsinformation og finansiering, udvikling af understøttende politik og dokumentation af de positive konsekvenser af bæredygtige varer og handel. I dag inkluderer SCI partnere flere organisationer i spidsen for certificeringsordninger, eksempelvis Rainforest Alliance, Utz Certified og FLO, samt en lang række

forskningsinstitutioner, miljøorganisationer og nationale udviklingsagenturer (f.eks. NORAD). IISD har også deres egen afdeling for standarder og frivillige initiativer. Heri ligger bl.a. programmet Sustainable Markets and Responsible Trade (SMART), som har til formål at forbedre international handel gennem udvikling og implementering af frivillige initiativer indenfor forsyningskæden.

IISD udvikler ikke egne certificeringsordninger og udsteder ikke certificeringsmærker, men bidrager til udvikling af certificeringsordninger og standarder først og fremmest gennem forskning og deres deltagelse i en række internationale initiativer, såsom the Committee on Sustainability Assessment som arbejder med økonomiske analyser landbrugsproducenters deltagelse i certificeringsordninger, og The International Forum on Assessing Sustainability in Agriculture, hvis formål er at fremme bæredygtigt landbrug. Derudover rådgiver IISD forskellige organisationer og fora, som ønsker at udvikle standarder for en specifik branche/sektor eller at forbedre branchens bæredygtighed gennem tilpasning til eksisterende politik og standarder. IISD har eksempelvis rådgivet flere nationale organisationer og institutioner mht. øget bæredygtighed i produktion og forarbejdning af fødevarer; indenfor det seneste år inkluderer dette den kinesiske fiskerivaresektor CAPPMA[8] og den kinesiske 'Green Food' industri.

5.2 The Sustainable Trade Initiative

The Sustainable Trade Initiative (IDH) blev oprettet i 2008 som en multi-stakeholder organisation bestående af aktører fra den private sektor, fagforeninger, NGO'er og regeringen i Holland, som et initiativ til at fremme bæredygtig handel. Det er *facilitation*, at fremme en bæredygtig handel, der er kodeordet, idet IDH ikke egenhændigt implementerer projekter og initiativer til bæredygtig udvikling. IDH former koalitioner af multinationale selskaber, NGO'er, regeringsorganer, forskningsinstitutioner m.fl. og fremmer et samarbejde omkring en bæredygtig udvikling indenfor produktion af og handel med én specifik vare eller varegruppe. Det er hovedsageligt fødevarer og IDH har overvejende fokus på varer fra udviklingslande. Inden for koalitionen udvikler aktørerne i fællesskab en implementeringsplan, der definerer målsætninger for bæredygtig handel og produktion, konkrete aktiviteter, indikatorer for opnåede resultater, tredjeparts evaluering af udviklingen mm. Selve implementeringen af programmet kan indeholde teknisk assistance og adgang til finansiering til producenter, implementering af en standard for bæredygtighed, certificering af producenter, organisering af producenter mm., samt, optimalt set, udvikling af politik i producentlandet der understøtter den bæredygtige udvikling. IDHs rolle er at koordinere og *facilitere* samarbejdet. Midler til at dække IDHs omkostninger kommer fra en såkaldt 1:1 match fund fra den hollandske regering på 100 mio. euro. Det vil sige, at hver euro IDH bruger skal modsvares af en euro fra de resterende aktører i koalitionen; en udvidet form for Offentligt Privat Partnerskab. Når programmet er implementeret og skaleret op, reduceres IDHs rolle og deres udgifter, og programmet fortsætter derefter med private investeringer og juridisk forankring i producentlandet.

I de fire år IDH har eksisteret, er det lykkedes for organisationen at udvikle programmer for bæredygtighed indenfor 16 varer i 50 lande, med involvering af mere end 250 virksomheder, 35 NGO'er og en række regeringsorganer. Af de 16 varer er 12 fra landbrugssektoren, heraf otte fødevarer: kakao, te, kaffe, soja, krydderier, cashew nødder, dambrugsfisk og frugt og grøntsager. I programmerne for dambrug og krydderier har IDH været med til at udvikle certificeringsordninger; ASC for bæredygtigt dambrug i samarbejde med WWF, og standarder for bæredygtig produktion af krydderier (endnu ikke implementeret). Derudover arbejder IDH i de fleste programmer med kapacitetsopbygning blandt

[8] China Aquatic Products Processeing and Marketing Alliance, en non-profit brancheorganisation.

producenter, som på sigt skal certificeres efter eksisterende certificeringsordninger. Dette arbejde udføres i samarbejde med IDHs partnere, som bl.a. inkluderer Utz Certified, Rainforest Alliance, WWF, og Fairtrade. Blandt andre partnere er de store detailhandelsvirksomheder Walmart, Lidl og Ahold; globale handelshuse ADM og Cargill; og multinationale fødevarevirksomheder Kraft Foods, Mars og Unilever.

IDH er lokaliseret i Utrecht i Holland og blev oprettet først og fremmest for at udvikle en bæredygtig hollandsk handelspolitik. IDH har været den primære drivkraft bag den hollandske og Belgiske foderindustris målsætning om indkøb af 100 % certificeret soja i 2015 og Hollands målsætning om 100 % import af certificeret frugt og grønt fra Afrika, Asien og Latinamerika ved udgangen af 2020.

5.3 WWF – *primus motor* i flere certificeringsordninger

Som en af de største og ældste miljøorganisationer har WWF siden starten i 1961 arbejdet for bevaring af biodiversitet. I 2009 beskrev WWF otte principper for fastsættelse og udvikling af standarder for bæredygtighed, samt 10 principper for effektive og troværdige certificeringsordninger (WWF, 2009). Et af principperne nævner inddragelse af alle relevante aktører, så sociale, miljømæssige og økonomiske forhold vejes lige. Dette indebærer oprettelsen af *multi-stakeholder sustainability initiatives* (MSI), hvilket minder om IDHs fremgangsmåde. Forskellen er at formålet med WWFs MSI er at skabe nye standarder for en given vare og oprette certificeringsordninger. Denne fremgangsmåde har været brugt med WWF som stiftende medlem i udviklingen af FSC, MSC, RSPO, RTRS, ASC, Better Cotton Initiative, Bonsucro (sukker), Roundtable on Sustainable BioFuels, Alliance for Water Stewardship Council, og senest GRSB.

Fremgangsmåden har ofte været etablering af et samarbejde mellem WWF og store aktører fra detail- eller fødevarehandlen, så opbakningen til initiativet fra de sidste led i handelskæden har været stor fra starten. Derefter øges antallet og mangfoldigheden af medlemmer i initiativet og udviklingen af standarder fortsætter med, formodes det, balanceret hensyn til de forskellige aktører. Målet er at skabe en standard og en certificeringsordning med en uafhængig, international bestyrelse for derved at øge troværdigheden af ordningen. Alle deltagende aktører fortsætter som udgangspunkt som medlemmer af organisationen og nye medlemmer kommer til i takt med, at brugen af standarden breder sig. Denne metode har sine åbenlyse fordele idet alle aktører skulle have indflydelse, men der har også lydt kritik fra især andre miljøorganisationer, der mener, at processen overtages af stærke, private virksomheder hvorved standarderne udvandes. Denne kritik er bl.a. blevet rettet mod RTRS (Bosselmann & Gylling, 2012). For en nærmere beskrivelse og evaluering af MSI-fremgangsmåden, se WWF 2010.

Som beskrevet har WWF været blandt de primære drivkræfter i oprettelsen og udviklingen af en lang række certificeringsordninger, hvoraf nogle af dem er direkte relevante for den danske fødevaresektor. IISDs arbejde med standarder og bæredygtig produktion og handel med fødevarer startede med det canadiske landbrug og er dermed ikke fokuseret specifikt på udviklingslande, men arbejder også med standarder som kan være relevant for den danske fødevaresektor. Omtrent modsat forholder det sig med IDH, der fokuserer på bæredygtig handel med varer fra udviklingslande. Blandt de otte programmer for fødevarer er det kun ASC, bæredygtigt dambrugsfiskeri, der ikke henvender sig direkte til producenter i udviklingslande. IDHs arbejde indenfor ASC fokuserer dog på producenter i Asien.

6 MSC – Marine Stewardship Council

En af de mest udbredte frivillige certificeringsordninger for bæredygtig fødevareproduktion i den danske fødevaresektor er Marine Stewardship Council (MSC). MSC har udviklet standarder for bæredygtig forvaltning af vildtfanget fisk og henvender sig til aktører i fiskeriindustrien, fra fiskeren til forarbejdningsvirksomheder og offentlige styrelser. MSC blev dannet i 1996 af WWF og Unilever med det formål at lave ét mærke for bæredygtigt vildtfanget fisk. Indtil da eksisterede der hovedsageligt kun mærker for enkelte arter, såsom delfin-fri tun. MSC blev udviklet med inspiration fra det veletablerede certificeringsmærke for bæredygtigt tømmer, Forest Stewardship Council (FSC), og ligheden i navnet er ingen tilfældighed. I 1998 blev MSC økonomisk og institutionelt uafhængig af WWF og Unilever, og en international bestyrelse blev etableret for at forestår videreførelsen. Dermed imødegik MSC kritikken fra industrien vedrørende Unilevers og WWFs roller. Kritikken fortsatte dog, bl.a. fra Nordisk Råd, der mente, at MSC manglede troværdighed. Nordisk Råd deltog i stedet i et FAO initiativ, Committee of Fisheries, der udviklede en række principper for bæredygtigt fiskeri, der blev færdiggjort i 2005. I 2006 havde MSC fuldt ud implementeret FAOs retningslinjer og principper, hvilket bl.a. indebar, at auditering af fiskerier blev lagt over på en uafhængig tredjepart, Accreditation Services International, som FSC også bruger. (Guldbrandsen, 2009). Det betød også, at MSC forblev den eneste globale certificeringsordning for vildtfanget fisk, også i udviklingslande, der nu tæller 22 certificerede fiskerier og hvor MSCs Developing World Program har til formål at udbrede certificeringsordningen. Ponte (2012) kritiserer alligevel MSC for at marginalisere fiskerier i udviklingslande og ydermere for udeblevne miljømæssige resultater. Sidstnævnte synes dog at kunne tilbagevises af Martin et al. (2012), der konkluderer, at MSC certificering fører til gradvise forbedringer i løbet af og efter certificeringsprocessen.

MSC er reelt delt i to standarder, en miljøstandard og en sporbarhedsstandard, der begge bruger samme mærke. MSCs miljøstandard henvender sig til fiskeriet, dvs. selve fiskebestanden for en specifik art i et specifikt område, som ansøges om certificering af eksempelvis en producent organisation, der bliver tildelt certifikatet. Dette er nødvendigt, da havene og fiskebestandene har karakteristik af en fælles eller åben ressource, modsat eksempelvis en privatejet oliepalmeplantage, hvor plantageejeren også holder miljø-certifikatet. MSC miljøstandarden er baseret på tre hovedprincipper: i) fiskeriaktiviteten skal sikre en bæredygtig fiskebestand, ii) fiskeriet skal minimere påvirkningen af miljøet, så økosystemets funktion og mangfoldighed bevares, og iii) fiskeriet skal leve op til al lokal, national og international lovgivning (msc.org). Standarden inkluderer ikke samfundsmæssige aspekter og arbejdstagerforhold. I november 2012 var der 185 MSC certificerede fiskerier verden over, heriblandt 15 danske der dækker ni slags fisk og skaldyr, inklusiv verdens første certificerede østers. Yderligere fem danske fiskerier er under forberedelse til at blive certificeret. Hele 2/3 af alle danske landinger af spisefisk er MSC certificeret og den totale værdi af fiskene på næsten 1 mia. kr. overgår den samlede produktion af økologiske varer i Danmark (retailnews.dk, 12.3.2012). MSCs sporbarhedsstandard er en Chain of Custody (CoC) godkendelse, der henvender sig til alle virksomheder i forsyningskæden, fra fiskeren til restauranten og detailhandlen, og sikrer, at fisk og fiskerivarer kan spores af forbrugeren hele vejen tilbage til det MSC certificerede fiskeri. Ifølge en opgørelse på MSC hjemmeside er der 111 dansk registrerede MSC CoC certificerede virksomheder, hovedsageligt fiskerivareproducenter. MSC mærket er også udbredt i den danske detailhandel, hvor forbrugerne har adgang til mere end 600 MSC mærkede produkter (Food-supply.dk).

6.1 MSC certificerede Espersen A/S

En af de danske MSC CoC godkendte fiskerivirksomheder er A. Espersen A/S. Virksomheden har siden 1937 forarbejdet torsk til forskellige fiskerivarer på deres produktionsanlæg i Rønne. Siden da er andre fiskearter inkluderet i sortimentet, bl.a. kuller, hoki og sej, som indkøbes over hele verden. Produktionen er sideløbende blevet udvidet til anlæg i Polen, Litauen, Kina og Vietnam. Espersens produktion på Bornholm blev CoC godkendt i 2007. Fra 2011 har virksomheden også solgt MSC mærket torsk fanget i Østersøen. Arbejdet for bæredygtige fiskebestande i havene har dog stået på i mere end et årti. Espersen er ejet af 'Direktør J.P.A. Espersen og hustru, Fru Dagny Espersens Fond', hvis formål bl.a. er at støtte forskning i og beskyttelse af de danske farvande. Dette danner værdigrundlaget for virksomhedens arbejde med bæredygtige bestande. Derudover er der et tydeligt økonomisk argument. Torskebestanden i Østersøen har i generationer udgjort Espersens eksistensgrundlag. Da bestanden i 2006 var faretruende lav, både i økologisk og økonomisk henseende, lavede Espersen deres egen standard for modtagelse af fisk. Dette resulterede bl.a. i sortlistede fiskerier, men også i forbedret forvaltning blandt andre leverandører. Espersens tiltag og en EU forvaltningsplan for torskefiskeriet genoprettede torskebestanden i det østlige Østersøen. På baggrund af erfaringerne fra Østersøen og Espersens leverandøraftaler udvidede virksomheden sin standard til Barentshavet i samarbejde med fem store fiskerikoncerner med operationer i området.

Espersen havde tidligere gjort sig erfaringer med standarder for fiskeri, bl.a. fra 2001, hvor virksomheden sammen med Conservation International var med til at udvikle McDonald's Fisheries Standards, som sidenhen er blevet grundlaget for fast food kædens indkøb af fiskerivarer. Espersen leverede fisk fra Østersøen til McDonald's Europa, men da fiskebestanden faldt stoppede McDonald's med at købe fisk fra området. I 2011, da torskebestanden i den østlige Østersøen var genoprettet, fik Espersen og Danske Fiskeres Producent Organisation bestanden MSC certificeret. Espersen var da allerede MSC chain-of-custody certificeret. McDonald's genoptog køb af østersø-torsk, og Espersen er i dag enlig leverandør af fisk til McDonald's Europa, som køber 100 % MSC certificeret fisk til deres 7.200 restauranter i Europa.

Foruden torsk, opkøber og forarbejder Espersen også andre MSC certificerede fiskearter, så omtrent ¾ af virksomhedens samlede opkøb af fisk er MSC certificeret. Der er i øjeblikket ingen merpris for de certificerede fiskeriprodukter, men en standardiseret, bæredygtig produktion giver markedsadgang, især på de Europæiske markeder. En bæredygtig produktion er nødvendig for at få adgang til de store aktører på markedet. Espersen valgte at støtte MSC for at øge troværdigheden overfor kunderne gennem MSCs tredjepartsverificering. Samtidig er MSC certifikatet dokumentation for en bæredygtig produktion. Efterspørgslen efter certificeret fiskeriprodukter er stigende, bl.a. er den franske fiskeriindustri ved at udvikle en politik for bæredygtigt indkøb. MSC certificeret fiskeri ser ud til at følge med; størstedelen af torskefiskeriet i Østersøen er på vej mod MSC certificering. (A. Olsen, 2012; K.B. Nielsen, 2012, begge Espersen A/S).

7 Øget markedsadgang via miljø og bæredygtighed

Lurmærket var med til at starte den danske fødevaresektors ry for kvalitet på eksportmarkederne, et ry der stadig findes i dag. I den globaliserede fødevarehandel er der stor opmærksomhed på fødevaresikkerhed, stigende interesse for produkter af høj kvalitet produceret efter bestemte standarder, og et voksende antal private labels blandt de multinationale detailhandelskæder. På den baggrund er det vigtigt, at den danske

fødevaresektor vedligeholder og udbygger det gode ry for kvalitet og høj fødevaresikkerhed på eksportmarkederne. I takt med at detailhandelsvirksomheder såvel som fødevarevirksomheder på de globale markeder hæver kravene for miljømæssige og sociale aspekter i fødevareproduktion og i stigende grad efterspørger bæredygtige varer, vil fødevareindustrien i andre lande følge med og hæve deres niveau. Udfordringen for den danske fødevaresektor bliver at sikre, at man er foran mht. til de mere bløde værdier relateret til dyrevelfærd, miljø og bæredygtighed i bred forstand. Certificeringsordninger og standarder for bæredygtig produktion kan være en del af løsningen.

Der er sket store fremskridt i udviklingen af standarder for bæredygtig råvareproduktion det seneste årti og efterspørgslen følger med. Dette er bl.a. et resultat af stigende fokus på CSR politikker, især miljømæssige og sociale aspekter i produktionsleddet, blandt detailhandelsvirksomheder (Hartmann, 2011). I 2011 blev CSR politik rangeret som vigtigste fokusområde blandt ledere for detail- og fødevarevirksomheder, bl.a. foran fødevaresikkerhed (The Consumer Goods Forum, 2011). På trods af den økonomiske afmatning, der er skyld i faldende fødevareeksport til de europæiske lande, stiger den danske eksport af økologiske varer og generelt i Europa vokser det økologiske marked. Det er dog stadig certificeringsordninger for kvalitet og fødevaresikkerhed der sikrer adgang til de fleste eksportmarkeder for fødevarer. Især på de asiatiske markeder, hvor den største stigning i dansk fødevareeksport finder sted, er det kvaliteten af de danske varer, der trækker salget. På de Europæiske markeder vil miljømæssigt og bæredygtigt certificerede varer betyde relativt mere, og branding af 'bæredygtige' og 'ansvarlige' produkter ses i stigende grad. Foruden standarder for dyresundhed og –velfærd, som gør sig gældende bredt for husdyrproduktion og de afledte varer, så er de specifikke målsætninger blandt virksomhederne på eksportmarkeder fortrinsvist rettet mod enkelte råvarer, som oftest produceres i udviklingslande. Dette drejer sig eksempelvis om kaffe, palmeolie og soja. Det kan stadig have betydning for den danske fødevaresektor, som bruger store mængder soja i foderindustrien, fortrinsvis foder til svin, og palmeolie til en lang række næringsmidler og hjælpestoffer. Flere danske virksomheder er allerede i gang med at købe certificeret palmeolie og soja, eller i det mindske at kompensere deres forbrug af den konventionelle råvare med såkaldte certifikater (Bosselmann og Gylling, 2012). Efterspørgslen efter RSPO-certificeret palmeolie genereres bl.a. af målsætninger for 100 % indkøb af certificeret palmeolie blandt foderindustrier, fødevare- og detailhandelsvirksomheder, eksempelvis Unilever der opkøber 3 % af den globale produktion af al palmeolie. Fortsætter denne udvikling kan RSPO mærket blive del af adgangskravet til flere eksportmarkeder for fødevarer der indeholde palmeolie. RTRS for bæredygtig soja kan følge efter, idet RTRS organisationen i vid udstrækning prøver at replicere RSPOs arbejdsform og struktur. Der er ligeledes et stigende antal målsætninger om 100 % indkøb af certificeret soja, eksempelvis fra foderindustrien i Holland og Belgien.

Som beskrevet i afsnit 6 er bæredygtighed også på vej til at blive standarden for vildfanget fisk på dele af det europæiske marked, hvilket er interessant for Danmark. Den danske fiskeriindustri er godt med i forhold til MSC ordningen. Hvis udviklingen med stigende kvoter for den genoprettede torskebestand i Østersøen spreder sig til andre certificerede fiskebestande, i takt med at efterspørgslen efter MSC fisk udbredes til flere eksportmarkeder, betyder det gunstige forhold for danske fiskeeksport. En anden stor dansk eksportvaregruppe er kødprodukter. Danmark er kendt i udlandet for svinekød af høj kvalitet, men der kan i fremtiden komme sidestillede krav til ansvarlig eller bæredygtig produktion. Der findes endnu ikke en pendant til eksempelvis MSC, men der er andre tegn på at en udvikling er i gang. Eksempelvis er flere amerikanske virksomheder, heriblandt McDonald's USA, Burger King, og supermarkedskæderne Safeway og Kroger, i gang med en udfasning af farebokse til drægtige søer blandt svineproducenter i deres leverandørnetværk (Environmental Leader, 9.7.2012). Verdens største forarbejder af svinekød, Smithfield

Foods, er ligeledes i gang med udfasningen med 2017 som målsætning. Udfasningen svarer til EU's 2013 krav, der betyder, at drægtige søer skal være løsgående i stalden fra 1. januar 2013. En interessant forskel er, at det er lovgivningen i EU og detailhandlen i USA, der bærer de nye velfærdsregler frem. Samtidig er den canadiske brancheorganisation, Pork Value Chain Roundtable, begyndt at diskutere bæredygtig produktion som en reaktion på krav fra detailhandlen. Standarder for bæredygtig produktion af oksekød er under udvikling i Global Roundtable for Sustainable Beef, hvor WWF, The Nature Conservative, Walmart, Cargill og McDonalds er blandt medlemmerne. Går udviklingen og udbredelsen af GRSB-ordningen lige så hurtig som RSPO i palmeolieindustrien, og følger svineindustrien derefter med og etablere en lignende standard, kan det have konsekvenser også for den danske kødvaresektor. Som beskrevet i afsnit 1 er den danske fødevaresektor, inklusiv kødvareindustrien, velforberedt på grund af de eksisterende regler, krav og standarder på nationalt og EU niveau.

Det kan være en god investering at følge med i udviklingen af de nye frivillige standarder og være på forkant med dem, som eksemplet med Espersen A/S viser. Det er der tid til, som erfaringerne med andre certificeringsordninger viser. Detailhandlens specifikke målsætninger certificerede varer er begrænset til velfungerende og større certificeringsordninger, såsom MSC, Fairtrade, økologi og RSPO.

Standarder for bæredygtighed synes at være af mindre betydning blandt de voksende økonomier i Asien. Tager man udgangspunkt i Japanske virksomheders CSR rapporter lægges der stadig højere vægt på kvalitet og væsentligt mindre på de miljømæssige aspekter i produktionen af importerede fødevarer, set i forhold til europæiske virksomheder og detailhandelskæder. Dette har betydning for udviklingen af den danske fødevaresektor, da eksporten af danske fødevarer til Asien er stærk stigende, mens de er svagt faldende til EU lande. Hvis dette er en trend der fortsætter, og det kan forventes så længe den økonomiske situation i Europa ikke forbedres, kan kvalitet og fødevaresikkerhed komme til at betyde mere end miljømæssige standarder for fødevareproduktion. Modsat flere andre lande har Danmark undgået store fødevareskandaler og sammen med et ry for høj kvalitet giver dette adgang til markederne i Asien. Såfremt dansk svinekød bliver certificeret efter EUs ordning for Beskyttet Geografisk Betegnelse vil det formentligt resultere i yderligere kvalitetsrelateret merpris, også i EU.

Der tegner sig dermed et billede af to strategier for den danske fødevaresektor. Én for de modne markeder i Europa og Nordamerika, hvor kvalitet og fødevaresikkerhed suppleres med krav til bæredygtighed. Private labels for økologiske, klimavenlige og på anden vis bæredygtige varer bruges i stigende grad af store detailhandelsvirksomheder. Der ligger derfor en udfordring for fødevareproducenterne i at følge med i udviklingen af forskellige standarder og tilpasse produktionen. På markederne i Asien og i andre regioner med høj vækst vil strategien stadig være dansk kvalitet, teknisk moderne produktion og høj fødevaresikkerhed. På lidt længere sigt må det forventes at den voksende middelklasse i disse områder også i højere grad vil efterspørge bæredygtige varer, idet forbrugerbevidsthed i vid udstrækning følger en Kuznets kurve; stigende økonomisk overskud giver mere plads til hensyn.

Udfordringen for den danske fødevaresektor beskrives ganske rammende af Pedersen og Gade (2012, s. 3), ”Det kræver politisk vilje, nytænkning og strategiske investeringer, men gennem fortsat udvikling af den bæredygtige intensive fødevareproduktion kan der skabes arbejdspladser og vækst, mere natur…” og øget markedsadgang. Danmark er godt med eller foran med kvalitet, fødevaresikkerhed, økologi og nu også bæredygtigt fiskeri. Kan vi være på forkant med bæredygtighed kan det blive del af et moderne Lurmærke.

Referencer

Aarestrup, F. 2012. Get pigs off antibiotics. Kommentar i Nature 486, s. 465-466.

Alban, L. In press. Regulatory issues associated with pre-harvest food safety – EU perspective. Ikke publiceret.

Aprile, M.C., Caputo, V., Nayga Jr., R.M. 2012. Consumers' valuation of food quality labels: the case of the European geographic indication and organic farming labels. International Journal of Consumer Studies 36, s. 158-165.

Berry, N. 2011. Global Halal Food Market. Agriculture and Agri-Food Canada. Online [5.11.2012]: www.ats-sea.agr.gc.ca/inter/pdf/4352-eng.pdf

Bjørn, C. (red.) 1982. Dansk Mejeribrug 1882-2000. Med bidrag af Bjørn, C., Rasmussen, J.D., Buksti, J.A., Jørgensen, E.J., Strandskov, J. De danske Mejeriers Fællesorganisation, Århus. 564 s.

Bosselmann, A.S., Gylling, M. 2012. Danmarks rolle i de globale værdikæder for konventionel og certificeret soja og palmeolie. FOI Udredning 2012/13. Fødevareøkonomisk Institut, Københavns Universitet.

Det Danske Fjerkræråd, 2012. Årsberetning 2009-2011. Det Danske Fjerkræråd, København.

DNV, 2011. Fødevarebranchen opgraduerer til FSSC 22000 Certificering. DNV Newsletter 2011 nr. 1. DNV Business Assurance Danmark. Online [4.11.2012]: www.dnvba.com/dk/info-resourcer/nyhedsbreve/dnvindsigt2011nr1a/Pages/default.aspx

EC, 2008. Dom i den danske sag om beskyttelse af dyr under transport. 8.5.2008. Online [7.11.2012]: ec.europa.eu/danmark/eu-politik/alle_emner/landbrug/2008/080508_dk-svineproducenter_da.htm

EC, 2010. Inventory of certification schemes for agricultural products and foodstuffs marketed in the EU Member States. Areté for den Europæiske Kommission. Online [1.11.2012]: ec.europa.eu/agriculture/quality/certification/index_en.htm

Food & Culture, 2012. Danskerne kender ikke EU's øko-mærke. 12.3.2012. Online [6.11.2012]: foodculture.dk/Aktuelt/2012/Uge_11/Danskerne_kender_ikke_EUs_oekomaerke.aspx

Food Engineering, 2011. Top 100 Food & Beverage Companies. 1.9.2011. Online [9.11.2012]: foodengineeringmag.com/ext/resources/FE/Home/Files/PDFs/fex0911p_066.pdf

Gawron, J-C., Theuvsen, L. 2008. Certification schemes in the European agrifood sector: overview and opportunities for Central and Eastern Europe. Artikel præsenteret ved IAMO Forum, 2008. 13 s.

Guldbrandsen, L.H., 2009. The emergence and effectiveness of the Marine Stewardship Council. Marine Policy 33, s. 654-660.

Hartmann, M. 2011. Corporate social responsibility in the food sector. European Review of Agricultural Economics 38, s. 297-324.

Hermansen, J.E., Sørensen, J., Knudsen, M.T. 2012. Notat om certificeringsordninger til dokumentation af bæredygtighed i forbindelse med produktion af soja og palmeolie. Institut for Agroøkologi, Århus Universitet.

Martin, S.M., Cambridge, T.A., Grieve, C., Nimmo, F.M., Agnew, D.J. 2012. An Evaluation of Environmental Changes Within Fisheries Involved in the Marine Stewardship Council Certification Scheme. Reviews in Fisheries Science 20, s. 61-69.

MSC-fiskere.dk, 2012. MSC og dansk fiskeri. Online [7.11.2012]: www.msc-fiskere.dk/default.asp?id=35427

Pedersen, N.J., Gade, S. 2012. Bæredygtig produktion – Vækst i balance. Landbrug og Fødevarer, København, s. 20.

Ponte, S. 2012. The Marine Stewardship Council (MSC) and the Making of a Market for 'Sustianable Fish'. Journal of Agrarian Change 12, s. 300-315.

Solomon, M.R., Bamossy, G., Askegaard, S., Hogg, M.K. 2010. New times, new consumers. I: Consumer Behaviour: A European Perspective. 4. udgave. Prentice Hall, London, s. 576-624.

The Consumer Goods Forum, 2011. Top of Mind 2011. The Consumer Goods Forum, Issy-les-Moulineaux, s. 8.

WWF, 2009. WWF principles for setting and implementing credible standards for sustainability. WWF online [12.11.2012]: awsassets.panda.org/downloads/wwf_principles_standards_final_10_01_2012.pdf

Databaser

Statistikbanken. Danmarks Statistik. Online: http://www.statistikbanken.dk

Personlig Kommunikation

Nielsen, K.B. A. Administrerende direktør, Espersen A/S. Email, 6. november 2012.

Olsen, Alex. Chef for CSR og bæredygtighed, A. Espersen A/S. Telefoninterview 15. november 2012.

Schmidt, Anders Christian. Senior projektleder, FORCE Technology. Email korrespondance, november 2012.