

# Responsible Seafood Trends Marketing perspective



NWWAC

28 February 2017

Growing the success of Irish food & horticulture

*Bord Bia*  
Irish Food Board

# Introduction

- ✓ The more unified we are in our approach to the market, the greater the returns you'll get for the many hours of hard work you spend at sea.

## 20 minutes:

- Market actions and reactions to sustainability.
- From evidence to insights
- Schemes
- Simplifying complexity.

Open discussion.



# Consumer perception



## Seafood Consumers Put Sustainability Before Price And Brand

### New independent research reveals global motivators to seafood purchase

- Consumers perceive NGOs and scientific organisations as contributing most to protecting oceans
- Independent certification increases consumer trust in brands
- Awareness of the blue MSC label is 37% amongst all consumers
- MSC-aware consumers say they will pay a premium of up to 11% for MSC labelled seafood

LONDON, 13 July 2016 - New global independent research has found that sustainability is a key driver for seafood purchase. Across 21 countries overall, sustainability is rated more highly than price and brand, with nearly three-quarters (72%) of seafood consumers agreeing that in order to save the oceans, shoppers should only consume seafood from sustainable sources.

This is in contrast to purchasing motivations among shoppers of other fast-moving consumer goods (FMCGs), where price and brand typically outrank sustainability in driving purchase decisions\*.

The consumer perceptions survey is the largest ever global analysis of attitudes to seafood consumption and was carried by independent research and insights company [GlobeScan](#), on behalf of the [Marine Stewardship Council](#) (MSC). Over 16,000 seafood consumers in 21 countries took part in the research, which ensured a statistically representative sample in each country.

« Across 21 countries sustainability is rated more highly than price and brand, 72% seafood consumers agree...shoppers should only consume from sustainable source »





Rechercher un produit, une référence

- Offres du mois
- Apéritifs
- Entrées Snacking Tartes
- Plats cuisinés
- Poissons Crustacés
- Viandes Volailles
- Légumes Fruits Aides culinaires
- Glaces Desserts glacés
- Pâtisseries
- Pains Viennoiseries
- Gamme spécifique
- Boutique

> Accueil > Poissons Crustacés > Labels

## Poissons Crustacés

- Tout sélectionner
- Poissons bruts
- Poissons élaborés
- Coquillages et crustacés
- Bio
- Labels
  - Tout sélectionner
  - Origine France
  - MSC
  - Islande Pêche Responsable
- Soupes et veloutés
- Sauces pour poissons

### Temps de cuisson



### Modes de préparation

- Autre
- Four

## 4 PORTIONS DE FILETS DE COLIN D'ALASKA PANÉES

7,50€

Pêche durable MSC



[A DECOUVRIR ICI](#)

Le sachet de 640g - le kg : 11,72€



Trier par Familles ▾

28 produit(s) | Produits par page 48 ▾

Filtrer par Tous les types ▾



PROMOTION



PROMOTION



25pts





Vos courses  
et des idées gourmandes  
en quelques clics.

picard & moi  
C'est le moment !

Rechercher



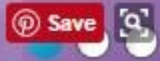
PRODUITS

IDÉES À CUISINER

QUALITÉ & SAVOIR-FAIRE

MAGASINS

MON COMPTE



Du 15 au 26 février 2017  
**-15%**

SUR UNE SÉLECTION  
DE PRODUITS MSC\*



SEMAINE DE LA  
PÊCHE RESPONSABLE

> PROFITEZ-EN !

24/02/2017

Growing the success of Irish food & horticulture

**Bord Bia**  
Irish Food Board



# Responsible marketing



Growing the success of Irish food & horticulture

## II) The Grenelle process

### Article 225 of the Grenelle II Act - a new reporting regulation









The implementation decree was published on April 26, 2012 and amends Section 225-102-1 of the Commercial Code with several notable innovations:

1. **It widens the breadth of companies required to submit reports mandatorily**, using several criteria :  
In short, by the 31st of December 2013, all companies with over 500 employees will be subject to these reporting requirements.
2. **It broadens the amount of information required:**  
There are now 42 topics that companies must report on, divided into three themes: Social, Environmental, Commitments to sustainable development  
The list of subjects reflects the content of the main international guidelines on CSR reporting
3. ~~For each required topic, companies have the liberty to select the most relevant indicators.~~
4. A “**comply or explain**” approach is proposed. **Independent auditors** give their opinion on the omissions and provided explanations.
5. **It provides stricter rules on the breadth and quality of the report:**  
According to the decree, a company’s report should disclose all actions taken by the company and its subsidiaries.  
It must present data observed during the defined financial year and, if necessary, during the previous one, in order to allow comparison. If the company chooses to comply with a national or international reporting framework in order to fulfil its reporting obligation, it must mention the nature and terms of this framework.
6. **it states that a company’s report must be subject to verification by an independent third organization**  
This organization is appointed by the executive director or chief executive, and must be accredited by Cofrac (French Committee of accreditation) or by any other accreditation body signatory to the multilateral recognition agreement established by the European coordination of accreditation bodies. This third party must then prepare a report certifying the quality of the company’s reporting and provide a “reasoned opinion” on the accuracy of information provided, and also (as mentioned above) on the explanations given by the company for any omitted data.



# Market influences

Le classement BLOOM des six principales enseignes de la grande distribution française

Idéal			100%
Bien		Casino Carrefour	68% 61%
Peut mieux faire		 Au nouveau commerçant	52%
Pas terrible		 Auchan	26%
Mauvais		E.LECLERC	19%
Nul !		Intermarché	6%

© www.bloomassoc



Growing the success of Irish food & horticulture

**Bord Bia**  
Irish Food Board



# Market reaction

LesEchos.fr

LES ECHOS: Tapez votre recherche

+  
Infos

f  
0

t  
0

in

## Une main tendue aux ONG

Pour la Scapêche, qui s'est déjà engagée depuis le 1er janvier, à ce que ses chalutiers ne pêchent plus en dessous de 800 mètres, cette expérimentation est une manière de pousser un peu plus loin sa main tendue aux ONG après la controverse sur la pêche profonde, et surtout son engagement pour « *une pêche sélective et responsable* ».

Intermarche:  
No fishing <800M by 2025.  
Cooperation with NGO.



SCAPECHE

ACCUEIL  
QUI SOMMES-NOUS  
NOTRE MÉTIER  
NOS ENGAGEMENTS  
L'OCEAN ET NOUS  
NOS HOMMES  
ESPACE MEDIA

SCAPECHE PREMIER ARMATEUR DE PÊCHE FRAÎCHE EN FRANCE

LA SCAPÊCHE INVESTIT DANS LA SCOPALE ET SE DÉVELOPPE DANS LA PÊCHE CÔTIÈRE ET ARTISANALE

La Scopale vient de voir le jour à Boulogne-sur-Mer. Cet armement coopératif détenu par la Scapêche et Pêcheurs d'Opale investira dans des navires en copropriété avec des artisans pêcheurs. La Scapêche, filiale du Groupement des Mousquetaires, poursuit ainsi la diversification de ses activités. [Plus d'informations](#)

ARRÊT DE LA PÊCHE PROFONDE EN DESSOUS DE 800 MÈTRES : LA SCAPÊCHE TIENT SES ENGAGEMENTS ET TIRE UN PREMIER BILAN

La Scapêche a mis fin le 1er janvier 2015, comme elle s'y était engagée, au chalutage en dessous de 800 mètres de profondeur. Dès à présent, l'armement des Mousquetaires va accélérer la transition vers une pêche diversifiée. [Plus d'informations](#)

Growing the success of Irish food & horticulture

**Bord Bia**  
Irish Food Board

# Market reaction



Recherche

🏠 | GROUPE | ACTIVITÉS | CARRIÈRES | FINANCE | PRESSE | FONDATIONS | ENGAGEMENTS

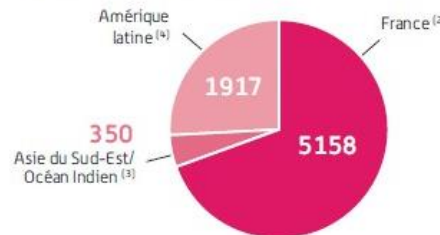
## NOS ENGAGEMENTS

- > Démarche RSE
- > Employeur engagé
- > Commerçant responsable
  - Agir pour la santé du consommateur
  - Encourager une consommation respectueuse de l'environnement
  - Qualité et sécurité des produits, des exigences fondamentales
  - [Indicateurs de performances](#)
- > Partenaire de confiance

## Indicateurs de performances

### Commerçant responsable

Nombre de références produits certifiés "responsables" de marque nationale et marque propre du Groupe <sup>(1)</sup>



En un clic

[Page RSE du rapport annuel 2013](#)

[Page RSE du document de référence 2013](#)

Plus de 7 420 produits certifiés responsables, dont 85 % de produits issus de l'agriculture biologique, sont présents dans les magasins du Groupe en 2013.

(1) Produits issus de l'agriculture biologique (hors textile à base de coton bio), du commerce équitable, labellisés MSC, FSC, NF Environnement, PEFC, écolabel Européen, ECOCERT

(2) Offre produits des enseignes Casino, Monoprix et Leader Price

(3) Offre produits de Vindémia et de Big C Thaïlande

(4) Offre produits de Grupo Éxito, CPA, Libertad, Disco, Devoto

Casino:  
7 420 products  
certified  
responsible,  
85% organic



# Metro France partnership Nausicaa + Mr. Goodfish

**REJOIGNEZ NOUS SUR** 

**Du 21 Décembre 2016 au 19 Mars 2017**

## Les recommandations de Mr. Goodfish pour l'hiver 2016/2017

**Espèces communes aux façades Atlantique Nord Est :**

 Amande de mer <i>Stomatopoda gageana</i>	 Araignée de mer <i>Digesaeca scab</i>	 Barbeau <i>Scomberus obesus</i>
 Berginot de Mer <i>Coelocaris tenuis</i>	 Blouquet <i>Achirus domus</i>	 Bulet <i>Engraulis encrinurus</i>
 Calmar / Encornet <i>Loligo</i>	 Cardine <i>Caprellidacea</i>	 Coquille St Jacques <i>Pecten maximus</i>
 Crevette grise <i>Scudicella longirostris</i>	 Dorade grise <i>Scorpaenopsis diabolus</i>	 Homard <i>Homarus gammarus</i>
 Lingue Blanche <i>Mollusca</i>	 Morlu <i>Merluccius merluccius</i>	 Poullet Barillet <i>Merluccius coruscus</i>
 Sable-Plume <i>Zeuxippos</i>	 Taraud <i>Polydora</i>	 Sardine <i>Sardinops</i>

**Façade Manche / Mer du Nord :**

 Coraie <i>Coralliophila</i>	 Coque commune <i>Cardium</i>	 Flet <i>Morone</i>
 Gronin Camard <i>Callinectes</i>	 Gronin Perlon <i>Callinectes</i>	 Hareng <i>Clupea</i>
 Limande <i>Limanda</i>	 Maquereau <i>Merluccius</i>	 Morue <i>Merluccius</i>
 Moule <i>Mytilus</i>	 Sole <i>Gadus</i>	 Sole <i>Gadus</i>
 Turbot <i>Scophthalmus</i>	 Turbot <i>Scophthalmus</i>	 Moule <i>Mytilus</i>

**Façade Bretagne / Atlantique :**

 Algue Noire <i>Porphyra</i>	 Dulse <i>Enteromorpha</i>	 Grenadier <i>Callinectes</i>
 Gronin Rouge <i>Callinectes</i>	 Haricot de mer <i>Alpheidae</i>	 Kermis royal <i>Callinectes</i>
 Laitue de mer <i>Ulva</i>	 Langoustine <i>Scudicella</i>	 Merlu <i>Merluccius</i>
 Baie bouillie <i>Ulva</i>	 Petite roussotte <i>Scudicella</i>	 Sable noir <i>Merluccius</i>

**Espèces d'élevage :**

 Poullet blanc <i>Merluccius</i>	 Crevette label + bio <i>Scudicella</i>	 Dorade royale <i>Scorpaenopsis</i>
 Gambas de Charente <i>Decapoda</i>	 Huître creuse <i>Crassostrea</i>	 Huître plate <i>Crassostrea</i>
 Maigre label + bio <i>Merluccius</i>	 Moule <i>Mytilus</i>	 Moule Méditerranéenne <i>Mytilus</i>
 Ormeau <i>Merluccius</i>	 Poullet japonais <i>Merluccius</i>	 Sauron de l'Atlantique <i>Callinectes</i>
 Truite label + bio <i>Salmo</i>		

**Espèces pêchées en Méditerranée :**

 Bouillabaisse <i>Callinectes</i>	 Chabichou <i>Callinectes</i>	 Carron <i>Callinectes</i>
 Crevette <i>Scudicella</i>	 Crevette <i>Scudicella</i>	 Crevette <i>Scudicella</i>
 Dorade <i>Scorpaenopsis</i>	 Dorade <i>Scorpaenopsis</i>	 Dorade <i>Scorpaenopsis</i>
 Grenadier <i>Callinectes</i>	 Grenadier <i>Callinectes</i>	 Grenadier <i>Callinectes</i>
 Kermis <i>Callinectes</i>	 Kermis <i>Callinectes</i>	 Kermis <i>Callinectes</i>
 Langoustine <i>Scudicella</i>	 Langoustine <i>Scudicella</i>	 Langoustine <i>Scudicella</i>
 Merlu <i>Merluccius</i>	 Merlu <i>Merluccius</i>	 Merlu <i>Merluccius</i>
 Poullet <i>Merluccius</i>	 Poullet <i>Merluccius</i>	 Poullet <i>Merluccius</i>
 Sable <i>Merluccius</i>	 Sable <i>Merluccius</i>	 Sable <i>Merluccius</i>
 Sole <i>Gadus</i>	 Sole <i>Gadus</i>	 Sole <i>Gadus</i>
 Turbot <i>Scophthalmus</i>	 Turbot <i>Scophthalmus</i>	 Turbot <i>Scophthalmus</i>



Scanner ce QR Code pour accéder au site Mr. Goodfish











# Carrefour: 50% all fish from responsible source < 2020



BIENVENUE

sur le site du groupe Carrefour

Les sites du Groupe

Rechercher



Fr

Actionnaire

Journaliste

Client

Fondation

Groupe

Nos Activités

Nos responsabilités

Recrutement & Carrières

Finance

[Accueil](#) / [Groupe](#) / [Actualités](#) / Nos engagements en faveur de la pêche durable et de la lutte contre la pê...

AA

GRUPE

30/11/2016

GRUPE

## Nos engagements en faveur de la pêche durable et de la lutte contre la pêche illégale

Avec pour objectif qu'un poisson sur deux soit issu de la démarche responsable de Carrefour d'ici 2020

Pour atteindre l'objectif de 50 % des produits de la mer vendus aux rayons marée et aux rayons surgelés issus d'une démarche d'approvisionnement responsable d'ici 2020, Carrefour met en œuvre les actions qui consistent à :

- Privilégier les espèces abondantes, les produits certifiés MSC pêche durable et les techniques de

> Actualités

> Présentation

> Chiffres clés

> Historique

> Carrefour dans le monde

> Gouvernance

> Unique et Multiple



# Filière Qualité Carrefour: 4 full pages Figaro 20/02/2017



**BRAVO**

Carrefour plus ses engagements qui orientent nos bonnes intentions sur ce qui est essentiel pour lequel nous engageons depuis 25 ans : une meilleure qualité alimentaire accessible à tous. Nous sommes heureux de constater que de plus en plus de distributeurs grossissent le rang de ce mouvement que nous avons initié dès 1992 en créant la **Filière Qualité Carrefour**.

Au début, nous n'étions pas nombreux, nous et quelques agriculteurs déterminés à produire mieux pour le plaisir et la santé des consommateurs.

En 1992, nous avons mis en place la traçabilité dans nos premiers élevages\*.

En même temps, nous étions les premiers à lancer le label de pain bio.

En 1994, nous avons apporté les bonnes nouvelles et les facteurs de croissance\*\*.

En 1996, nous avons apporté les traitements chimiques après récolte\*\*.

En 1999, nous avons apporté les OGM de tous les produits Carrefour.

En 2005, nous avons déjà supprimé plus de 50 additifs controversés des produits Carrefour.

En 2006, nous avons lancé une gamme toute de la pêche responsable.

En 2013, nous avons lancé notre première filière sans traitement antibiotique\*\*.

En 2015, nous avons lancé nos filières sans insecticides\*\*, et notre gamme Carrefour Veggie.

Et en 2017, Carrefour lance un programme de développement de l'agriculture biologique en collaboration avec les producteurs. Tout est fait aujourd'hui, c'est plus de 20 000 agriculteurs qui produisent mieux avec nous.

Et nous ne sommes pas prêts de nous arrêter.

Plus ça sera prêt ça sera bon et du bon prix, plus vous serez engagés et plus les autres distributeurs suivront. Car ce qui compte vraiment, le monde ne nous le rend pas, mais à part ça, on peut tout changer.

**Carrefour, meilleur chaque jour.**

 /optimisme

Plus d'informations sur carrefour.fr  
\* Filière Qualité Carrefour.

## Food Quality supply chain:

1992 traceability, 1994 no animal origin or growth hormone in feed, 1996 no post harvest chemicals, 1999 no GMO, 2005 reduced additives, 2006 responsible fishing, 2013 no antibiotics, 2015 no insecticides, 2017 organic production.



**MEILLEUR CHAQUE JOUR**

Tout ce que nous avons mis en place depuis 25 ans avec nos producteurs et éleveurs nous permet d'être encore plus bon aujourd'hui en termes de qualité alimentaire accessible à tous.

En 2017, nous ne nous arrêtons pas là.

De cette année, Carrefour lance un programme de développement de l'agriculture biologique en collaboration avec les producteurs.

De cette année, nous proposons la traçabilité de nos filières animales plus bon grâce à la technologie Blockchain, toutes pour la première fois en France.

De cette année, nous mettons une démarche de certification sur le bien-être animal en partenariat avec les éleveurs, l'ONG Wellfarm et un organisme indépendant.

De cette année, nous proposons déjà 60 produits de la mer tous de notre démarche pêche responsable.

De cette année, nous travaillons à la suppression des pesticides chimiques dans nos **Filières Qualité Carrefour** pour la pomme, la pêche responsable, la viande de bœuf comme nous l'avons déjà fait pour la viande couronnée, le bœuf, le lait et la fraise. Rares de France cultivée selon les principes de l'agriculture.

De cette année, nous développons notre démarche sans traitement antibiotique au veau et au lapin **Filière Qualité Carrefour**, comme nous l'avons déjà fait dans nos filières poulet, porc, agneau et canard.

Et nous ne sommes pas prêts de nous arrêter.

Plus ça sera prêt ça sera bon et du bon prix, plus vous serez engagés et plus les autres distributeurs suivront. Car ce qui compte vraiment, le monde ne nous le rend pas, mais à part ça, on peut tout changer.

**Carrefour, meilleur chaque jour.**

 /optimisme

Plus d'informations sur carrefour.fr

Greater traceability with Blockchain tech, animal wellbeing with NGO Wellfarm, 60 seafood products from responsible fishing standard, no chemical pesticides on range of F&V, No antibiotics in veal, rabbit, chicken, porc, eggs, salmon and prawns.

Continuous improvement , **Carrefour better every day.**

Format - Emplacement	Tarif (€)
<b>&gt; COMMERCIALE &gt; NATIONALE &gt; QUADRI &gt; STANDARD</b>	
Page Quadri Verso	114 000
Page Quadri	114 000

Source: <http://www.tarifspresse.com>

Growing the success of Irish food & horticulture

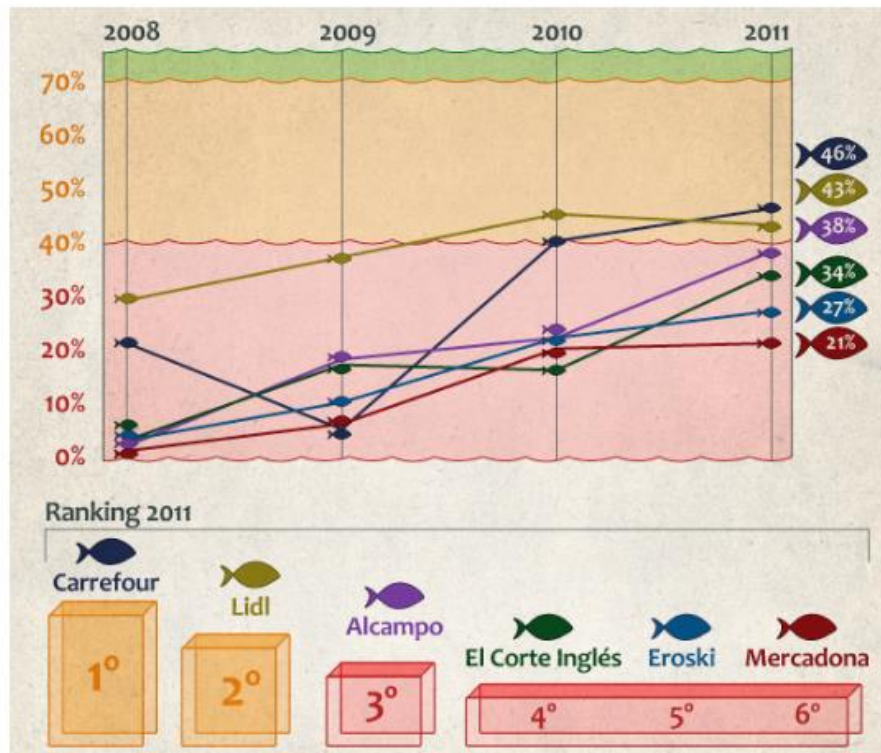


# Spain: Greenpeace ranking



## Ranking Supermercados 2011

En 2011, Greenpeace lanza su Cuarto Ranking de Supermercados, tres años después de la primera edición en 2008.







## The Fishery Products Buying Policy Mercadona:

- No IUU, Traceability
- Support continuous improvement and the best available techniques in fishing methods and material.
- Remove threatened or endangered species or those from seriously threatened ecosystems,.
- To observe decent working conditions.
- **To support local fishing. (Long-term agreements with more than 12,000 Spanish fishermen)**
- **Partnership for tuna sourcing with**



# Italy: FOS, tuna, dolphin safe.

 **Conad e i prodotti ittici sostenibili**

3 novembre 2011



**FRIEND OF THE SEA**  
Sustainable Seafood

Conad aderisce al progetto internazionale Friend of the Sea per la certificazione dei prodotti ittici sostenibili

**coop**  
LA COOP SEI TU.



io Coop?  
CEDI/REGISTRATI

Si conoscere le offerte del sito vendita più vicino a te?  
POSTA IL TUO PUNTO  
NDITA PREFERITO

OP A EXPO  
OP  
COOPERATIVE  
NTI VENDITA  
DMOZIONI  
I ALTERNI

**Ambiente**

Benessere animale

Non testato su animali  
Dalla parte dei Delfini  
Coop e le uova  
Premi  
Policy

- L'impegno di Coop verso gli animali in allevamento
- La clonazione
- La pesca sostenibile
- Capi d'abbigliamento: pellicce, piume d'oca e lana
- I cosmetici e la certificazione "non testato sugli animali"
- Il pet food
- Il foie gras
- Astici e aragoste
- Api

COOP E L'AMBIENTE GLI ECO-STORE DI COOP BENESSERE ANIMALE PREMI

SPESA ALL'IMPRONTA

### La pesca sostenibile



Dal gennaio 2001 il tonno a marchio Coop è dotato del marchio "dalla parte dei delfini".



CONCORSO 1957

PROMOZIONI

FIDATY

HOME > AZIENDA > ATTENZIONE PER L'AMBIENTE

## ATTENZIONE PER L'AMBIENTE

I NEGOZI

L'IMBALLAGGIO

PESCA ECOSOST

### ESSELUNGA E LA PESCA DEL TONNO: UNA SCELTA ECOSOSTENIBILE

Il pesce In vendita presso Il negozio proviene da pesca sostenibile volta alla protezione dell'ambiente.

Il tonno Esselunga:

Growing the success of Irish food & horticulture

**Bord Bia**  
Irish Food Board



# Lidl MSC, ASC or Organic by 2018

## LE POISSON DEVIENT DURABLE CHEZ LIDL



À la fin de cette année, tout le poisson frais de chez Lidl sera durable. Dès la fin 2017, le poisson surgelé sera également certifié par les labels durables ASC ou MSC.

Source: Lidl Belgium

## Lidl Germany unveils ambitious goal for our oceans and fish resources

Dec 15, 2015

Lidl Germany plans to only sell MSC labeled fresh and frozen products in the permanent assortment from 2017 onwards; from 2018 all farmed fish sold in the permanent assortment will be certified ASC or organic. This ambitious goal was published in a statement that sets out terms for the purchase of fish and seafood.

The statement includes important milestones:

- Until the end of 2016, QR codes will be displayed on all packages of fresh fish, frozen fish, fish delicacies and canned fish at Lidl Germany to provide consumers with product traceability and transparency information. More than half of all fish products sold at Lidl Germany can already be traced back to the point of origin by customers online.
- From 1 January 2017, Lidl Germany will only sell MSC certified products in their permanent own-brand fresh and frozen fish range. During a transition phase in 2017, the retailer will also allow products from fisheries that have successfully concluded the MSC pre-assessment and are in the process of full assessment.
- For their farmed fish and seafood portfolio stocked permanently, Lidl Germany will only sell products certified either ASC or organic by January 1, 2018.
- Lidl Germany will also expand their offer of MSC/ASC certified limited-time promotional products with the goal of achieving full transition for all such articles.

The food retailer has been committed to sustainable fish and seafood resources for years and already has a wide range of seafood products from certified sustainable origins on its shelves. With this public commitment, Lidl Germany will now consistently rely on the

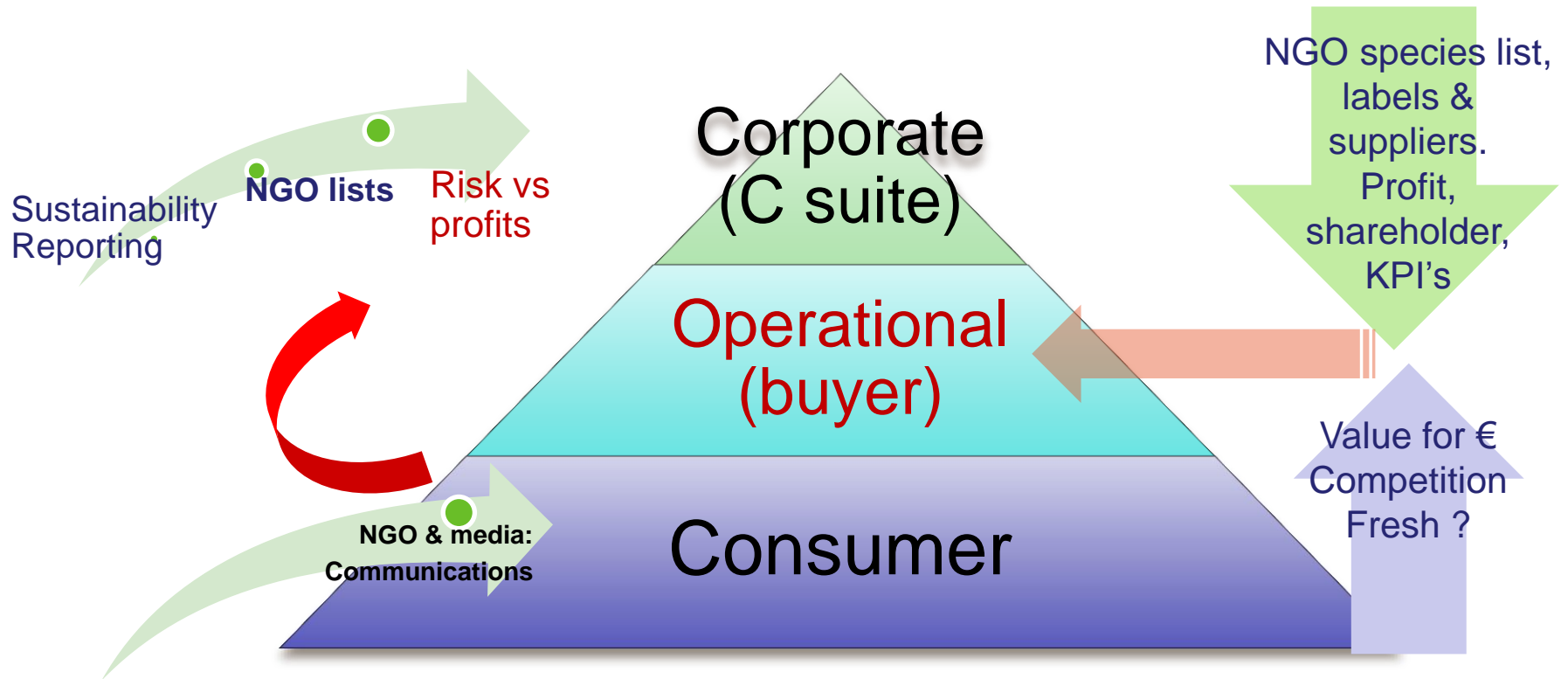
# From EVIDENCE to INSIGHTS



Growing the success of Irish food & horticulture

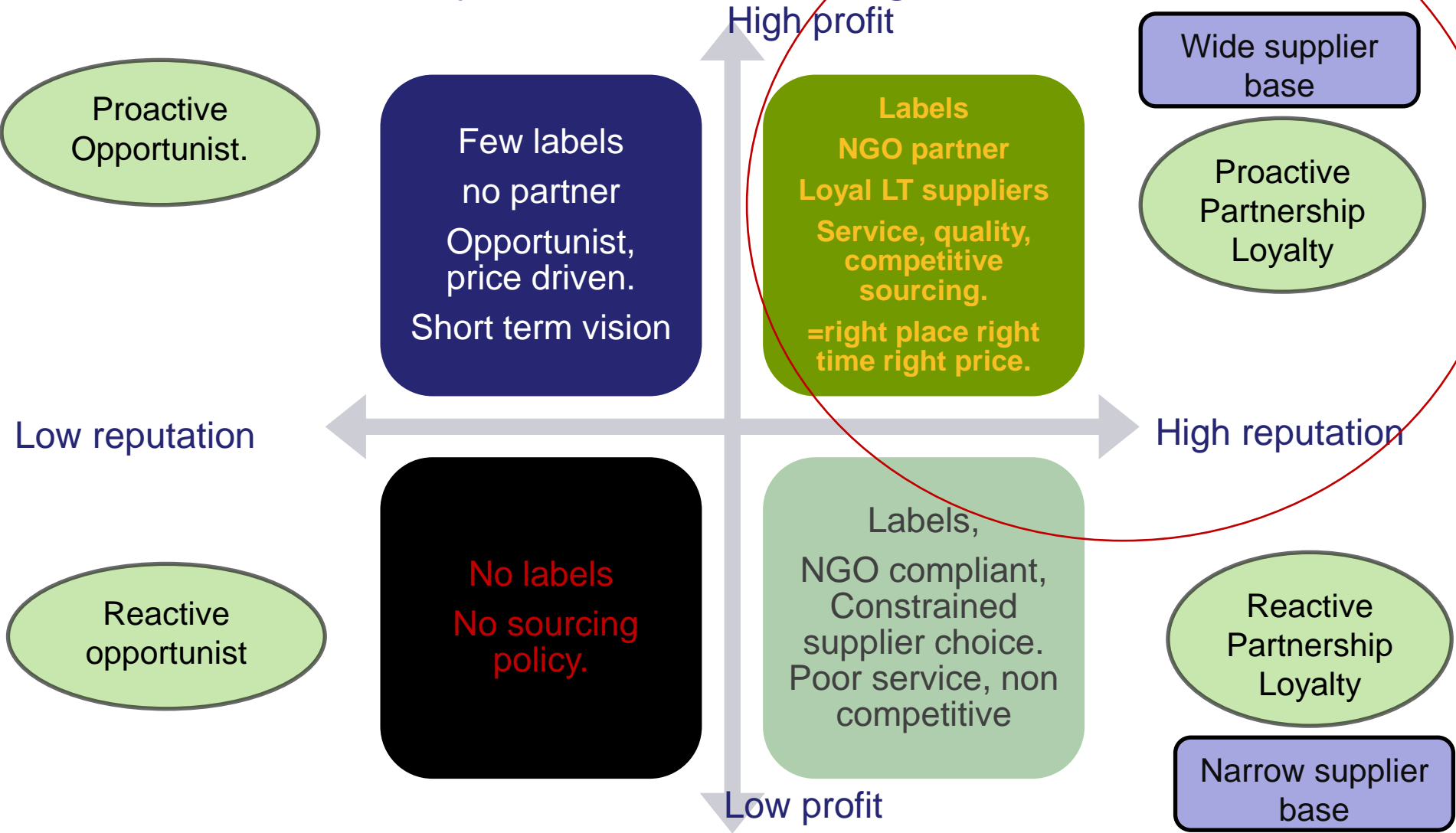
*Bord Bia*  
Irish Food Board

# Dynamics of responsible labelling for the buyer

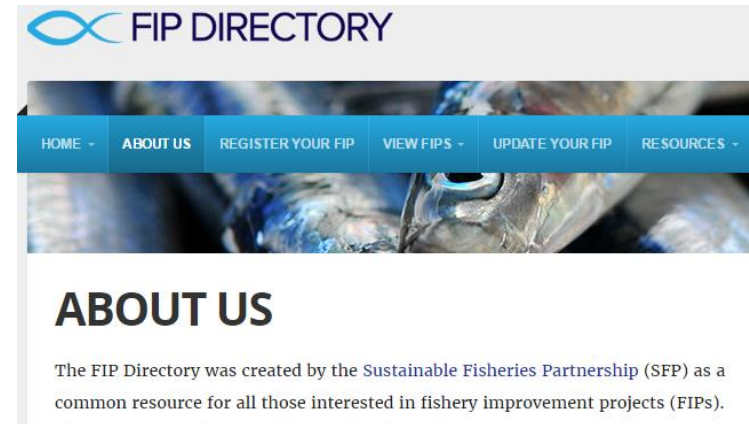




# Scenario test: Buyer dilemma margin vs reputation



# Schemes:



Home > Our Services > Your Environment > For Fishermen > Fisheries Environment Management System

## Environment Management System

Through our Environment Management System (EMS) we assist you to implement practices onboard your vessel and help minimise the impact of your fishing effort on the marine environment. Our EMS is a pre-requisite for any vessel that would like to obtain BIM Responsibly Sourced Standard or MSC certification.



Growing the success of Irish food & horticulture

**Bord Bia**  
Irish Food Board

# Schemes:



\*FAO Guidelines for the Ecolabelling of Fish and Fishery Products from Marine/Inland Capture Fisheries and FAO Technical Guidelines for Aquaculture Certification.

Seafood Certification Scheme	Date of recognition	Scope of recognition	Benchmark Report
<b>Alaska Responsible Fisheries Management (RFM) Certification Program</b>  <a href="#">&gt; Scheme Profile</a>	12 July 2016	Fisheries Certification (Alaska Responsible Fisheries Management (RFM) Standard version 1.3, effective 1 January 2016)	<a href="#">&gt; GSSI Benchmark Report for the Alaska RFM Program</a>
<b>Iceland Responsible Fisheries Management (IRFM) Certification Programme</b>  <a href="#">&gt; Scheme Profile</a>	8 November 2016	Fisheries Certification (Fisheries Management Standard Version 2.0, effective 1 July 2016)	<a href="#">&gt; GSSI Benchmark Report for the Iceland RFM Certification Programme</a>

MSC recently ended its public consultation

Officially launched in Vigo, 2015, 20th anniversary FAO code of conduct for responsible fisheries.

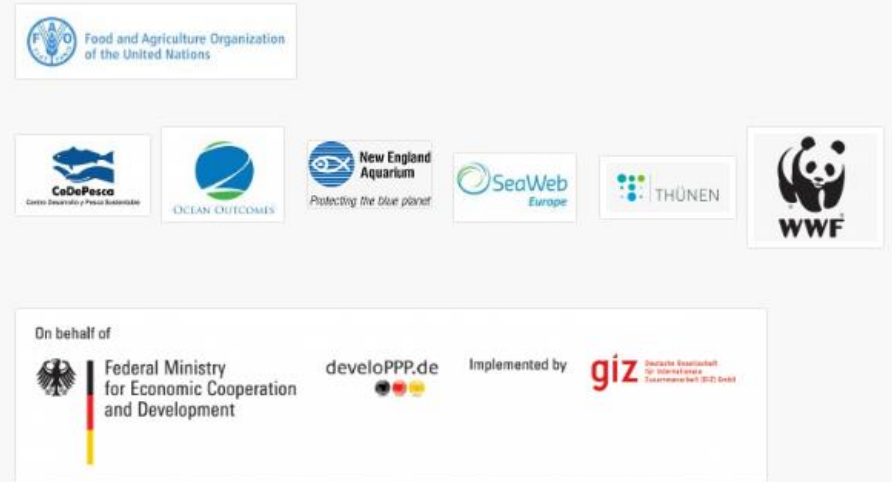


# GSSI partners

## Funding Partners



## Affiliated Partners



Growing the success of Irish food & horticulture

# Walmart policy -



## Fresh and Frozen Seafood

By 2025, based on price, availability, quality, customer demand, and unique regulatory environments across our global retail markets, Walmart U.S., Sam's Club, ASDA, Walmart Canada, Walmart Brazil, Walmart Mexico, and Walmart Central America will require all fresh and frozen, farmed and wild seafood suppliers to source from fisheries who are:

- Third-party certified as sustainable using Marine Stewardship Council (MSC) or Best Aquaculture Practices (BAP), or certified by a program which follows the FAO Guidelines and is recognized by the Global Sustainable Seafood Initiative (GSSI) as such. For our farmed supply, we expect suppliers to ensure sustainable production and sourcing throughout the supply chain, including final processing plant, farms, hatcheries and feed mills.

OR

- Actively working toward certification or in a Fishery Improvement Project (FIP) or Aquaculture Improvement Project (AIP) that has definitive and ambitious goals, measurable metrics, and time bound milestones.

Buyer needs:  
Price, availability, quality  
customer demand,  
regulations.

3rd part certified:  
MSC, BAP, FAO-GSSI  
Or  
FIP, AIP

# EU: well regulated

About this



## EU ministers agree on fishing catch limits for 2017: fishermen to benefit from a higher number of healthier stocks

The EU's reformed [Common Fisheries Policy](#) aims to ensure that by 2020 at the latest, all stocks are fished at .... maximum sustainable yield (MSY). Yesterday's agreement will bring 44 stocks to MSY levels. Commissioner Karmenu **Vella** said: *"Today we have taken another important step towards sustainable fisheries, a core objective of the EU's Common Fisheries Policy. following years of disciplined fisheries policy, scientists this year advised increasing catch limits for several stocks in the Atlantic and North Sea. This is encouraging, and shows that sustainability really does get fishermen the best deal." ....This increased profitability is very much driven by the increase in the amount of stocks being fished sustainably.*



# Schemes: Simplifying complexity



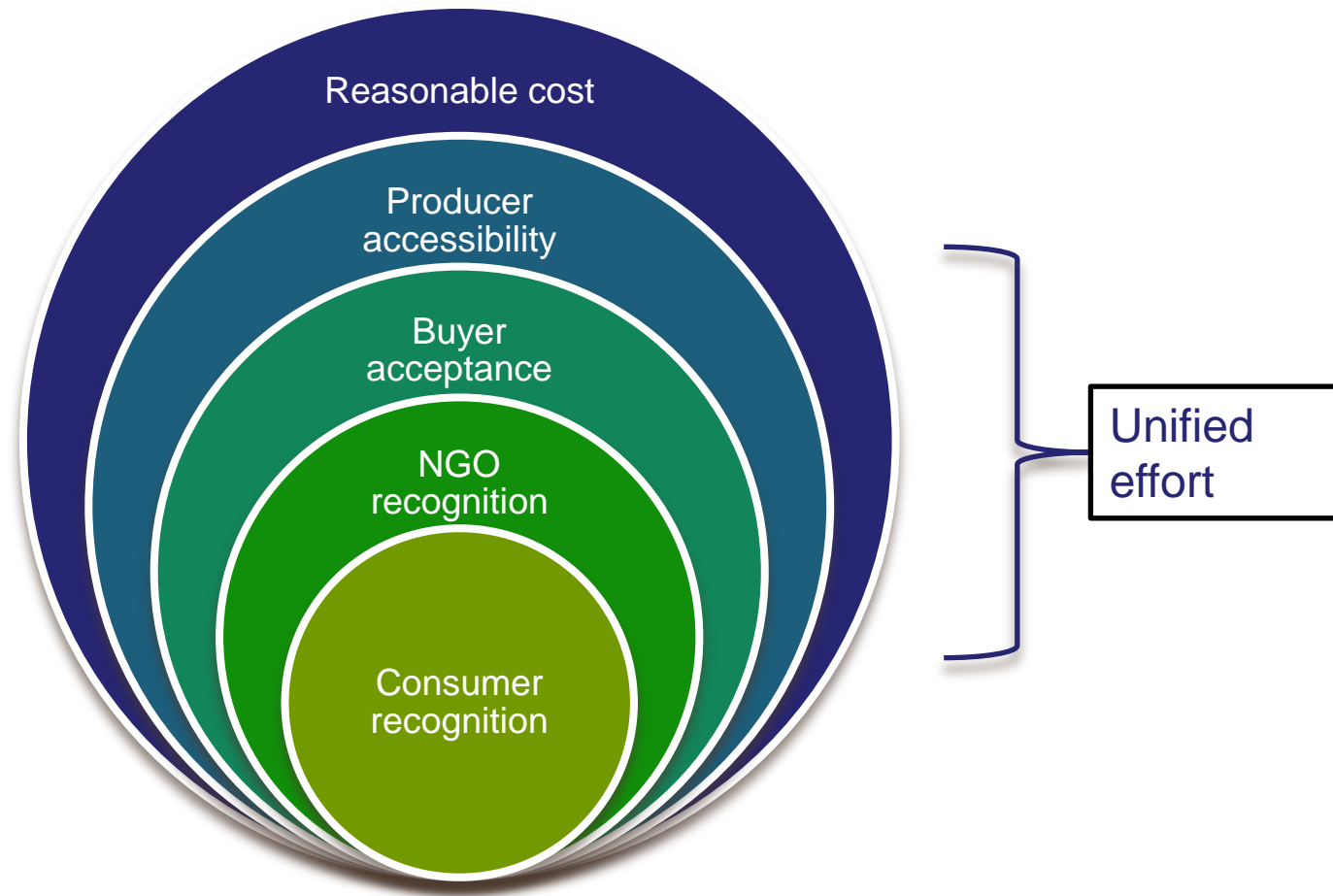
**Bio : le marché français a bondi de 20% en 2016**

MARIE-JOSÉE COUGARD | Le 21/02 à 09:00 | Mis à jour à 13:49 | 22 7 13



Source les Echos 21/02/2017

# Finding a balanced solution



# Thankyou for your attention



Growing the success of Irish food & horticulture

*Bord Bia*  
Irish Food Board