

## Pressemelding fra Norges Sildesalgslag

### - Kuttene struper markedsføringen av norsk pelagisk villfisk

#### ***Norges Sildesalgslag tar av egen kasse for å opprettholde satsingen i kritisk viktige markeder***

**På bare tre år har myndighetene kuttet de viktige markedsføringsmidlene til pelagiske arter som sild, makrell og lodde med 75 prosent. Norges Sildesalgslag går nå inn med ni millioner kroner for å gjenopprette satsingen på den viktige markedsføringen av norsk pelagisk villfisk.**


- Det er fryktelig trist at myndighetene velger å kutte der store deler av næringen vet vi har mest å hente: På markedsføring og salg av fantastiske norske fiskeprodukter i viktige globale markeder. Sjømatrådet får bare småpenger til å gjøre jobben de er satt til når vi nå virkelig kjemper for en posisjon i store, kritiske fiskemarkeder i Asia og Europa, sier styreleder Jonny Garvik i Norges Sildesalgslag.

Markedsavgiften for pelagisk fisk (sild, makrell og lodde), er i løpet av kort tid redusert fra 0,75 til 0,3 prosent av totaleksporten. Det har redusert budsjettene fra 40 millioner i 2017 til 30 millioner i 2018 og vil kutte dem ytterligere ned til 10 millioner i 2019. Den store reduksjonen er ikke holdbar, og absolutt ikke verdt risikoen, når over 95 prosent av fisken vår blir eksportert til utlandet. Der blir den mat til millioner av mennesker og bringer store verdier tilbake til Norge.

- Vi er tilbake på nivået for markedsarbeid som vi hadde for rundt 15 år siden. Myndighetene gjør dette akkurat når sild og makrell har sikret seg et forsprang i store og viktige markeder, markeder som Norge kunne nytt godt av i ti-år fremover. Norsk villfisk som sild, makrell og lodde er i samme situasjon som hvitfisk (som torsk, sei og hyse) – som altså ikke har fått kuttet sin avgift. Det er uforståelig for oss fiskere av sild og makrell, sier Garvik.

Myndighetene har sagt at de ønsker at den reduserte avgiften skal få virke en tid, men fiskerne mener det er ikke tid til å vente. Andre nasjoner som vi deler bestandene med, står «klare i døren» for å overta Norges plass i hovedmarkedene, der det betales best og der verdiskapingen er størst. Og erfaring viser hvor vanskelig det er å vinne tilbake markeder der vi har vært ute.

- Vi kan ikke sitte handlingslammet og se på dette. Vil vi ha mer bredde i sjømatnæringen vår enn laks og hvitfisk, så er det nå vi må legge grunnlaget. Styret i Norges Sildesalgslag har derfor bevilget **ni millioner kroner i 2019** for å reparere på skadene så godt vi kan. Så skal vi jobbe for at engasjerte politikere og en samlet næring snur dette så snart som mulig, sier Garvik.



Midlene vil bli disponert i tett samarbeid med Sjømatrådet. En prosjektgruppe skal bidra med innspill til prioriteringer og grep for de ekstra midlene, som altså dobler den planlagte summen for pelagisk markedsarbeid i 2019. Midlene kan brukes både til generisk markedsføring og i forbindelse med eventuelle bedriftsinitiativ.

- Hele hensikten med markedsavgiften er at næringen sammen bidrar til felles posisjonering av næringens og Norges beste. Denne nødløsningen vi nå gjennomfører er en alternativ finansiering av pelagisk markedsføring for 2019. Fra 2020 er det vår forventning at myndighetene har sørget for at finansieringen av pelagisk markedsføring gjennom Sjømatrådet er kommet opp på et bærekraftig nivå, sier Garvik

-Markedsavgiften skal tjene norsk sjømat og norske selskap både innen villfisk og oppdrett. Når fiskerne gjennom Sildelaget nå gjør dette, håper vi at dette eksempelet fører til at flere i næringen, samt myndighetene våre, velger igjen å tenke stort og på fellesskapet, fremfor smått og kortsiktig på hvert enkelt selskap, sier Garvik.

Kontaktperson: adm.dir. Paul Oma, tlf.: 41409527