



Medlem af Inatsisartut Aaja Chemnitz Larsen, Inuit Ataqatigiit
HER

Svar på spørgsmål nr. 56 til Naalakkersuisut vedrørende opstramning af Inuit undtagelsen i EU

I medfør af Inatsisartuts forretningsorden § 37 stk. 1, har du fremsat spørgsmål til Naalakkersuisut vedrørende EU's revidering af Kommissionens forordning nr. 737/2010 og nr. 1007/2009, der regulerer adgangen for sælprodukter til det indre EU marked, samt hvad Naalakkersuisut har gjort for at hindre en yderligere stramning. Spørgsmålene er henvist til besvarelse hos mit område, og besvarelsen har været i høring hos Departementet for Erhverv, Arbejdsmarked og Handel samt Udenrigsdirektoratet grundet sagens internationale karakter.

16. marts 2015
Sagsnr. 2015-112241
Dok. Nr. 1883783

Postboks 269
3900 Nuuk
Tlf. (+299) 34 50 00
Fax (+299) 34 63 55
E-mail: apnn@nanoq.gl
www.nanoq.gl

1) Oplysningskampagnen INUIT-SILA, som køres af KNAPK og andre, og som hovedsageligt har lavet oplysningsarbejde i Europa har i de seneste år fået midler fra finansloven. Nu stopper disse midler fra 2016. Hvordan vil Naalakkersuisut fortsætte oplysningsarbejdet om sælskind?

Ad 1) I 2013 og 2014 blev afsat 865.000 kr. på finansloven, og en resultatkontrakt vedr. sælskindkampagnen *Inuit Sila* indgået mellem Departementet for Fiskeri, Fangst og Landbrug (APNN) og KNAPK. Jeg har foreslået en bevilling på 865.000 kr. for 2015.

Projektet under navnet *Inuit Sila* er opbygget som en kampagne vedr. sæl og udnyttelsen af sæl. Det er et 3-årigt projekt, hvor første del af midlerne skal anvendes til en informationskampagne for sælskind og fangst. Det primære fokus for kampagnen i 2013 og 2014 har været at ændre holdningen hos forbrugere og at sikre opbakning hos politikere i Danmark. Samtidig skulle der indhentes erfaringer, der kan bruges i den internationale del af kampagnen, som rulles ud i 2015. Forudsætningerne for kampagnen bygger på samme mængde af midler i alle tre år.

I løbet af projektets levetid skal informationskampagnen omhandle tiltag for et dansk og internationalt netværk omkring sæler og sælfangst. Operationelt har fokus været på udviklingen af information med tilhørende mediastrategi, lovgivningsmæssige og politiske aktioner, informationskampagne, modeshow, produktinnovation og markedsfremstød med sælprodukter.

Siden indførelsen af EU's sælproduktforbud i 2010 er via forskellige regi arbejdet for at udbrede kendskabet til Grønlands udnyttelse af sæl og marine ressourcer. På trods af skriftlig dokumentation samt flere besøg og høringer i EU viser sig et billede af uvidenhed både i det politiske system og hos den almene borger. *Inuit Sila* skal modvirke denne problematik på en måde, som Selvstyret kun har mulighed for via fagligt samarbejde med eksterne professionelle partnere.

Samarbejdspartnerne har gennem et par år arbejdet for at inddrage mere magtfulde og økonomisk stærke aktører i kampagnen, herunder København Fur (KF) og International Fur Federation (IFF) samt inddragelse af Inuitorganisationer fra Canada/Nunavut for at medvirke i dannelsen af en samlet international Inuit-NGO. Formålet er, at *Inuit Sila* i den kommende internationale kampagnevirksomhed kan repræsentere alle Inuit sælfangere. APNN har aktivt medvirket til denne udvikling, seneste i august 2014 hvor daværende Naalakkersuisoq for Fiskeri, Fangst og Landbrug afholdt møde med IFF's øverste ledelse i Nuuk.

APNN vil arbejde for, at *Inuit Sila* modtager bidrag via finansloven gennem hele projektets levetid (2013-2015), så fuldførelsen af kampagnen ikke risikeres at mistes på et så vigtigt tidspunkt. Orientering om *Inuit Sila* blev sidst givet til Fiskeri-, Fangst- og Landbrugsudvalget samt Finans- og Skatteudvalget under et møde d. 1. maj 2014.

I relation til hvad Naalakkersuisut vil gøre efter kampagnens udløb ved udgangen af 2015, ser det ud til at lykkedes *Inuit Sila* at sikre finansiering fra Canada og Nordisk Minister Råd m.fl. til internationale aktiviteter i 2016 og fremover. Naalakkersuisut ønsker at tage en politisk debat i efteråret 2015 med vurdering af at deltage i og medfinansiere disse internationale aktiviteter.

2) Hvordan vurderer Naalakkersuisut, at INUIT-SILAs effekt har været?

Ad 2) Det er lykkedes at informere både den almene borger i Danmark samt det politiske system om grønlandsk sælfangst og EU forbuddets Inuit undtagelse. Dette er sket ved bl.a.:

- Magasin demonstration, hvor 12 lokale KNAPP formand samt de to grønlandske folketingsmedlemmer stillede op og holdt taler på Kongens Nytorv foran Magasin 1. maj, hvor Magasin indførte forbud mod salg af skind i deres butik. Alle gik herefter i samlet flok gennem byen til Fælledparken, og havde her uddeling af støttearmbånd og brochure, maj 2012.
- Grønlandske ambassadører blev fundet, der kunne sælge støttearmbånd samt informere om Grønland og grønlandsk sælfangst nationalt såvel som internationalt, sommer 2012.
- Bod i Grønland i Tivoli, eksponering til omkring 1,8 mill. besøgende, aug. 2012 og 2013.
- Deltagelse i topmøde i Bruxelles, nov. 2012.
- Julebod i Tivoli, dec. 2012 og 2013.
- Copenhagen Modeuge, lancering af fotopræsentation af sælfangst og interview med Benedicte Utzon om Great Greenlands kollektion og brugen af sælskind, jan. 2013.
- Pressemøde og lobbyarbejde i Folketinget, nov. 2013.
- Facebook, lancering af video af sælfangst og underskriftindsamling mod EU sælforordning, efterår 2013.
- "Sælfie" kampagne, der slog *Inuit Sila* fast på sociale medier og blev kopieret i Nunavut som "Sealfie".
- Medlemmer af folketinget deltog iført diverse kjoler/jakkesæt med sælskind ved Dronningens hofbal, marts 2014.

- Deltagelse og pressearbejde i forbindelse med Grønlandsudvalgets høring i Folketinget om EU's sælforbud, marts 2014.
- Sælfest på Højbro plads hvor berømte kokke lavede retter med sæl, marts 2014.
- Fælles tiltag med Pels Grossistforeningen vedr. salgsfremmeaktiviteter på messe og butiksniveau. Herunder julekampagne 2014 og tiltag, der lanceres i 2015.
- Stor julekampagne på Facebook og i butikker: "Køb Sælskind – årets mest etiske og smukke julegave". Kampagnen fik stor støtte af kendisser og politikere og blev set af 380.000 mennesker, dec. 2014.
- Delegation i Ottawa og Iqaluit med det formål at samle Inuit sælfangere i en fælles sag. *Inuit Sila* blev mødt med stor velvilje fra det føderale ministerkontor til Inuitorganisationer og lokale fangere i Nunavut, jan. 2015.
- Afholdelse af en workshop på Nordisk Ministerråds konference "The North" i Quebec, feb. 2015. Styrkelse af båndene til canadisk Inuit. En samlet organisation med delfinansiering for de kommende år fra Canada forventes at blive præsenteret for APNN i foråret 2015.
- Planlægning af en international event i forbindelse med NGO'ens stiftelse med afholdes i Nuuk i sensommer/efterår 2015.

Hvad angår den direkte effekt af kampagnen, har det fra begyndelsen været klart, at sagen er alvorlig for de grønlandske fangere og samfund. Det er også klart, at det er en langvarig proces, hvor kampagnen *Inuit Sila* ikke skal ses som en isoleret begivenhed i de 3 år bevillingen løber, men på både kort og langt sigt skal være med til at ændre fangernes situation til det bedre.

Der er helt klare indikationer på, at kampagnen har haft en stor effekt i de forløbne par år. Den politiske opbakning i Danmark er markant forøget. Ydermere er det lykkedes *Inuit Sila* at involvere en lang række danske medlemmer af Folketinget (MF) i sagen, hvilket kunne ses under julekampagnen og til Great Greenlands show i januar 2015, hvor 20 MF'ere, herunder 2 ministre, mødte op.

Industrien, der er central i både salg af sælskind og lobbyisme, er meget positivt stemt overfor kampagnen og overfor perspektivet i at gøre kampagnen international. De oplever en holdningsændring blandt forbrugerne, butikkerne, modefronten og i det politiske system.

En stor symbolsk sejr i Danmark var, da det ikke bare lykkedes at stoppe Coops (Brugsen, Kvickly etc.) kopiering af Magasins sælforbud fra 2012, men at påvirke Coop til at lancere en støtte til grønlandske sælfangst ved salg af grønlandske sælskind i sine butikskæder i Danmark i januar 2014.

Endelig har kampagnen styrket båndene mellem de forskellige aktører i branchen, så alle arbejder for dette i én fælles sag.

Virkingen fra henholdsvis Great Greenland A/S', APNN's og Inuit Sila's indsats ses endvidere ved, at antallet af sælskind for eksport atter er steget, tabel 1 siden 2010.

Tabel 1. Antal af antal certifikater fra Grønland under EU forordning nr. 737/2010 fra august 2010 til 2014.

År	Antal af certifikaters	Antal af sælskind eksporteret fra Grønland
2010	2	4.712
2011	22	27.125
2012	35	44,611
2013	53	59,943
2014	14	50,054

Kilde: APNN.

Det ses tillige ved, at antallet af skind solgt til det internationale marked samt eksportværdien af samme efter at have nået bunden i 2009 atter er steget. Det er dog på ingen måde på højde med niveauet før forbuddets påbegyndelse, tabel 2.

Efter EU's forbud blev indført, var det hurtigt tydeligt, at den grønlandske eksport blev hårdt ramt af forbuddet og på få år faldt eksportværdien med mere end 95 %. Desværre er virkningen af EU forbuddet på grønlandske sælfangere og salget lige så tydelig at påpege.

Tabel 2. Data illustrerer, hvorledes salget af sælskind i EU fik en stor reduktion, fremhævende effekten forbuddet har på salget til the internationale marked.

År	EU	Udenfor EU	Antal af sælskind solgt på det internationale marked#	Eksport værdi af sælskind og færdige varer i mio. DKKR#
2004	71 %	29 %	84,700	42.6
2005	69 %	31 %	59,800	52.6
2006	66 %	34 %	82,554	57.7
2007	43 %	57 %	43,603	18.3
2008	16 %	84 %	33,839	7.4
2009	22 %	78 %	6,453	2,0
2010	26 %	74 %	16,257	3.4
2011	30 %	70 %	16,566	3.7
2012	38 %	62 %	42,858	7.6
2013	Na	Na	41,000§	10.0§

Kilde: Great Greenland A/S. #: Data fra Årsrapporter. Na: Ikke tilgængeligt grundet skift i ejerskab og samarbejde med firma ansvarlig for salget. § Usikkerhed i data grundet stop i samarbejde med firma ansvarlig for salget.

Servicekontrakten for indhandlingen af sælskind er nogenlunde på samme niveau, men fordelingen mellem servicekontraktens beløb til GG A/S og tilskuddet til fangerne er steget siden 2009, som følge af den mere og mere alvorlige økonomiske situation garveriet har befundet sig i. Siden 2009 har GG A/S ikke har været i stand til at betale for skind selv, så hele indhandlingen er udelukkende baseret på tilskuddet fra Selvstyret. Derved er skindprisen for det enkelte skind blevet mindre nogle år, og antallet af skind det er

muligt at indhandle ligeledes mindsket. Der har ligeledes i en periode været lukket for indhandling i nogle forvaltningsområder.

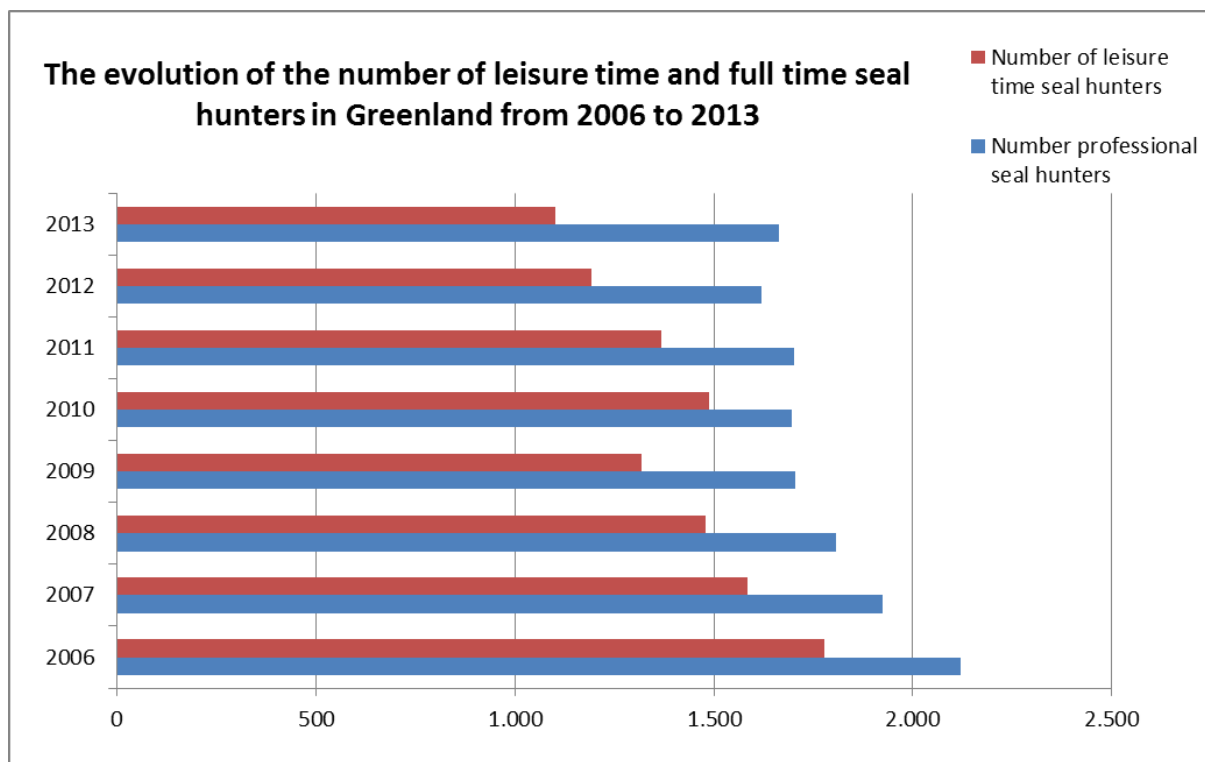
Antallet af sælskind indhandlet gennem de sidste 8 år er halveret med en absolut bund i 2012 på knap 35.000 skind, tabel 3.

Tabel 3. Opsummering af udviklingen af sæler fanget og sælskind indhandlet til garveriet I 2006-2013.

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Antal af sæler fanget	188,862	160,406	156,766	142,434	156,189	140,027	124,318	145,325
Antal af sælskind indhandlet	109,201	85,468	81,580	77,143	69,169	51,826	34,619	50,847
Procents af sælskind solgt til garveriet	58%	53%	52%	54%	44%	37%	28%	35%

Kilde: Great Greenland A/S og APNN Piniarneq database

Antallet af både fuldtids- og fritidsfangere, der fanger sæler viser en gradvis nedgang på 29 % i årene 2006-2013, figur 1 med den højeste reduktion på 38 % for fritidsfangeres jagt på sæler og 21 % reduktion i fuldtidsfangere.



Figur 1. Udviklingen af antallet af fangere, der fanger sæler fra 2006 til 2013.

Kilde: APNN Piniarneq database

3) Der er nu i EU foreslået en opstramning af Inuit-undtagelsen i EU's importforbud mod sæl-produkter. I den forbindelse er der den 4. marts deadline for input. Hvad har Naalakkersuisut foretaget sig i den forbindelse?

Ad 3) Selvstyret har sammen med de danske myndigheder, herunder Udenrigsministeriet studeret forslaget nærmere og sendt sine kommentarer og forslag til ændringer. De kan ikke uddybes her, da der er forhandlinger i gang.

Naalakkersuisut støtter bæredygtig udnyttelse og har meddelt klart, at der hverken er grund til stramning eller yderligere forbud, når en ressource anvendes bæredygtigt.

Grønland og Danmark vil sammen arbejde for at sikre fortsat og gerne øget adgang for Grønlands sælprodukter til EU, såfremt EU fastholder fortsættelse af forbuddet og Inuit-undtagelsen efter d. 18. oktober 2015.

4) Hvad vurderer Naalakkersuisut bliver konsekvensen af EU's nye opstramninger?

Ad 4) Selvstyret såvel som Udenrigsministeriet er bekymret over linjen lagt i det reviderede udkast til ændring af EU forordning nr. 1007/2009.

Kommentarerne består dels i tekstændringer til forordningsudkastet samt uddybende spørgsmål, hvor EU Kommissionen bedes om at definere og forklare en række vilkår, herunder fortolkning af betydningen af, at visse "betingelser" skal være "tilfredsstillende" såsom "primært til kommercielt formål", "traditionel levevis", "udført på en måde, der reducerer smerte, angst, frygt og andre former for lidelse" og "subsistensbehov til samfundet".

Der er til ændringerne i tekstforslaget fokuseret på, at Inuitsamfund og oprindelige folks samfund under FNs konvention 169 af 1989 har samme ret til økonomiske aktiviteter og udvikling som resten af verden.

Al reference til, at human aflivning ikke er mulig ønskes fjernet, og i stedet bør lægges tryk på bæredygtig udnyttelse af en marine levende ressource, at sælfangst er et legitimt erhverv, og at "blue growth" er en hjørnesten indenfor bioøkonomi og behandles i diverse internationale organisationer, som både DK/GRL samt EU er medlem af.

Det indstilles i de danske/grønlandske kommentarer og forslag, at EU laver en undersøgelse af effekterne af det oprindelige forbud, før evt. ændringer indskrives og træder i kraft. En effektiv undtagelse har endnu ikke vist sig, og det ønskes, at EU fokuserer på hvordan og hvad der skal gøres for, at forbrugerne atter får tillid til sælprodukter fra Inuit, og hvordan misinformationen vedr. dette produkt fjernes.

5) Hvilken økonomisk betydning vurderer Naalakkersuisut at stramningen kan få for Great Greenland?

Ad 5) Det frygtes, at de foreslåede ændringer vil kunne tilføje en ekstra administrativ byrde for forvaltningen, sælprodukt-industrien mv. og fangere i Inuitsamfund og dermed tjene som en yderligere handelsrestriktion, der påvirker de socioøkonomiske interesser

af Inuitsamfund negativt. Stramningen rammer derfor ikke kun Great Greenland A/S, men også de enkelte fangeres indhandlingsmuligheder, og dermed indtjeningsmuligheder.

Stramninger i EU kan formindske efterspørgslen efter sælskind i en grad, som kommer til at presse økonomien for Great Greenland A/S yderligere. Det er en forudsætning for selskabet, at der skabes større afsætningsmuligheder for sælskind – både i EU og på markeder udenfor.

6) Har Great Greenland A/S fremlagt en strategi for de kommende år? Hvis ja, hvordan ser denne så ud?

Ad 6) Jeg går ud fra, at der spørges til salgsstrategi. Great Greenland A/S seneste strategi for 2014-2016 blev fremlagt ved et samråd med Finans- og Skatteudvalget d. 29. september 2014. Den består af følgende punkter:

- Salgsudvikling og salgsstrategi både på markeder i og uden for Grønland
- Udvikle salget, og tilstedeværelsen både internt i Grønland og udover Grønlands grænser, og samtidigt udbrede kendskabet til Great Greenland, og etablere selskabet som det mest bæredygtige brand indenfor sælskind
- Opdyrke nye markeder, og vedligeholde bestående markeder
- Udvikle produktporteføljen til at imødekomme tendenser på markederne
- Sikre ensartet høj kvalitet, og yderligere strømline de interne processer, og omkostninger
- Sikre større likviditet, og dermed handlefrihed til at agere på markederne
- Sikre det bedst mulige samarbejde med Selvstyret, interessenter, leverandører og kunder.
- Sikre det bedste udgangspunkt for udvikling for markedspriser for vores produkter. Dette primært for salget af skind, men også færdigvarer.
- Fokus på en samlet salgsmæssig linje der både styrker og udvikler vores brand i en bred offentlighed. Der skal være fokus på, at dette sker både på skindsiden og på færdigvaresiden.

Departement for Erhverv, Arbejdsmarked og Handel har pr 1. januar 2015 overtaget det ressortmæssige ansvar for servicekontrakten med Great Greenland A/S. Departementet oplyser, at man i 2015 har fokus dels på selskabets økonomi og dels på at styrke afsætningen blandt andet via internationale erhvervsfremstød. I 2015 er der i marts et større erhvervsfremstød i Japan, hvor sælskind promoveres ved flere events.

Med venlig hilsen

Karl-Kristian Kruse