

3.5.2 Markedssituasjonen for laks og ørret i 2005

Eksporsten av laks var i 2005 på totalt 13,5 milliarder, som var en økning på 2,3 milliarder kroner fra året før. Volumet målt i rund vekt økte med 30 000 tonn til 544 000 tonn. Det betyr at 4,9 millioner mennesker spiste et laksemåltid hver dag hele året, verden over. I tillegg til volumøkningen steg gjennomsnittsprisen for fersk laks med 3,85 kroner i fjor sammenlignet med året før. Årsaken til dette var en generell vekst i etterspørselen etter laks i våre viktigste markeder, samtidig som produksjonen av laks ble redusert hos store konkurrenter som Skottland og Færøylene.

Paul T. Aandahl

paul-t.aandahl@seafood.no
Eksporthutvalget for fisk

Merete N. Kristiansen

merete.kristiansen@seafood.no
Eksporthutvalget for fisk

Fersk fisk øker

Veksten i fjor skjedde i første rekke for hel fersk laks. Eksporten av fryst hel laks og filet gikk tilbake. For fryst sjømat generelt opplever vi sterk internasjonal konkurranse. Dette gjelder også for frysede lakseprodukt der vi konkurrerer globalt og møter sterkt prispress. Folk er villig til å betale mer for fersk fisk, og Norge har etablert en unik infrastruktur som gjør det mulig for oss å levere fersk fisk over hele verden hver dag hele året. Dette gjør at vi får en dreining mot stadig mer fersk lakseeksport fra Norge.

Stabil høy eksportandel til EU

Lakseeksporten til EU i 2005 økte med 25.000 tonn (6,6 %). Så mye som 75 % av all lakseeksport gikk til EU i 2005, omtrent samme andel som året før. Til tross for innføring av "safeguardtiltak" fra EU med kvoter og minstepris (februar), differensiert toll (juni) og bilateral avtale om minstepris (juni), fikk ikke tiltakene merkbar effekt for den norske eksporten. Dette skyldes at etterspørselen var så høy at markedsprisen hele tiden lå over minsteprisen. Den norske markedsandelen i EU var i 2005 på om lag 64 %. Dette er opp 1 % fra året før.

Økt konsentrasjon i laksemarkedet

Frankrike er nå vårt største laksemarked, foran Danmark (som var størst i fjor). Russland har på få år vokst til å bli vårt tredje største laksemarked. De fem største markedene, Frankrike, Danmark, Russland, Polen og Storbritannia stod i 2005 for over 54 % av totaleksporten. I 2004 sto de fem største for 48 % av volumet. Med andre ord har det skjedd en økt konsentrasjon i laksemarkedet. De store markedene tar en stadig større andel av norsk lakseeksport. Samtidig eksporterer Norge fortsatt laks til 108 forskjellige nasjoner, og vi har på tross av sterk konkurranse de siste årene fortsatt en meget sterk posisjon i Asia med markedsandeler på fersk laks fra over 80 % i Japan til 99 % i Kina. Dette henger i stor grad sammen med at norsk fersk laks er foretrukket til rått konsum – sushi og sashimi – over hele Asia.

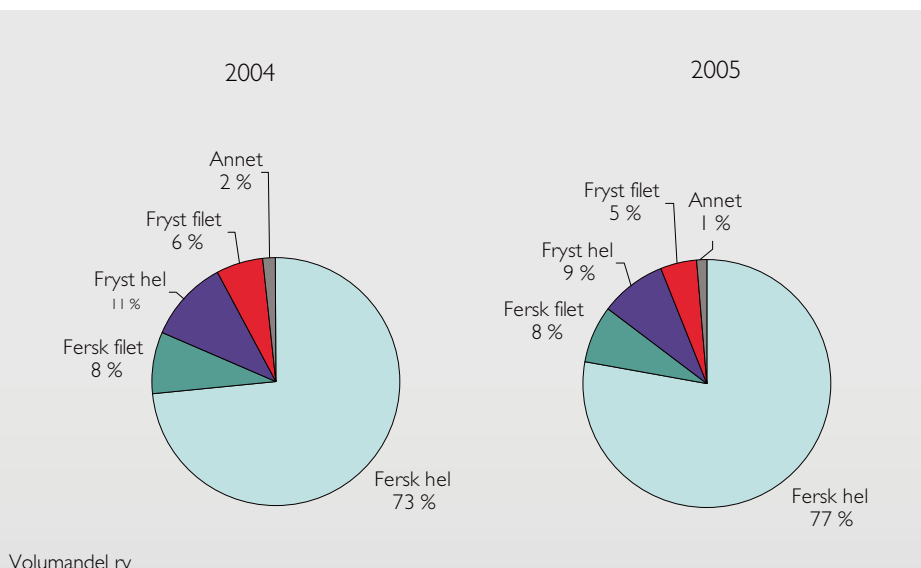
Ferdigpakkede produkter øker laksekonsumet

Det økte laksekonsumet i Frankrike skyldes blant annet økt tilgjengelighet av ferdigpakkede stykker og økt omsetning av billig røykt laks. Husholdningene foretrekker beinfrie porsjonsstykker istedenfor hel fisk, noe som har medført at ferske fileter/stykker de siste ti årene har økt i omsatt volum i detaljhandelen med 40 % og er nå på ca. 15 000 tonn. I dag er det kun 5 % av husholdningene i Frankrike som kjøper hel fersk laks. Til sammenligning kjøper 34 % ferske filetstykker. For ferdigpakkede filetstykker er andelen 14 %. Dette må betraktes som et høyt tall, siden produktene er forholdsvis nye i markedet.

Et interessant trekk ved denne utviklingen er at i regioner med tradisjonelt lavt sjømatkonsum, har de like høyt konsum av ferdigpakkede laksestykker som i resten av landet. Fjerning av skinn og bein har med andre ord tatt bort et av hindrene for å konsumere laks. En slik utvikling gir også interessante perspektiver til andre regioner i Europa med tradisjonelt lavt sjømatkonsum. Økt tilbud av ferske ferdigpakkede filetstykker også til slike regioner kan medføre at laksekonsumet relativt raskt kan komme opp på et betydelig nivå.

Tyskland er Europas nest største konsummarked for norsk laks

Ifølge Eurostat var nettotilførselen av laks til Tyskland i perioden januar–oktober 2005 på ca. 76 000 tonn. Dette er 32 % høyere enn på samme tid i 2004. Laks oppdrettet i Norge har beholdt sin markedsandel på ca. 70 %. Samtidig ser vi at laks med chilensk opprinnelse øker kraftig og nå utgjør ca. 15 % av totalkonsumet. Laks fra Storbritannia har gått tilbake. Selv om



Figur 3.5.2.1

Totalt utgjør ferske produkter nå 85 % av norsk lakseeksport, og andelen er økende.

Fresh products now amount to 85 per cent of Norwegian salmon exports, and the share is increasing.

Chile har økt sin andel i Tyskland, er det fortsatt norsk laks som dominerer dette markedet. Tyskland, som ifølge Eurostat konsumerte ca. 52 000 tonn norsk laks per oktober 2005, ligger dermed på en klar andreplass over de viktigste konsummarkederne for norsk laks. Det er bare i Frankrike at det ble spist mer norsk laks (58 000 tonn).

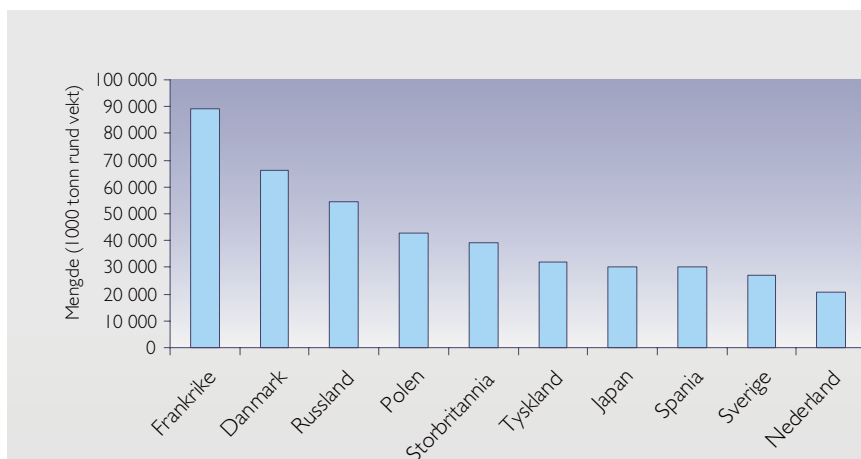
Storbritannia og Russland økte mest

Laksemerkene som økte mest i fjor var Russland og Storbritannia. Den økte eksporten til Russland skyldes bedre distribusjon og økt kjøpekraft. Til det sterke voksende markedet for norsk laks, Storbritannia, skyldes økningen redusert tilgang på laks fra skotske produsenter. Skottene, som tradisjonelt selger mesteparten av laksen på det innenlandske markedet, reduserte produksjonen i 2005 med anslagsvis 35 000 tonn sammenlignet med året før.

I 2005 overgikk eksporten til Russland alle forventninger og fersk laks økte mest. Andel fersk laks er nå på 55 %. De siste årene har det russiske markedet endret seg fra å være et marked for frys laks til å bli et ferskmarked lik de andre markedene i Europa. Den norske markedsandel er på hele 96 %. Utviklingen i moderne dagligvarehandel og økt kjøpekraft er de viktigste årsakene til veksten. Russland har hatt en kontinuerlig vekst i bruttonasjonalprodukt på 5 til 10 % årlig siden 1999. 73 % av russerne bor i urbane områder, og landet har 14 byer med over 1 million innbyggere. Dette er utgangspunktet for den sterke veksten i landets detaljhandel. Utviklingen av laksemarkedet har fulgt etableringen av moderne dagligvarehandel. St. Petersburg og Moskva har hittil vært de viktigste sentrene for norsk laks med stadig økende etterspørsel etter ferske lakseprodukter. Vi registrerer nå samme utvikling også i de andre millionbyene i regionene rundt disse sentrale byene, hvor distribusjonen av laks har økt de siste årene.

Positivt i Asia

Tilførselen av fersk laks til Japan var uendret fra 2004 til 2005. Norge er den største leverandøren av fersk laks til Japan med en andel på 79 %. Dette var en nedgang på 6 prosentpoeng fra året før. Årsaken var økt eksport fra Canada. Tilførselen av frys laks ble redusert med vel 5 000 tonn, og Chile er den dominerende leverandøren av



Figur 3.5.2.2

Frankrike er nå vårt største laksemarked foran Danmark og med Russland som en sterk nummer tre.

France is now our biggest salmon market, ahead of Denmark and Russia.

frys laks til dette markedet. Totalt ble tilførselen av atlantisk laks til Japan redusert med 9 % til 57 000 tonn.

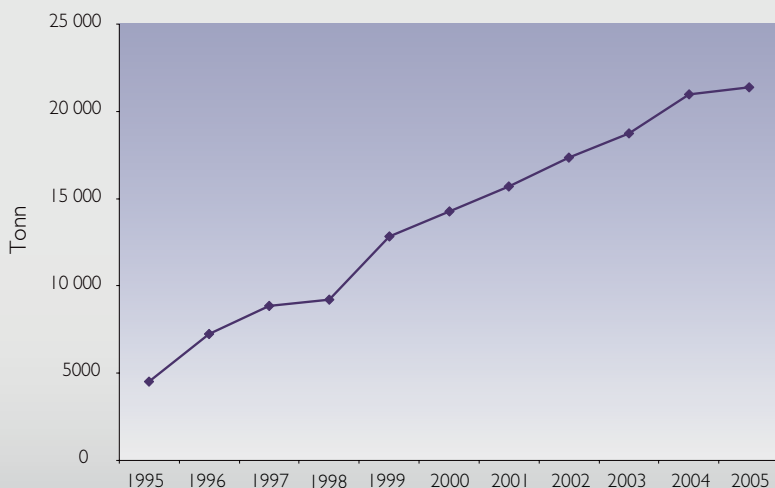
En rask økonomisk vekst har skapt mer betalingsvillige forbrukere i Asia, som i sin tur har bidratt til ekspansjon av multinasjonale og regionale dagligvarekjeder i Asia. Dette har skapt potensialer for økt konsum av laks. Flotte ferskvaredisker lokker kvalitetsbevisste kunder med god råd til de gigantiske hypermarkedene. Eksportutvalget for fisk (EFF) har i flere år jobbet med en rekke av de sentrale kjedene i Asia, med en bevisst strategi for å bygge kategorien fersk laks. Kategoribygging i

tett samarbeid med butikk har vist seg å ha svært positiv effekt og gjør det mulig å styre utviklingen i salget av laks i store dagligvarekjeder. Dette gjelder både i land i utvikling som Kina, men også i velutviklede land som Japan, Singapore og Hong Kong. Norsk laks er et produkt som passer veldig godt inn i moderne distribusjon og dagligvarehandel. Det er et produkt av høy kvalitet, med stabil tilgjengelighet, og leverandørene kan garantere sporbarhet i hele kjeden. Norge har et godt omdømme hos forbruker. En annen viktig faktor som bidrar positivt er at handelen har god fortjeneste på å selge norsk laks, fordi produktet er rimelig i innkjøp og selges ut med

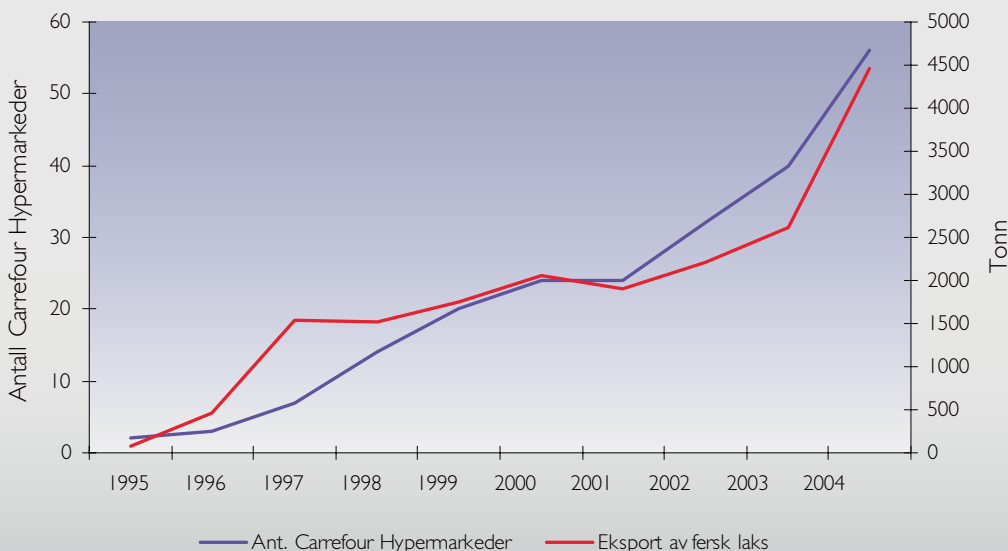


Figur 3.5.2.3

Stort utvalg av laks og sildeprodukter i butikker i Samara, Russland.
A great selection of salmon and herring products in shops in Samara, Russia.



Figur 3.5.2.4
Eksporerten av fersk norsk laks til Asia har økt jevnt de siste ti årene. Årsaken er i stor grad utviklingen av moderne detaljisthandel. (Se Figur 3.5.2.5)
The export of fresh Norwegian salmon to Asia has steadily increased the past ten years, which is mainly linked to the development of a modern retail distribution. (See Figure 3.5.2.5.)



Figur 3.5.2.5
Utviklingen av laksemarkedet i Kina henger sammen med etablering av moderne hypermarkeder. Tilsvarende bilde ser vi også i andre markeder i Asia.
The development of the salmon market in China is connected to the establishment of modern hyper markets. An equivalent picture is to be found in other Asian markets.

en relativt høy pris i butikkene. Dette gjør fersk laks til et attraktivt kampanjeprodukt for kjedene, noe som har medført at distribusjonen og etterspørselen etter fersk norsk laks har økt i Asia de siste årene.

Økt eksport av ørret

Eksporerten av ørret i 2005 endte på 1,2 milliarder kroner, en økning på 44 millioner kroner fra året før. Samtidig gikk volumet ned med knappe 7 000 tonn til 52 000 tonn. Tradisjonelt har Japan vært det viktigste ørretmarkedet, med en eksportandel som i enkelte år har vært på nærmere 90 %. Nå er Russland for første gang det viktigste ørretmarkedet, med en eksportandel på 52 %. Det at vi nå har fått to store markeder for ørret er med på å redusere risikoen i ørreteksporten.

Markedsberedskap

Å sikre et positivt omdømme for norsk fiskerinæring og norsk sjømat er meget viktig. EFF har siden 1999 arbeidet systematisk med markedsberedskap og kri-

sekommunikasjon på vegne av norsk fiskeri- og havbruksnæring. I 2005 håndterte EFF en rekke slike saker mot markedene i tett samarbeid med faginstanser og norske myndigheter. Den største beredskapsaken kom på slutten av året, da Russland innførte importforbud for fersk norsk laks fra utvalgte pakkerier og senere varslet et totalt importforbud for fersk norsk fisk fra 1. januar 2006. Som tidligere år erfarte vi hvor viktig det er å ha et godt beredskapsapparat i markedene, da denne saken ble brakt videre av mediene verden over. Foreløpig ser det ikke ut til at saken har fått store negative konsekvenser for salget av norsk laks i andre markeder enn Russland.

The market situation for Norwegian salmon and trout in 2005

In 2005, salmon exports rounded up at NOK 13.5 billion, which was an increase of NOK 2.3 billion from the year before. In other words, 4.9 million people all over the world enjoyed a salmon meal every day of the year. The growth is first of all due to the demand for fresh salmon, but also the availability of fillet portions. The five largest markets, France, Denmark, Russia, Poland and Great Britain, took a total of 54 % of the total export. Fresh salmon is increasing its popularity in Asia, and Norwegian Seafood Export Council (NSEC) has for many years worked with the main hyper market chains to build up the brand Norwegian Fresh Salmon. Regarding trout, the export was in 2005 NOK 1.2 billion, increasing by NOK 44 million from 2004. Japan and Russia are now the two biggest markets for Norwegian trout.