

Lakseeksporten fra Norge var i 2004 den største noensinne, med 514 000 tonn (rund vekt). Eksportverdien nådde 11,1 milliard NOK – en økning på 10,9 % fra året før. Veksten har først og fremst skjedd til Russland og Polen, mens eksporten går ned blant annet til USA og Danmark. Til Asia har eksporten av fersk norsk laks økt, mens fryst laks er redusert på grunn av konkurranse fra Chile. Kina er i sterk vekst og Norsk Laks er nå etablert i de fleste store dagligvarekjeder.

Reduksjonen i den totale produksjonen av ørret medførte 14 % nedgang i eksportvolum. Det ble eksportert vel 57 000 tonn (rund vekt). Prisene var imidlertid noe høyere enn året før, og den totale eksportverdien endte på 1,2 milliarder NOK i 2004, en nedgang på 4,1 %. Russland har nå befestet seg som det viktigste markedet for Norsk Ørret etter Japan.

Paul T. Aandahl

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

Merete N. Kristiansen

merete.kristiansen@seafood.no
Eksportutvalget for fisk

Usikker markedsadgang til EU

Eksportørene av laks opplevde stor usikkerhet knyttet til markedsadgangen til EU-markedet også i 2004. Fra august ble det innført importkvote på ca. 164 000 tonn som skulle vare fram til februar 2005. Dette førte til usikkerhet både blant eksportører og importører, med påfølgende økning i tilførsel og prisfall i markedet. Kvoten ble imidlertid opphevet i desember. Etter dette steg prisene jevnt og trutt frem mot nyttår.

EU innførte straffetoll på 17,8 % på norsk ørret fra 12. mars 2004. Effekten av straffetiltakene så vi imidlertid allerede i 2003, for EU innførte da midlertidig straffetoll i september. Eksporten av Norsk Ørret til EU ble kraftig redusert over natten, og dette varte inn i 2004. Total eksport av ørret til EU var i 2004 under 7 000 tonn, mot 16 000 tonn året før.

Norsk Laks har en sterk posisjon internasjonalt

Norsk Laks er blant Norges viktigste merkevarer internasjonalt, skapt gjennom bevisst innsats fra norsk fiskeri- og

havbruksnæring gjennom mange år. I de viktigste markedene har Norsk Laks oppnådd en kjennskap på 70–90 %, noe som er på linje med kjente internasjonale merkevarer. Forbrukerne i markedene sier også at de foretrekker Norsk Laks, og det er helt vesentlig for at forbrukerne faktisk velger å kjøpe Norsk Laks når de er i butikken eller på restaurant.

Norges viktigste konkurransefortrinn er evnen til å levere fersk laks. Flere markeder – deriblant Japan – som bruker laks til sashimi og sushi, foretrekker ferske produkter.

Russland – et marked i rask utvikling

Den kraftige veksten til Russland skyldes i første rekke generell økning i disponibel inntekt blant den vanlige russer og rask utbygging av moderne varehandel, kombinert med aktiv markedsbearbeiding fra norsk laksenæring over flere år. Siden 1997 har det vært investert 40 millioner kroner i fellesmarkedsføring for Norsk Laks i Russland. Dette har bidratt betydelig til at Russland nå er det fjerde viktigste markedet for Norsk Laks, etter Frankrike, Danmark og Tyskland.

De siste årene har eksporten av fersk laks økt kraftig. Andelen fersk laks utgjorde 50 % av totalen i 2004. For bare seks år siden var tilsvarende andel 5 %. Dette er viktig fordi Norges viktigste fortrinn – i konkurransen med andre leverandørnasjoner av laks – er vår evne til å levere fersk laks i markedet. Norsk Laks har en enestående posisjon i det russiske markedet i dag, med praktisk talt ingen konkurrenter innenfor fersk laks. Hele 48 % av forbrukerne i Russland sier at de foretrekker Norsk Laks fremfor laks fra andre leverandørnasjoner (se Figur 4.2.1).

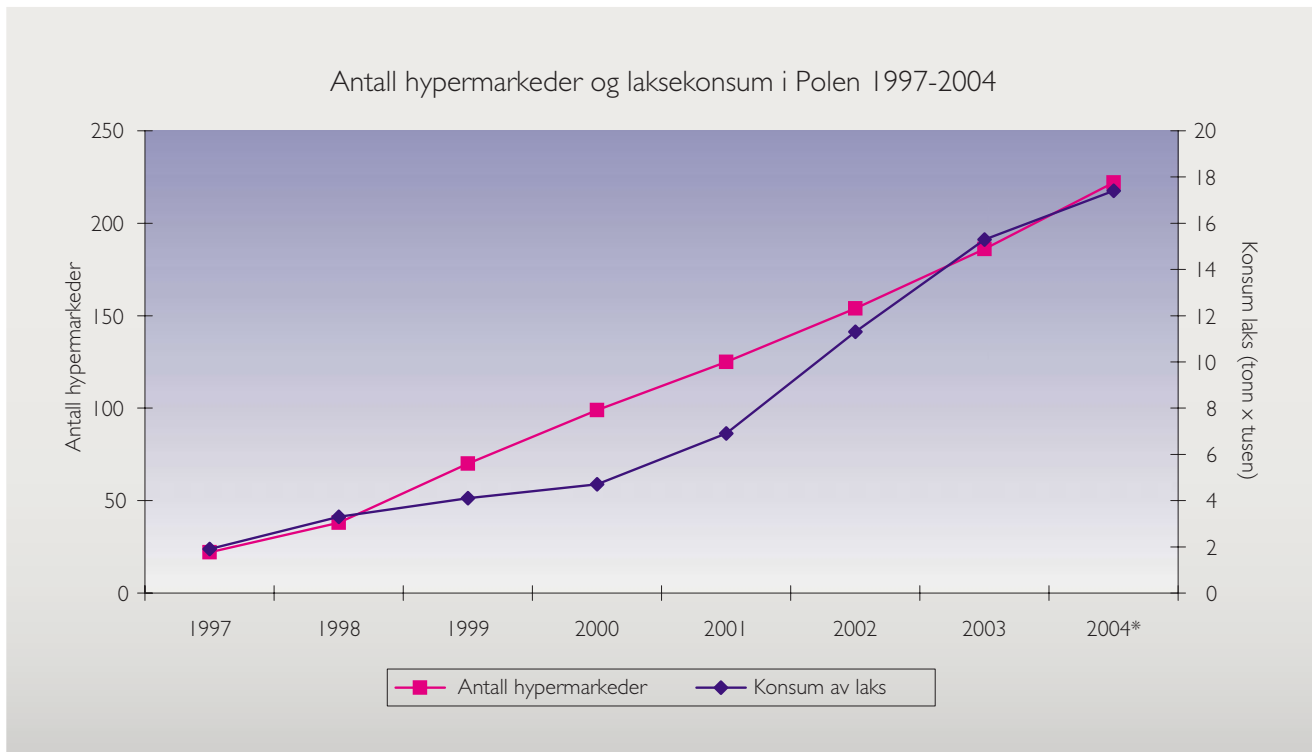
Mesteparten av laksen i Russland spises i dag som lettsaltet laks på brød. Det er



Figur 4.2.1

Norsk Laks foretrekkes fremfor laks fra alle andre leverandørnasjoner – også Russland. (Kilde: TNS Gallup/EFF, 2004)

Norwegian salmon is preferred before any other source of salmon – including Russia. (Source TNS Gallup/EFF, 2004)



Figur 4.2.2

Utvikling i antall hypermarkeder og konsumet av laks henger sammen i Polen. (Kilde: EFF/PMR Publications)

Development of hypermarkets and the consumption of salmon is closely linked in Poland (Source: EFF/PMR Publications)

fremdeles et stort potensial for å utvikle konsumet av fersk laks som middagsrett.

Innføringen av straffetoll på norsk ørret til EU (i 2003) har medført at Russland har befestet sin stilling som det største vekstmarkedet for ørret. Russland er nå det nest viktigste markedet etter Japan. Eksporten av ørret til Russland økte med 42 % i 2004 til over 20 000 tonn.

Norsk Laks vokser i EU

Gjennom utvidelsen av EU med ti nye medlemsland i fjor er dette markedsområdet blitt enda viktigere for Norsk Laks. Total eksport til EU utgjorde hele 74 % i 2004, en økning på 6 % fra året før. Tilførselen til "gamle" EU (15 land) økte med 4 % til 336 000 tonn. Et av vekstmarkedene i EU i fjor var Finland hvor eksporten økte med 28 % til 18 000 tonn. Økningen må ses i sammenheng med at ørreteksporten til Finland gikk ned med hele 77 % til knappe 1 500 tonn. Dette skjedde som følge av straffetollen EU innførte i fjor.

Viktige markeder som Tyskland og Frankrike økte også, mens eksporten til Danmark gikk tilbake. Danmark er fortsatt en viktig aktør for videreføring og distribusjon av Norsk Laks, men stadig mer av laksen går nå direkte til konsummarkedene.

Eksporten til de nye medlemslandene økte med 30 % til 46 000 tonn, med Polen som største vekstmarked. Omtrent halvparten av laksen til Polen blir videreføret for eksport, i første rekke til andre EU-land og Japan. I 2004 var laksekonsumet i Polen på ca. 17 000 tonn, eller nesten 500 g per

innbygger. Dette er mer enn en fordobling på tre år.

På samme måte som i Russland, ser vi i Polen tydelig sammenheng mellom utbyggingen av nye super- og hypermarkeder og konsumet av laks. Norsk Laks som produkt passer godt inn i moderne distribusjon. Det er et produkt av høy kvalitet med stabil tilgjengelighet, leverandørene kan garantere sporbarhet helt frem, Norge står høyt i kurs hos forbruker, og det beste av alt – handelen har god fortjeneste på å selge Norsk Laks. Disse forholdene har vært med på å øke etterspørselen etter laks fra Norge.

Økt konkurranse i Asia, men Norge øker på fersk laks

Eksporten av Norsk Laks til Asia økte med 2 % til 72 000 tonn. Her var utviklingen forskjellig for fersk og fryst laks. Mens eksporten av fersk laks økte med 8 %, til 47 000 tonn, ble eksporten av fryst laks redusert med 9 % til 24 000 tonn. Årsaken er den sterke økningen i tilførselen av bearbeidet fryst laks fra Chile. Eksporten av fryste produkt fra Chile til Asia økte med hele 228 % i 2004. Dette har vært med på å øke konkurransen, spesielt for norsk fryst laks til flere av markedene. Norsk fryst laks har tapt i volum i forhold til chilensk fryst laks blant annet til Japan, Israel og Taiwan, og en forklaring er forskjell i pris. Eksportprisen for laks fra Chile er generelt lavere enn eksportprisen for Norsk Laks.

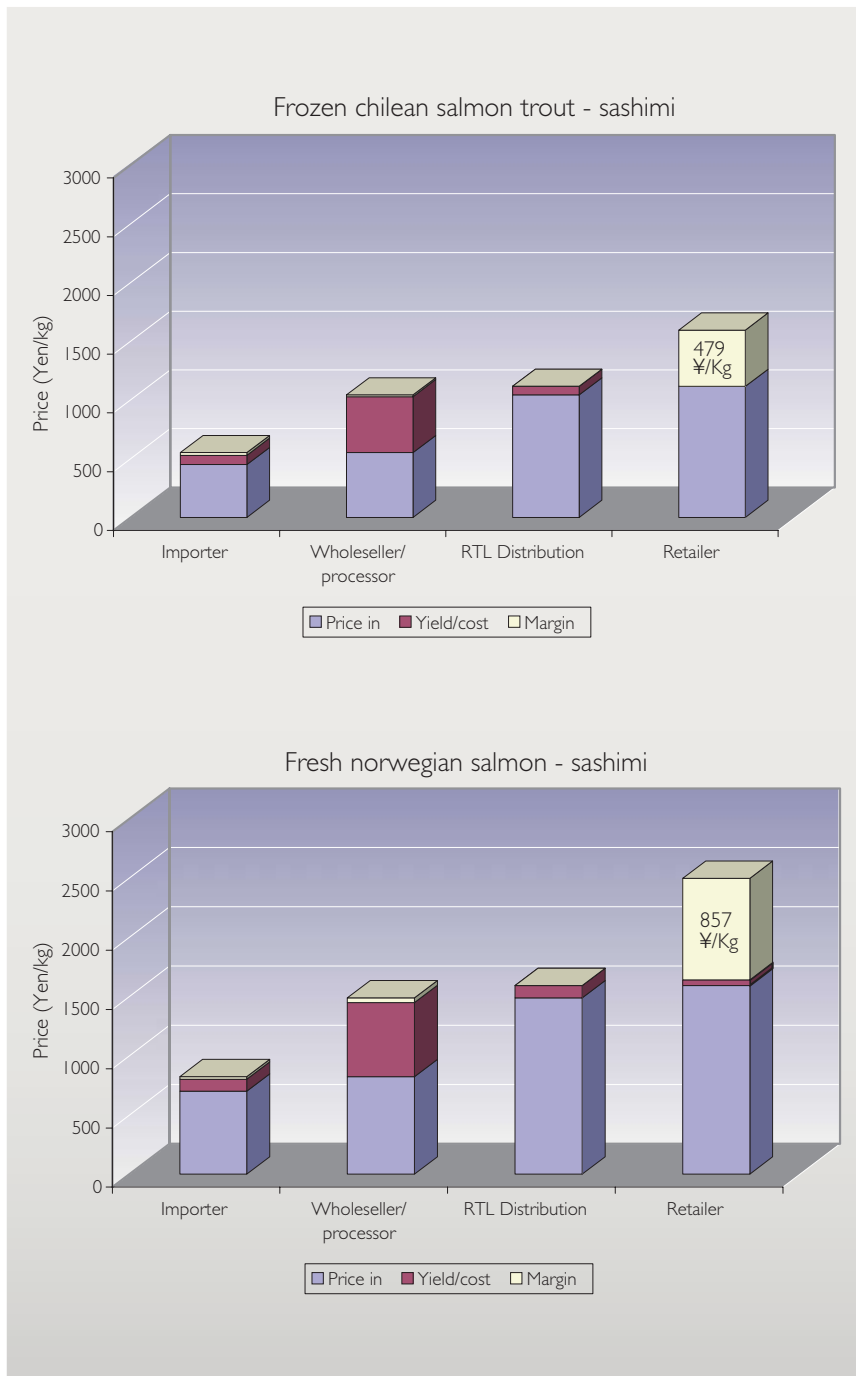
På den annen side dominerer Norsk Laks markedene for fersk laks i Asia. I kvali-

tetsbevisste Japan sier hele 60 % av forbrukerne at de foretrekker Norsk Laks. Denne posisjonen er sterkt knyttet til at Norge oppleves som en trygg leverandør av sjømat. Detaljistene utnytter dette ved å ta ut en høyere pris og margin for norsk fersk laks enn for chilensk fryst laks (og ørret). Eksporten av fersk norsk laks til Japan økte med 5 % i 2004.

Den norske laksenæringen har jobbet aktivt med å utvikle det kinesiske markedet siden slutten av 90-tallet, og nå begynner vi å se resultatene av dette arbeidet. Eksporten av norsk laks til Kina økte med nesten 40 % fra 2003, til et totalt volum på om lag 5.400 tonn. Veksten skyldes utelukkende fersk laks, som økte med 70 %. For frossen laks var det nedgang. Norsk Laks dominerer segmentet for fersk laks i Kina med en markedsandel på 98–99 %, mens segmentet for frossen laks domineres av laks fra Chile. Billigere frossen laks fra Chile har funnet andre segmenter i markedet og konkurrerer derfor ikke direkte med fersk laks fra Norge.

Markedsberedskap

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

**Figur 4.2.3**

Japanske kjeder tjener dobbelt så mye på fersk norsk laks som på chilensk fryst laks. (Kilde: Promar Japan/EFF)

Japanese store chains earn twice as much on fresh Norwegian salmon compared to Chilean frozen salmon. (Source: Promar Japan/EFF)

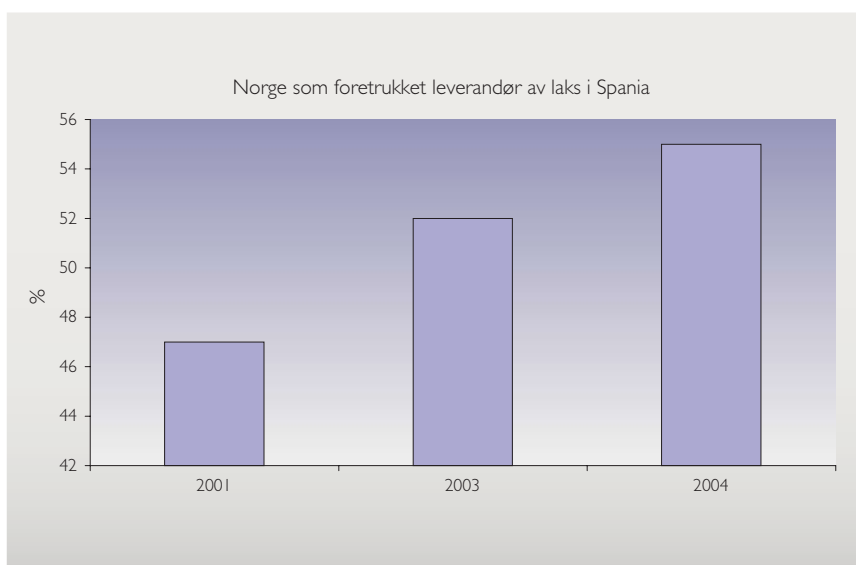
tematisk med markedsberedskap og krisekommunikasjon på vegne av norsk fiskeri- og havbruksnæring.

I 2004 fikk vi igjen bevist hvor viktig det er å ha en god markedsberedskap. I januar 2004 ble det publisert en sterkt negativ artikkel om laks i det amerikanske tidsskriftet Science. Artikkelen førte til negativ publisitet om laks verden over, som igjen medførte redusert etterspørsel etter laks i enkelte markeder i begynnelsen av året. Et marked som merket dette godt var Spania. Der registrerte vi stor usikkerhet i handelsleddene og en nedgang i markedet de første månedene. Men samtidig som det totale laksekonsumet i dette markedet gikk tilbake, ser vi imidlertid at Norsk Laks økte sin markedsandel i 2004 og preferansen for Norsk Laks økte ytterligere. Forbrukerne har med andre ord fått enda større tillit til Norge som trygg leverandør av laks, og dette tilskriver vi den norske laksenæringens raske og profesjonelle håndtering av saken.

Summary

The export of Norwegian salmon was the highest ever in 2004 with a total of 514,000 metric tonnes (round weight). The export value of this was NOK 11.1 billion – an increase of 10.9 % from the year before. The growth is mainly to markets in Russia and Poland, while a decrease has been seen on the Danish and American markets. The sale of unprocessed salmon is increasing in Asia but the frozen market is under strong competition with Chilean Atlantic salmon. China is a growing market with Norwegian salmon established in larger chain warehouses.

Reduced export of trout is due to lower total production. With a slightly higher price than the year before a total of 57,000 metric tonnes gave an income of NOK 1.2 billion which is a 4.1% decrease. Russia has strengthened its position as the main market after Japan.

**Figur 4.2.4**

Spanske forbrukere har i 2004 styrket sin tillit til Norge som trygg leverandør av laks. (Kilde: TNS Gallup/EFF)

Spanish consumers have for 2004 strengthened their trust in Norway as a safe supplier of salmon.