

Krisetider for saltfisk?

Bjørn Inge Bendiksen, Bjørg Helen Nøstvold og Finn Arne Egeness (FHL)





Nofima er et næringsrettet forskningskonsern som sammen med akvakultur-, fiskeri- og matnæringen bygger kunnskap og løsninger som gir merverdi. Virksomheten er organisert i fire forretningsområder; Marin, Mat, Ingrediens og Marked, og har om lag 470 ansatte. Konsernet har hovedkontor i Tromsø og virksomhet i Ås, Stavanger, Bergen, Sunndalsøra og Averøy.

Hovedkontor Tromsø
Muninbakken 9–13
Postboks 6122
NO-9291 Tromsø
Tlf.: 77 62 90 00
Faks: 77 62 91 00
E-post: nofima@nofima.no

Internett: www.nofima.no



Nofimas samfunnsvitenskapelige forretningsområde tilbyr økonomiske analyser, perspektiv- og foresight-analyser, forbrukerforskning, markedsanalyse og strategisk rådgivning. Videre arbeides det med informasjonslogistikk og sporbarhet. I tillegg til å betjene industrien vil området jobbe tett opp mot de naturvitenskapelige forretningsområdene i Nofima.

Nofima Marin AS
Nofima Marked
Muninbakken 9–13
Postboks 6122
NO-9291 Tromsø
Tlf.: 77 62 90 00
Faks: 77 62 91 00
E-post: marked@nofima.no

Internett: www.nofima.no

Rapport

ISBN: 978-82-7251-702-0 (trykt)
 ISBN: 978-82-7251-703-7 (pdf)

Rapportnr:
 30/2009

Tilgjengelighet:
Åpen

| | |
|---|--|
| <p><i>Tittel:</i> Krisetider for saltfisk?</p> | <p><i>Dato:</i> 01.09.2009</p> |
| <p><i>Forfatter(e):</i> Bjørn Inge Bendiksen, Bjørg Helen Nøstvold og Finn-Arne Egeness (FHL)</p> | <p><i>Antall sider og bilag:</i> 32+9</p> |
| <p><i>Oppdragsgiver:</i> Fisker- og havbruksnæringens forskningsfond (FHF)</p> | <p><i>Prosjektnr.:</i> 20762</p> |
| <p><i>Oppdragsgivers ref.:</i></p> | |
| <p><i>Tre stikkord:</i> Torsk, saltfisk, fiskeindustri</p> | |
| <p><i>Sammendrag: (maks 200 ord)</i></p> <p>Norske produsenter av saltet torsk ble vinteren 2009 rammet av et kraftig prisfall på torsk og avsetningsproblemer i enkelte markeder. Spesielt tregt gikk salget av saltfisk av torsk til Portugal. Island ble spesielt hardt rammet av finanskrisen høsten 2008, noe som forsterket problemene for norsk saltfisknæring. Selv om også islandske saltfiskprodusenter ble rammet kunne de samtidig dra nytte av en sterkt svekket valuta. De islandske aktørene kunne samtidig justere råstoffprisene ned i takt med fallet markedspriser raskere enn hva tilfellet var i Norge. Denne rapporten tar for seg en del av forholdene som skapte store utfordringer for saltfiskindustrien i Norge og Island i 2008 og vinteren 2009.</p> | |
| <p><i>English summary: (maks 100 ord)</i></p> <p>Norwegian processors of wet salted cod were hard hit by weak demand and a steep fall in marked prices of cod in the winter of 2009. The sales of wet salted cod to Portugal were particularly slow. The financial crisis that hit Iceland especially hard in 2008 increased the problems for Norwegian processors. Even if also Icelandic processors were hard hit, they could take advantage of a very weak Icelandic Krona. The Icelandic industry could were also able to adjust the prices on raw materials, in line with falling marked prices on products of cod, much faster than what happened in Norway. This report discuss some of conditions that created big challenges for the saltfish industry in Iceland and Norway in 2008 and the winter of 2009.</p> | |

Innhold

| | | |
|----------|---|-----------|
| 1 | Norsk saltfisk- og klippfisknæring: Krise eller "business as usual"? | 1 |
| 2 | Krisetider for saltfisk? | 5 |
| 2.1 | Finanskrisen skaper trøbbel for torsken – sannhet eller hvilepute? | 5 |
| 2.2 | Islandsk fiskeindustri - svekket av finanskrisen, men langt fra slått ut | 7 |
| 2.2.1 | Svekket kronkurs har styrket lønnsomheten | 7 |
| 2.2.2 | ... men har ført til økt gjeld | 7 |
| 2.2.3 | Utfordringer i produksjon og salg | 8 |
| 2.2.4 | Fortrinn i vertikal integrering og fleksibilitet i produksjonen | 8 |
| 2.2.5 | Fordelen av lavere råstoffpriser | 8 |
| 2.3 | Annus horribilis for norsk saltfisknæring | 9 |
| 2.3.1 | Et varslet prisfall | 9 |
| 2.3.2 | Ikke lett å sette riktig minstepris i et marked på vei ned | 10 |
| 2.3.3 | Saltfisk mot klippfisk? | 11 |
| 2.4 | Ulik utvikling i ulike saltfiskmarkeder i Europa | 12 |
| 2.4.1 | Store utfordringer i Spania | 12 |
| 2.4.2 | Økt spansk import fra Island | 13 |
| 2.4.3 | Norsk eksport til Spania går tregere | 14 |
| 2.4.4 | Italia kjøper mer norsk fisk | 15 |
| 2.4.5 | Hellas – et lite saltfiskmarked med stort konsum én dag i året | 15 |
| 2.5 | Vanskeligere i Portugal, men noen lyspunkter | 16 |
| 2.5.1 | Økt islandsk oppmerksomhet rundt Portugal, men noe mindre eksport | 16 |
| 2.5.2 | Norsk saltfisk uønsket? | 17 |
| 2.5.3 | Det portugisiske markedet i endring | 17 |
| 2.5.4 | Er billig frosset råstoff syndebukk? | 17 |
| 2.5.5 | Stillehavstorsk – fra billigere til dyrere konkurrent? | 18 |
| 3 | A time of crisis for wet salted cod? | 19 |
| 3.1 | The financial crisis is creating trouble for cod – truth or excuse? | 19 |
| 3.2 | The Icelandic fisheries industry – weakened by the financial crisis, but far from wiped out | 20 |
| 3.2.1 | Weakened kroner has strengthened profitability | 20 |
| 3.2.2 | .. but has led to increased debt | 21 |
| 3.2.3 | Challenges with production and sales | 21 |
| 3.2.4 | Advantages in vertical integration and flexibility in production | 21 |
| 3.2.5 | The advantage of lower raw material prices | 22 |
| 3.3 | Annus horribilis for the Norwegian industry for wet salted cod | 23 |
| 3.3.1 | A forecast price drop | 23 |
| 3.3.2 | Not easy to set the correct minimum price in a market on the way down .. | 24 |
| 3.3.3 | Wet salted cod versus clipfish? | 25 |
| 3.4 | Different developments in different markets for wet salted cod in Europe | 26 |
| 3.4.1 | Big challenges in Spain | 26 |
| 3.4.2 | Increased Spanish imports from Iceland | 26 |
| 3.4.3 | Norwegian exports to Spain going more slowly | 27 |
| 3.4.4 | Italy buys more Norwegian cod | 28 |
| 3.4.5 | Greece – a small market for wet salted cod with high consumption once a year | 29 |
| 3.5 | More difficult in Portugal, but some bright points | 29 |
| 3.5.1 | Increased Icelandic attention around Portugal, but somewhat less exports | 29 |
| 3.5.2 | Norwegian wet salted cod unwanted? | 30 |
| 3.5.3 | The Portuguese market undergoing change | 30 |
| 3.5.4 | Are cheap frozen raw materials the scapegoat? | 31 |
| 3.5.5 | Pacific cod – from cheaper to more expensive competitor? | 31 |

1 Norsk saltfisk- og klippfisknæring: Krise eller "business as usual"?

Hvitfiskindustrien og torsksektoren i Norge ble vinteren 2009 rammet av et kraftig prisfall på torsk og avsetningsproblemer i enkelte markeder. Spesielt tregt gikk salget av saltfisk av torsk til Portugal, hvis salg nesten stoppet opp. Salget av klippfisk av torsk til samme marked gikk imidlertid noe bedre, men var preget av fallende priser.

Nær to tredjedeler av den nordøstarktiske torsken norske produsenter viderefører til klippfisk eller saltfisk går til det portugisiske markedet. Svakere salg og lavere priser i dette markedet kan derfor få store konsekvenser for norske aktører, både i fangstleddet og i fiskeindustrien.

Uroen i markedene gjaldt ikke bare Portugal. Finanskrisen og den følgende konjunkturedgangen internasjonalt har fått forbrukerne i de fleste land til å bli mer tilbakeholdne. Mange har mistet arbeidet og arbeidsinntekt eller frykter for å miste arbeidet. I Spania som også er et viktig marked for saltfisk, nærmer arbeidsløsheten seg 20 %.

Prisene på torsk hadde steget nesten kontinuerlig de siste fem årene, og torsken var blitt en kostbar vare for mange konsumenter. Samtidig var prisutviklingen på torsk ikke unik - mange råvarer steg til nivåer få hadde turde å spå, helt inn i våren og sommeren 2008. Likevel er mange aktører enig om at torsken var blitt for dyr, sett i forhold til prisene på konkurrerende produkter.

Tregere avsetning av torsk presset prisene nedover og dermed ble mange aktører eksponert for tap. Spesielt i verdikjeden for saltfisk er det ikke uvanlig at aktørene nedstrøms i verdikjeden sitter på betydelig lager. Finanskrisen som ble utløst høsten 2008, førte til at mange banker skjerpet kravene for å gi ytterligere kreditter, noe som igjen gjorde det vanskeligere for bedriftene å finansiere lagerhold. Dette skapte en vond spiral der ingen ville ta risiko og kjøpe, i frykt for at prisene ville være lavere i morgen og varelagrene ble flyttet oppstrøms i verdikjeden.

I denne situasjonen gikk samtidig banksystemet på Island over ende og den islandske valutaen ble kraftig devaluert. Også den islandske fiskeindustrien ble rammet, men kunne samtidig dra nytte av en svakere valuta. For mange islandske aktører var selv et prisfall i euro på 40 % på produkter av torsk til å leve med, etter som prisene i islandsk valuta var høyere enn året før. Selv med en kraftig prisstigning på Island sto lønningene i stor grad i ro, noe som dempet kostnadsveksten for industrien. Fallende priser på drivstoff dempet også noe av fallet i inntjening i den islandske fiskeflåten. Islandske aktører var dermed i en situasjon der de kunne tåle store prisfall langt bedre enn norske aktører.

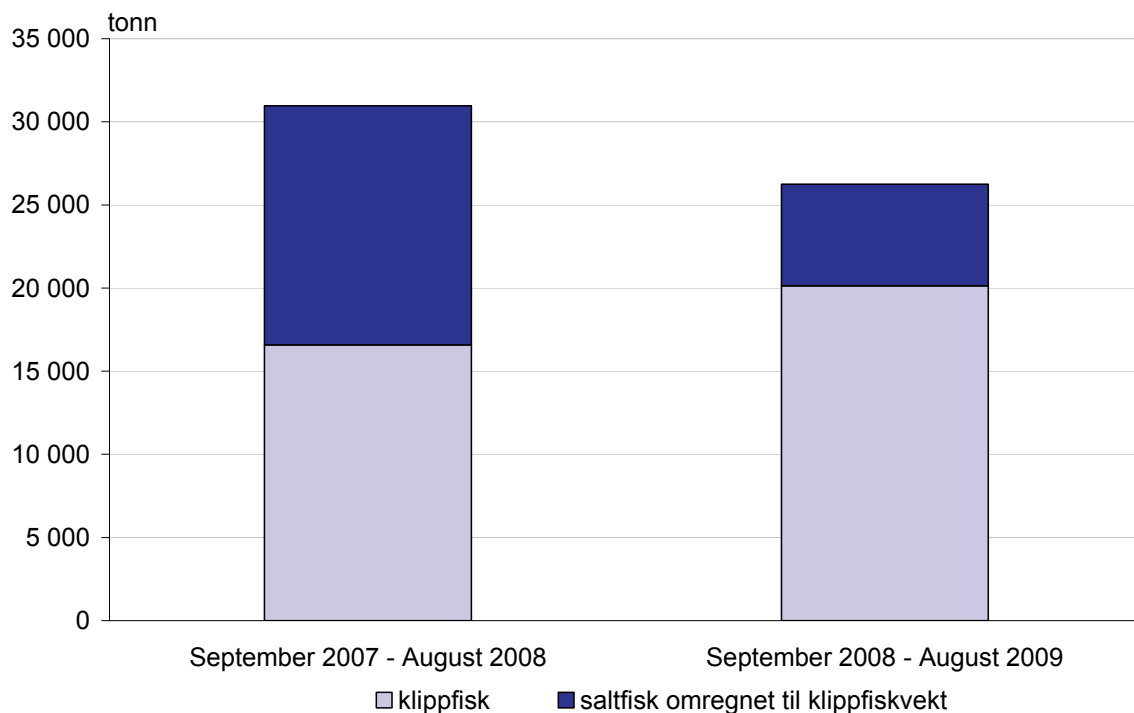
Norske aktører har måttet tåle et fall i prisene på saltfisk og klippfisk, i norske kroner, på rundt 33 %. Samtidig ble minsteprisene på torskeråstoff satt for høyt, noe som førte til at svært mye saltfisk er produsert til råstoffpriser som dagens markedspris ikke kan forsvare. Mye av denne saltfisken lå fortsatt på lager sommeren 2009. Det er klart at tapene i hvitfiskindustrien og spesielt i saltfiskindustrien vil bli store i 2009. Det er også en reell frykt for at mange bedrifter vil tape deler eller store deler av egenkapitalen sin. I dagens situasjon vil det være vanskelig å skaffe kapital til å starte opp igjen.

Samtidig er vi i en situasjon der torskbestanden i Barentshavet er på et historisk høyt nivå. Signalene er at kvotene på torsk skal øke også i 2010, noe som kan skape nye utfordringer både i forhold til avsetning på land og priser i markedene. At torsk kvoten på Island er

reduisert fra 162.000 til 150.000 tonn, for kvoteåret som startet 1. september 2009, monner lite med hensyn til å begrense den forventede økte tilførselen av torsk internasjonalt.

Fra saltfiskeindustrien er signalene at saltfisken som ble produsert i vinter sakte men sikkert er blitt solgt til Portugal, men til priser de fleste aktørene vil tape eller allerede har tapt mye på. Flere aktører melder at de per september har solgt hele lageret av saltfisk de hadde liggende. Prisfallet på saltfisk ser også ut til å ha stoppet opp, både for norsk og islandsk saltfisk, og de siste to månedene har gjennomsnittsprisen pekt oppover.

Men mens eksporten av saltfisk til Portugal har vært sterkt rammet har eksporten av klippfisk til samme marked økt. Eksporten de siste tolv månedene er 20 % større enn foregående tolv måneders periode.



Figur 1 Norsk eksport av saltfisk og klippfisk av torsk til Portugal

Det kan være flere forklaringer til dette. En betydelig del av klippfiskeindustriens råstoff er vanligvis frosset råstoff. Her har det vært mulig å kjøpe til priser under minstepris i andrehåndsmarkedet, og klippfiskeindustrien har følgelig kunnet kjøpe frosset råstoff som i større grad enn for fersk råstoff er omsatt til priser som har reflektert ferdigvareprisene ute i markedet. Dermed har klippfiskeindustrien hatt mulighet til å produsere klippfisk med større samsvar mellom råstoffpris og markedspris enn store deler av den tradisjonelle saltfiskeindustrien lokalisert i Nord-Norge.

At salget gjennom ulike kanaler i Portugal kan ha endret seg kan også ha vært med på å påvirke sammensetningen av importen av klippfisk og saltfisk.

Cateringsektoren er en av de som er verst rammet i Portugal. I følge Associação da Hotelaria, Restauração e Similares de Portugal (AHRESP) falt omsetningen med mellom 20 og 30 % i første kvartal 2009, som følge av at portugiserne inntar flere av måltidene hjemme i stedet for på spisesteder ute. Verst har det gått utover segmentet av dyrere spisesteder, der omsetningen har falt nærmere 50 %. Blant typiske lunsj spisesteder påstås det at omsetningen har gått ned med mellom 20 og 30 %.

Cateringsektoren var allerede høsten 2008 rammet av negativ vekst. I oktober 2008 hevdet næringen selv at omsetningen i tredje kvartal 2008 hadde falt med så mye som 30 til 35 %. Det vil være å forvente at også salget av klippfisk til denne sektoren har blitt svekket.

Samtidig måler Eksportutvalget for fisk økt konsum av klippfisk i hjemmene. Prisene på klippfisk i butikk har falt betydelig siden januar, noe som har stimulert til å holde konsumet oppe. Vi kan også observere svært lave kampanjepriser på klippfisk produsert av frosset råstoff i detaljhandelen. Kampanjeprisene i butikk på klippfisk av atlantisk torsk i størrelsene corrente (en hel klippfisk på 501–1000 gram) og cresido (en hel klippfisk på 1001–2000 gram) er nå kommet under fem euro per kilo i de fleste store kjedene.

Flere forhold tyder på at det skjer endringer i omsetningen av klippfisk i butikk i Portugal. Både portugisisk industri selv og norske informanter mener at det er en markant økning i utvalget og salget av frosset utvannet klippfisk (eller saltfisk) i detaljhandelen. Det påstås at mye av dette er basert på fisk fra ferskt råstoff, det vil si importert saltfisk fra Norge eller Island. At det brukes fisk produsert av ferskt råstoff er begrunnet i kvalitet, utbytte og smak. For norske aktører vil det være viktig å følge med på utviklingen i dette produktsegmentet. Samtidig ser vi, dels av islandsk statistikk og dels fra portugisiske produktomtaler, at også lettsaltet fryst torskefilet produsert på Island har fått et fotfeste i Portugal.

For islandsk fiskeindustri del er eksporten av saltfisk til Portugal på samme nivå i 2009 som i 2008. Det betyr at ved utgangen av juli hadde Island eksportert 65 % mer saltfisk til Portugal enn Norge, mens norsk eksport på samme tidsrom i 2008 var dobbel så stor som islandsk eksport. Mens islandsk saltfisk ble betalt rundt en euro bedre enn norsk saltfisk i store deler av 2008, er denne forskjellen i år redusert til omkring en halv euro.

Den finansielle situasjonen på Island er ennå uavklart. Restriksjonene på handel med islandske kroner gjelder fortsatt, selv om kritikken mot restriksjonene øker. Den islandske kronen har siden juni vært forholdsvis stabil mot euro, men kan fort svekkes ytterligere hvis den islandske sentralbanken letter på restriksjonene, noe flere eksperter mener den vil måtte gjøre. Hvis situasjon som har vært i år - med kjøpers marked i viktige markeder for produkter av torsk - fortsetter, vil islandske eksportører fortsatt ha fordelene en svak valuta gir i denne konkurransen. På den andre siden vil mindre kvoter av torsk og hyse på Island gitt et sterkt incitament til å holde prisene oppe for å unngå at inntektene både i flåten og industrien minker.

2 Krisetider for saltfisk?

2.1 Finanskrisen skaper trøbbel for torsken – sannhet eller hvilepute?

Store fall på børsene, krise i bilindustrien, økende arbeidsledighet og synkende boligpriser har vært overskriftene i nasjonale og internasjonale mediekanaler siden finansboblen sprakk for alvor i fjor høst.

I norsk fiskeri- og havbruksnæring er det torskproduktene som er hardest rammet. Prisen på fryst torsk eksportert fra Norge har falt med 39 %, fersk torsk har falt med 22 %, saltet torsk med 24 % og klippfisk torsk med 16 % de fire første månedene i år sammenlignet med samme periode i fjor. Med fallende priser i råvaremarkedet sitter mange aktører med dyre varelager, hvor de må ta store tap.

Meningene i norsk fiskerinæring har vært, er og vil nok alltid være sterke. Fiskerne, industrien og deres organisasjoner har alle hatt sterke og til dels ulike meninger om "torskekrisen". Men hva har egentlig skjedd i torskesektoren, hvorfor og hva kan komme til å skje i tiden framover? Bacalaoforum og Fiskeri- og havbruksnæringens forskningsfond (FHF) har stilt spørsmålet til Nofima Marked. Leserne av rapporten får selv trekke sine konklusjoner, men jeg finner det naturlig å stille spørsmålet hvorvidt krisen i torskemarkedet skyldes finanskrisen eller om det er andre faktorer som kan forklare situasjonen?

Hvis torsken er krisefisken, hvordan står det til med andre produkter i næringen? Laksen har klart seg meget godt i markedene. Økt råvarekostnader har imidlertid skapt problemer for de som videreforedler laks, både i Norge og i utlandet. Hvis noen aktører i denne næringen kunne kjøpt laksen til en lavere pris enn andre, hadde de trolig tatt store markedsandeler. Men prisen på laks dannes globalt, som en funksjon av produksjonskostnader (kompetanse og geografiske fortrinn), transportkostnader og eventuelle handelsbarrierer. Pelagisk sektor er også robust i markedene og sildenæringen kan glede seg over ett større kvantum og høyere priser enn i fjor. Hva er da problemet i torskefiskeriene? Allerede før boblen sprakk var det tegn på at torskprisene var på vei ned. Den norske innsatsen mot ulovlig, urapportert og uregistrert fiske hadde redusert tilbudet av torsk i Portugal og prisen gikk til himmels. Rekordprisene på første hånd kunne ikke fortsette, noe både fiskerne, produsentene og eksportørene var og er enige i.

I dag er det produsentene av saltfisk som har fått den største smellen. Ser vi på den aggregerte eksporten av klippfisk de fire første månedene i år, er både volumet og verdien høyere enn på samme tidspunkt i fjor. Her må det imidlertid påpekes at denne statistikken inneholder både klippfisk av torsk, sei, lange og brosme, hvor spesielt klippfisk av sei har vist en positiv utvikling.

Det er de nordnorske produsenter av saltfisk som har fått de hardeste smellene. Selv om det finnes unntak, peker dette på noen av utfordringene med å være en råstoffleverandør som i første rekke konkurrerer på pris. Mye av saltfisken som produseres i Nord-Norge videretørkes til klippfisk i Portugal. Eksporten av saltfisk fra Norge til dette markedet har falt fra NOK 638 millioner til NOK 92 millioner, hvis vi sammenligner de fire første månedene i år med samme periode i fjor. Satt litt på spissen er norsk saltfisknæring en industri med mange av de samme trekkene som råoljemarkedet og valutamarkedet. Det er en rekke aktører i markedet, alle med tilnærmet homogene produkter og relativt lave kostnader forbundet med å gå inn eller ut av industrien. Kvotefastsettelsen har i stor grad styrt tilbudet. Innkjøpsprisen har vært bestemt av minsteprisfastsettelsen og næringsaktørene har respondert på endringer i tilbud og etterspørsel med å justere pris på salgsproduktet, heller enn å forsøke å

påvirke nivået på tilbud eller etterspørsel. Den økonomiske fortjenesten har for de aller fleste vært slik den er for aktører i slike omgivelser, en normal avkastning på investert kapital. Men norske produsenter av saltfisk er aktører i dynamiske omgivelser som er i kontinuerlig utvikling, hvor torsk er blitt en global handelsvare og konkurransen i matvaremarkedet er større enn noen gang.

Tilbudet av torsk på verdensmarkedet har økt på grunn av større kvoter i en rekke land og det internasjonale rådet for havforskning har anbefalt en ytterligere kvoteøkning for nordøstarktisk torsk i 2010. Parallelt har Island og Russland virkelig fått merke konsekvensene av finanskrisen, og fiskerinæringen har vært en kilde til verdifull fremmed valuta. Med en lav pris på sine produkter har man vunnet store markedsandeler. Når islandske og russiske produsenter selger sine produkter til lavere priser er det naturlig at portugisiske (salt)fiskekjøperne velger andre enn norske produsenter som handelspartnere, dersom de ikke har betydelige byttekostnader eller dersom preferansen for norsk fisk ikke er tilstede.

Hvis norske produsenter må kjøpe innsatsfaktorer i produksjonen til en høyere pris enn konkurrentene i andre land, kan man ikke overleve på lang sikt, dersom man ikke oppnår en høyere pris i markedet, uavhengig av strategi. Derfor må vi innse at norsk saltfisk og klippfisknæring er aktører i et globalt marked, hvor prisen på råstoffet ikke kan være høyere enn hva konkurrentene betaler, dersom man skal overleve som produsent og eksportør.

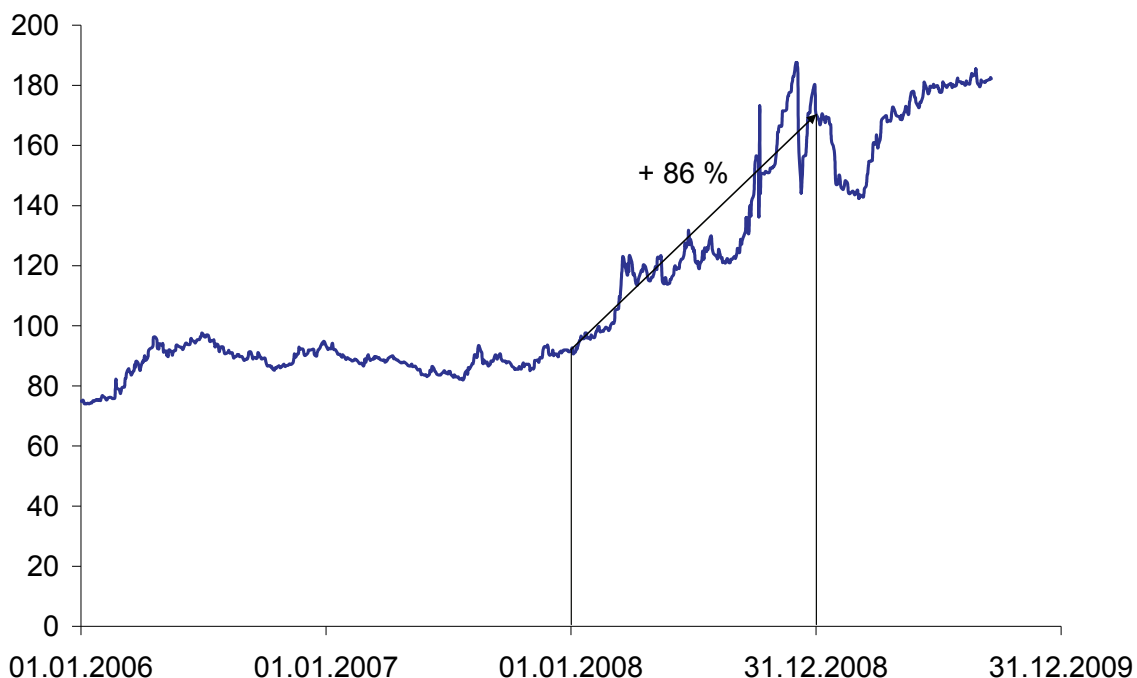
Ett annet viktig punkt er at det er sluttkonsumentens betalingsevne og -vilje som skal dekke alle kostnadene i en verdikjede, forhold som gjelder uansett hvilken strategi og bransje bedriften på land har eller tilhører.

Hvis norske produsenter kan konkurrere på like vilkår og kjøpe inn fisk til samme pris som sine konkurrenter, vil problemene i torskekrisen løse seg.

2.2 Islandsk fiskeindustri - svekket av finanskrisen, men langt fra slått ut

2.2.1 Svekket kronekurs har styrket lønnsomheten

"Kreppa" har skapt et økonomisk jordskjelv på Island. De tre største islandske bankene ble i oktober 2008 nasjonalisert etter at de ikke lenger kunne møte sine forpliktelser. Dette utløste et kraftig fall i verdien av islandske kroner. Utenfor Island opphørte handelen med islandske kroner bankene imellom. Handelen med valuta på Island er i dag strengt regulert og det er kun den islandske sentralbanken som fastsetter valutakurser.



Figur 2 Islandske kroner mot euro

Fortsatt er det store bevegelser i kursen på islandske kroner. Etter å ha styrket seg med 22 % fra midten av desember til februar 2009, har kursen senere falt med 25 %. Svåkere kronekurs har hatt to virkninger. Den har hatt en klar positiv effekt på lønnsomheten i fiskeindustrien og flere selskaper hevder å ha driftsmarginer opp mot et normalår. Imidlertid er selskapenes lån, som i hovedsak er i utenlandsk valuta, økt med 85 % målt i islandske kroner. Likeledes har bankkollapsen ført til at svært mange bedrifter har fått fryst sin kreditt til det nivået den var på da krisen inntrådte.

2.2.2 ... men har ført til økt gjeld

For mange bedrifter er problemet med økning i gjelden foreløpig utsatt, enten ved å forlenge løpetiden på lånet eller ved å utsette forfall på nedbetaling. Hvilke betingelser industrien kan få med hensyn til betjening av sine lån fremover, synes å være uavklart på nåværende tidspunkt.

Fiskeindustrien hadde en betydelig gjeld da krisen inntrådte, penger som var lånt i utenlandsk valuta og som var knyttet til kjøp av kvoterettigheter. Markedspris på kvotene har falt kraftig det siste året. Dermed har mange selskaper nå trolig negativ egenkapital, hvis kvoter er kjøpt til priser som ligger over dagens markedspriser.

2.2.3 Utfordringer i produksjon og salg

Mangel på kapital og kreditt blir av islandske bedriftene vurdert å være det største problemet i dagens situasjon. Eksportørene hevder også at det nærmest er umulig å skaffe kredittforsikring ved salg.

Mangel på kreditt og presset likviditet har ført til at bedriftene har måttet bygge ned lager eller godta salg til lavere priser fordi de ikke har råd til lagerhold. Det påstås også at enkelte aktører som har hatt likviditetsproblemer har solgt til svært lave priser. Til tross for at dette ikke gjelder store volum (slik vi er blitt fortalt), blir det påpekt at dette har bidratt til uro i markedet og usikkerhet om videre prisutvikling.

Privatpersoner og selskaper i og utenfor Island som sitter på islandske kroner eller obligasjoner får ikke fritt vekslertil utlandsk valuta på grunn av strenge restriksjoner på handelen med kroner. Noen av disse har vært villig til å selge islandske kroner til betydelig rabatt i forhold til offisiell vekslingskurs. Det er kjent at blant annet portugisiske importører har utnyttet dette ved kjøp av saltfisk i løpet av vinteren. Slik handel er nå forsøkt stoppet med nye restriksjoner som tvinger islandske selskaper å fakturere i utlandsk valuta ved eksport.

2.2.4 Fortrinn i vertikal integrering og fleksibilitet i produksjonen

De største og viktigste produsentene av saltfisk er vertikalt integrert og eier fiskefartøy og kvoter. Det betyr at aktørene også styrer egen flåte i forhold til ordrer og planlagt produksjon. Et annet fortrinn som selskapene trekker fram er at råstoffkvaliteten åpner for full fleksibilitet. Innslaget av fisk tatt med line er større enn i Norge og nesten alt av landinger av råstoff fra egne trålere er fersk fisk. Det betyr at råstoffet i utgangspunktet kan gå til flere ulike anvendelser. Mange produserer både saltfisk, saltfilet og lettsaltet fryst filet. Enkelte av aktørene produserer også fersk filet og tradisjonell fryst filet. Denne fleksibiliteten blir trukket frem som et viktig fortrinn i den vanskelige markedssituasjonen mange av selskapene nå beskriver de opplever. Flere melder at de også har dreid produksjonen på grunn av vanskelig avsetning eller mangel på likviditet i løpet av vinteren.

Samtidig er det i kvotesystemet adgang til å overføre ubenyttede kvoter fra et år til det neste. Denne andelen økte fra 20 til 30 % i år, og betyr at selskapene kan lagre en betydelig andel av kvoten i sjøen. Mye tyder imidlertid på at det likevel ikke vil overføres store kvoter til neste kvoteår. Ved utgangen av mai var det fisket nærmere 136.000 tonn av en totalkvote på 166.000 tonn. I perioden juni til august i fjor ble det fisket vel 21.000 tonn. Med samme fiske i år vil det gjenstå vel 10.000 tonn ved det nye kvoteåret, som starter 1. september.

2.2.5 Fordelen av lavere råstoffpriser

Eierskap av kvote og fiskefartøy innebærer at en stor del av råstofflandningene omsettes internt i selskapene. Prisfastsettingen av dette råstoffet har i første rekke betydning for avregning av egne ansatte på fiskefartøyene. Råstoffprisen er fastsatt i en kontrakt mellom mannskap og rederiet og er knyttet til en referansepris. Prisene skal godkjennes av "Direktoratet for ferskfiskpriser" (Verðlagsstofa skiptaverðs), som også kan endre prisene i løpet av året på grunn av endringer i markedsforhold. Utover direkteomsetningen ble vel 17 % av torsken i 2008 omsatt på auksjonsmarkedet, der prisene fastsettes fritt.

At råstoffprisene på Island i større grad og raskere gjenspeiler endringer i markedsforhold og valutakurser enn tilfellet er i Norge, blir av de islandske aktørene trukket frem som et viktig fortrinn. Omregnet til euro falt gjennomsnittlig pris på torskeråstoff på Island med 40 % fra mars 2008 til mars 2009. Likevel falt tilsvarende gjennomsnittspris i Norges Råfisklag mer, med 41 %, i samme tidsrom. Men selv om prisforskjellen mellom norsk og islandsk torsk

minket noe, er råstoffprisene fortsatt høyere i Norge. Prisen i Norge lå rundt 16 % over prisen på Island i mars 2009, etter å ha vært 18 % i mars 2008.

Selv om prisene ikke er helt sammenlignbare på grunn av internprisingen på Island, og noen forskjeller i omregningsfaktorer, illustrerer de noe av forskjellen mellom norsk og islandsk industri, i en av de viktigste rammebetingelsene, prisen på råstoff.

Også andre forskjeller kan knyttes til kostnadsnivået. Minstelønningene i fiskeindustrien på Island ligger betydelig under nivået i Norge. Selv om direkte sammenlignbare tall ikke finnes, tyder ulike kilder på at minstelønn per arbeidstime på Island lå på 60–70 % av nivået i Norge i 2008. De store endringene i islandsk kronekurs det siste året har økt denne forskjellen og skapt et fortrinn for islandsk fiskeindustri.

Transport til markeder er imidlertid en utfordring for islandsk næringsliv. Kostnadene ved transport av saltfisk til Europa er sannsynligvis vesentlig større enn i Norge. Det meste av islandsk saltfisk og saltfilet går med båt til Nederland for videre transport bilveien.

Dagens valutakurs, råstoffpriser og lønnskostnader betyr at de islandske produsentene i større grad enn norske produsenter har kunnet tåle de kraftige prisfallene i ulike torskemarkeder denne vinteren. Samtidig har de islandske aktørene fremdeles et omdømmefortrinn blant industrielle kjøpere i viktige saltfiskmarkeder. Her tenker vi da i første rekke på kvalitet, sortering og standardisering av produktene. Dette gjør at islandsk saltfisk fremdeles oppnår høyere priser enn norsk.

2.3 Annus horribilis for norsk saltfisknæring

Deler av norsk fiskeindustri har opplevd store avsetningsproblemer denne vinteren. Saltfiskindustrien er kanskje de som er hardest rammet. De har omsatt mye mindre av sin produksjon enn vanlig. Prisene har falt og bedriftene sitter på større og dyrere lagre enn det som har vært normalt. I første rekke er det salget til Portugal som har sviktet. Således tegner 2009 til å bli det svakeste økonomiske året norsk saltfiskindustri har sett på lenge.

Meningene blant aktørene om hva som er de viktigste årsakene til dette og ”hvem som er skyld i problemet” er mange.

2.3.1 Et varslet prisfall

Noen forhold synes mange å være enig om. For det første var en prisreaksjonen i markedet forventet. Prisen på torsk og torskeprodukter hadde steget så mye de siste årene at mange fryktet at forbrukerne ville reagere med å kjøpe mindre, og at tregere avsetning ville tvinge prisene nedover igjen. Fra 2003 til 2007 steg prisen innkjøperne i Europa måtte betale for norsk saltfisk med 50 % eller om lag 11 % hvert år. At prisene var på vei ned ble klart for flere aktører allerede i mars 2008, da prisene på frosset råstoff begynte å falle.

Prisreaksjonen ble forsterket av finanskrisen som førte til en kraftig konjunkturedgang i internasjonal økonomi. Da prisene begynte å falle medførte dette at aktørene som satt på varelager ute i markedet, sto i fare for å måtte ta store tap på disse. Dermed stoppet også innkjøp for lager opp. Mye av produksjonen i saltfiskindustrien skjer i første kvartal, mens mye av konsumet skjer i fjerde kvartal. Dermed er det vanlig at mye saltfisk og klippfisk ligger på lager på ulike steder i hele verdikjeden. I de årene prisene økte har aktørene lengst ned i verdikjeden hatt størst incentiv for å sitte med lager. Dette er noe de ikke har hatt denne vinteren, siden fisken de kjøper i morgen fort kan være billigere enn den de kjøper i dag.

2.3.2 Ikke lett å sette riktig minstepris i et marked på vei ned

Det andre forholdet er knyttet til omsetningen av norsk råstoff og fastsettelsen av minsteprisene. I ettertid er både fiskesalgslagene og fiskeindustrien enig i at minsteprisene som ble satt ned i desember 2008 likevel ble satt på et for høyt nivå.

Særlig problematisk ble dette fordi mye av saltfiskproduksjonen ble liggende på lager helt fra starten av. I tillegg var det signaler om at det lå mye fryst filet på lager. Fisk som ble hengt til tørrfisk ville uansett forbli usolgt fram til slutten av juni. Dette gjorde at en hver nødvendig nedsettelse av minsteprisen i ettertid ville påføre fiskeindustrien store tap.



Bilde 1 Minsteprisene var for høye selv for råstoff av topp kvalitet (Foto: Bjørg Nøstvold, Nofima)

Meningene om at minsteprisene ble redusert ytterligere i mars er delte. Flere aktører peker på at dette ga et klart signal til markedet om at saltfisk- og klippfiskprisene skulle videre ned, og at for eksempel kjøpere i Portugal igjen inntok en avventende rolle. Mens råstoffprisen for torsk på Island og i Norge var likere enn på lenge i januar 2009, økte forskjellen betydelig i februar og mars. Island solgte da også like mye saltfisk til Portugal de tre første månedene som året før, mens eksporten fra Norge falt til en femtedel. Dels kunne ikke norske aktører følge prisen ned, og dels uteble forespørslene. Utviklingen denne vinteren viser noe av svakheten som ligger i et minsteprissystem der ambisjonene er at minstepris skal reflektere riktig markedspris. I en situasjon der prisene er på vei ned er det en stor utfordring å fastslå hva som er riktig markedspris i morgen. Problemet er at minsteprisen som ligger som et absolutt minimum samtidig ikke vil kunne reflektere markedspris, fordi all pris- og etterspørselsinformasjon fra markedene vil komme i ettertid av prisfastsettelsen. Fiskekjøperne har full frihet til å betale over minstepris. Erfaringene viser at det har de i stor grad gjort i et marked der prisen er på vei opp, og som har vært preget av stor konkurranse om råstoffet. Sett fra industriens side har dette sikret fiskerne en stor del av gevinsten når prisene stiger. En forklaring til dette, hvis man betrakter råstoffmarkedet som et auksjonsmarked, er at det er de mest effektive og de mest optimistiske kjøperne som vil betale mest. I en situasjon med stor konkurranse om råstoffet kan vi forvente at det er disse aktørene som setter markedsprisen.

Likeledes kan industrien hevde at de må ta tap når "markedsprisene" synker til under minstepris fordi fiskerne da får bedre pris enn hva markedet tilsier. Et paradoksal spørsmål er hvorfor industrien kjøper og har fortsatt å kjøpe råstoff i en situasjon der minstepris ligger over det markedsprisene på produktene tilsier, samtidig som bedriftene ikke får avsetning for sin produksjon. Industrien selv har to svar på dette. Tilgjengelighet og gangen i fisket etter torsk innebærer at mange bedrifter bare har ett visst tidsrom der de kan skaffe seg det råstoffet de trenger og der torsken har ønsket kvalitet. Skjer ikke innkjøp da vil man ikke kunne ta igjen den tapte produksjonen senere på året. Et annet moment som er lett å overse er de sosiale og forretningsmessige relasjonene mellom fiskere og kjøpere i mange lokalsamfunn. Disse er mange plasser sterke og har betydd at mange kjøpere har fortsatt å kjøpe råstoff selv om de økonomiske realitetene tilsa det motsatte. De mange oppslag om at hjemmeflåten har blitt prioritert denne vinteren vitner om dette.

2.3.3 Saltfisk mot klippfisk?

Norsk saltfisknæring er på mange måter delt i to. Industrien som i hovedsak eksporterer saltfisk har sitt tyngdepunkt i Nord-Norge. Det meste av produksjonen her er basert på ferskt råstoff. Her finner vi om lag 50 bedrifter som produserer større mengder saltfisk av torsk.



Bilde 2 Mottak av frosset råstoff. (Foto: Bjørg Nøstvold, Nofima)

Femten av disse produserer mer enn 500 tonn per år. I 2008 produserte denne industrien anslagsvis 27.000 tonn saltfisk av torsk, hvorav rundt 20.000 tonn ble eksportert direkte, mens et sted mellom 5.000 og 7.000 tonn ble framtørket til klippfisk, hovedsakelig på Sunnmøre.

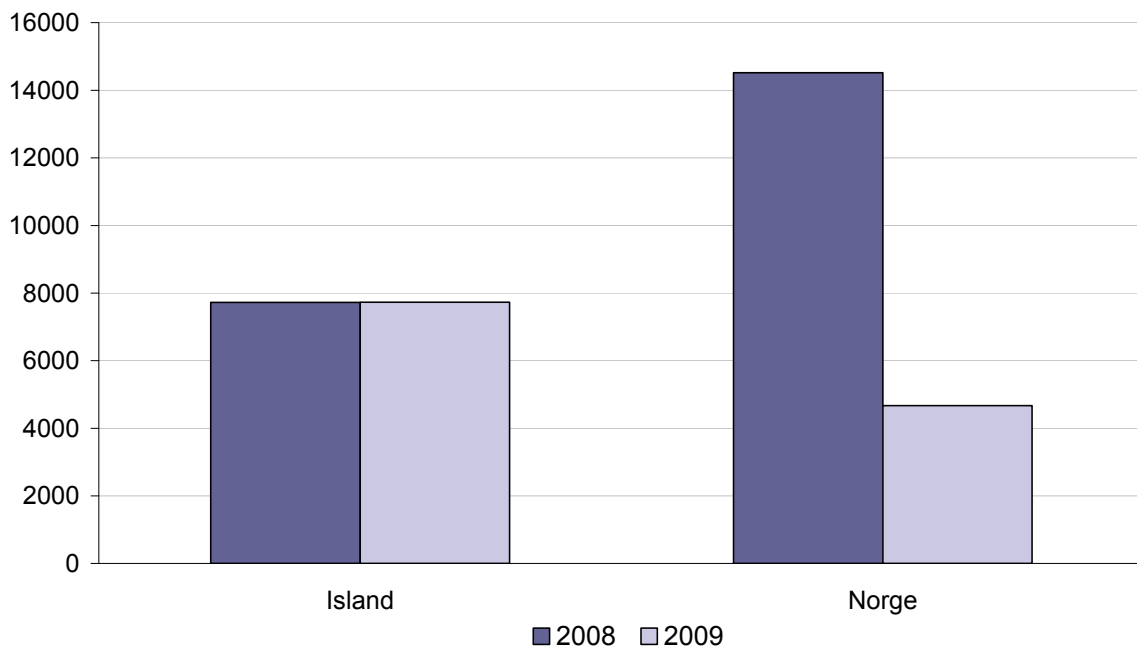
I Møre og Romsdal er det i overkant av 30 bedrifter som produserer større mengder saltfisk eller klippfisk av torsk. En stor del av det denne industrien salter selv er basert på frosset råstoff. 15–20 % av produksjonen i sør har de siste årene vært basert på importert stillehavstorsk (*gadus macrocephalus*),

hvis fisk er eksportert til markeder utenfor EU på grunn av tollbarrierer. Disse bedriftene eksporterte vel 27.500 tonn klippfisk, 5.000 tonn saltfisk og 1.300 tonn saltfilet av torsk i fjor.

De nordnorske bedriftene er svært avhengig av Portugal som marked for sin saltfisk av torsk. Ett naturlig spørsmål er om de er blitt for avhengig av dette ene markedet. Sett utenfra har industrien satset alt på ett kort. Det kan være risikofyllt. Flere islandske aktører påpekte dette og mente også at i motsetning til utviklingen på Island, hadde for lite skjedd i deler av norsk saltfiskindustri det siste tiåret. Spesielt gjaldt dette utvikling av et bredere produktspekter og bruk av nye produksjonsmetoder.

På den andre siden viste de til at islandske selskaper nå også kjøper norsk saltfisk til sin produksjon og distribusjon i Spania, og at det skjer en utvikling også i norske selskaper. Saltfisken som selges til Portugal kjøpes av bedrifter som tørker denne til klippfisk. Mange av disse tiner og salter også fisk fra frosset råstoff i egen produksjon. I en situasjon med et stort utbud av frosset råstoff i markedet vil disse portugisiske aktørene hele tiden stå overfor en vurdering om kjøp av saltfisk eller produsere den selv, og utnytte egen produksjonskapasitet.

Klippfisken går i større grad direkte ut til konsument, enten i butikk eller i cateringledet. Unntaket er klippfisk som vannes ut og som gjerne omsettes fryst. Slik sett går mye av den norske saltfisken gjennom et ekstra ledd som også produserer det samme produktet, selv om dette er av frosset råstoff.



Figur 3 Eksport av saltfisk av torsk til Portugal i perioden januar – juli (tonn)

Mye av klippfiskindustrien i Norge er innrettet mot produksjon fra eget frosset råstoff. Prisen på frosset råstoff settes i stor grad i et internasjonalt marked. Industrien hevder de i vinter har kunnet kjøpe både norsk og russisk råstoff til priser som ligger under norske minstepriser. Rederiene kjøper riktignok egen fangst til minstepris, noe som sikrer mannskapet oppgjør i forhold til minsteprisen. Men fangsten selges så med "tap" i andrehånd, til industri i Norge eller i utlandet. Hvor stort omfang dette har hatt og hvilken betydning dette har hatt for konkurransesituasjonen mellom klippfisk produsert fra frosset råstoff og saltfisk produsert fra ferskt råstoff kjøpt til minstepris er imidlertid uklart.

2.4 Ulik utvikling i ulike saltfiskmarkeder i Europa

Allerede i 2008 kom de første signalene om tregere salg og lavere priser i de viktigste markedene for norsk saltfisk og klippfisk av torsk. Med 2009 og i etterkant av finanskrisen fikk vi torskekrisen.

Nesten alle markedene er påvirket av nedgangen i internasjonal økonomi, men samtidig byr de på ulike og forskjellige utfordringer. Likeledes har den økonomiske krisen på Island og fallende råstoffpriser i Norge, ytterligere påvirket utviklingen. Imidlertid har ulike aktører ulike beskrivelser av hverdagen. Nedenfor oppsummerer vi noen utviklingstrekk og utfordringer for saltfiskprodukter av torsk i det spanske, italienske, greske og portugisiske markedet.

2.4.1 Store utfordringer i Spania

Spania er hardt rammet av finanskrisen. Arbeidsledigheten passerte i vinter 15 % og er av mange forventet å øke til 25 % før toppen er nådd. Konjunkturedgangen har bidratt til redusert kjøpekraft og et bredt prisfall på sjømat.

Den store prisøkning på saltfisk de siste årene har bidratt til at produktet har fått endret sin posisjon. Saltfisk er ikke lenger fattigmannskost og hverdagsmat. Historisk ble saltfisk spist i



Bilde 3 Mange kunder en tirsdag formiddag hos "Gregorio Martin" i Casco Viejo i Bilbao. (Foto: Jens Østli Nofima)

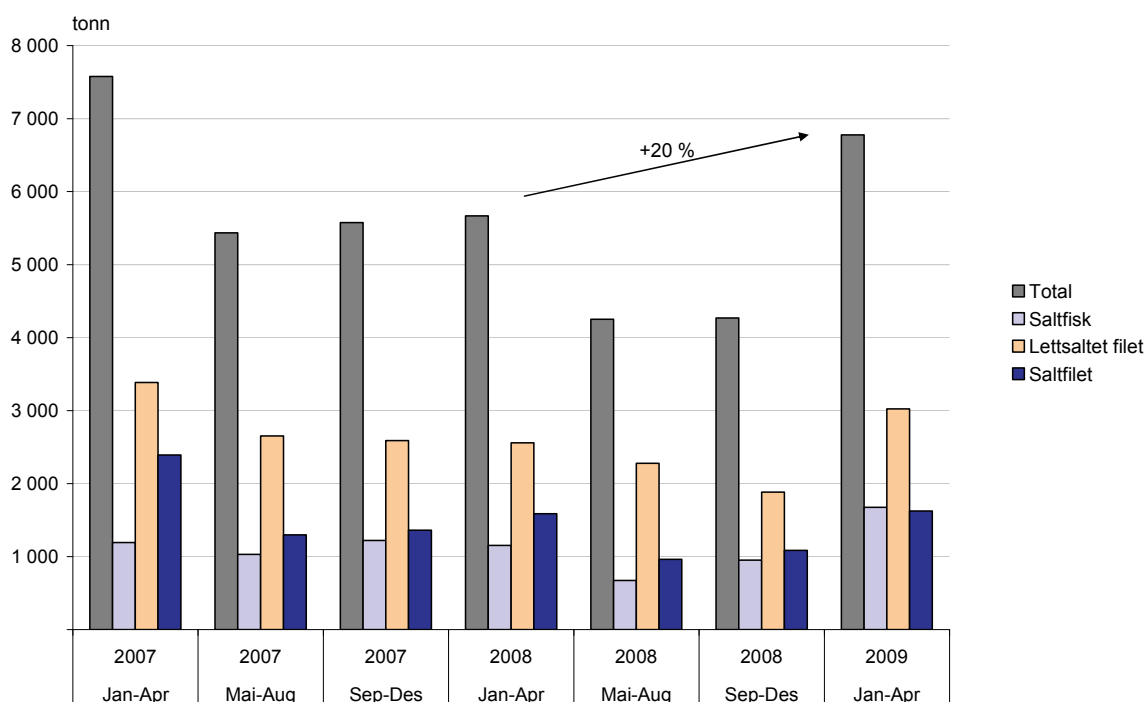
hjemmet mens det i dag spises på restaurant. Produktene er også i endring og i dag konsumeres bacalao like gjerne som lettsaltet filet.

2.4.2 Økt spansk import fra Island

Spania er det viktigste markedet for islandsk fiskerinæring, både i verdi og kvantum. Island eksporterte i 2008 over 14.000 tonn torsk til Spania i form av tradisjonell saltfisk, saltfilet og lettsaltet filet. Situasjonen i markedet i Spania oppleves forskjellig av ulike islandske aktører. Mens enkelte i mars rapporterte om treghet og nærmest full stopp i eksporten, mente andre at salget gikk godt, men til svært lave priser. Det var likefullt stor allmenn bekymring over utviklingen i Spania. I ettertid viser

islandsk eksportstatistikk at volumet i første tertial til Spania ikke falt slik flere aktører fryktet. Eksporten økte derimot med 20 % sammenlignet med samme periode i 2008.

Fra tidlig 2008 til i april 2009 falt eksportprisen for islandsk tradisjonell saltfisk fra vel 6 euro per kilo ned mot 4 euro. Også prisen på saltfilet falt med vel 25 % fra desember til april. Eksportprisen for lettsaltet filet endte på 3,5 euro i april etter å ha falt 30 % siden november. Det er lett å forstå at pessimismen blant aktørene skyldes det kraftige prisfallet. Særlig kraftig falt prisene på lettsaltet filet, som er det største produktet. At store aktører på Island har valgt eller følt seg tvunget til å senke prisene så kraftig har økt etterspørselen og gitt islandsk torsk større markedsandeler. I hvilken grad disse prisreduksjonene har bidratt til å øke konsumet av torsk i det spanske markedet er for tidlig å si.



Figur 4 Islandsk eksport av torskprodukter til Spania

Kvantum saltfisk som går fra Island til Spania første kvartal må sees i sammenheng både med endringer i islandsk torskekvote i januar og kvantumet eksportert høsten 2008. Med økningen i kvote er det naturlig at islandske produsenter har forsøkt å øke leveransene også til Spania. Samtidig var eksporten dårligere enn forventet høsten 2008. Ut fra kvoten som da var satt til 130.000 tonn kunne en forvente leveranser på 5–6.000 tonn i tredje tertial. Nå var høsten på Island alt annet enn normal og med økende usikkerhet i det spanske markedet endte eksporten på i overkant av 4.000 tonn.

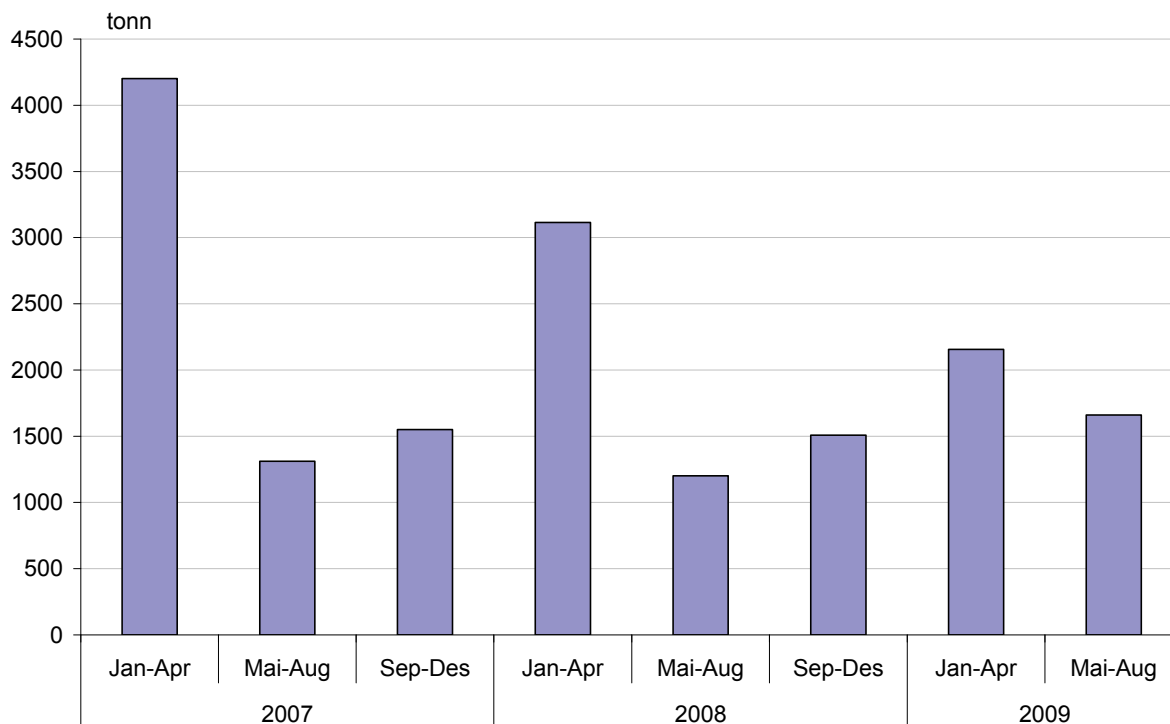
Flere av bedriftene vi intervjuet har solide posisjoner i det spanske markedet, og generelt sett har islandsk saltfisk bedre omdømme i Spania enn norsk. Enkelte islandske eksportører kjøper likevel norsk saltfisk for videre salg og ga uttrykk for at kvaliteten på norske produkter nødvendigvis ikke ligger bak islandsk nivå. Tett samarbeid med de norske leverandørene har vært med på å endre deres produksjons- og pakkemetoder for å tilpasses importørens krav.



Bilde 4 Saltfisk til jul i Vigo, Spania, 2008 (Foto: Jens Østli, Nofima)

2.4.3 Norsk eksport til Spania går tregere

Av norsk eksport av saltede torskeprodukter til Spania står saltfisk for mellom 80 % og 90 %. Saltfilet har utgjort mellom 5 % og 15 % og klippfisk 2 % til 5 %. Norske aktører opplever at eksporten av saltfilet og tradisjonell saltfisk til Spania har gått ned med henholdsvis 70 % og 20 %. Samtidig har prisene sunket med 21 % for saltfilet, til i underkant av 8,7 euro, og 25 % for saltfisk til 3,9 euro i april 2009.



Figur 5 Samlet norsk eksport til Spania av saltfisk, saltfilet og klippfisk av torsk

På tross av nedgang i både kvantum og pris er det verdt å merke seg at norsk eksport til Spania i år er høyere enn til Portugal, og det til en bedre pris. Spania er største importør i Europa av sjømat, og den norske suksessen med eksporten av laks blir lagt merke til blant saltfiskimportørene, som også sliter i disse dager. En av de større importørene av saltfisk i Spania viste til at Norge reklamerer tungt for norsk laks, og etterlyste en lignende innsats på saltfisksiden. Hans poeng var at selv en liten innsats på markedsføringssiden vil kunne gi norsk saltfisk økt terreng i Spania, da begrensede midler brukes på slik generisk markedsføring i dag.

2.4.4 Italia kjøper mer norsk fisk

Italia et annet viktig islandsk marked. Mye av eksporten går imidlertid via Nederland, noe som gjør det vanskelig å følge varestrømmen. Importen av islandsk saltfisk til Italia gikk ned i 2008, særlig fordi salget sviktet utover høsten. Kvantumet av saltfilet holdt seg noe bedre. I 2009 melder islandske aktører om labert salg, men likevel ser eksporten ut til å øke første kvartal sammenlignet med året før. Islandske aktører med fabrikker i Danmark og Tyskland er også store leverandører av saltfilet av stillehavstorsk til Italia, og denne utgjør to tredjedeler av saltfiletkonsumet. Dette kvantumet ser ut til å ha falt med 20 % i 2008. Prisene for stillehavstorsk som råstoff er nå høyere enn for atlantisk torsk, noe som kan være én forklaring på endringene i importen. Norsk eksport til Italia for tradisjonell saltfisk, klippfisk og saltfilet har økt de første månedene i år, men fra små kvantum. Det meste av eksporten skjer vanligvis andre halvår. Også på norsk eksport ser vi ett prisfall på rundt 20–30 %.

2.4.5 Hellas – et lite saltfiskmarked med stort konsum én dag i året

Hellas er et av markedene hvor norsk saltfisk dominerer volumet. Islandsk eksport til Hellas har sunket, mens norsk eksport er stabil og øker sin markedsandel. Prisene har også her falt med vel 20–30 %, men islendingene får fortsatt betraktelig bedre betalt enn sine norske konkurrenter. Intervjuer gjort i Hellas viser at det kan være enkle praktiske problemer, som unøyaktig størrelsessortering, som gjør at grekerne betaler bedre for islandsk fisk. "Alle" grekere spiser saltfisk 25. mars, Maria budskapsdag, der retten er frityrstekt saltfisk og potetmos med hvitløk. Tilberedning av denne retten krever jevn størrelsessortering, unøyaktighet skaper problemer. Bedre kunnskap om det greske markedet og større tilpasningsevne vil kunne gi mer fornøyde kunder, og kanskje bedre priser.



Bilde 5 Norsk Saltfisk til salg i en tradisjonell butikk i Pireus, Hellas, 2009. (Foto: Jens Østli, Nofima).

2.5 Vanskeligere i Portugal, men noen lyspunkter

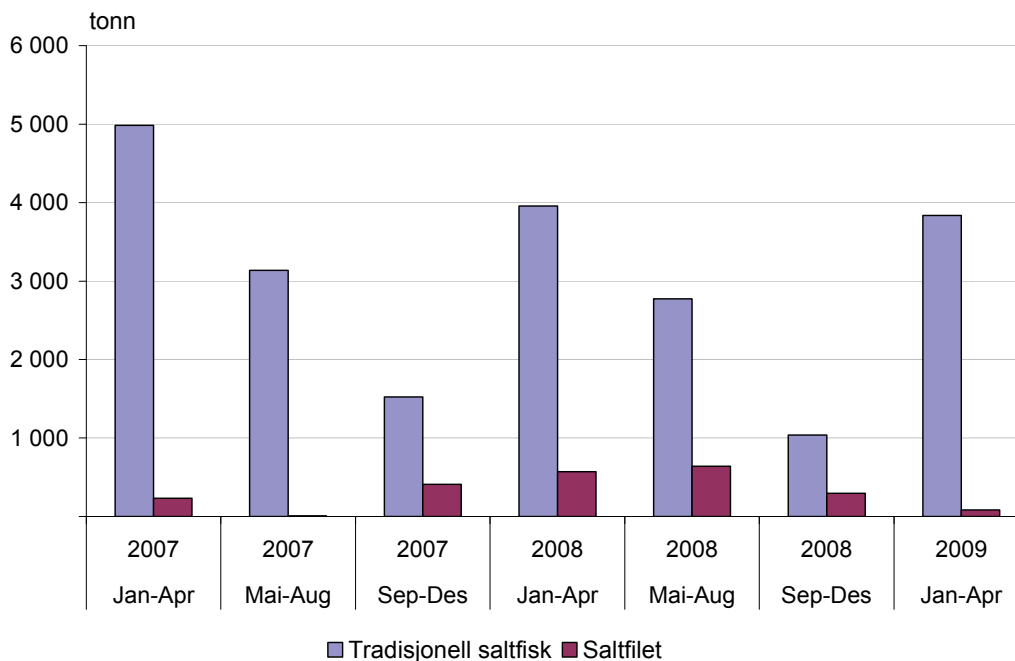
Klippfisk av torsk har en unik posisjon i Portugal. Produktet er en viktig del av landets kultur og identitet. Imidlertid er Portugal ett fattig EU-land og klippfisk har blitt et relativt dyrt produkt. Allikevel spiser portugiseren klippfisk til lunsj eller middag en gang i uken. Portugisisk økonomi har vært i hardt vær lenge. Allerede før finanskrisen slet landet med en arbeidsledighet på 12–15 % i enkelte områder. Samtidig er det forventet at økonomien vil falle mindre i Portugal enn i mange andre land som følge av konjunkturedgangen. Men prisene på klippfisk i Portugal har falt kraftig. Hos supermarkedskjeden Continente ser vi et prisfall på 20 til 30 % fra januar til juni. Det positive er at prisfallet kan se ut til å ha stimulert etterspørselen. Eksportutvalget for fisk (EFF) mener konsumet har økt, og andre forteller at en rekke spisesteder har rimeligere bacalaoretter på menyen.



Bilde 6 En tradisjonel klippfiskbutikk i Porto selger flere typer klippfisk Høye priser for Especial og Graúdo i 2006 (Foto: Bjørg Nøstvold, Nofima)

2.5.1 Økt islandsk oppmerksomhet rundt Portugal, men noe mindre eksport

Flere islandske aktører mente de ville kanalisere en større del av saltfisken til Portugal. Noe som særlig skyldtes at avsetningen i Spania gikk tregere. Eksporttallene viser imidlertid at eksporten til Portugal i første tertial i år, var mindre enn de to foregående årene. Et forhold som likevel kan gjøre at Portugal er mindre attraktivt som marked for islandske aktører, er at prisene der nå har falt mer enn prisene til Spania. De islandske prisene på saltfisk til Portugal falt med 25 % fra januar til april i år, og ligger nå nesten 40 % under prisen for ett år siden.



Figur 6 Islandsk eksport av saltet torsk til Portugal

2.5.2 Norsk saltfisk uønsket?

Tradisjonelt går de største kvanta med saltfisk fra Norge til Portugal i årets fem første måneder, men dette kvantumet har i år falt dramatisk. Eksporten i perioden januar til mai falt fra nesten 14.000 tonn i fjor til kun 2.600 tonn i år, en nedgang på over 80 %. I likhet med islandsk saltfisk, har prisene på norsk saltfisk også falt. I mai var prisen på rundt 3,5 euro per kilo, ett fall på omkring 40 %. Derimot holder eksporten av klippfisk seg oppe. Kvantumet økte med vel 20 % de første fem månedene i år, men også for klippfisk har prisen falt med nesten 40 %.

2.5.3 Det portugisiske markedet i endring

Flere aktører har ment at norske og islandske eksportører i dag møter et betydelig sterkere kjøpekorps i Portugal enn tidligere, der 4–5 store importører dominerer markedet. De to største er selskapet Riberalves, som selger ca. 16.000 tonn klippfisk i året og Rui Costa e Sousa & Irmão, som selger opp mot 20.000 tonn i året. Disse selskapene produserer også klippfisk fra frossent råstoff, der pris bestemmer hvor de kjøper råstoffet.

Med fallende priser i råvaremarkedet har mange aktører valgt å ikke kjøpe i frykt for ytterligere prisfall. Flere av de portugisiske bedriftene opplever også en stram økonomisk situasjon, etter flere år med dårlige resultater. Likeledes har nervøse banker og forsikrings-selskaper medvirket til at bedriftene verken har økonomisk mulighet, evne eller vilje til å sitte med større lager.

Varelageret skyves dermed oppstrøms i verdikjeden. Normalt ligger det betydelig mengder saltfisk på lager i Portugal. Nå er trolig disse lagrene mindre enn normalt og det kan trolig forklare noen av problemene i norsk saltfisknæring.

2.5.4 Er billig frosset råstoff syndebukk?

Flere aktører har vært bekymret for at saltfiskeksporten fra Norge har fått lide på grunn konkurranse fra klippfisk av frossent råstoff produsert i Portugal. Tallene viser at dette kvantumet foreløpig ikke har økt. Derimot øker nok andelen i Portugal som er produsert fra frosset råstoff, på bekostning av klippfisk produsert fra importert saltfisk.

Tabell 1 EUs import of fryst torsk (tonn)

| | | Stillehavstorsk | Atlantisk torsk | Total |
|------|---------|-----------------|-----------------|--------|
| 2007 | Jan-Mar | 6.600 | 17.500 | 41.500 |
| | Apr-Jun | 10.500 | 6.900 | |
| 2008 | Jan-Mar | 5.200 | 10.900 | 41.800 |
| | Apr-Jun | 15.400 | 10.300 | |
| 2009 | Jan-Mar | 5.100 | 13.100 | 38.900 |
| | Apr-Jun | 5.300 | 15.400 | |

Importen av frossen torsk til EU og Portugal falt noe tilbake fra 2007 til 2008. En analyse av importtallene til EU generelt og Portugal spesielt, viser at lite tyder på at det går mer frossen torsk, verken fra Russland eller andre land, inn til Portugal i år enn tidligere. Kvantumet atlantisk torsk har økt noe, men importen av stillehavstorsk har falt mer. Prismessig er det nå heller ingen forskjell på norsk og russisk frossen torsk inn til EU, noe som viser at fryst torsk er blitt en global handelsvare.

2.5.5 Stillehavstorsk – fra billigere til dyrere konkurrent?

Stillehavstorsken (*gadhus macrocephalus*) er et alternativ for konsumenten når han eller hun skal kjøpe saltfisk eller klippfisk. Klippfisk laget av stillehavstorsk har lenge vært et rimeligere alternativ til norsk og islandsk salt- og klippfisk, uten at den foreløpig har nådd den samme posisjonen hos konsumentene. Men det er eksempler på markeder i Europa hvor den har tatt over som markedsleder. Det er vanskelig å skille mellom de to både på utseende og i smak. Således er man med rette bekymret for at stillehavstorsken skal kapre markedsandeler i Portugal.

Helt til i juli 2008 lå importprisen til EU for frossen atlantisk torsk høyere enn for frossen stillehavstorsk. Prisfallet på atlantisk torsk i januar førte til at stillehavstorsk ble betalt med nesten én euro mer per kilo. Dette har tvunget prisene nedover også på stillehavstorsk.

At prisen på atlantisk torsk nå ligger under prisen på stillehavstorsk kan gjøre det mer attraktivt for produsenter, som til nå har brukt stillehavstorsk i sin klippfiskproduksjon, til å velge et annet råstoff.

Det kan avlaste situasjonen i markedet for fryst atlantisk torsk. Imidlertid vil en slik endring trolig ha mindre betydning for norske produsenter av saltfisk på kort sikt.



Bilde 7 Stillehavstorsk til salgs i Porto til lavere priser enn for norsk torsk (Foto: Bjørg Nøstvold, Nofima)

3 A time of crisis for wet salted cod?

3.1 The financial crisis is creating trouble for cod – truth or excuse?

Major falls on global stock exchanges, crisis in the automotive industry, increasing unemployment and lower value on real estate have captured headlines in the national and international media since the financial bubble burst last autumn.

In the Norwegian fisheries and aquaculture industry, cod products have been hit hardest. In the first four months of this year, the price of frozen cod exported from Norway has fallen 39 %, fresh cod has fallen 22 %, wet salted cod has fallen 24 % and clipfish of cod has fallen 16 % compared with the same period last year. With falling prices in the raw material market, many companies are sitting with expensive inventories and, as a result, big losses.

There have been, and probably always will be, strong opinions in the Norwegian fisheries industry. The fishermen, the industry and its organisations have had strong and at times conflicting opinions about the “cod crisis”. But what has actually happened in the cod sector, why has it happened and what can happen in the future? These questions have been posed to Nofima by the Bacalaoforum and the Fisheries and Aquaculture Industry Research Fund (FHF). Readers of this publication can draw their own conclusions, but I find it natural to ask whether the crisis in the cod market can be attributed to the financial crisis or if other factors can explain the situation.

If cod is the crisis fish, what is the situation like for other products in the industry? Salmon has managed extremely well in the markets. However, the increased cost of raw materials has created problems for those processing salmon, both here in Norway and abroad. If some companies in this industry had been able to buy salmon at a lower price than others, they would probably have taken larger market shares. But the price of salmon is created globally, as a function of production costs (competence and geographic advantage), transport costs and any trade barriers. The pelagic sector is also robust and the herring industry can be pleased about a larger volume and higher prices than last year. What then is the problem with the cod fisheries? Even before the financial bubble burst, there were signs that cod prices were on the way down. The Norwegian effort against illegal, unreported and unregistered fishing reduced the supply of cod in Portugal and the price went sky high. The record prices could not continue; a fact the fishermen, producers and exporters were and still are in agreement about.

Today, it is the producers of wet salted cod that have experienced the biggest crash. If we look at the combined export of clipfish during the first four months of this year, both the volume and value is higher than at the same point last year. However, it is important to point out this statistic includes clipfish of cod, saithe, ling and tusk, and clipfish of saithe in particular has recorded a positive development.

The North Norwegian producers of wet salted cod have experienced the biggest crashes. Although there are exceptions, this highlights some of the challenges associated with being a supplier of raw materials which compete on price. Much of the wet salted cod produced in Northern Norway is converted to clipfish in Portugal. If we compare the first six months of this year with the same period last year, the export of wet salted cod from Norway to this market has dropped from NOK 650 million to NOK 125 million. In its extreme form, the Norwegian wet salted cod industry is an industry with many of the same characteristics as the crude oil market and the foreign exchange market. There are a host of actors in the market, all of which have pretty much homogenous products and relatively low costs associated with

entering or leaving the industry. The fixing of quotas has to a large extent controlled supply. The purchasing price has been determined by the fixing of a minimum price and actors in the industry have responded to fluctuations in the supply and demand by adjusting the price of the saleable product rather than trying to influence the level of supply or demand. For most, the financial profit has been such for actors in such environments, a normal return on invested capital. But Norwegian producers of wet salted cod are actors in dynamic environments, which are undergoing continual development, where cod has become a global trading commodity and competition on the food market is greater than ever before.

The supply of cod on the global market has increased owing to larger quotas in a host of countries, and the International Council for Exploration of the Sea has recommended further quota increases for North-east Arctic cod in 2010. Parallel with this, Iceland and Russia have really experienced the consequences of the financial crisis, and the fisheries industry has been a source of valuable foreign earnings. With a low price for its products, they have gained greater market shares. When Icelandic and Russian producers sell their products at lower prices, it is natural that Portuguese (salt) fish buyers choose others than Norwegian producers as their trading partners if they do not have significant switching costs or a preference for Norwegian cod does not exist.

If Norwegian producers must buy input factors in the production at a higher price than their competitors in other countries, it is impossible to survive in the long-term if you do not achieve a higher market price, irrespective of your strategy. We must, therefore, appreciate that the Norwegian wet salted cod and clipfish industries are actors in a global market in which the price of the raw materials cannot be higher than what the competitors are paying if you are to survive as a producer and exporter.

Another important point is that it is the end consumer's ability and willingness to pay that covers all the costs in the supply chain, conditions that apply regardless of which strategy or industry the company has or is part of.

If Norwegian producers can compete on equal conditions and purchase cod at the same price as their competitors, the problems with the cod crisis will be solved.

3.2 The Icelandic fisheries industry – weakened by the financial crisis, but far from wiped out

3.2.1 Weakened kroner has strengthened profitability

“Kreppa” has created a financial earthquake in Iceland. The three largest Icelandic banks were nationalised in October 2008 when they could no longer refinance their short-term debt. This triggered a strong fall in the value of Icelandic kroner. Outside of Iceland, banks stopped trading in Icelandic kroner. The trade of foreign currency in Iceland is today strictly regulated, with the Icelandic Central Bank having sole responsibility for fixing exchange rates.

There are still large fluctuations in the value of the Icelandic kroner. After gaining 22 % from mid-December to February 2009, the exchange rate has later fallen by 25 %. The weaker value of the Icelandic kroner has had two effects. It has had a clearly positive effect on profitability in the fisheries industry and several companies claimed to have profit margins similar to that of a normal year. However, the companies' loans, which are mostly in foreign currencies, are up by 85 % measured in Icelandic kroner. In addition, the bank collapse has led to an extremely high number of companies having their credit frozen to the level at which it was when the financial crisis occurred.

3.2.2 .. but has led to increased debt

Many companies have postponed the problem of increased debt by increasing the loan period or postponing the date of repayment. The conditions the industry can get for servicing their loans in the future remain unclear at this point.

The fisheries industry had a significant debt when the crisis took effect, money which was loaned in foreign currency and which was connected to the purchase of quota rights. The market price of quotas has fallen sharply over the past year. As a result, many companies now probably have negative equity if quotas are purchased for above today's market prices.

3.2.3 Challenges with production and sales

Icelandic companies assess the lack of equity and credit as the biggest problem in today's situation. The exporters also claimed that it was virtually impossible to get credit insurance on sales.

The lack of credit and squeezed liquidity had led to companies needing to reduce their inventory or accept sales at lower prices because they could not afford an inventory. It has also been alleged that some actors with liquidity problems have sold their inventories at extremely low prices. Although this does not apply to large volumes (as far as we have been told), it has been pointed out that this has contributed to uneasiness in the market and uncertainty about the development of prices.

Private individuals and companies both in and outside Iceland with Icelandic kroner or bonds cannot freely exchange these to foreign currencies because of the strict restrictions on the trade of Icelandic kroner. Some of these have been willing to sell Icelandic kroner at significantly lower rates than the official exchange rates. It is a known fact that amongst others Portuguese importers have taken advantage of this when buying wet salted cod over the winter. Attempts are now being made to stop such trading with the introduction of new restrictions that compel Icelandic companies to invoice exports in a foreign currency.

3.2.4 Advantages in vertical integration and flexibility in production

The largest and most important producers of wet salted fish are vertically integrated and own fishing vessels and quotas. This means that the actors also control their own fleet with respect to orders and planned production. Another advantage the companies mention is that the raw material quality creates an opening for full flexibility. The proportion of fish caught by longline is higher than in Norway and almost all raw materials landed by the companies' own trawlers is fresh fish. This means that in principle the raw materials can be used for several different applications. Many produce wet salted fish, wet salted fillet and lightly salted frozen fillet. Some of the companies also produce fresh fillet and traditional frozen fillet. This level of flexibility has been mentioned as an important advantage in the difficult market situation many of the companies now describe they are experiencing. Many report that they have also altered production because of the difficulty with sales or a lack of liquidity during the winter.

The quota system also provides for the transfer of unutilised quotas from one year to the next. This proportion increased from 20 to 30 % this year, and means that the companies can store a significant proportion of their quota in the sea. However, there are strong indications that larger quotas will not be transferred to the next quota year. At the end of May, a total of 136,000 tonnes had been fished from a total quota of 166,000 tonnes. In the period from June to August last year, around 21,000 tonnes was fished. With the same catch this year, around 10,000 tonnes would remain when the new quota year starts on September 1.

3.2.5 The advantage of lower raw material prices

The ownership of quotas and fishing vessels means that a large proportion of the raw material landings are sold internally in the companies. The fixing of the price of this raw material is first and foremost important for settling the accounts of the companies' own staff on the fishing vessels. The raw material price is fixed in a contract between the crew and the shipowner and is connected to a reference price. The prices may be approved by the Directorate for Fresh Fish Prices (Verðlagsstofa skiptaverðs), which may also alter the prices in the course of the year owing to changes in market conditions. Over and above direct sales, around 17 % of the cod in 2008 was sold on the auction market, where the prices are determined freely.

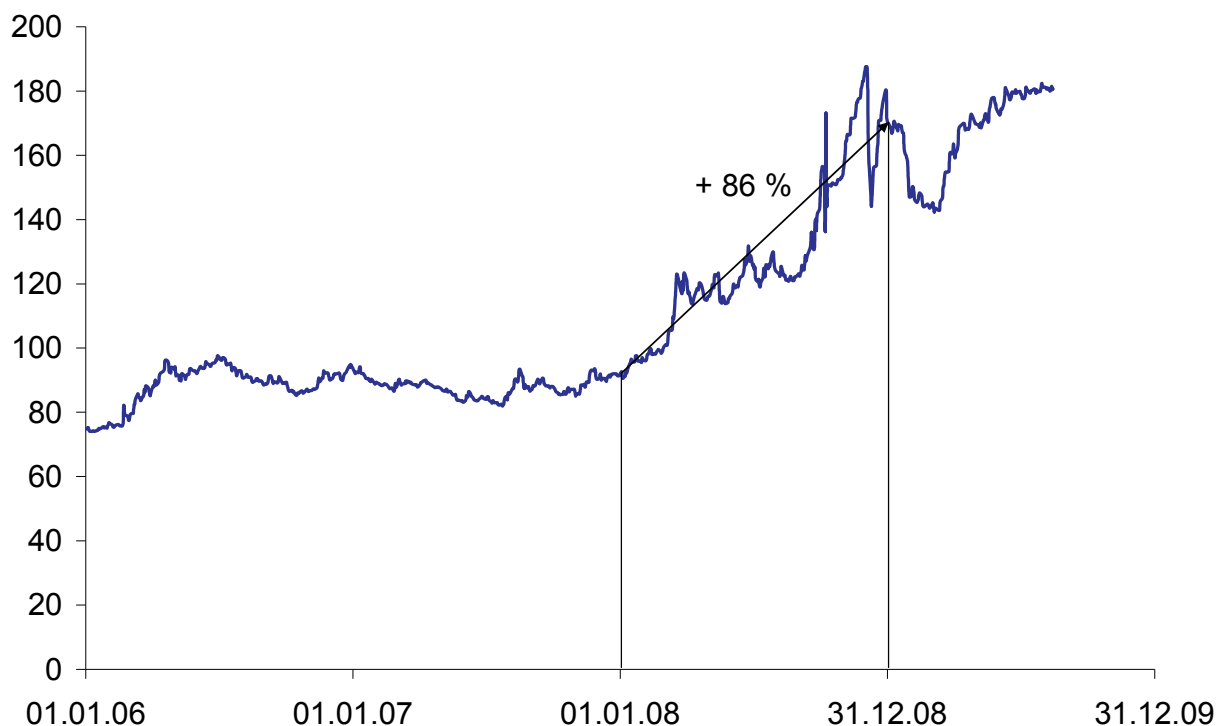
Icelandic actors regard as an advantage the fact that raw material prices in Iceland reflect to a higher degree and more rapidly changes in market conditions and exchange rates than is the case in Norway. Calculated in Euro, the average price of cod raw material in Iceland fell by 40 % from March 2008 to March 2009. However, the equivalent average price in the Norwegian Fishermen's Sales Organisation fell by 41 % during the same period. Even though the price difference between Norwegian and Icelandic cod fell somewhat, the raw material price is still higher in Norway. The price in Norway was around 16 % higher than that in Iceland in March 2009, after having been 18 % higher in March 2008.

Even though the prices are not completely comparable because of the internal pricing in Iceland and some differences in conversion factors, they illustrate some of the difference between the Norwegian and Icelandic industries in one of the most important general conditions – the price of the raw material.

Other differences can be connected with the cost level. The minimum wage in the fisheries industry in Iceland is significantly below the level in Norway. Even though directly comparable figures do not exist, different sources indicate that the minimum wage in Iceland was 60–70 % of the level in Norway in 2008. The big changes in the value of the Icelandic kroner during the past year have increased this difference and in doing so have created an advantage for the Icelandic fisheries industry.

However, transport to markets poses a challenge for the Icelandic business community. Costs associated with transportation of wet salted cod to Europe are probably significantly higher than in Norway. The majority of Icelandic wet salted fish, wetsalted filets and lightly salted filets is transported by boat to the Netherlands, from where it is transported by road.

Today's exchange rates, raw material prices and labour costs mean that the Icelandic producers have to a higher degree than the Norwegian producers been able to tolerate the strong price falls in the cod market this winter. At the same time, the Icelandic actors still have an advantageous reputation among industrial buyers in important markets for wet salted fish. We are thinking here first and foremost about quality, sorting and standardisation of the products. This means that Icelandic wet salted cod still achieves higher prices than Norwegian wet salted cod.



Figur 7 Icelandic krona per Euro

3.3 Annus horribilis for the Norwegian industry for wet salted cod

Sections of the Norwegian fishing industry have experienced major problems with sales this winter. They have sold far less of the products they have produced than is normally the case. Prices have fallen and the companies have larger and more expensive inventories than normal. It is sales to Portugal in particular that have fallen sharply. Consequently, 2009 is the worst year financially the Norwegian industry for wet salted cod has experienced for a long time.

The opinions among the actors about what are the most important reasons for this, and who is responsible are many and varied.

3.3.1 A forecast price drop

Many seem to agree on some conditions. Firstly, a price reaction in the market was expected. The price of cod and cod products increased so much in recent years that many feared consumers would react by purchasing less, and that slower sales would force the prices downwards again. From 2003 to 2007, the price buyers in Europe had to pay for Norwegian wet salted cod rose by 50 % or roughly 11 % per annum. It was clear to several actors as early as March 2008 that prices were on their way down again, when the prices for frozen raw materials began to fall.

The price reaction was strengthened by the financial crisis which triggered a sharp global economic downturn. When prices began to fall, this entailed companies with inventories being in danger of facing big losses. Consequently, purchases of inventory also stopped. Much of the production of wet salted cod occurs in the first quarter. It is, therefore, common that large quantities of wet salted cod and clipfish are stored in warehouses in different places along the entire supply chain. In the years when prices rose, actors at the bottom of

the supply chain have had the greatest incentive to retain inventories. This is something they have not had this winter as the cod they buy tomorrow can easily be cheaper than that the cod they buy today.

3.3.2 Not easy to set the correct minimum price in a market on the way down

The other condition relates to the sale of Norwegian raw materials and the fixing of minimum prices. In retrospect, fishermen's sales organisations and the fishing industry are in agreement that the minimum prices set in December 2008 were set at a level that was too high.

This caused major problems because much of the wet salted cod production lay in warehouses right from the start. In addition, there were signals that there were also considerable inventories of frozen fillet. At any rate, cod that was hung to dry as stockfish would remain unsold until the end of June. This meant that each necessary subsequent reduction of the minimum price would result in major losses for the fishing industry.

Opinions are divided about the minimum price being further reduced in March. Several actors point out that this gave a clear signal to the market that the price of wet salted cod and clipfish would continue to fall and that buyers in, for example, Portugal continued to play a waiting game. While the raw material price of cod in Iceland and Norway was more similar in January 2009 than it had been for a long time, the difference fell significantly in February and March. Iceland sold just as much wet salted cod to Portugal in the first three months of this year as in the equivalent period the previous year, but exports from Norway fell to one-fifth. The Norwegian companies could not follow the price down and there was also a lack of demand. The development this winter shows some of the weaknesses of the minimum price system, where the ambitions are that the minimum price will reflect the correct market price. In situations where the price is declining, it is a major challenge to determine what the correct market price tomorrow will be. The problem is that the minimum price, which is an absolute minimum, will not reflect the market price because all information regarding price and demand from the market will come after the minimum price is set. Fish buyers are free to pay above the minimum price. Experience shows that they have done this to a large extent in the market when prices were on the way up and when there was major competition for raw materials. Viewed from the industry's perspective, this has secured the fishermen a large part of their profits when prices are rising. An explanation for this, if you regard the raw material market as an auction market, is that it is the most effective and most optimistic buyers who will pay most. In a situation with major competition for raw materials, we can expect that it is such actors that set the market price.

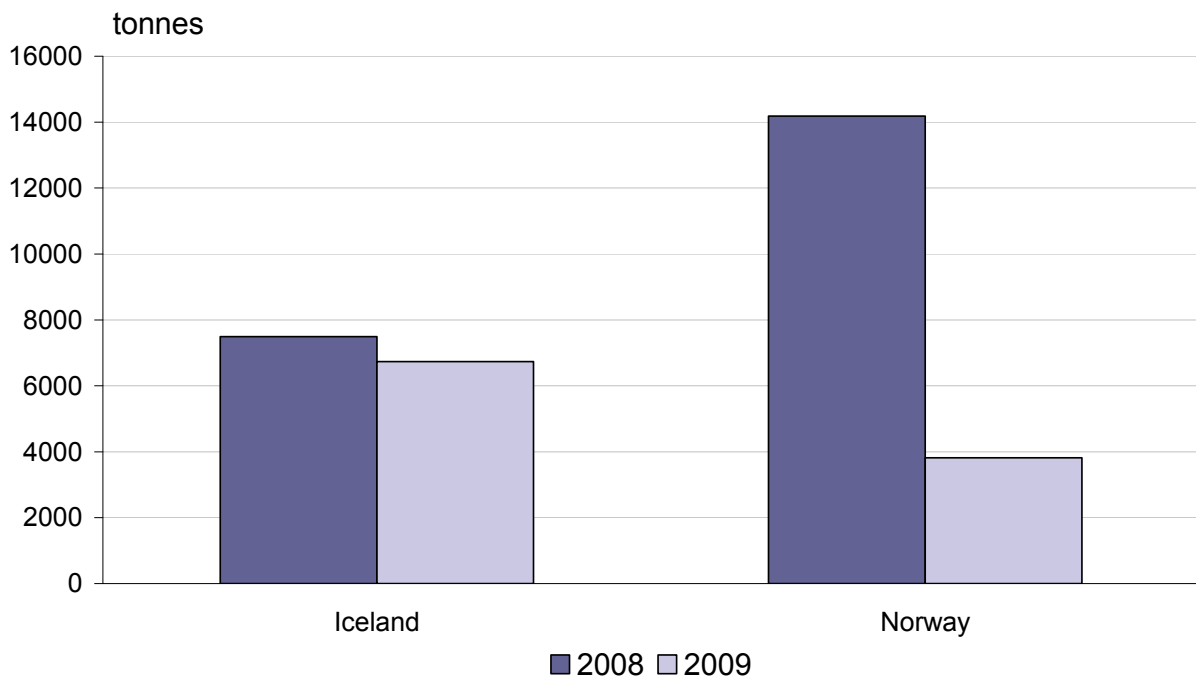
Likewise, the industry can claim that it must take losses when "market prices" drop below the minimum price because the fishermen then get a better price than what the market indicates. A paradoxical question is why the industry buys and continued to buy raw materials in a situation when the minimum price lies above the market prices for the products, at the same time as the companies cannot sell the products they have produced. The industry itself has two answers. The access to and implementation of the cod fisheries mean that many companies only have a certain timeframe in which to acquire the raw materials they need and when the cod is of the desired quality. If they do not purchase the cod at this time, they will not be able to catch up on the lost production later in the year. Another aspect that is easy to overlook is the social and business relationships which exist in many local communities between the fishermen and buyers. These relationships are strong in many places, which have meant that many buyers have continued to buy raw materials even if the economic realities indicated otherwise. The many articles about the home fleet being prioritised this winter bear witness to this.

3.3.3 Wet salted cod versus clipfish?

In many ways, the Norwegian wet salted cod industry is divided into two parts. The industry that mainly exports wet salted cod is strongest in Northern Norway. Most of the production here is based on fresh raw materials. There are around 50 companies here that produce large volumes of wet salted cod, of which 15 produce more than 500 tonnes per annum. In 2008, this industry produced around 27,000 tonnes of wet salted cod, of which around 20,000 was exported directly, while between 5000 and 7000 tonnes was dried as clipfish, mainly in Sunnmøre.

In Møre og Romsdal, there are slightly more than 30 companies producing large volumes of wet salted fish or clipfish of cod. A large part of the cod this industry produces is based on frozen raw materials, with around 15–20 % of production in the south in recent years being based on imported Pacific cod (*gadus macrocephalus*). Last year these companies exported about 27,500 tonnes of clipfish, 5000 tonnes of wet salted cod and 1300 tonnes of wetsalted fillet of cod.

The North Norwegian companies are extremely reliant on Portugal as a market for its wet salted fish of cod. A natural question is whether they have become too reliant on this one market. Seen from the outside, this industry has gambled everything on one card, which can be risky. Several Icelandic actors pointed out this and believed also that in contrast to the development in Iceland, too little had occurred in the Norwegian wet salted fish industry over the past decade. This relates in particular to development of a broader product range and use of new production methods.



Figur 8 Export of wetsalted cod to Portugal in the period January - June

On the other hand, they knew that Icelandic companies now buy Norwegian wet salted cod for their production and distribution in Spain, and that development is also occurring in Norwegian companies. The wet salted cod that is sold to Portugal is bought by companies that dry it as clipfish. Many of these also thaw out and salt fish from frozen raw materials in their own production. In a situation with a large amount of frozen raw materials on the market, these Portuguese companies will always need to assess whether to buy wet salted cod to produce it themselves and utilise their own production capacity.

To a large extent, clipfish goes directly for consumption either to shops or the catering sector. The exception is clipfish that is soaked and preferably sold frozen. As such, much of the Norwegian wet salted cod goes through an extra link that also produces the same product even though this is from frozen raw material.

Much of the clipfish industry in Norway is geared towards production from its own frozen raw materials. The price of frozen raw materials is to a high degree set by the international market. The industry claims that during the winter they could buy both Norwegian and Russian raw materials at prices below the Norwegian minimum prices. The shipowners buy their own catches at minimum price, which ensures the crew payment in line with the minimum price. But in this way the catch is sold with a “loss” in the other hand to industry in Norway or abroad. However, the extent of this and what significance it has had on the competitive situation between clipfish produced from frozen raw materials and wet salted cod produced from fresh raw materials purchased at the minimum price remains unclear.

3.4 Different developments in different markets for wet salted cod in Europe

The first signals of slower sales and lower prices in the most important markets for Norwegian wet salted cod and clipfish of cod came back in 2008. In 2009 and in the aftermath of the financial crisis came the cod crisis.

The global economic downturn has effected virtually all markets, but they still offer various and different challenges. Likewise, the financial crisis in Iceland and the falling raw material prices in Norway have further impacted on this development. However, different actors have different descriptions of the situation. Below is a summary of some of the development trends and challenges for wet salted cod products of cod in the Spanish, Italian, Greek and Portuguese markets.

3.4.1 Big challenges in Spain

Spain has been hit hard by the financial crisis. In winter, the unemployed rate passed 25 % and many expect it to reach 25 % before it peaks. The economic decline has contributed to reduced buying power and a broad drop on seafood prices.

The large price increase of wet salted cod in recent years has contributed to a change of the product's position in the market. Wet salted cod is no longer poor man's food or everyday food. Historically wet salted cod was consumed at home, but now it is restaurant fare. The products are also undergoing change and today traditionally produced bacalao is just as popular as lightly salted fillet.

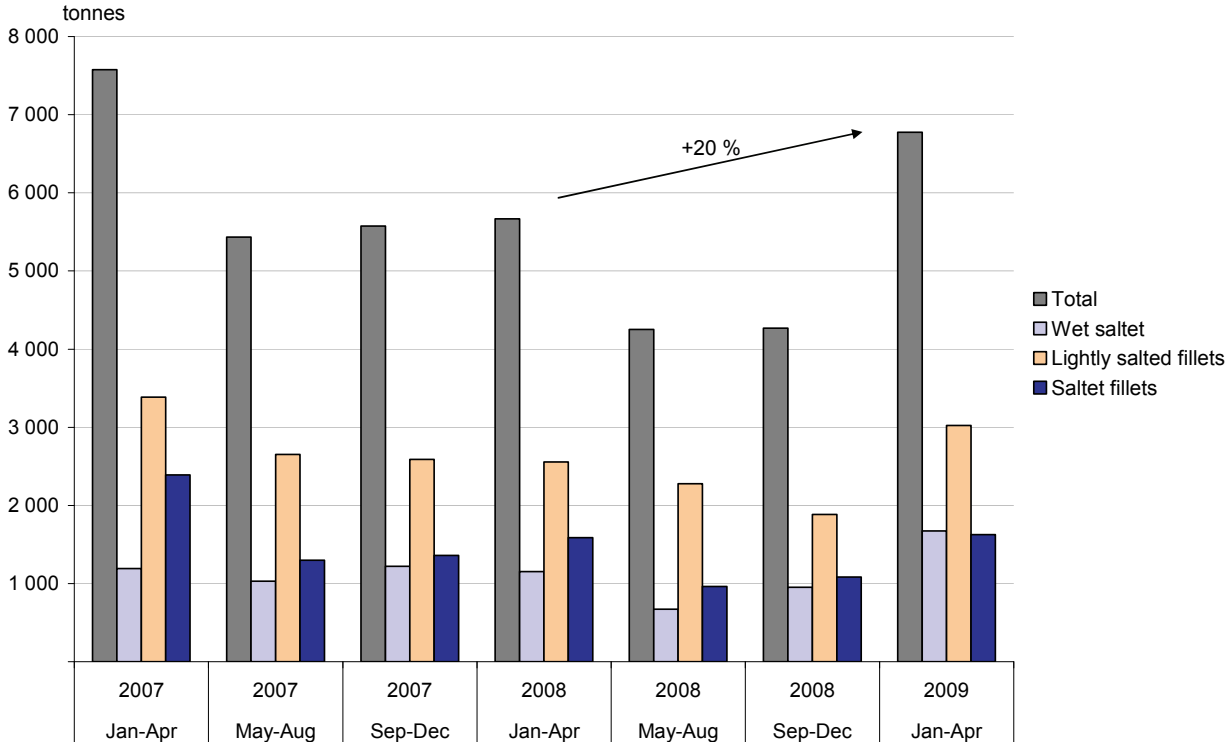
3.4.2 Increased Spanish imports from Iceland

Spain is the Icelandic fishing industry's most important market, measured in both value and volume. In 2008, Iceland exported more than 14,000 tonnes of cod to Spain in the form of traditional salted fish, wet salted fillet and lightly salted fillet. The situation in the Spanish market is perceived differently by different Icelandic actors. While some in March reported slow sales and a virtual stop in exports, others reported that sales were going well, but that prices were extremely low. There was still general concern about the developments in Spain. Icelandic export statistics for the first four-month period of this year show that the volume to Spain did not fall as several actors feared. Exports actually increased by 20 % compared to the same period in 2008.

From early 2008 to April 2009, the export price for traditional Icelandic wet salted cod fell from around € 6 per kilo to just over € 4. The price of wet salted fillet also fell by around 25 %

from December to April. The export price for lightly salted fillet ended at € 3.5 in April after falling 30 % since November. It is easy to understand the pessimism among actors in the industry can be attributed to the major price fall. The price for lightly salted fillet, which is the main product, fell particularly strongly. The fact that major players in Iceland have chosen or felt forced to drop prices so sharply has increased demand and given Icelandic cod larger marketing channels. However, it is still too early to say to what extent these price reductions have contributed to increasing consumption of cod in the Spanish market.

The volume of wet salted cod going from Iceland to Spain in the first quarter must be viewed in relation to both the changes in Icelandic cod quotas in January and the export volume in 2008. Given the increased quotas, it is natural the Icelandic producers have also tried to increase exports to Spain. Exports in the autumn of 2008 were also worse than expected. Based on the quotas which were set at 130,000 tonnes, third quarter deliveries of 5-6000 tonnes were expected. The autumn in Iceland was everything but normal and with an increasing level of uncertainty in the Spanish market, exports ended just above 4000 tonnes.



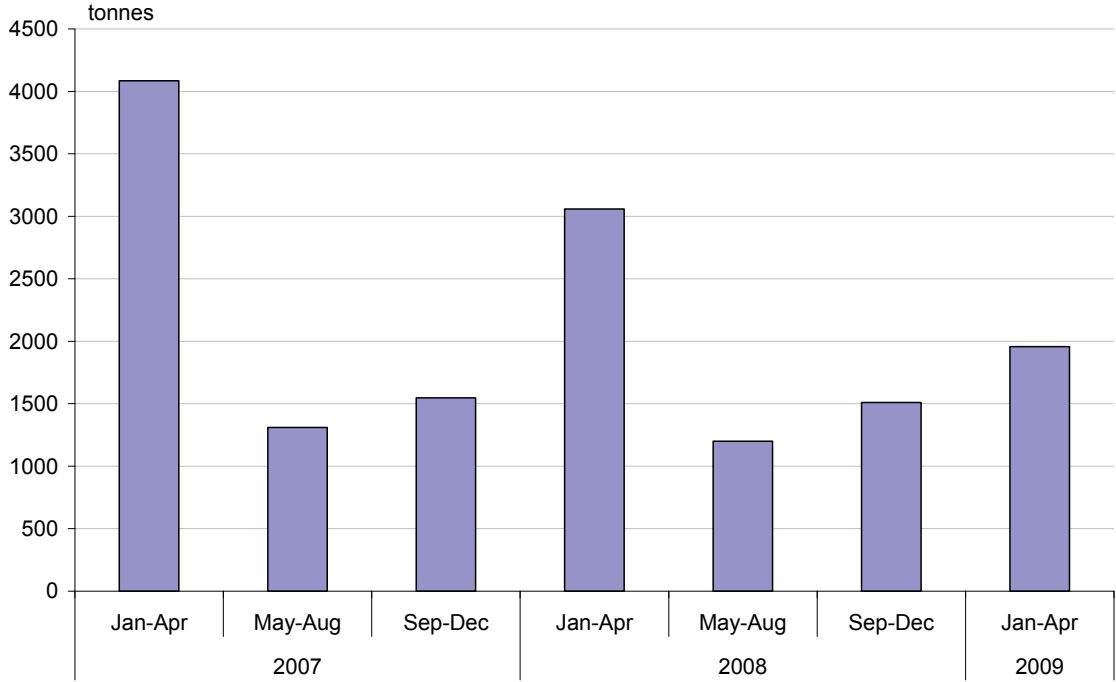
Figur 9 Icelandic export of wet salted cod to Spain

Several of the companies we interviewed have solid positions in the Spanish market and, seen from a general perspective, Icelandic wet salted cod has a better reputation in Spain than Norwegian wet salted cod. However, some Icelandic exporters still buy Norwegian wet salted cod to on sell and gave the impression that the quality of Norwegian products does not necessarily lag behind the Icelandic level. Close collaboration with the Norwegian suppliers has played a part in altering their production and packing methods to meet the importers' requirements.

3.4.3 Norwegian exports to Spain going more slowly

Norwegian actors are experiencing that the export of wet salted fillet and traditional salted cod to Spain has dropped by 70 % and 20 % respectively. At the same time, prices for wet

salted fillet have dropped by 21 % to just under € 8.7, while wet salted cod has dropped by 25 % to € 3.9 in April 2009. Despite the drop in both volume and price, it is worth noting that Norwegian exports to Spain this year are higher than to Portugal, and also fetching a better price. Spain is the largest importer of seafood in Europe, and the success with the export of Norwegian salmon is being taken notice of by the importers of wet salted cod, who are also struggling at this time. One of the largest importers of salted fish in Spain referred to the fact that Norway advertises hard for Norwegian salmon and is calling for a similar effort with wet salted cod. His point was that a small effort on the marketing side could give Norwegian wet salted cod increased ground in Spain, where limited funds are currently used on generic marketing.



Figur 10 Norwegian export to Spain of wetsaltet cod, dried saltet cod (clipfish) and wet salted filets of cod

3.4.4 Italy buys more Norwegian cod

Italy is another important Icelandic market. However, much of the export volume goes via the Netherlands, which makes it different to follow the flow of goods. The export of Icelandic wet salted cod to Italy dropped in 2008, mainly because sales weakened during the autumn. The volume of wet salted fillet maintained its position somewhat better. In 2009, Icelandic actors report light sales, but despite this exports look like exceeding first quarter exports last year. Icelandic actors with factories in Denmark and Germany are also major suppliers of wet salted fillet of Pacific cod to Italy, and this accounts for two-thirds of the wet salted fillet consumption. This volume appears to have dropped by 20 % in 2008. Prices for Pacific cod as a raw material are now higher than for Atlantic cod, which can provide an explanation for changes in imports. Norwegian exports of traditional salted cod, clipfish and wet salted fillet to Italy have increased in the first months of this year, but are up from a small volume. The majority of exports generally occur in the second half of the year. The price of Norwegian exports has also dropped by around 20–30 %.

3.4.5 Greece – a small market for wet salted cod with high consumption once a year

Greece is one of the markets where Norwegian wet salted cod dominates the volume. Icelandic exports to Greece have dropped, while Norwegian exports are stable. Prices here have also fallen by 20–30 %, and the Icelanders are still being paid significantly better than their Norwegian competitors. Interviews carried out in Greece show that some practical problems, such as inaccurate size sorting, may be the reason Greeks pay more for Icelandic cod. “All” Greeks eat wet salted cod on March 25, the Annunciation, on which the traditional dish is wet salted cod fritters and garlic mashed potatoes. Preparation of this dish requires accurate size sorting and size sorting inaccuracies creates problems. Better knowledge about the Greek market and a better ability to adapt could generate more satisfied customers and possibly higher prices.

3.5 More difficult in Portugal, but some bright points

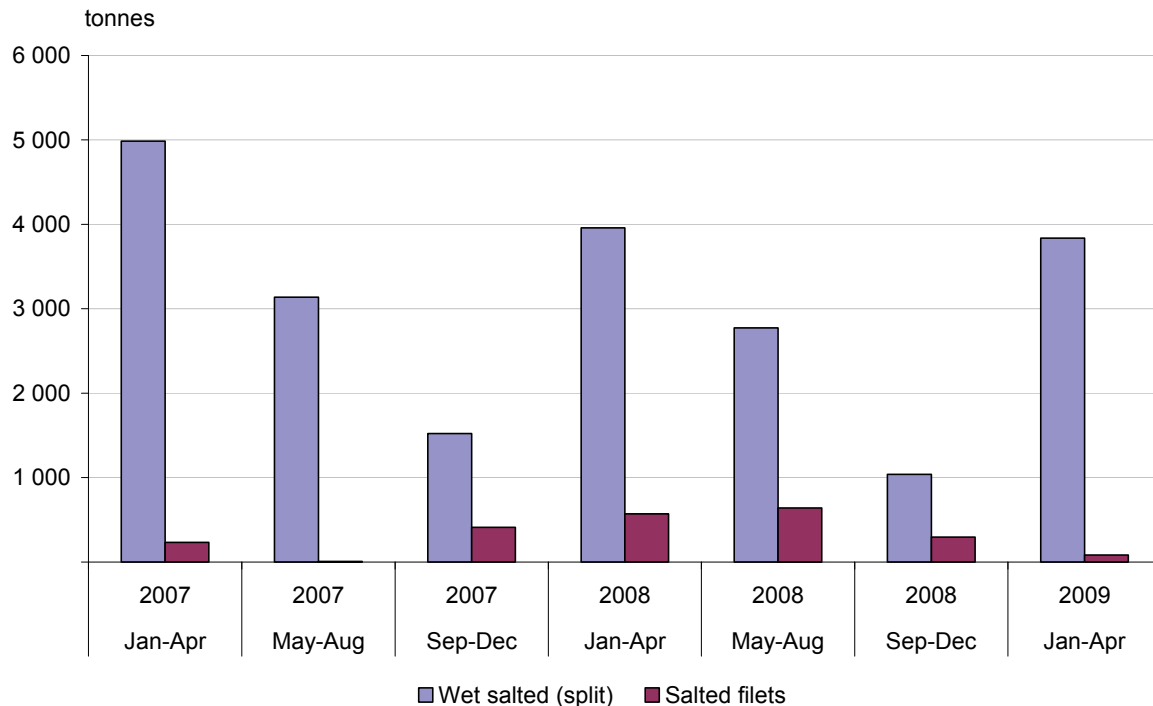
Cliffish of cod has a unique position in Portugal where the product is an important part of the country’s culture and identity. However, Portugal is a poor EU country and cliffish has become a relatively expensive product. Nevertheless, Portuguese eat cliffish for lunch or dinner once a week. The Portuguese economy has long had hard times. Even before the financial crisis set in, the unemployment level in parts of the country was 12–15 %. It is envisaged that the economy will fall less in Portugal than in many other countries as a result of the economic downturn.

The price of cliffish in Portugal has fallen sharply. In the supermarkets, the prices has fallen 20 to 30 % from January to June. The consumers are now lured to the supermarkets with cliffish of Atlantic cod of the sizes corrente og crescido at prices well below € 5. The positive factor is that the price fall appears to have stimulated demand. The Norwegian Seafood Export Council (NSEC) believes consumption at home has increased.

But at the same time the hotel and restaurant sector in Portugal is suffering from the economic downturn. According to Associação da Hotelaria, Restauração e Similares de Portugal (AHRESP), the turnover fell by 20-30 % in the first three months of 2009, and many of the most expensive restaurants have seen their turnover fall by around 50 %. Likewise, it would come as no surprise if sales of cliffish to this sector have dropped significantly.

3.5.1 Increased Icelandic attention around Portugal, but somewhat less exports

Several Icelandic actors believed they would channel a larger proportion of their wet salted cod to Portugal, which is probably attributed to the fact that sales in Spain are going slowly. However, the export figures show that exports to Portugal in the first four months of this year were less than for the past two years. However, a condition that can make Portugal a less attractive market for Icelandic actors is that prices there have fallen more than prices in Spain. The Icelandic prices for wet salted cod to Portugal fell by 25 % from January to April this year, and are now nearly 40 % lower than they were a year ago.



Figur 11 Icelandic export to Portugal of wet salted cod

3.5.2 Norwegian wet salted cod unwanted?

Traditionally, larger volumes of wet salted cod go from Norway to Portugal in the first five months of the year, but this volume has fallen dramatically this year. The exports in the period from January to June fell from over 14,000 tonnes last year to just 3,800 tonnes this year, which equates to a fall of nearly 75 %. As with Icelandic wet salted cod, the price of Norwegian wet salted cod has also fallen. In June, the price was below € 3.5 per kilo, a fall of around 40 %. On the other hand, Norwegian exports of clipfish of cod to Portugal remain up. The volume increased by around 25 % for the first six months of this year, but at the same time the price of clipfish fell by nearly 40 %.

3.5.3 The Portuguese market undergoing change

Several actors believe that the Norwegian and Icelandic exporters now meet a significantly stronger group of buyers in Portugal than previously. In Portugal four to five large importers dominate the market, the two largest importers being Riberlves, which sells around 16,000 tonnes of clipfish per annum and Rui Costa e Sousa & Irmão, which sells in the vicinity of 20,000 tonnes per annum. These companies also produce clipfish from frozen raw materials, where price determines where they buy the raw materials.

With falling prices on the raw materials market, many actors have chosen not to buy in fear of further price falls. Several of the Portuguese companies are also experiencing a tight economic situation after several years of poor results. Likewise, nervous banks and insurance companies have contributed to companies not having the economic possibility, ability or willingness to retain large inventories.

In this way, the inventories are being pushed upstream in the supply chain. There are normally considerable quantities of wet salted cod in warehouses in Portugal. These

warehouses probably have smaller inventories than normal and this can probably explain some of the problems in the Norwegian industry for wet salted cod.

3.5.4 Are cheap frozen raw materials the scapegoat?

Several actors have been concerned that the exports of wet salted cod from Norway have suffered as a result of more clipfish being produced from frozen raw materials in Portugal, by the Portuguese companies themselves. The figures indicate that this volume has not increased to date. But, the proportion produced in Portugal from frozen raw materials is probably increasing at the expense of clipfish produced from imported wet salted cod.

Tabell 2 EU import of frozen cod (metric tonnes)

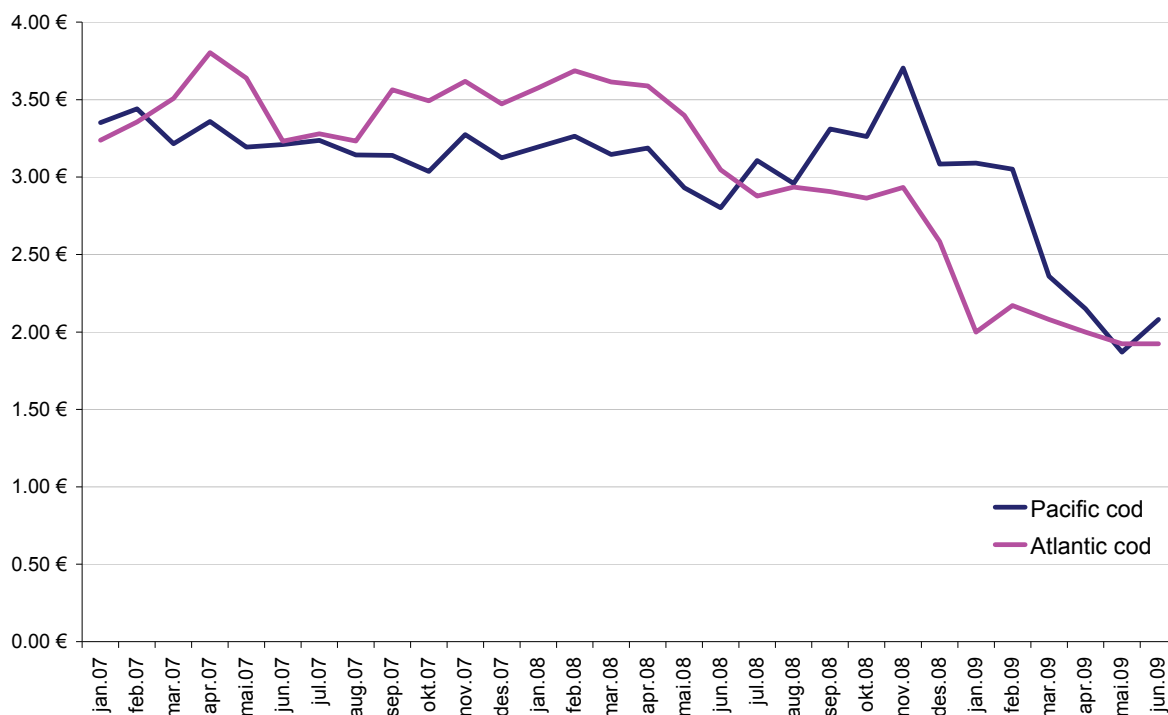
| | | Pacific cod | Atlantic cod | Total |
|------|---------|-------------|--------------|--------|
| 2007 | Jan-Mar | 6 600 | 17 500 | 41 500 |
| | Apr-Jun | 10 500 | 6 900 | |
| 2008 | Jan-Mar | 5 200 | 10 900 | 41 800 |
| | Apr-Jun | 15 400 | 10 300 | |
| 2009 | Jan-Mar | 5 100 | 13 100 | 38 900 |
| | Apr-Jun | 5 300 | 15 400 | |

The import of frozen cod to the EU and Portugal changed little from 2007 to 2008. An analysis of the import figures to the EU in general and Portugal in particular shows there is little to suggest that more frozen cod is going to Portugal this year than in previous years, neither from Russia nor other countries. The volume of Atlantic cod has increased this year, but the import of Pacific cod has fallen more. Pricewise, there is now no difference between Norwegian and Russian cod going to the EU, which shows that frozen cod has become a global trading commodity.

Even if the volume of frozen cod has not increased, the prices of frozen cod, now below € 2, has made it hard for Norwegian producers of wet salted cod to compete, as they bought much of the cod they produced to wet salted cod to prices well above € 2.

3.5.5 Pacific cod – from cheaper to more expensive competitor?

Pacific cod is an alternative for consumers buying clipfish. Clipfish of Pacific cod has long been a cheaper alternative to Norwegian and Icelandic wet salted cod and clipfish, but it has so far not achieved the same position among consumers. But there are examples in the European market where it has taken over as the market leader. It is difficult to distinguish between the two when it comes to appearance or taste. Consequently, it is right to be concerned that Pacific cod will seize market channels in Portugal.



Figur 12 Price of frozen cod imported to EU

Right up until June 2008, the import price to the EU for frozen Atlantic cod was higher than for frozen Pacific cod. The price drop for Atlantic cod in January led to Pacific cod fetching nearly € 1 per kilo more. This has also forced the prices down for Pacific cod.

The fact that the price of Atlantic cod is now below the price for Pacific cod can make it more attractive for producers that until now have used Pacific cod in their clipfish production to choose another raw material. That can ease the situation in the market for frozen Atlantic cod. However, such an alteration is likely to have less significance for Norwegian producers of wet salted cod in the short-term.

Finanskrise på Island.

Mulige konsekvenser for norsk saltfisknæring?

Hva gjør vi?

- Intervjuer med islandske og norske produsenter og eksportører
- Tilfang fra andre prosjekter der importører i Spania og Hellas er intervjuet

Island - en nasjon i krise

- Ett nasjonalt traume
- De fleste rammes av kraftig reduksjon i reallønn
- Bygg- og anleggssektor, servicenæringene, kommuner og statens økonomi i krise
- Eksportindustrien "reddet" av svakere krone

Krise? Hvilken av de?

- Sterk devaluering av islandske kroner
- Islandsk banknæring i "bero". Liten tilgang til kreditt.
- Historisk internasjonal konjunkturedgang
- Stor uro i torsk- og saltfiskmarkedene

Hardere rammet, men bedre stilt?

- Svakere islandsk krone: søt kløe og sur svie på en gang
- Sterkt belånte og liten egenkapital – bedriften eller bankens problem?
- Tidenes fest bak seg?
- Stor tilpasningsevne og –mulighet

Ett steg foran strukturelt?

- Betydelig strukturering av flåte og industri
- "Alle" industriaktørene eier også kvoter og fiskebåter
- Bearbeiding en viktig del av strategien
- Mer fleksibelt prissystem

Ett steg foran i markedene?

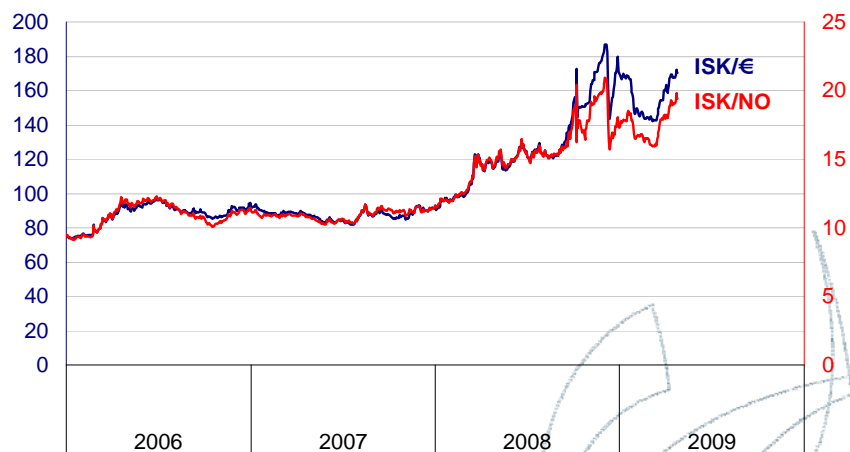
- Prisledende på saltfisk
- Sterkt fokus på kvalitet
- Tilpasset produksjon og produkter til importører, detaljister og konsumenters ønske

Bjørn Inge Bendiksen og Bjørg Helen Nøstvold 07.05.2009

7



Islandsk krone halvert i verdi



Bjørn Inge Bendiksen og Bjørg Helen Nøstvold 07.05.2009

8



Må drive business uten bank

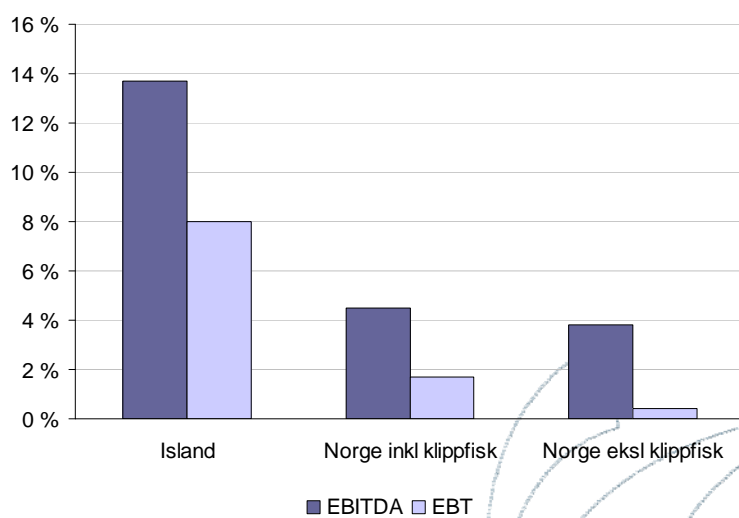
- Beholder gammel kreditt i banken sin men får ikke nye lån
 - ”Vi har ingen banker lengre...”
- Ikke ønsket som kunder i utenlandske banker
 - ”Gå til en utenlandsk bank? Nei, der blir vi skutt i døra!”
- Kredittforsikring?
 - Vanskelig for norske aktører, umulig for islandske

Bjørn Inge Bendiksen og Bjørg Helen Næstved 07.05.2009

9



Lønnsomhet i 2006-2007



Bjørn Inge Bendiksen og Bjørg Helen Næstved 07.05.2009

10



Hva gikk galt?

- Unison enighet om at torsken ble for dyr
- Redusert konsum og kredittproblemer hos kunder
- Det spanske markedet hardest rammet
- Ingen vil ta risiko i et fallende marked

Islandske markeder

Spania, Italia og Hellas

- Sterk nedgang i pris til eksportør
- Spania hardest rammet, men Island eksporterer mer
- "Helt stopp" for lettsaltet filet??
- Italia "- skal kjøpe snart"
- Hellas relativt normalt før påske
- For liten nedgang i pris i supermarkedene

Større trykk på Portugal

- Island større enn Norge på saltfisk
- Veldig sterk importørgruppe
- Økt konkurranse fra lokalt produsert fisk fra russisk råstoff?
- Pris i supermarkeder ned med 2-2,5 Euro
- Konsumet øker
- Mindre klippfisk av stillehavstorsk og alaska polloe?

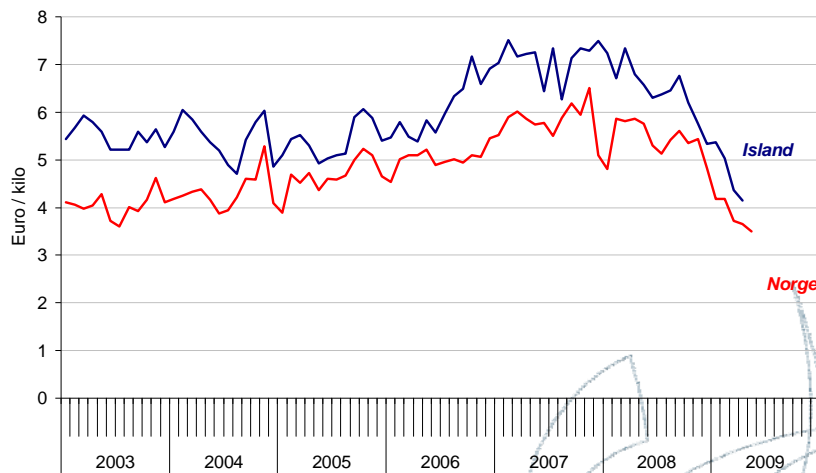
Hvem får selge?

- Gode relasjoner til kundene
- Kontrakter

”Vi ønsker ikke at dere skal senke prisene, prøv å holde de stabile”

Portugisisk importør

Saltfiskpriser til Portugal



Bjorn Inge Bendiksen og Bjorg Helen Nostvold 07.05.2009

15

Nofima

Strategi nå?

- Stort trykk på å få mest mulig torsk opp av sjøen og ut i markedet før torsken fra Norge kommer
- Bygge minst mulig lager
- Utnytte fleksibiliteten i produksjonen mest mulig

Bjorn Inge Bendiksen og Bjorg Helen Nostvold 07.05.2009

16

Nofima

Konsekvenser for norske aktører?

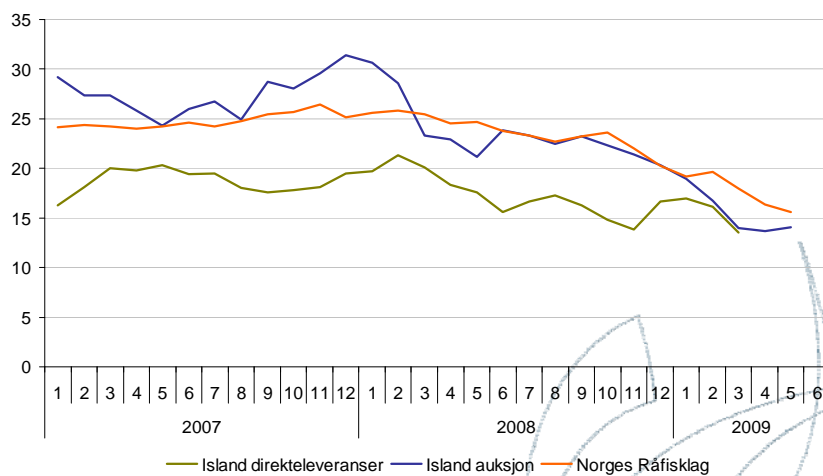
- Mindre fisk på lager på Island enn normalt
- Mer islandsk saltfisk til Portugal
- Mer fersk iset til Storbritannia og fersk filet til Frankrike
- Fullt trykk fra september?

Bjørn Inge Bendiksen og Bjørg Helen Nøstvold 07.05.2009

17



Råstoffpris på torsk



Bjørn Inge Bendiksen og Bjørg Helen Nøstvold 07.05.2009

18





ISBN 978-82-7251-702-0 (trykt)
ISBN 978-82-7251-703-7 (pdf)
ISSN 1890-579X