

Nofima Marked

Presentasjon Rekemøte
Tromsø 7 juni 2010





Norsk institutt for akvakultur-, fiskeri- og matforskning

Etablert 1. januar 2008

Et næringsrettet
forskningsselskap med ca
470 ansatte
460 mill i omsetning

Forretningsområder:

- Marin
- Mat
- Ingrediens
- Marked



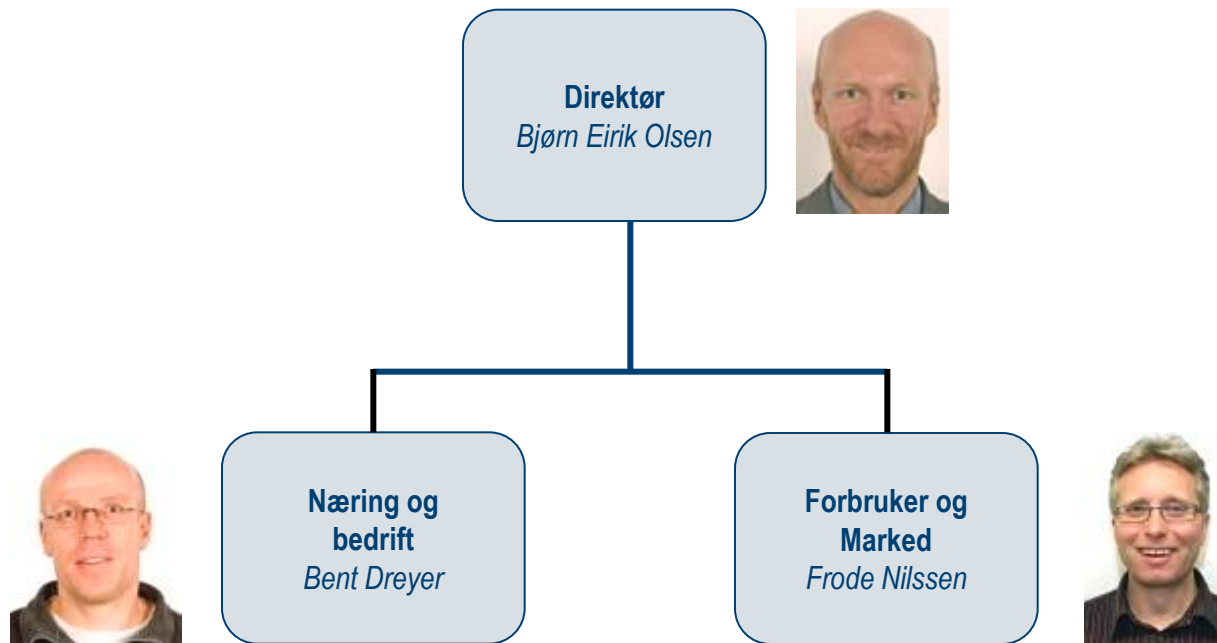
Fiskeriforskning



NORCONSERV
Seafood Processing Research

MATFORSK
AKVAFORSK

Nofima Marked – Ledelse



Tre personer med til sammen 100 års bakgrunn fra norsk fiskerinæring; fiske, oppdrett, foredling, internasjonal markedsføring, ledelse, forvaltning, forskning og utdanning

De to forskningsgruppene jobber med seks temaområder:



Foretaksøkonomi- og lønnsomhetsundersøkelser

Mål:

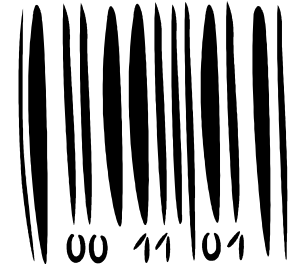
- Utvikle kunnskap om struktur og lønnsomhetsforhold i fiskerinæringen

Kompetanse:

- Bedriftsøkonomi, næringsøkonomi og foretaksstrategi
- Unik database med regnskaps- og produksjonsdata på bedriftsnivå fra 1977
- Unik database som kobler fangststatistikk fra flåte og lønnsomhetstall fra landindustri
- Effekt av handelshindringer på konkurransekraft

Store prosjekt:

- Årlige lønnsomhetsanalyser i fiskeindustrien (FKD)
- Evaluering av hvordan virkemiddelbruk påvirker lønnsomhet (FKD/FHF/ulike bransjeorganisasjoner)
- Suksesskriterier i fiskerinæringen (NFR/FHF)
- Konkurrentanalyser (FHF/Ulike bransjeorganisasjoner)
- Strategivalg og lønnsomhet (NFR/FHF)
- Konkurrentanalyse av norsk og islandsk saltfisknæring
- Følgeprosjekt hvitfisk-/saltfiskkrise (FKD)
- iKYST – Integrated coastal area management - Working out a framework for coastal development (NFR/FHF)



Sporbarhet

Mål:

- Utvikle kunnskap om hvordan informasjonsutvekslingen kan gjennomføres og effektiviseres for ulike matvarekjeder

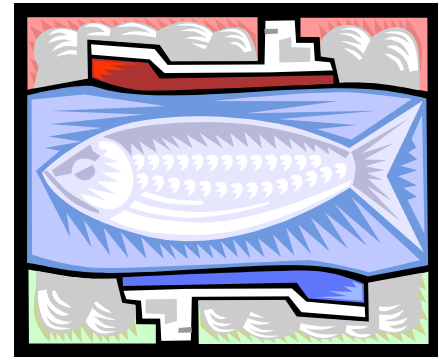
Kompetanse:

- Sporbarhetskompentanse, standardiseringskompetanse, IT-kompetanse.
- Utvikling og testing av systemer for å forbedre informasjonsutveksling mellom bedrifter i verdikjeder
- Standardisering av informasjon som skal utveksles
- Studier og identifisering av informasjonstap for produksjon av ulike matvarer
- Anbefaling av hvordan informasjonstap kan unngås
- Analyse av status på sporing av matvarer
- Analyse av kostnader og nytte ved innføring av sporbarhet

Store prosjekter:

- SeaFoodPlus (EU)
- TRACE (EU)
- TraceFish (EU)
- eSporing (LMD/FKD/HOD)
- ISO TC 234 Traceability of fishery products (International standardiseringsarbeid som ledes av Nofima)
- Isostandarder for sporbarhet (FHF)
- Sporbarhet I tørrfisknæringen (FHF)

Markedsbasert høsting



Mål:

- Utvikle kunnskap om hvordan ville fiskeressurser bør høstes for å øke markedsverdien

Kompetanse:

- Bedriftsøkonomi, næringsøkonomi, ressursøkonomi, foretaksstrategi og markedskunnskap
- Kunnskap om sammenhengen mellom fangstreguleringer og lønnsomhet

Store prosjekter:

- Markedsbasert høsting av fiskeressurser (FHF)
- Adding value to sustainable fisheries (NFR)
- Vertikal organisering av matvareproduksjon (NFR)
- Evaluering av distriktskvoteordningen, leveringsplikten, kvotepremiering og bifangstordningen (FKD)
- Driftsøkonomi i levendefangst (FHF/FKD)
- Kompetansesenter for fangstbasert havbruk (FKD)
- Lineprogram (NORA, FHF)



Markeds- og forbrukerforskning

Mål:

- Utvikle kunnskap om:
 - Forbrukeres kjøpsadferd, holdninger, preferanser og vaner
 - Industriell kjøpsadferd, dynamikk og struktur i markedskanaler
 - Markeder og markedsutvikling - konkurransekraft i etablerte og nye markeder

Kompetanse om:

- Etske og miljømessige utfordringer ved matproduksjon
- Kundens bruk av – og tillit til – informasjon i form av promosjon, merker og fellesmerker
- Sammenheng mellom situasjonsbestemte forhold og omgivelsesfaktorer og kundenes adferd og opplevelse av produktet
- Makt og innflytelse i beslutningsprosesser

Store prosjekter:

- Utviklingen av Russland som marked, råvareleverandør og konkurrent (FKD/UD)
- Consumers in changing environments - the case of Russia (NFR/FHF)
- Quality labelling and consumer responses in the Norwegian food sector (NFR)
- Food Consumption – Changing preferences or stable habits
- Etterspørselsforhold knyttet til bærekraft og miljø (FHF)
- Oppdrettstorsk – Dagens marked og premisser for framtidig markedsutvikling og strategiske muligheter (IN)
- Ledelse av kvalitetsforum (FKD)
- Innføring av merking med fangst og slaktedato – Hvordan vil norske forbrukere reagere? (FHF)
- Nye markeder for pelagisk fisk (FHF)
- Forbrukeroppfatninger av kvalitet på fersk fisk (FHF)
- Merking av klippfisk i det brasilianske markedet (FHF)
- Hva skjer i de store markedene for hvitfisk (FHF)
- Verdikjedeokumentasjon fersk filet (FHF)

Markedsbasert produktutvikling



Mål:

- Bidra med kunnskap som grunnlag for innovasjon og produktforbedring i norsk sjømatindustri

Kompetanse:

- Produktutvikling i skjæringspunktet mellom produkt og forbruker
- Hvilke produkter markedet etterspør
- Hvordan konsumentene evaluerer tilgjengelige produkter: Forbrukertester og evaluering av produktkonsepter
- Fiskeråstoffets egnethet i ulike prosesser og produkter: Sammenheng mellom produktegenskaper og hvordan råstoff/prosess kan tilpasses for å optimalisere disse egenskapene overfor kundenes ønsker og behov
- Barrierer og suksesskriterier for produktutvikling
- Markedsorientering

Store prosjekter:

- Market-Based Product Differentiation in the Seafood Industry (SIP - NFR)
- Market-based value adding and differentiation of salmon (NFR/Marine Harvest)
- Nye trender i det brasilianske markedet for klippfisk (FHF/FHL)
- Veileder for valg og behandling av råstoff til prepakket fersk fisk (FHF/FHL)
- Saltfisk i det greske og italienske markedet: status, substitutter og mulige konkurrenter (FHF/FHL)
- Markedsbasert produktutvikling – oppdrettstorsk (Cod-link)
- Restauranttesting av reinkalvkjøtt (Reindriftnæringen)
- Sjømatnæringen: Produktdifferensiering og konkurransefortrinn (FHF)
- Britiske forbrukeres oppfatning av fersk og tint torsk (FHF)
- Objektive målinger av kvalitetsforskjeller på fersk og tint filet fra torsk (FHF)

Markeds- og konkurransestrategi

Dette forskningsområdet trekker på kompetanse fra markeds- og forbrukerforskning, foretaksøkonomi og lønnsomhet, m.m.



Mål:

- Bidra med kunnskap om hvordan bedrifter og bransjer kan styrke sin konkurranseposisjon og lønnsomhet gjennom strategiske valg

Kompetanse

- Bransjestrukturer
- Marin sektors forutsetninger og konkurransefortrinn
- Muligheter og utfordringer på konkurransearenaen for marin sektor
- Posisjonering gjennom differensiering og segmentering/nisjevalg
- Valg av markedskanaler (valg av markedsføringskanaler nasjonalt og internasjonalt)

Store prosjekter

- Market-based value adding and differentiation of salmon (NFR/Marine Harvest)
- Produktdifferensiering av klippfisk basert på sensorisk kvalitet (FHL/FHF)
- Lettsaltede produkter i det spanske markedet - konkurrent eller framtidig foretningssidé (FHL/FHF)
- Sammenheng mellom strategiske valg og lønnsomhet (NFR/FHF)
- Foresightprosjekter innen pelagisk og hvitfisk (EFF, NFR, Råfisklaget, Sparebanken NN)
- Nord-Norge 2040 – En scenarioanalyse for fire viktige næringer i nordområdene (Sparebanken NN)
- Evaluering av Marint verdiskapningsprogram sammen med Econ (Innovasjon Norge)
- Innovasjon og forretningsutvikling i norsk sjømatnæring (FKD)

Markedsbasert produktutvikling for reker

- Tar utgangspunkt i hva markedet synes/ønsker/vil ha
- Søker å finne posisjon til nye og eksisterende rekeprodukter
 - Hva vil markedet ha?
 - Hva tilbys til markedet/kjennetegner produktene?
 - Hvordan passer nye produkter inn i dette bildet?
 - Hvordan kan de forbedres?
 - Hvordan kan de nye rekeproduktene markedsføres, hva er det unike?



Undersøkelser for utvikling av nye rekeprodukter

- Identifisere markedsbehov
 - Analyse av kategori
 - Conjoint
 - Fokusgruppe
 - Laddering/
framkallingsteknikker, etc.
- Markedstester
 - Industrielle kunder (restaurant, grossist etc.)
 - Forbruker (hjemmetest, kantine, restaurant, etc.)
- Intervju/spørreskjema
 - Industrielle kunder
 - Forbrukere

