



Der tiltrængtes et blad som vil være en ærlig talsmann for smaafolks sak

Alfred Eriksen grunnlegger av Nordlys i 1902



**TORSK:** Det er økonomisk krise viktige torskemarkeder i EU. Næringen setter sin lit til Brasil, men norsk klippfisk møter knallhard konkurranse i det brasilianske markedet.

# Vekst krever produktutvikling

På den 3. side

Finn-Arne Egeness  
Forsker  
Nofima



Ingelinn Eskildsen Pley  
Forsknings-  
assistent  
Nofima



Portugal, Spania, Italia og Hellas er hardest rammet av de økonomiske problemene i EU og samtidig blant de viktigste markedene for konvensjonelle torskprodukt som saltfisk, klippfisk og tørrfisk.

Siden mer enn halvparten av torsk som landes i Norge går til produksjon av slike produkter, skaper den økonomiske krisen i Europa store utfordringer for dem som fisker, produserer og eksporterer torsk.

Brasil er det nest største markedet for klippfisk av torsk og det eneste av de store norske konsummarkedene for torsk som i dag opplever økonomisk vekst.

Norske torskbedrifter håper derfor at det brasilianske markedet skal ta unna store deler av den rekordhøye torsk kvoten neste år.

## Økt konkurranse

Hvorfor skal Brasil være redningen når Europa sliter? Den økonomiske utviklingen i Brasil har gitt millioner av brasilianere muligheten til å erstatte billige proteiner som ris og bønner med fisk og kjøtt og gjort markedet mer attraktivt for utenlandske matprodusenter.

Det er særlig synlig i supermarkedskjedene, som er den viktigste distribusjonskanalen for sjømat, hvor forbrukerne kan velge mellom stadig flere produktalternativer.

Etterspørselen etter klippfisk av torsk har økt i Brasil de siste årene. Norske bedrifter har i liten grad vært med på denne veksten, og taper markedsandeler til tross for svak økning i eksporten. Brasilianerne foretrekker norsk fisk til jul og påske, men velger stadig oftere andre alternativer utenom høytidene.

## Nye markedstrender

Fryst utvannet klippfisk av torsk er posisjonert som et bekvemmelig alternativ til tradisjonell klippfisk. I 2009 ble det solgt omtrent 750 tonn med slike produkter i Brasil. Salget økte til rundt 2.000 tonn i 2010.



**KONKURRANSE:** Norsk klippfisk møter stadig sterkere konkurranse fra fryste utvannede klippfiskprodukter i det brasilianske markedet. Norske bedrifter produserer i dag ikke slike produkter.

I 2011 kjøpte brasilianske forbrukere cirka 4.500 tonn fryst utvannet torsk. Det tilsvarer 10 % av det totale klippfiskmarkedet. Ser en utelukkende på kategorien klippfisk torsk, har fryste utvannede produkter tatt 20–25 % av markedet og står for store deler av markedsveksten. Hvorfor vokser produktkategorien så raskt?

**Bekvemmelighet er den viktigste forklaringen. Fryst utvannet fisk kan tilberedes rett etter tining. Forbruker behøver dermed ikke å planlegge måltidet flere dager på forhånd, noe som passer stadig travlere brasilianere utmerket.**

Forbrukerundersøkelser viser også at mange synes utvanningen er vanskelig. Utvannet fisk reduserer kompleksiteten i tilberedningen og forklarer den raske veksten. I Brasil inviterer man gjerne familie og venner på klippfisk og for smakens skyld er det ekstra viktig at klippfisk har riktig saltinnhold. Utvannet fisk øker sannsynligheten for et vellykket måltid.

## Høy pris

Fryst utvannet klippfisk av torsk er imidlertid dyrt i Brasil. I en super-

markedkjede i bydelen Ipanema i Rio de Janeiro koster fryst utvannet klippfiskloins NOK 195 per kilo. Til sammenligning kostet fullsaltet klippfiskloins NOK 150 per kilo.

Tar vi med at vekten på fullsaltet fisk øker med 30 % etter utvanning, får fullsaltet fisk en kilopris på NOK 115 etter utvanning. Den reelle prisforskjellen blir dermed NOK 80 per kilo.

Kategorien vokser til tross for den høye prisen. Det forteller at det er de rikeste som kjøper slike produkter, og at betalingsviljen er høyere enn for tradisjonell fullsaltet klippfisk.

## Norske strategier

De nye produktene er tilpasset forbrukernes ønsker, behov og preferanser. De passer inn i hverdagen til travle brasilianere og er enkle å tilberede. Hvordan skal norske bedrifter møte den økte konkurransen?

En strategi kan være å styrke posisjonen til norsk klippfisk som produktet for de spesielle anledningene, samtidig som en lærer forbrukerne hvordan de skal vanne ut klippfisk.

Bedre kunnskap om utvanning gjør prosessen enklere og øker sannsynligheten for at forbrukerne velger fullsaltet fisk oftere. Spørsmålet er om det er tilstrekkelig til å være med på markedsveksten?

**Siden fryste utvannede produkter vokser og oppnår gode priser, må norske aktører vurdere om de kan tjene penger på å produsere slike produkter, enten i Norge eller i Brasil.**

Produksjon i Norge vil kunne sikre større verdiskapning og flere arbeidsplasser. Produksjon i Brasil vil gi lokal tilstedeværelse som gjør at man raskere kan respondere på endringer i markedet. Siden brasilianerne er opptatt av å beskytte nasjonale interesser, vil det også redusere sannsynligheten for å møte handelsbarrierer.

## Markedskunnskap

Uavhengig av hvilken strategi norske bedrifter velger, er markedskunnskap en forutsetning for suksess.

Framveksten av fryst utvannet klippfisk viser at en produksjonsorientert strategi alene ikke er tilstrekkelig for å lykkes i det brasilianske markedet.

**Økt forbrukerkunnskap kan benyttes til å tilpasse strategier og produkter til endringer i markedet.**

■ Kronikken er basert på et forskningsprosjekt finansiert av Fiskeri- og havbruksnæringens forskningsfond (FHF), Nordea, Norges Sjømatråd og Norges Råfisklag.



Marit Rein er samtidig viktig vei. Foto: Terje Bendiksbj / NTB Scanpix

være forbundet med risiko å forgripe seg på barn og unge. Du kan faktisk havne på trykk, og hemmeligheten blir offentlig. Og i sin tur blir du straffet, om handlingen er straffbar.

Offentliggjøring av skattematene har vært kritisert og utskjelt som moderne gapestokk. Nå viser forskning at skatteunndragelsene er redusert, det har virket preventivt. Risikoen for å bli offentlig avslørt er for stor.

Når varslere tar ordet, kan det samme skje. Vi må takke varslere for motet, og vet at de vil vise vei. Og forhindre ulykker i fremtiden.



marit.rein@nordlys.no



Nordlys | PÅ MEDIEBRET

- Ferske nyheter fra nordlys.no
- Les e-avisa der du er
- Oppdatert værvarsel

Uavhengig av hvilken strategi norske bedrifter velger, er markedskunnskap en forutsetning for suksess.

Kronikkforslag sendes til: [kronikk@nordlys.no](mailto:kronikk@nordlys.no)

Krav til lengde: 5.000-5.200 tegn inkl. mellomrom. Legg ved portrettfoto.

Kronikkansvarlig: Terje Morken tlf. 77623585/ 90126067. E-post: [terje.morken@nordlys.no](mailto:terje.morken@nordlys.no)

Kaffe- og tespesialisten i Tromsø

Tlf. 77 68 22 54 [www.taras.no](http://www.taras.no)

**GAVEPAKKE** med julekaffe og nydelige trøfler fra Gudrun + kaffehefte **kr. 149,-**

Husk jule-te, Nisse-te og Julekaffe!

Markedsplassen Jekta Storsenter Nerstranda senter