

Differensiering av laks i Sør-Afrika

Finn-Arne Egeness, Morten Heide & Geir Sogn-Grundvåg





Nofima er et næringsrettet forskningsinstitutt som driver forskning og utvikling for akvakulturnæringen, fiskerinæringen og matindustrien.

Nofima har om lag 350 ansatte.

Hovedkontoret er i Tromsø, og forskningsvirksomheten foregår på fem ulike steder: Ås, Stavanger, Bergen, Sunndalsøra og Tromsø

Hovedkontor Tromsø:

Muninbakken 9–13
Postboks 6122 Langnes
NO-9291 Tromsø

Ås:

Osloveien 1
Postboks 210
NO-1431 ÅS

Stavanger:

Måltidets hus, Richard Johnsen gate 4
Postboks 8034
NO-4068 Stavanger

Bergen:

Kjerreidviken 16
Postboks 1425 Oasen
NO-5828 Bergen

Sunnalsøra:

Sjølseng
NO-6600 Sunndalsøra

Felles kontaktinformasjon:

Tlf: 02140

E-post: post@nofima.no

Internett: www.nofima.no

Foretaksnr.:

NO 989 278 835

Rapport

	ISBN: 978-82-8296-293-3 (trykt) ISBN: 978-82-8296-294-0 (pdf) ISSN 1890-579X
<i>Tittel:</i> Differensiering av laks i Sør-Afrika	<i>Rapportnr.:</i> 21/2015
	<i>Tilgjengelighet:</i> Åpen
<i>Forfatter(e)/Prosjektleder:</i> Finn-Arne Egeness, Morten Heide & Geir Sogn-Grundvåg	<i>Dato:</i> 8. april 2015
<i>Avdeling:</i> Forbruker og marked	<i>Ant. sider og vedlegg:</i> 41
<i>Oppdragsgiver:</i> Fiskeri- og havbruksnæringens forskningsfond (FHF)	<i>Oppdragsgivers ref.:</i> FHF#900964
<i>Stikkord:</i> Laks, Sør-Afrika, differensiering	<i>Prosjektnr.:</i> 10778

Denne rapporten fokuserer på hvordan og i hvilken grad laks presenteres i supermarkeder og restauranter i det sørafrikanske markedet. Sentrale spørsmål vi søker svar på er: hvordan forsøkes laks differensiert mot forbruker? Hvilke produkttegenskaper vektlegges? og hvilken posisjon har norsk laks i dette markedet? For å belyse disse forskningsspørsmålene har vi gjort egne observasjoner i markedet (mars og oktober 2014), inkludert fotografering av produkter, priser og butikkhyller i fire viktige supermarkedskjeder i Sør-Afrika. Denne metoden gir mulighet for å observere nøyaktig det samme som forbrukerne ser i butikk. Vi har også besøkt en rekke restauranter og vi har i tillegg gjennomført en skrivebordsstudie av 39 menyer fra sjømatrestauranter og høyt rangerte restauranter med andre typer kjøkken. Resultatene viser at laks har en sterk og tydelig posisjon både innen dagligvarehandel og restaurantsegmentet. Produktbredden for laks er stor og det utvikles kontinuerlig nye lakseprodukter. Videre har laks ofte gunstig hylleplassering i butikk, noe som indikerer at laks er et viktig produkt for supermarkedskjedene. Norsk opprinnelse er hyppig brukt både i butikk og restaurant i Cape Town. I Johannesburg fant vi kun skotsk opprinnelse i restaurantsegmentet, mens norsk opprinnelse dominerte i supermarked med unntak av en kjede (Pick n Pay). Våre observasjoner i restauranter viser at laks etterspurt og populært både i sjømatrestauranter og andre type kjøkken. I sushirestauranter/menyer har laks en dominerende rolle, men her finner vi i liten grad opprinnelsesmerking. Kunnskap om disse forholdene kan bidra til å gjøre norske lakseprodusenter og eksportører mer markedsorienterte. Slik detaljert markeds kunnskap kan også styrke posisjonen til de norske eksportørene i forhandlinger med importørleddet og dessuten bidra til at de oppleves som mer kompetente samarbeidspartnere.

English summary/recommendation:

This report focus on how – and to what extent – salmon is presented in grocery retailing and the restaurant segment in South Africa. Key research questions are; How is salmon differentiated to the consumer? What kinds of product attributes are emphasized? And, what is the position of Norwegian salmon in this market? To shed light on these questions we conducted personal observations in both supermarkets and restaurants. In addition, a desk study was conducted by examining menus from 39 different restaurants in Cape Town and Johannesburg. The main results are that salmon has a strong position both within the retail and restaurant segments. The range of products is substantial and shelf position is often favorable indicating that salmon is an important product for the retailers. Country of origin is frequently emphasized both in retail and restaurants, with Norwegian origin frequently used in Cape Town. In Johannesburg, Scottish origin is emphasized in restaurants and by one retailer (Pick n Pay). Salmon is seemingly very popular in both seafood restaurants and other types of restaurants. In sushi restaurants salmon is a dominating raw material.

Innhold

1	Innledning	1
2	Metodisk tilnærming	2
3	Butikkobservasjoner	3
3.1	Woolworths	3
3.1.1	Produkter og egenskaper	3
3.1.2	Priser.....	9
3.2	Checkers	11
3.2.1	Produkter og egenskaper	11
3.2.2	Priser.....	18
3.3	Pick n Pay.....	20
3.3.1	Produkter og egenskaper	20
3.3.2	Priser.....	26
3.4	Food Lovers Market.....	28
3.4.1	Produkter og egenskaper	28
3.4.2	Priser.....	30
3.5	Oppsummering/analyse av butikkobservasjoner.....	32
4	Restaurant	34
4.1	Menykartlegging.....	36
4.1.1	Restaurant, seafood, Cape Town.	36
4.1.2	Restaurant, seafood, Johannesburg.....	37
4.1.3	Top 10, Restaurant, Cape Town.	38
4.1.4	Top 10, Restaurant, Johannesburg.....	38
4.1.5	Oppsummering.....	39
5	Konklusjon	40
6	Litteratur	41

1 Innledning

Denne rapporten fokuserer på hvordan laks presenteres i supermarkeder og restauranter i det sørafrikanske markedet. Sentrale spørsmål vi søker svar på er hvordan laks forsøkes differensiert mot forbruker? Hvilke produktegenskaper vektlegges? og hvilken posisjon har norsk laks i dette markedet? Kunnskap om slike spørsmål kan bidra til å gjøre norske lakseprodusenter og eksportører mer markedsorienterte ved at de kan tilpasse sine produkter og aktiviteter mot sluttmarkedet. Detaljert markeds kunnskap vil også kunne styrke posisjonen til de norske eksportørene i forhandlinger med importleddet og dessuten bidra til at de blir mer kompetente samarbeidspartnere. Disse forholdene vil kunne styrke de norske aktørenes konkurranseposisjon i markedet.

Både restaurant- og supermarkeds kjeder konkurrerer om å tiltrekke seg forbrukere. De konkurrerer også delvis i ulike forbrukersegmenter. Som en konsekvens av denne konkurransen forsøker de å skille seg fra hverandre ved å tilby produkter til priser som i størst mulig grad «treffer» kundegruppene de ønsker å tiltrekke seg. Dette vises tydelig gjennom forskjeller i produktutvalg, kvalitet og pris mellom ulike kjedekonsepter, for eksempel en lav-pris kjede med fokus på lav pris og begrenset utvalg, versus en kjede med fokus på høy kvalitet og godt utvalg. Et annet eksempel er fremveksten av spesialiserte sushi restauranter som naturlig nok har en svært ulik meny fra en pizzarestaurant eller andre typer kjøkken.

De ulike supermarked- og restaurantkjedene driver med produktutvikling i den forstand at de forsøker å videreutvikle sine strategier eller konsepter/format noe som innebærer at nye produkter/retter introduseres mens andre fjernes. Dette er til en viss grad etterspørselsdrevet ved at produkter som ikke selger i tilstrekkelig volum fort forsvinner fra butikkhyller/menyer, men samtidig er det i stor grad kjedene (og verdikjedene de samarbeider med) som bestemmer hva som er tilgjengelig i butikkhyllene.

Rapporten er organisert på følgende måte: I neste kapittel redegjør vi kort for den metodiske tilnærmingen som er benyttet for å belyse forskningsspørsmålene vi stilte ovenfor. I kapittel 3 presenterer vi resultater knyttet til hvordan laks presenteres i supermarkeder. Disse resultatene er basert på et omfattende bildemateriale i tillegg til prisregistreringer. I kapittel 4 rapporterer vi resultater fra våre observasjoner i restaurantsegmentet og dessuten en skrivebords studie av menyer identifisert gjennom Tripadvisor. Til slutt diskuterer vi våre viktigste resultater.

2 Metodisk tilnærming

For å belyse våre forskningsspørsmål benytter vi oss av egne observasjoner i markedet, inkludert fotografering av produkter, priser og butikkhyller. Dette er en relativt lite benyttet metode innen markedsforskning, men den har noen viktige fordeler som vi utnytter her (Sogn-Grundvåg & Young, 2013). Den viktigste fordelen er at den gir mulighet for å observere nøyaktig det samme som forbrukere. Metoden bidrar også til å utfylle vår studie av verdikjeder og kjøpskriterier (Egeness *et al.*, 2015) og handelsstatistikk (Egeness & Heide, 2014) som også er en del av dette prosjektet.

En svakhet med metoden er at den kun gir et «snapshot» av hva som presenteres i butikk. Vi vet for eksempel at produktutvalget i supermarkeder er relativt dynamisk ved at nye produkter introduseres og andre fjernes fra hyllene kontinuerlig (Sogn-Grundvåg *et al.*, 2014). En del produkter har også sesongpreg – for eksempel røkelaks til jul – noe som innebærer at det kan være vanskelig å fange opp alle produkter som er innoft butikkhyllene i løpet av for eksempel ett år. Vi har imidlertid gjennomført butikkobservasjoner i mars og oktober 2014 gjennom to markedsbesøk, samt i juni og juli samme år ved hjelp av en innleid forsker (Associate professor Mafaniso Hara, University of Western Cape, Sør-Afrika). Vi har heller ikke besøkt alle kjedene i Sør-Afrika, men vi har besøkt en rekke utsalg i Cape Town og Johannesburg hos den viktigste kjeden for laks (Woolworths) i tillegg til tre andre kjeder (Checkers, Pick n Pay og Food Lovers Market). Vi mener derfor at vi har dannet oss et relativt godt bilde av hvordan laks presenteres i fire viktige supermarkedskjeder i det sørafrikanske markedet.

Ved besøk i butikk ble alle lakseprodukter fotografert. I tillegg ble også hele hyller og våtdisker fotografert for å gi et inntrykk av hylleplassering. Bildene ble så analysert ved å identifisere produkttegenskaper og kommunikasjon på pakningen.

I tillegg ble også en rekke restauranter med sushi og sashimi på menyen besøkt under de to markedsreisene. Matretter og menyer ble fotografert. Men for å fremskaffe et mer systematisk bilde av laksens posisjon i restaurantsegmentet har vi gjort en skrivebords studie av restaurantmenyer fra restauranter identifisert ved hjelp av nett-tjenesten Tripadvisor.

3 Butikkobservasjoner

Vi har som nevnt over gjennomført observasjoner i fire supermarkedskjeder. Disse varierer noe i utvalg av lakseprodukter og priser. I det følgende tar vi for oss observasjoner for hver enkelt kjede før vi til slutt i kapitlet oppsummer og sammenligner resultatene for de fire kjedene. Utvalget av sjømat inkludert laks i hver enkelt butikk har nær sammenheng med butikkens størrelse og ferskfiskdisker finnes bare i de største butikkene.

3.1 Woolworths

Woolworths er en sørafrikansk supermarkedskjede, modellert etter Marks & Spencer i Storbritannia (de har også et nært samarbeid med hverandre). Woolworths har over 400 butikker, inkludert franchise-butikker, og selger klær, mat, interiør, skjønnhetsprodukter og finansielle tjenester (i samarbeid med Absa Bank) under sitt eget merkenavn i Sør-Afrika, Afrika og Midtøsten. Woolworths selger hovedsakelig sine produkter til forbrukere med høy kjøpekraft, og regnes gjerne som den mest eksklusive supermarkedskjeden i Sør-Afrika. Matvaredelen av Woolworths, som står for 60 prosent av omsetningen målt i verdi, fokuserer på høy kvalitet, bekvemmelighet, innovasjon og bærekraft. Omlag 70 prosent av sjømaten selges fersk og laks utgjør 25 prosent av all sjømat solgt gjennom Woolworths butikker. I følge representantene for Woolworths som vi intervjuet (Egeness *et.al.*, 2015), har de 40–50 prosent markedsandel på laks innen dagligvare i Sør-Afrika. Woolworths har det største antallet lakseprodukter av matvarekjedene i Sør-Afrika, med over 20 ulike produkter på enkelte utsalgssteder. Woolworths selger laks i fiskedisk, kjøledisk og i delikatessedisk. Produktene er hel laks, filet og porsjoner, røkt laks, gravlaks, brett pakket sushi og value-added (fiskekaker, salater etc.).

3.1.1 Produkter og egenskaper

I Woolworths butikker med fiskedisk vektlegges det at den ferske laksen ikke har vært fryst, slik det er illustrert i Bilde 1. Vi ser likeledes at kjedene kommuniserer til forbruker at deres produkter har en kvalitet kunden kan stole på, slik det er vist i Bilde 2.



Bilde 1 To bilder fra samme fiskedisk.



Bilde 2 Kjølekabinett med diverse sjømatprodukter inkludert laks. Gunstig plassering på enden av hylle.



Bilde 3 Fiskedisk med både fisk på is og kjølte pakkede produkter. Legg merke til plakaten med fokus på bærekraft.



Bilde 4 Kjølehyller med bredt utvalg sjømatprodukter inkludert laks.



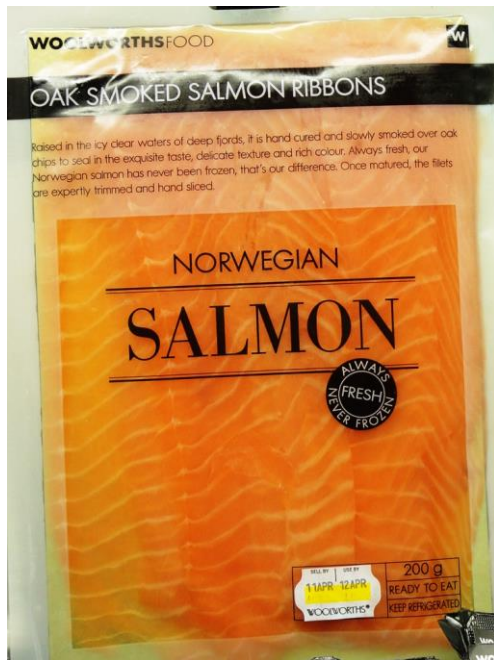
Bilde 5 Interessant produkt med ørret viser produktvikling.



Bilde 6 Videreforedlet produkt med spinat, feta og pasta hos en Woolworths butikk i Cape Town.



Bilde 7 Stort utvalg og gunstig hylleplassering for ulike lakseprodukter.



NUTRITIONALLY SPEAKING
Salmon is a delicious part of a balanced healthy diet. An important source of Omega 3 fatty acids. Oily fish is known to offer protection against heart disease. Nutritionists recommend eating 2 or 3 portions of fish every week and that you make at least one of them an oily fish, like salmon, trout or mackerel.

SERVING SUGGESTION
To ensure you enjoy the delicious flavour of our smoked salmon, remove it from the vacuum sealed pouch 2 hours before serving. Serve at room temperature for optimum flavour. Delicious with a squeeze of lemon, cracked black pepper and a handful of capers.

INGREDIENTS
Norwegian salmon (Salmo salar) Salt Sugar Oak smoke. Made with 11 g of raw fish per 100 g smoked fish.

ALLERGENS
Fish.

ALLERGENS
Although extra care has been taken to remove all bones, some small bones may remain.

FISHING FOR THE FUTURE
Support our journey toward sustainable seafood. To check the status of a species, SMS the species name to SASSI (The Southern African Sustainable Seafood Initiative) on the FishMS 079 499 8795.

HOME FREEZING
ONCE OPENED, REFRIGERATE & CONSUME WITHIN 2 DAYS.

PACKAGING INFORMATION

BAG	OTHER
BOARD	PAPER

TYPICAL NUTRITIONAL INFORMATION

Per 100g	Per 100g	Per 100g
Energy	772 kJ	234 kJ
Protein	24.1 g	7.2 g
Carbohydrate	2 g	1 g
of which total sugar	0 g	0 g
Total fat of which:	7.0 g	2.1 g
saturated fat	1.3 g	0.4 g
trans fat	0 g	0 g
monounsaturated fat	4.0 g	1.2 g
polyunsaturated fat	1.7 g	0.5 g
Omega 3	800 mg	240 mg
ALA	300 mg	90 mg
EPA	300 mg	90 mg
DPA	100 mg	30 mg
Dietary fibre*	30 mg	9 mg
Cholesterol	0 g	0 g
Dietary fibre*	0 g	0 g
Total sodium	1240 mg	372 mg

Information for ready to eat product: *ACAC 991.43

CONSUMER HELPLINE: 0860 022 002

www.woolworths.co.za
Specially produced for Woolworths (PTY) Ltd.
93 Longmarket Street, Cape Town, South Africa.
PRODUCED IN THE REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

BEE D
PAREV

W 201717423

Bilde 8 Oak Smoked Salmon Ribbons, Woolworths. Det dyreste lakseproduktet vi fant i Sør-Afrika (NOK 517/kg). Legg merke til at ferskhet er vektlagt med egen label (Always fresh, never frozen).



Bilde 9 Delikat produkt av norsk laks.



Bilde 10 Fersk laksefilet pakket i butikk.



Bilde 11 Brettpakket sushi.



Bilde 12 Eksempler på produktutvikling laks.

3.1.2 Priser

Tabell 1 viser observerte priser for ni ulike lakseprodukter i 12 butikker. Inspeksjon av tabellen viser at langt fra alle produktene er å finne i alle utvalgene. To av utvalgene hadde svært begrenset utvalg med kun ett og to produkter tilgjengelig. En annen relevant observasjon er at de samme produktene i stor grad har samme pris på tvers av utvalg. Fersk hel laks og fersk laksefilet selges for henholdsvis 250 ZAR/kg (= NOK 140) og ZAR 400/kg (= NOK 225). Det dyreste produktet er Oak Smoked Salmon Ribbons (se Bilde 8) som selges i 200 grams forpakninger for ZAR 920/kg (NOK 517/kg).

Tabell 1 Observerte lakseprodukter og priser i ulike Woolworths butikker i Cape Town CBD, 7-8 juni 2014. Kurs 9. juni: 1 NOK = 1.78 ZAR.

	Product form	Shop & Price (ZAR)											
		Tyger Valley	Durbanville	Century city	Waterfront	Cavendish	Kenilworth	Glengarry	Seapoint - Piazza	Seapoint - Fort road	Seapoint - spar mall	N1 City	Fountain, Rondebosch
Skin on de-boned (vacuum packed)	Fresh	385.99/Kg	159.99/500g	385.99/Kg	385.99/Kg	385.99/Kg	385.99/Kg	339.99/kg	385.99/Kg	385.99/Kg	385.99/Kg		
Fresh fillet (packed in tray or open display)	Fresh	399.99/Kg		399.99/Kg	399.99/Kg	399.99/Kg	399.99/Kg		399.99/Kg				
Oak smoked Salmon Ribbon (Ready to eat)	Smoked	91.99/100g	91.99/100g	91.99/100g	141.99/200g	91.99/100g	141.99/200g	91.99/100g	91.99/100g	141.99/200g	141.99/200g		91.99/100g
Gravlax with sweet mustard & dill source	Gravlax												
Honey roasted hot smoked (smoked with Woolworths wild blossom honey to give a delicate sweetner) (ready to eat)	Smoked	99.99/200g		99.99/200g		99.99/200g			99.99/200g		99.99/200g		
Hot smoked with black pepper, mustard & dill	Smoked	99.99/200g	99.99/200g	99.99/200g	99.99/200g	99.99/200g	99.99/200g	99.99/200g	99.99/200g	99.99/200g	99.99/200g	99.99/200g	99.99/200g
Soy, ginger & lime (poached in soy, ginger & lime and topped with coriander & chilli flakes)	Poached	99.99/200g	99.99/200g	99.99/200g	99.99/200g	99.99/200g	99.99/200g	99.99/200g	99.99/200g	99.99/200g	99.99/200g		
Poached (slowly poached in water for succulent texture) (ready to eat)	Poached	99.99/200g	99.99/200g	99.99/200g	99.99/200g	99.99/200g	99.99/200g	99.99/200g	99.99/200g		99.99/200g		
Whole salmon	fresh	249.99/kg		249.99/kg	249.99/kg	249.99/kg			249.99/kg				

3.2 Checkers

Checkers er en del av Shoprite-gruppen. Shoprite er Afrikas største matvarekjede og har 1649 butikker og 371 franchise-butikker i 15 land over hele Afrika og ved det indiske hav. Shoprite-gruppen selger mat til alle inntektsgrupper gjennom ulike supermarkedskonsepter. Checkers er en kjede som fokuserer på forbrukere med høyere inntekt og differensierer seg gjennom sitt spesialiserte utvalg av kjøtt, ost og vin. Checkers i Sør-Afrika er lokalisert i kjøpesentre og andre lokaler som er lett tilgjengelig i områder med høy velstand. Checkers startet å selge laks medio 2012, og har derfor foreløpig en liten markedsandel på laks. Hel laks, fileter og porsjoner selges i fiskedisk. Laksen fileteres og porsjoneres i butikk. Disse er merket som «From the slab», se bilde 16. Videre selger Checkers røkelaks og brett pakket sushi. Checkers hadde også små betjente sushidisker med kokker som laget takeaway sushi på bestilling. Med unntak av sushi som er basert på fersk laks, selger Checkers utelukkende tinte lakseprodukter.

3.2.1 Produkter og egenskaper



Bilde 13 Fiskedisk med norsk laks i midten.



Bilde 14 Fiskedisk med mye is.



Bilde 15 Filetering og pakking av laks i butikk.



Bilde 16 Hel sløyd laks med hode og butikkpakket filet i fiskedisk (se bildet over).



Bilde 17 Plakat om norsk opprinnelse ved fiskedisk. Legg merke til at de tilbyr filetering i butikk og at de vektlegger helsefordeler ved laks.



Bilde 18 Informasjonsark ved fiskedisk. Historiefortelling basert på norsk opprinnelse.



Bilde 19 Brett pakket sushi.



Bilde 20 Frysenskap med sjømat, men uten laks.



Bilde 21 Fiskedisk med norsk laks.



Bilde 22 Røkt laks/ørret plassert ved siden av røkt makrell.



Bilde 23 Skinpacks med røkt laks/ørret. Merk at begge er basert på fryst råstoff.



Bilde 24 Fryst laks med mange egenskaper inkludert norsk opprinnelse.



Bilde 25 Fryst røkelaks med mange egenskaper inkludert norsk opprinnelse.

3.2.2 Priser

Tabell 2 viser observerte priser for åtte ulike lakseprodukter i syv utsalg. Inspeksjon av tabellen viser at ikke alle produktene er å finne i alle utsalgene. Tabellen viser også at alle produktene er priset helt likt i alle butikkene. Fersk hel laks og fersk laksefilet selges for henholdsvis 229 ZAR/kg (NOK 129) og ZAR 200/kg (NOK 112). Det dyreste produktet er Hot Smoked Salmon & Trout trim som selges for ZAR 550/kg (NOK 309).

Tabell 2 Observerte lakseprodukter og priser i ulike Checkers butikker i Cape Town CBD, 7-8 juni 2014. Kurs 9. juni: 1 NOK = 1.78 ZAR.

Product type		Product form	Shop & Price						
			Cape Gate	Century City	Durbanville	N1 City	Bayside	Seapoint	Riverside
1	Fresh whole	Fresh	19.99/100g	19.99/100g		19.99/100g		19.99/100g	19.99/100g
2	From the Slab (brettpakket)	Fresh	229.90/kg	229.90/kg		229.90/kg		229.90/kg	
3	Smoked Norwegian Salmon (Scansa trade)	Smoked	52.49/100g		52.49/100g	52.49/100g	52.49/100g	52.49/100g	52.49/100g
4	Hot smoked peppered Salmon	Smoked							
5	Salmon steaks	Frozen	19.99/100g	19.99/100g	19.99/100g	19.99/100g	19.99/100g	19.99/100g	19.99/100g
6	Smoked salmon slices	Frozen	229.90/kg	229.90/kg	229.90/kg	229.90/kg	229.90/kg	229.90/kg	229.90/kg
7	Hot smoked salmon & trout trim	Smoked	54.99/100g			54.99/100g			
8	Salmon fillets	Fresh	22.90/100g				22.90/100g		22.90/100g

3.3 Pick n Pay

Pick n Pay har 1076 butikker i Sør-Afrika, Botswana, Namibia, Zambia og Zimbabwe. Pick n Pay selger mat, dagligvarer, klær, helse- og skjønnhetsprodukter. Pick n Pay selger produkter til alle kundegrupper. Etter Woolworths er Pick n Pay supermarkedskjeden som har det største utvalget av lakseprodukter. Dette er også den eneste kjeden der vi fant shop-in-shop sushi restauranter. I tillegg hadde Pick n Pay det største utvalget av brettssushi, samt hel laks, filet og porsjoner og røkt laks. Flere av butikkene hadde betjente fiskedisker som også solgte value added lakseprodukter (rullader o.l.).

3.3.1 Produkter og egenskaper



Bilde 26 Betjent fiskedisk med laks hos Pick n Pay.



Bilde 27 Shop-in-Shop sushi hos Pick n Pay.



Bilde 28 Betjent fiskedisk med flere lakseprodukter hos Pick n Pay.



Bilde 29 Skotsk laksefilet i fiskedisk i Johannesburg. Legg merke til prisen på ZAR 369/kg som er betydelig over norsk laksefilet solgt i andre utsalg til ZAR 300/kg.



Bilde 30 Skotsk og norsk laksefilet side om side hos Pick n Pay i Johannesburg. Legg merke til at den norske laksefileten er på salg.



Bilde 31 Shop-in-shop sushi hos Pick n Pay i Johannesburg



Bilde 32 Brettpaketet sushi hos Pick n Pay i Johannesburg.



Bilde 33 Fersk laksefilet.



Bilde 34 Røkt norsk laks.



Bilde 35 Shop-in-shop sushi i butikk.

SUSHI	
Freshly prepared in store	
Sashimi (4's)	
Salmon	48
Tuna	40
Nigiri (2's)	
Salmon	20
Tuna or Tofu	18
Prawn or Salmon Rose	20
Maki (6's)	
Salmon	36
Tuna	27
Prawn	30
Avocado	21
Cucumber or Crabstick	18
Inside out rolls (4's)	
Salmon & Avo Roll	26
Tuna & Avo Roll	24
Prawn Roll	26
California Roll	16
Vegetarian Roll	18

Bilde 36 Meny shop-in-shop sushi. Legg merke til hvor dominerende laks er på menyen.

3.3.2 Priser

Tabell 3 viser observerte priser for åtte ulike lakseprodukter i fem ulike utsalg. Inspeksjon av tabellen viser at ikke alle produktene er å finne i alle utsalgene. Tabellen viser også at produktene 1 og 2 er rimeligere i Pick n Pay Waterfront, men ellers er prisene like i de fem utsalgene. Fersk hel laks og fersk laksefilet selges for henholdsvis 200 ZAR/kg (NOK 112) og ZAR 300/kg (NOK 169). De dyreste produktene er Hot Smoked NS peppered og Black & White NZ sesame seed hot smoked som begge selges for ZAR 445/kg (NOK 250).

Tabell 3 Observerte lakseprodukter og priser i ulike Pick n Pay butikker i Cape Town CBD, 7-8 juni 2014. Kurs 9. juni: 1 NOK = 1.78 ZAR.

Product type		Product form	Shop & Price				
			Tyger valley	Century City	Waterfront	Claremount	Kenilworth
1	Black & white NS sesame seed hot smoked	Smoked	88.99/200g	88.99/200g	66.99/200g	88.99/200g 49.99/100g	
2	Hot smoked NS peppered	Smoked	88.99/200g	88.99/200g	36.99/100g	88.99/200g	
3	Thin slices, smoked	Smoked	109.99/200g	109.99/200g	109.99/200g	109.99/200g	109.99/200g 66.99/100g
4	Fresh whole	Fresh		199.99/Kg	199.99/Kg		
5	Fresh fillet	Packed		299.99/Kg	299.99/Kg		
6	Fresh fillet	Loose		299.99/Kg	299.99/Kg		
7	Smoked Salmon & trout trim				414.95/Kg		
8	Smoked Salmon trout shavings				183.17/Kg		
9	Smoked Salmon (Mediterranean)						129.99/200g 69.99/100g
	Sushi Fuji special				119.99/pack		
8	Salmon Sashimi combo				76.00/pack		

3.4 Food Lovers Market

Food Lovers Market er en del av Fruit & Veg City. Det er mer enn 100 Food Lovers Market butikker i Sør-Afrika. Food Lovers Market forsøker å skape et moderne spisested hvor matentusiaster kan nyte et utvalg av gourmet mat. Food Lovers Market er en liten aktør når det gjelder laks, og selger tint hel laks og filet, røykelaks, value-added produkter og brettssushi. En tredel av supermarkedene har fiskedisk, der laksen kan fileteres for kundene. Butikkene med fiskedisk har også en sushidisk (takeaway) som anvender fersk laks. Sushi er det største enkeltproduktet av laks for kjeden.

3.4.1 Produkter og egenskaper



Bilde 37 Fersk hel laks og filet i fiskedisk. Legg merke til hvordan de bruker norsk opprinnelse (Common name: Norwegian salmon).



Bilde 38 To ulike merkevarer for røkt laksepate.



Bilde 39 Brett pakket laksefilet og røkt laks på is i fiskedisk.



Bilde 40 Rødt laks fra Scansa Trade og brettpakket sushi.

3.4.2 Priser

Tabell 3 viser observerte priser for ni ulike lakseprodukter i fire ulike utsalg. Inspeksjon av tabellen viser at ikke alle produktene er å finne i alle utsalgene. Alle produktene er priset likt på tvers av utsalg. Fersk hel laks og fersk laksefilet selges for henholdsvis 200 ZAR/kg (NOK 112) og ZAR 270/kg (NOK 152). Det dyreste produktet er Smoked Norwegian salmon som selges for ZAR 600/kg (NOK 337)

Tabell 4 Observerte lakseprodukter og priser i ulike Food Lovers Market butikker i Cape Town CBD, 7-8 juni 2014. Kurs 9. juni: 1 NOK = 1.78 ZAR.

Product type		Product form	Shop & Price					
			Tyger valley	Tokai	Claremount	Parow- Shoprite Park		
1	Fresh whole	Fresh	199.99/kg	199.99/Kg	199.99/kg			
2	Fresh fillet pieces	Fresh	269.99/kg	269.99/kg	269.99/kg			
3	Smoked Norwegian Salmon (Scansa trade, three streams)	Smoked	59.99/100g	59.99/100g	59.99/100g			
4	Oak smoked Salomn & trout	Smoked	44.99/100g	44.99/100g	44.99/100g			
5	Smoked Salmon & trout trim (scansa trade)	Smoked	79.99/300g	79.99/300g	79.99/300g			
6	Smoke Salmon Pate (Three streams)	Pate	29.99/200g	29.99/200g	29.99/200g			
7	Smoked Salmon pate (mediterranean)	Pate	29.99/110g	29.99/110g	29.99/110g			
8	Calif Roll Salmon	Sushi pkt	49.99/pakt					
9	Salmon off-cuts	Frozen				29.99/kg		

3.5 Oppsummering/analyse av butikkobservasjoner

Våre butikkobservasjoner viser at laks har mye hylleplass og stor produktbredde i dagligvaresegmentet i Sør-Afrika. Vi ser også at det drives mye produktutvikling, spesielt mot «ready-to-eat» produkter. Som i mange andre laksemarkeder viser dette laksens anvendelighet i mange ulike typer produkter/retter.

Kjedene selger i stor grad tinte lakseprodukter, men Woolworths og Pick n Pay selger noen ferske lakseprodukter. Kjeden med størst utvalg av lakseprodukter er Woolworths. Emballerte lakseprodukter selges hovedsakelig under kjedenes eget merke. Disse produktene er oftest pakket i butikk eller hos videreforedlere for kjeden. Det finnes lite merkevarer for emballerte lakseprodukter, men innen røkelaks finnes det noen få merkevarer (f.eks. Three Streams Smokehouse og Scansa Trade). Vi fant svært få frysede lakseprodukter i butikk, men en del produkter er basert på fryst laks som er tint og videreforedlet i Sør-Afrika (røkt laks for eksempel).

I Tabell 5 og Tabell 6 oppsummeres identifiserte fysiske og abstrakte produktegenskaper.

Tabell 5 Fysiske produktegenskaper

Utseende	Merke og produktnavn; "livlig" bruk av tegninger, bilder og farger; diverse skriftlig informasjon.
Emballasje	Brettpakket (i butikk), skinpacks
Produkt form	Fersk hel sløyd laks med hode, ferske hele filetsider, filetstykker, Kaldrøkt laks i skiver; hele filetsider; "flak" og avskjær, poached, pateer, fiskekaker, value added, m.m.
Produktvekt	Fra 100 til 400 gram.
Funksjonelle egenskaper	Egnet for frysing; «skin on deboned», Instruksjoner for tilberedning
Smaksegenskaper	«tender flesh, mild nutty flavor”(fersk fillet), "soft pink flesh, mild delicate flavor" (lettrøkt)

Tabell 6 Abstrakte produktegenskaper

Helse/sunnhet	«Very high in Omega-3», "Naturally very high in Omega-3", "low in fat"
Miljø/bærekraft	«Fishing for the future» (SASSI)
Opprettslokalitet	Egenskaper ved opprinnelsesland (Norge): "Farmed in the icy Norwegian fjords"; "Farmed in cold waters of the Atlantic ocean" (land ikke spesifisert); "Farmed in cold fjords of Norway".
Opprinnelsesland	Norge; Skottland (kun funnet i Johannesburg hos Pick n Pay). «Fully imported Norwegian salmon», «Common name: Norwegian salmon»
Historie/tradisjon	Knyttet til norsk opprinnelse (Checkers).
Kvalitet	«Always fresh, our Norwegian salmon has never been frozen» (Woolworths), "Flash frozen to lock in freshness" (Checkers)

Norsk opprinnelse er en fremtredende egenskap på svært mange produkter og i fiskedisk for hel laks og fillet. Som vist over fant vi også plakater med historiefortelling knyttet til norsk opprinnelse. I kjølediskene til Pick n Pay i Johannesburg fant vi laks av både norsk og skotsk opprinnelse. I Cape Town og hos Woolworths og Checkers i Johannesburg fant vi utelukkende laks merket med norsk opprinnelse. Våre observasjoner viser også at laks gis til dels mye og gunstig hylleplass.

I intervjuene med tre av de fire kjedene ble bærekraft vektlagt som et viktig kjøpskriterium (Egeness *et al.*, 2015). Men alle fire hadde ambisjoner om å utelukkende tilby produkter fra bærekraftig forvaltede bestander i framtiden. Vi fant også en rekke emballerte produkter merket med «Fishing for the Future» og plakater ved flere fiskedisker som vektla bærekraft.

Vi observerte et relativt sterkt fokus på bekvemmelighet gjennom ferdigretter som er merket med «ready to eat». Dette stemmer godt overens med intervjuet med representanter for Woolworths som hadde sterkt fokus på bekvemmelighet for forbruker (Egeness *et al.*, 2015).

Alle de fire besøkte kjedene selger brett pakket sushi i kjøledisk. Pick n Pay har sushirestauranter i noen av butikkene (shop-in-shop), mens Checkers og Food Lovers Market hadde sushi takeaway i butikkene. Det benyttes en svært høy andel laks i retter av sushi/sashimi.

Når det gjelder prising av laks har kjedene ikke uventet stort sett ens pris på de samme produktene på tvers av sine utsalg. Sett i forhold til andre produkter med tilgrenset hylleplassering er laks relativt høyt priset. I tabellen under har vi sammenlignet prisene for fersk hel laks og fersk laksefilet mellom de fire kjedene vi har studert. Tabellen viser tydelig at Woolworths har den dyreste laksen, noe som stemmer godt med kjedens fokus på høy kvalitet og områder med høy kjøpekraft.

Tabell 7 Prissammenligning for fersk hel laks og laksefilet (Cape Town)

	Woolworths	Food Lovers	Checkers	Pick & Pay
Fersk hel	250	200	200	200
Fersk filet	400	270	230	300

4 Restaurant

Under våre to opphold i Sør-Afrika (en uke i henholdsvis mars og oktober 2014) besøkte vi flere sushi restauranter i Cape Town; Willoughby (sushi), Ocean Basket (restaurantkjede sjømat, med sushimeny pluss annen sjømat), Cape Town Fish Market (restaurantkjede, sjømat). I tillegg besøkte vi Two Oceans Restaurant (moderne restaurant med kjøtt og sjømat, inkludert egen sushimeny) på Kapp det Gode Håp og 34 South (sushi) i Knysna, på sørkysten, 5–6 timers kjøring fra Cape Town.

Vi besøkte to restauranter fra to ulike kjeder (Ocean Basket og Cape Town Fish Market). Menyene var identiske noe som tyder på at disse kjedene har et standardisert menyopplegg (se for eksempel; <http://www.two-oceans.co.za/menus/>).

Selv om kun et begrenset antall restauranter ble besøkt, ga de verdifulle indikasjoner om laksens posisjon i restaurantsegmentet. Vi gjorde følgende observasjoner:

- Sushi finnes i alle restaurantsegmenter fra topprestauranter til små sushirestauranter med svært begrenset antall sitteplasser. Laks utgjør en svært stor andel av sushimener og veldig få andre fiskearter er representert (vanligvis bare tunfisk i tillegg til laks).
- Sushirestauranter er spredt over hele Sør-Afrika og virker å være godt tilgjengelig, særlig i områder med høy kjøpekraft.
- Flere restauranter hadde takeaway sushi.
- Stort utvalg av ulike sushiretter.
- Sushi tilpasset sørafrikansk mattradisjon/spisemønster, spesielt med store porsjoner/biter.
- Det anvendes mer laks (gram/bit) i de forskjellige typene sushi (f.eks. Nigiri eller makirull) enn i Norge/Europa.
- Bærekraft vektlagt hos noen få restauranter, for eksempel Two Oceans Restaurant.
- Kvaliteten på laksen i sushi var god. Det eneste unntaket var i en sushirestaurant som lå 5-6 timers kjøring fra Cape Town. Her virket laksen å være av dårligere kvalitet, noe som kan skyldes avstanden fra Cape Town (og kvaliteten på kjølekjeden).



Bilde 41 Sushi på Two Oceans Restaurant, Kapp det gode håp (<http://www.two-oceans.co.za/>).



Bilde 42 Sushirestaurant hos Pick n Pay.

4.1 Menykartlegging

I et forsøk på å skaffe mer informasjon om laks i restaurantsegmentet, inkludert i typer retter med laks og hvordan laks presenteres (særlig med tanke på opprinnelse) har vi studert menyer fra en rekke ulike restauranter i Cape Town og Johannesburg. Menyene fant vi på restaurantenes websider som igjen ble funnet gjennom søk i Tripadvisor (<http://www.tripadvisor.com/>). Vi gjorde to typer søk for de to største byene i Sør-Afrika (Cape Town og Johannesburg). I det ene søket fokuserte vi utelukkende på sjømatrestauranter og i det andre søket identifiserte vi de 10 mest populære (basert på antall, hvor gode og hvor gamle forbruker anmeldelserne er i Tripadvisor) restaurantene, uavhengig av type restaurant, i begge byene. Disse søkene ble gjort for å kunne studere menyer fra rene sjømatrestauranter og andre typer restauranter. En skjevhet ved metoden er at relativt mange restauranter i Sør-Afrika ikke har egen webside, noe som forhindret oss i å få tak i menyene til disse restaurantene. Sannsynligvis er restaurantene med egen webside de restaurantene som er mest veldrevne. Søket på Topp 10 gir naturlig nok de mest populære restaurantene, som sannsynligvis også er blant de mest veldrevne.

Denne skjevheten i utvalget har imidlertid den fordel at vi studerer de mest populære og veldrevne restaurantene. Dette er fordelaktig fordi det er rimelig å anta at slike restauranter over tid er «rollemodeller» for mindre populære restauranter. Laksens utbredelse og presentasjon på menyer i utvalget kan derfor si noe om både laksens posisjon i restaurantsegmentet i dag og i fremtiden.

Vi gjorde fire ulike søk (søkene ble gjennomført i april/mai-2015).

- Restaurant, Cape Town, seafood.
- Restaurant, Johannesburg, seafood.
- Top 10, Restaurant, Cape Town
- Top 10, Restaurant, Johannesburg

Nedenfor presenterer vi resultatene fra hvert enkelt søk. Vi gjengir navnet på retter med laks og hvorvidt restaurantene har egen sushimeny. I tillegg har vi tatt med antall forbruker anmeldelser i Trip Advisor fordi dette gir en indikasjon på restaurantenes popularitet. Vi har og tatt med hvor mange som har gitt restauranten topp score (excellent) fordi dette gir en god indikasjon på hvor veldrevet restauranten er.

4.1.1 Restaurant, seafood, Cape Town.

Dette søket ga totalt 797 restauranter hvorav 30 var kategorisert som sjømat. Av disse 30 sjømatrestaurantene hadde 11 egen webside med meny. Fire av disse hadde egen sushimeny – disse har som nevnt over svært mye laks på menyen (se for eksempel menyen til Ocean Basket her: <http://www.oceanbasket.com/menu/sushi>). Menyene (utenom sushimenyer) ble innsisert og lakseretter identifisert. I Tabell 8 under har vi gjengitt navnet på identifiserte lakseretter (opprinnelse er understreket av oss).

De fleste av disse restaurantene har oppnådd svært god vurdering fra gjester. I gjennomsnitt oppnådde 47 prosent av de 11 restaurantene høyeste score (excellent). Tabellen viser at syv av åtte restauranter med laks på menyen benyttet norsk opprinnelse i navnet på en eller flere retter.

Tabell 8 Sjømatrestauranter i Cape Town CBD

	Egen sushi meny	Laks utenom sushimeny	Anmeldelser (excellent)
NV-80	Nei	Miso salmon, Roast <u>Norwegian</u> salmon	224 (143)
Pigalle	Nei	Smoked salmon, salmon salad, <u>Norwegian</u> salmon teriaky	458 (303)
Baia	Nei	<u>Norwegian</u> salmon and linefish sashimi	878 (412)
Arnold's	-	Ikke laks på menyen	367 (192)
Harbour House	Ja	Ikke laks på menyen	788 (362)
Belthazar	Nei	Fresh <u>Norwegian</u> Salmon	1167 (550)
Catch 22	Ja	<u>Norwegian</u> salmon carpaccio, Imported fresh <u>Norwegian</u> salmon	73 (38)
Oyo	Nei	Seared <u>Norwegian</u> salmon	86 (47)
Ocean Basket (sea point)	Ja	Grilled Salmon	105 (43)
Aubergine	Nei	Ikke laks på menyen	408 (203)
Blowfish	Ja	Grilled salmon, <u>Norwegian</u> salmon (i fiskedisk)	212 (55)

4.1.2 Restaurant, seafood, Johannesburg

Dette søket ga totalt 753 restauranter hvorav 25 ble kategorisert som sjømat. Av disse 25 sjømatrestaurantene hadde åtte restauranter egen webside med meny, hvorav fire hadde egen sushimeny. Menyene (utenom sushimenyer) ble inspisert og lakseretter identifisert. I Tabell 9 under har vi gjengitt navnet på identifiserte lakseretter. Til forskjell fra sjømatrestaurantene i Cape Town (Tabell 8, over) var det ingen som benyttet norsk opprinnelse, men til gjengjeld hadde fire av de åtte restaurantene laks av skotsk opprinnelse på menyen. En annen forskjell fra restaurantene i Cape Town er langt færre forbruker anmeldelser og lavere gjennomsnittsvurdering (36 prosent excellent).

Tabell 9 Sjømatrestauranter i Johannesburg CBD

	Egen sushi meny	Laks utenom sushimeny	Anmeldelser (excellent)
Pigalle	Nei	Salmon, poached egg, hollandaise, Salmon & prawn parfait, Salmon	61(34)
Browns of Rivonia	Nei	Salmon Caesar salad, Smoked Salmon Terrine, Fillets of <u>Scottish</u> Salmon	136(63)
Ocean Basket	Ja	Seared salmon salad, Grilled salmon,	101(28)
Adega	Ja	<u>Scottish</u> salmon, fresh (subject to availability)	70(16)
Coco Bongo	Nei	Smoked salmon carpaccio (<u>Scottish</u>), Fresh <u>Scottish</u> salmon fillets.	68(19)
The Mariner Seven Seas	Ja	Smoked salmon and cream cheese bagel, Smoked salmon salad, Grilled salmon	10(3)
Cape Town Fish Market	Ja	3 Flavoured fish cakes (grilled salmon, kingklip & hake), Teriyaki Salmon	14(2)
Fahrenheit	Nei	Salmon salad	7(1)

4.1.3 Top 10, Restaurant, Cape Town.

Halvparten av de 10 beste restaurantene i Cape Town på Tripadvisor hadde laks på menyen (Tabell 10). Tre av fem restauranter med laks på menyen spesifiserte at laksen hadde norsk opprinnelse. Gjennom å se på bilder og anmeldelser, fant vi at tre av restaurantene hadde hatt laks på menyen tidligere. Siden en del restauranter skifter meny ganske hyppig, er det rimelig å anta at laks ikke serveres hele året. En av restaurantene hadde ingen sjømat på menyen. Det er verd å merke seg at mange ulike kjøkken (afrikansk, indisk, fransk, grill, moderne) i Cape Town anvender laks på menyen. Ingen av restaurantene hadde sushi eller sushi meny. I gjennomsnitt har disse restaurantene oppnådd 70 prosent høyeste score (excellent) for sine gjester.

Tabell 10 Topp 10 restauranter i Cape Town CBD

	Egen sushi meny	Laks utenom sushimeny	Anmeldelser (excellent)
Stardust	Nei	Salmon carpaccio, smoked salmon, <u>Norwegian</u> salmon	228 (179)
Chefs Warehouse	Nei	Nei (men har hatt laks tidligere, marinated salmon på plakat)	163(123)
The Pot Luck Club	Nei	Smoked salmon (sashimi salad)	645 (471)
Miller's Thumb, Fine Fish Fare	Nei	Ikke spesifisert (dagens fisk på tavle)	984(686)
Dash Restaurant & Bar	Nei	Smoked salmon, Beetroot cured salmon	222 (173)
La Mouette	Nei	Nei (men har hatt laks tidligere)	781 (531)
Bizerca Bistro	Nei	Raw <u>Norwegian</u> salmon salad	429 (280)
Hussar Grill Greenpoint	Nei	Nei (men har hatt laks tidligere)	426 (253)
Jerry's Burger Bar	Nei	Nei (ingen sjømat på meny)	37 (25)
Bombay Brasserie	Nei	Steak of <u>Norwegian</u> salmon	243 (173)

4.1.4 Top 10, Restaurant, Johannesburg

Syv av de 10 beste restaurantene i Johannesburg hadde laks på menyen (Tabell 11). Fem av syv restauranter med laks på menyen spesifiserte at laksen hadde skotsk opprinnelse. Gjennom å se på bilder og anmeldelser, fant vi at to av restaurantene hadde hatt laks på menyen tidligere. Som i Cape Town hadde mange restauranter basert på ulike kjøkken (afrikansk, italiensk, fransk, grill, moderne) i Johannesburg laks på menyen. En av restaurantene hadde sushi, men ingen hadde sushi meny. I gjennomsnitt har 64 prosent av disse restaurantene oppnådd høyeste score (excellent) fra sine gjester, men færre anmeldelser enn restaurantene i Cape Town (2 571 i Johannesburg mot 4 158 i Cape Town).

Tabell 11 Topp 10 restauranter i Johannesburg CBD

	Egen sushi meny	Laks utenom sushimeny	Anmeldelser (excellent)
Cube Tasting Kitchen	Nei	Nei (men har hatt laks tidligere)	261 (205)
Café del sol	Nei	Black sesame salmon (Scottish)	389 (271)
Five Hundred	Nei	Ndabele salmon	107 (88)
Les Delice de France		<u>Scottish</u> Salmon Gravdlax, Salmon and Prawn Mousse <u>Scottish</u> Salmon Fillet	93 (64)
Mo-Zam-Bik Linksfield	Nei	Nei	282 (182)
The Grillhouse Rosebank	Nei	Scottish salmon	629 (349)
Wombles	Nei	Smoked salmon and carpaccio	410 (250)
Qunu restaurant	Nei	Smoked <u>Scottish</u> salmon, sushi, pan fried salmon	118 (75)
Restorante la Trinita	Nei	Nei (men har hatt laks tidligere)	59 (44)
Licorish Bistro	Nei	Salmon Benedict, <u>Scottish</u> salmon	223 (128)

4.1.5 Oppsummering

Av totalt 39 restauranter i Cape Town og Johannesburg hadde 29 (74 prosent) laks på menyen. Blant de 19 sjømatrestaurantene hadde åtte (42 prosent) egen sushimeny, men ingen av de 20 topp restaurantene hadde egen sushimeny.

Menyene viser at laks er et svært anvendelig produkt. Laks benyttes røkt, grillet/stekt, rå, gravet, i ulike salater og i mange ulike typer kjøkken (afrikansk, fransk, italiensk, portugisisk, grill, moderne). Laks benyttes også i både forretter og hovedretter. Disse observasjonene viser at laks er populært og anvendelig også utenfor sushisegmentet.

En interessant observasjon er at mens 10 av 21 restauranter (48 prosent) i Cape Town hadde retter merket med norsk opprinnelse og ingen hadde laks merket med skotsk opprinnelse var situasjonen motsatt i Johannesburg. Her hadde 8 av 18 restauranter (44 prosent) laks merket med skotsk opprinnelse og ingen hadde laks merket med norsk opprinnelse. Dette stemmer også til en viss grad med butikkobservasjonene hvor vi kun fant laks merket som skotsk i Johannesburg (men her var det også mange produkter merket med norsk opprinnelse). I intervjuene vi hadde med flere importører fikk vi vite at fersk skotsk laks primært flys inn til Johannesburg og ikke til Cape Town og at dette har med historiske forhold å gjøre. La Marina er en sentral grossist i så måte (<http://lamarinafoods.co.za/content/exceptional-scottish-salmon>). Vi ble og fortalt at det i større grad enn i Cape Town finnes forbrukersegmenter i Johannesburg som er lite prisfølsomme. Dette virker rimelig fordi Johannesburg er Sør-Afrikas finanssenter.

5 Konklusjon

Denne rapporten er basert på observasjoner i det sørafrikanske sjømatmarkedet. For å gjengi disse observasjonene best mulig har vi lagt vekt på å vise bilder fra supermarkeder/restauranter, inkludert fiskedisker, shop-in-shop sushi, produkthyller og ulike lakseprodukter. Forhåpentligvis gir bildene – kombinert med våre analyser - leseren et godt innblikk i hvordan laks presenteres og differensieres i Sør-Afrika. De viktigste resultatene er som følger:

- Laks har en sterk og tydelig posisjon både inne dagligvarehandel og restaurantsegmentet.
- Innen dagligvarehandel er produktbredden for laks stor og innovativ. Laks har ofte stor og gunstig hylleplassering, noe som indikerer at laks er et viktig produkt for supermarkedskjedene.
- Norsk opprinnelse er hyppig brukt på produkter (og plakater) i butikker i både Cape Town og Johannesburg. I den grad dette over tid bidrar til preferanse for norsk laks hos forbrukere er dette fordelaktig for norske eksportører.
- Bruk av skotsk opprinnelse fant vi kun hos Pick n Pay i Johannesburg (men her var det også laks merket som norsk).
- En stor andel av restaurantene vi undersøkte hadde laks på menyen, både som forret og hovedrett. Dette tyder på at laks er en etterspurt og populær rett, både i rene sjømatrestauranter og i restauranter med annen type kjøkken. På sushimenyer har laks en dominerende rolle, men her finner vi i svært liten grad opprinnelsesmerking.
- Litt under halvparten (42 prosent) av de undersøkte sjømatrestaurantene har egen sushimeny.
- Bruk av opprinnelse i kommunikasjon på produkter og i restaurantmenyer er utbredt og tydelig.
- Norsk opprinnelse dominerer totalt i de undersøkte restaurantene i Cape Town, skotsk opprinnelse dominerer totalt i restaurantsegmentet i Johannesburg.

Kunnskap om disse forholdene kan bidra til å gjøre norske lakseprodusenter og eksportører mer markedsorienterte ved at de kan tilpasse sine produkter og aktiviteter mot sluttmarkedet i Sør-Afrika. Detaljert markeds kunnskap vil også kunne styrke posisjonen til de norske eksportørene i forhandlinger med importørleddet og bidra til at de oppleves som mer kompetente samarbeidspartnere. Disse forholdene vil kunne styrke de norske aktørenes konkurranseposisjon i markedet.

6 Litteratur

- Sogn-Grundvåg G. & J.A. Young (2013). Commoditization in food retailing: Is differentiation a futile strategy? *Journal of Food Products Marketing*. **19**:3, pp. 139–152.
- Egeness, Heide, Honkanen & Sogn-Grundvåg (2015). Verdikjeder og kjøpskriterier i det sørafrikanske markedet for laks. Rapport 18/2015 Nofima.
- Egeness F.A. & M. Heide (2014). Laks til Sør-Afrika. Handelsstatistikk og makroøkonomiske rammebetingelser. Rapport 30/2014, Nofima.
- Sogn-Grundvåg, G, T.A. Larsen & J.A. Young (2014). Product differentiation with credence attributes and private labels: the case of whitefish in UK supermarkets, *Journal of Agricultural Economics*. **65**:1, pp. 1–15.

