

# Laks til Sør-Afrika

## Sluttrapport FHF

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 seks 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

**Sunndalsøra:**

Sjølseng  
NO-6600 Sunndalsøra

**Felles kontaktinformasjon:**

Tlf: 02140

E-post: [post@nofima.no](mailto:post@nofima.no)

Internett: [www.nofima.no](http://www.nofima.no)

**Foretaksnr.:**

**NO 989 278 835**

# Rapport

	ISBN: 978-82-8296-295-7 (trykt) ISBN: 978-82-8296-296-4 (pdf) ISSN 1890-579X
<i>Tittel:</i> <b>Laks til Sør-Afrika – Sluttrapport FHF</b>	<i>Rapportnr.:</i> 22/2015
	<i>Tilgjengelighet:</i> <b>Åpen</b>
<i>Forfatter(e)/Prosjektleder:</i> Geir Sogn-Grundvåg, Finn-Arne Egeness og Morten Heide	<i>Dato:</i> 5. mai 2015
<i>Avdeling:</i> Forbruker og marked	<i>Ant. sider og vedlegg:</i> 9
<i>Oppdragsgiver:</i> Fiskeri- og havbruksnæringens forskningsfond (FHF)	<i>Oppdragsgivers ref.:</i> FHF#900964
<i>Stikkord:</i> Laks, Sør-Afrika	<i>Prosjektnr.:</i> 10778
<i>Sammendrag/anbefalinger:</i> Se kapittel 1 for Sammendrag	
<i>English summary/recommendation:</i> See Chapter 1.1 for an english summary.	

# Innhold

<b>1</b>	<b>Sammendrag</b> .....	<b>1</b>
1.1	English summary.....	2
<b>2</b>	<b>Innledning</b> .....	<b>3</b>
2.1	Faglig bakgrunn for at prosjektet ble igangsatt.....	3
2.2	Prosjektets omfang.....	3
2.3	Prosjektorganisering.....	3
<b>3</b>	<b>Problemstilling og formål</b> .....	<b>4</b>
3.1	Prosjektets effektmål .....	4
3.2	Prosjektets resultatmål .....	4
<b>4</b>	<b>Prosjektgjennomføring</b> .....	<b>5</b>
4.1	Metodikk .....	5
4.2	Gjennomføring av prosjektet .....	5
<b>5</b>	<b>Resultater, diskusjon og konklusjon</b> .....	<b>6</b>
5.1	Oppnådde resultater .....	6
5.1.1	Handelsstatistikk og makroøkonomiske rammebetingelser .....	6
5.1.2	Verdikjeder og kjøpskriterier i det sørafrikanske markedet for laks.....	6
5.1.3	Differensiering av laks i Sør-Afrika .....	7
5.2	Vurdering av funnene.....	7
5.3	Videre anvendelse av resultater fra prosjektet.....	8
<b>6</b>	<b>Leveranser</b> .....	<b>9</b>

# 1 Sammendrag

Produksjonen av atlantisk oppdrettslaks i Norge øker. Siden norsk lakseindustri vokser, trenger en nye markeder for å opprettholde/øke etterspørselen etter norsk laks. Nye markeder med høy kjøpekraft er spesielt interessant i så måte. Sør-Afrika er et slikt marked, hvor etterspørselen etter norsk laks har økt sterkt og i takt med den positive økonomiske utviklingen i landet.

Prosjektets målsetting har vært å fremskaffe pålitelig og næringsrelevant kunnskap om det sørafrikanske sjømatmarkedet, med særlig fokus på kunnskap som kan bidra til at norsk laks skal kunne vokse ytterligere i dette markedet og samtidig etablere og vedlikeholde en gunstig konkurranseposisjon.

Resultatene i dette prosjektet viser at det sørafrikanske markedet for atlantisk oppdrettslaks har hatt en svært positiv utvikling de siste årene. Totalmarkedet har stagnert noe de siste par årene som følge av økte laksepriser og redusert verdi på den lokale valutaen rand. Handelsavtalen mellom EFTA og SACU ga norsk laks tollfrihet fra 1.1 2015. Dette har gjort norsk laks billigere enn laks fra andre nasjoner og ført til økning i norsk eksport til Sør-Afrika. En annen effekt er økningen av markedsandel til norsk laks til nærmere 90 prosent. Handelsavtalen har med andre ord gitt norsk laks et betydelig konkurransefortrinn.

Sør-Afrika har historisk sett vært et marked for fryst laks som særlig har blitt videreforedlet til røykelaks av lokale bedrifter. Økt etterspørsel etter sushi de siste 10 årene har gjort at fersk hel laks med hode er det viktigste produktformatet i det sørafrikanske markedet. Økningen i lakseprisene har gjort at stadig flere aktører utenom sushi har erstattet fersk laks med fryst laks de siste par årene. Det har gitt lavere råstoffkostnader fordi det er billigere å frakte fisken fryst enn fersk til Sør-Afrika. Parallelt har fryst laks redusert svinnet og gjort det enklere å planlegge produksjonen for foredlingsbedriftene.

De viktigste kjøpskriteriene for atlantisk oppdrettslaks i Sør-Afrika er pris og kvalitet. Bærekraft får stadig større oppmerksomhet, og et viktig poeng her er at supermarkedskjedene har signalisert forpliktelser til ASC-godkjent laks fra 2020. Størrelse vektlegges likeledes som et sentralt kjøpskriterium, først og fremst fordi ulike størrelser har ulike anvendelser. Våre funn viser at det sørafrikanske markedet kjøper laks av mindre størrelser i perioder med høye priser på stor laks. Restaurantene vektlegger farge som et viktig kjøpskriterium. Farge ble ikke nevnt som et viktig kjøpskriterium av importørene. Norsk industri kan derfor bruke denne kunnskapen i sin aktivitet rettet mot det sørafrikanske markedet.

Resultatene fra markedsobservasjoner viser videre at laks har en sterk og tydelig posisjon både innen dagligvarehandel og restaurantsegmentet. Produktbredden for laks er stor og det utvikles kontinuerlig nye lakseprodukter. Laks har 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 markedskunnskap kan også styrke posisjonen til de

norske eksportørene i forhandlinger med importørleddet og dessuten bidra til at de oppleves som mer kompetente samarbeidspartnere.

## **1.1 English summary**

*The Norwegian salmon farming industry needs to develop new markets to maintain or increase the demand for salmon. New markets with high purchasing power are particularly interesting. South-Africa is one such market where the demand for Norwegian salmon has increased rapidly. The main goal of this project has been to provide relevant research based knowledge about this market. The results show that Norwegian salmon has a very strong position in the market with a market share of approximately 90 per cent. The trade agreement between EFTA and SACU implies that the tariff on Norwegian salmon was removed on the 1<sup>st</sup> of January 2015.*

*Findings show that price, quality, fish size, sustainability and consistent supply/quality are the most important buying criteria. Price and quality are by far the most important criteria along the value chain. Frozen salmon has the fastest growth in the market due to the high price for fresh airborne salmon and weak local currency. Frozen salmon are increasingly used for value added products such as smoked salmon. In addition it seems that frozen salmon is increasingly being used for sushi. Whole salmon is the main product imported to South-Africa and this is not likely to change significantly the next few years. This is so because of very low labor costs in South-Africa and because whole salmon provides more flexibility and better profitability in production and for sushi. Both retailers and restaurants are concerned about sustainability, in particular for the future, but their willingness to pay the extra costs involved seems low.*

*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.*

## 2 Innledning

### 2.1 Faglig bakgrunn for at prosjektet ble igangsatt

Dette prosjektet er forankret i rapporten "Plan for markedsrettet FoU-arbeid i Afrika (Sogn-Grundvåg *et al.*, 2013) hvor "Laks til Sør-Afrika" ble prioritert som det viktigste temaet for markedsforskning i Afrika. Norsk lakseindustri vokser og trenger nye markeder for å opprettholde/øke etterspørselen etter norsk laks. Nye markeder med høy kjøpekraft er spesielt interessant i så måte. Sør-Afrika er et slikt marked, hvor etterspørselen etter norsk laks har økt sterkt og i takt med den positive økonomiske utviklingen i landet. I 2012 eksporterte norske bedrifter 3.000 tonn fersk laks til Sør-Afrika, en dobling sammenlignet med 2011 og en seksdobling sammenlignet med 2006. Det ble også eksportert 1.000 tonn norsk fryst laks til Sør-Afrika i 2012, en betydelig vekst sammenlignet med tidligere år.

På grunn av den lange avstanden mellom Norge og Sør-Afrika blir den ferske laksen fraktet med fly. Flyfrakt er kostbart (13–14 kr/kg), noe som innebærer høy markedspris. Dette viser at det finnes segmenter i det sørafrikanske markedet med betydelig betalingssevne og -vilje for norsk laks. Det eksisterer imidlertid svært få markedsrapporter og knapt noen vitenskapelige studier med fokus på det sørafrikanske sjømatmarkedet.

Den sterke veksten i import av fersk norsk laks til høye priser kombinert med sterk økonomisk vekst i landet gjør at økt kunnskap om dette markedet bør være høyst relevant for norske aktører i markedet, inkludert norske lakseprodusenter/eksportører, Norges Sjømatråd og Innovasjon Norge som har utekontor i Sør-Afrika. Økt markeds kunnskap vil være viktig for å forstå mulighetene for både ferske og frysede lakseprodukter slik at norsk laks skal kunne vokse ytterligere i det sørafrikanske markedet – og også for å forstå hvordan norsk bør posisjoneres og differensieres for å oppnå en vedvarende gunstig konkurranseposisjon i markedet.

### 2.2 Prosjektets omfang

Prosjektet ble i sin helhet finansiert av Fiskeri- og havbruksnæringens forskingsfond (FHF). Totalrammen til prosjektet var på 1 990 000 kroner. Prosjektet ble startet 1.12 2013 og avsluttes 01.05.2015.

### 2.3 Prosjektorganisering

Prosjektet har blitt ledet av Seniorforsker Geir Sogn-Grundvåg, Nofima. I tillegg har seniorforsker Pirjo Honkanen, forskerne Morten Heide og Finn-Arne Egeness, Nofima jobbet med prosjektet. Professor Frank Asche, Universitetet i Stavanger har også vært tilknyttet prosjektet. Associate Professor Mafaniso Hara, University of the Western Cape har vært lokal samarbeidspartner i prosjektet.

Prosjektet har hatt en styringsgruppe oppnevnt av FHF bestående av Jarle Myking, Norsk Sjømat, Trond Valderhaug, Marine Harvest (erstattet av Morten Hauge, Marine Harvest), Ronnie Fagervoll og Dag Nikolai Ryste Global Salmon, Paul Aandahl, Sjømatrådet (erstattet av Morten Lindrupsen, Sjømatrådet) (observatør). Berit A. Hanssen har vært observatør fra FHF. Ronnie Fagervoll representerte opprinnelig Salmar ASA, men byttet i prosjektperioden arbeidsgiver til Global Salmon.

### **3 Problemstilling og formål**

#### **3.1 Prosjektets effektmål**

Prosjektets målsetting har vært å fremskaffe pålitelig og næringsrelevant kunnskap om det sørafrikanske sjømatmarkedet, med særlig fokus på kunnskap som kan bidra til at norsk laks skal kunne vokse ytterligere i dette markedet og samtidig etablere og vedlikeholde en gunstig konkurranseposisjon i markedet. Sentrale delmål var som følger:

- Analysere handelsstatistikk for å beskrive konkurransen i det sørafrikanske laksemarkedet.
- Kartlegge og analysere sentrale verdikjeder for fersk/fryst laks i Sør-Afrika, inkludert for bearbejdede produkter. Avdekke viktige kjøpskriterier og differensieringsmuligheter i disse verdikjedene.
- Analysere hvordan og i hvilken grad (norsk) laks differensieres innen både restaurantsegmentet og detaljhandelen.

Gi strategiske anbefalinger for norske aktører som opererer i markedet eller som vurderer inntreden i Sør-Afrika.

#### **3.2 Prosjektets resultatmål**

Prosjektets resultatmål i form av leveranser var som følger:

- Tre fagrapporter med fokus på 1) handelsstatistikk og annen sekundærdata, 2) markedsobservasjoner i restaurant og detaljistleddet, og 3) kjøpskriterier i verdikjeden for laks i SA.
- Fire populærvitenskapelige artikler i bransjetidsskrifter (Norsk fiskeoppdrett, Matindustrien, Norsk Sjømat).
- 4 nyhetssaker gjennom Nofima og FHF opp mot de 4 populærvitenskapelige artiklene.
- 2 nyhetssaker gjennom Nofima og FHF knyttet til oppstart og avslutning av prosjektet.
- Tre styringsgruppemøter, inkludert referat.
- Sluttrapport.

Det vil i tillegg bli skrevet minst 2 vitenskapelige artikler fra prosjektet. Arbeidet med disse vil primært bli finansiert gjennom andre midler.



## **4 Prosjektgjennomføring**

### **4.1 Metodikk**

For å belyse problemstillingene i prosjektet har det vært benyttet flere ulike datakilder. Handelsstatistikk har vært benyttet for å analysere konkurransesituasjonen, samt hvordan markedet har utviklet seg over tid. Primærdata i form av dybdeintervjuer med nøkkelinformanter fra til sammen 18 aktører i verdikjedene for fersk og fryst laks (importører, grossister, videreforedlere, supermarkedskjeder og restaurantkjeder) har vært gjennomført i forbindelse med to markedsundersøkelser (mars og oktober 2014). For å fremskaffe førstehåndsinformasjon om hvordan laks posisjoneres, differensieres og prises i markedet har vi i tillegg gjennomført systematiske markedsobservasjoner i supermarkeder og restauranter.

### **4.2 Gjennomføring av prosjektet**

Prosjektet har vært gjennomført etter planen, men noen av leveransene kommer etter prosjektets formelle avslutning (1. mai 2015). Dette gjelder en serie populærvitenskapelige artikler som er avtalt publisert i Norsk Fiskeoppdrett (og nyhetssaker knyttet opp mot publiseringen av disse), samt en vitenskapelig artikkel.

## 5 Resultater, diskusjon og konklusjon

### 5.1 Oppnådde resultater

De viktigste resultatene fra dette prosjektet er oppsummert under (organisert etter de tre hovedrapportene i prosjektet).

#### 5.1.1 Handelsstatistikk og makroøkonomiske rammebetingelser

Resultatene viser at Sør-Afrika importerer stadig mer laks. Totalt ble det importert rundt 5.000 tonn laks i 2013. Fersk laks er den største kategorien med cirka 3.000 tonn. Importen av fryst er rundt 1.500 tonn. I tillegg kommer en import på 500 tonn av hermetisk laks. Norge er den største eksportøren av både fersk og fryst laks til Sør-Afrika. Norge har en markedsandel på 80 prosent på fersk laks og 950 prosent på fryst laks, EFTAs frihandelsavtale med Sør-Afrika gjennom Southern African Customs Union (SACU) gir Norge et konkurransefortrinn sammenlignet med andre konkurrenter. Norge har siden 1.1.2015 tollfrihet mens våre største konkurrenter (Chile, Skottland og Færøyene) har en tollsats på 25 prosent. Prisene på fersk laks til Sør-Afrika er høye sammenlignet med andre markeder. Forklaringen på dette er at sushisegmentet er den største kjøperen av laks i Sør-Afrika. De foretrekker stor fisk som koster mer per kilo enn mindre fisk. Våre analyser av internasjonal handelsstatistikk antyder at sushisegmentet kjøper fisk av mindre størrelser i perioder hvor prisen for den største fisken (6–7 og 7+) er på sitt høyeste. Andelen fryst laks av den totale lakseimporten øker. Det er trolig fordi det selges mer laks utenfor restaurantsegmentet enn tidligere. I dag er dagligvarehandelen og lokal videreforedlingsindustri de største kjøperne av fryst laks. Flere supermarkedskjeder selger tinte filetprodukter av fryst laks. Dersom prisforskjellen mellom fersk og fryst laks øker, kan en trolig forvente at flere kjeder vil tilby sine kunder tinte lakseprodukter i framtiden.

#### 5.1.2 Verdikjeder og kjøpskriterier i det sørafrikanske markedet for laks

Resultatene viser at de viktigste kjøpskriteriene er pris, kvalitet, størrelse, bærekraft og forutsigbarhet. Pris er det viktigste kjøpskriteriet i alle leddene i verdikjeden for laks i Sør-Afrika. Økt pris kombinert med svekket lokal valuta har ført til at kjøpere av atlantisk oppdrettslaks har endret sine innkjøpsstrategier. Analysene viser likeledes at kvalitet er et svært viktig kjøpskriterium, men også at ulike aktører i verdikjeden fokuserer på delvis ulike kvalitetsdimensjoner. Ferskhet var viktig for både importørene, supermarkedene og restaurantene, mens foredlerne var svært opptatt av utbytte og restauranter opptatt av farge.

Selv om fersk laks til sushirestauranter fortsatt er den viktigste driveren for salg av laks i Sør-Afrika, er det tinte lakseprodukter til dagligvarehandelen som vokser raskest. Årsakene til denne utviklingen er:

1. Økende laksepriser og svak lokal valuta har ført til at mange aktører erstatter fersk med fryst laks. Hovedårsaken til at fryst laks er billigere er den høye prisen for flyfrakt.
2. Stor vekst i salget av produkter som er produsert fra fryst laks, som for eksempel røkt laks, laksefilet og hel laks. Veksten i salget er drevet av produktutvikling og at flere supermarkedskjeder har tatt laks inn i sin produktportefølje.
3. Fryst laks gir bedre fleksibilitet i forhold til å justere produksjon basert på etterspørsel og tint har lengre holdbarhet sammenlignet med fersk laks. Dette gir mindre svinn og bedre lønnsomhet.

I tillegg indikerer flere av aktørene vi har intervjuet at fryst laks anvendes i økende grad innenfor sushiindustrien. Det er imidlertid vanskelig å anslå hvor mye dette er snakk om i volum og om dette er en utvikling som vil fortsette. Samlet vil dette føre til større import av fryst hel laks med hode til Sør-Afrika i fremtiden.

Sør-Afrika importerer nesten utelukkende hel laks. Resultatene i dette prosjektet viser at det ikke er sannsynlig at dette vil forandre seg de neste årene. Det er flere årsaker til at laksen fortsatt vil bli videreforedlet i Sør-Afrika:

1. Selv om laksen blir fraktet med fly lønner det seg å videreforedle laksen i Sør-Afrika. Grunnen til dette er at lønningene til en industriarbeider i Sør-Afrika er svært lave.
2. Hel laks kan brukes til å produsere de produktene som er mest etterspurt til enhver tid. Dette gjelder for alle anvendelser av laks.
3. Sushikokkene foretrekker hel laks på grunn av kvalitet, fleksibilitet og lønnsomhet.

Både supermarkeds- og restaurantkjedene vi intervjuet var opptatt av bærekraft og da særlig i årene som kommer. Samtidig var betalingsvilligheten relativt lav, noe som indikerer at det er vanskelig å få igjen ekstrakostnadene i markedet.

### **5.1.3 Differensiering av laks i Sør-Afrika**

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 produktenskaper 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.

## **5.2 Vurdering av funnene**

I prosjektet har vi benyttet flere ulike datakilder til å belyse de samme eller nært relaterte problemstillinger. Dette har gitt mer nyanserte svar på våre spørsmål og det øker resultatenes

pålitelighet. Vi har hatt en god dialog med styringsgruppen og da særlig Sjømatrådet. Dette har vært med på å sikre næringsrelevans.

Hva er de viktigste resultatene og hvilke implikasjoner har de for den norske laksenæringen? Svaret på dette spørsmålet kommer til en viss grad an på hvem det gjelder. Norske eksportører har som andre bedrifter ulike styrker og svakheter og de har til dels ulike strategier og ressurser. Dette kan gi seg utslag i ulike kunnskapsbehov. Sjømatrådet og andre organisasjoner har kunnskapsbehov som ikke nødvendigvis overlapper med bedriftens behov. Vi håper likevel at resultatene fra prosjektet har god nytteverdi for den norske laksenæringen.

Norske lakseeksportører selger primært direkte til importørene i Sør-Afrika. Kunnskap om verdikjeder og kjøpskriterier lengere ut i verdikjedene kan likevel være nyttig. Dette fordi slik kunnskap kan gjøre de norske aktørene mer kompetente som samarbeidspartnere. Kunnskap om ulike markedsforhold (for eksempel spesifikke kjøpskriterier hos supermarkeder og restauranter) kan også gi de norske aktørene gode salgsargumenter (for eksempel at de kan levere laks med spesifikke kvaliteter som etterspørres av supermarkeder/restauranter). Til slutt kan resultatene være nyttig ved utvikling av strategier og produkter for dette markedet. Resultatene kan også bidra til at bedriftene er bedre forberedt i forhold til sannsynlige fremtidige endringer i markedet som påpekes her.

### **5.3 Videre anvendelse av resultater fra prosjektet**

I tillegg til nytteverdien for laksenæringen som diskutert over, kan arbeidsmetodikken for dette prosjektet være relevant å adoptere for lignende typer prosjekter som fokuserer på andre markeder. Det indiske markedet for laks kan være et eksempel på et slikt marked hvor det eksisterer lite systematisk kunnskap om rammebetingelser, verdikjeder og kjøpskriterier. Nytteverdi for sjømatnæringen

Som diskutert over er nytteverdien av resultatene i dette prosjektet delvis avhengig av hvem det gjelder. Norske eksportører har som andre bedrifter ulike styrker og svakheter og de har til dels ulike strategier og ressurser. Dette kan gi seg utslag i ulike kunnskapsbehov. Sjømatrådet og andre organisasjoner har kunnskapsbehov som ikke nødvendigvis overlapper med bedriftens behov.

Norske lakseeksportører selger primært direkte til importørene i Sør-Afrika. Kunnskap om verdikjeder og kjøpskriterier lengere ut i verdikjedene kan likevel være nyttig. Dette fordi slik kunnskap kan gjøre de norske aktørene mer kompetente som samarbeidspartnere. Kunnskap om ulike markedsforhold (for eksempel spesifikke kjøpskriterier hos supermarkeder og restauranter) kan også gi de norske aktørene gode salgsargumenter (for eksempel at de kan levere laks med spesifikke kvaliteter som etterspørres av supermarkeder/restauranter).

To viktige og svært konkrete resultater er at frys laks vokser raskest og at det foreløpig ikke er grunnlag for å eksportere bearbejdede produkter fra Norge. Dette blant annet på grunn av svært lave arbeidskraftkostnader i Sør-Afrika og fleksibiliteten hel laks gir i produksjonen.

## 6 Leveranser

- Egeness, F.-A. & M. Heide (2014). Laks til Sør-Afrika. Handelsstatistikk og makroøkonomiske rammebetingelser. Rapport 30/2014, Nofima, Tromsø.
- Egeness, F.-A., M. Heide, P. Honkanen & G. Sogn-Grundvåg (2015). Verdikjeder og kjøpskriterier i det sørafrikanske markedet for laks. Rapport 18/2015, Nofima, Tromsø.
- Egeness, F.-A., M. Heide & G. Sogn-Grundvåg (2015). Differensiering av laks i Sør-Afrika. Rapport 21/2015, Nofima, Tromsø.
- Egeness, F.-A., M. Heide & G. Sogn-Grundvåg (2015). Laks til Sør-Afrika. Sluttrapport. Rapport 22/2015, Nofima, Tromsø.
- Egeness, F.-A. & Heide, M. 2014. Analyse av handelsstatistikk. Konkurransen i det sørafrikanske laksemarkedet og norsk eksport. Presentasjon til styringsgruppen 14.5 2014.
- Egeness, F.-A. & Heide, M. 2014. Laks til Sør-Afrika. Presentasjon til Styringsgruppen. April 2014.
- Sogn-Grundvåg, G., Heide, M. & Egeness, F.-A. 2015 Oppsummering av prosjektet. Presentasjon til styringsgruppen 14.4 2015.
- Heide, M., Honkanen, P., Egeness, F.-A. & Sogn-Grundvåg, G. Laks til Sør-Afrika. En eksplorativ analyse av markedet. Presentasjon til styringsgruppen 14.5 2014.
- Honkanen, P., Egeness, F.-A. & Heide, M. (2014). Norsk laks til Sør-Afrika. Norsk Sjømat 4-2014.

