



FISKERI- OG HAVBRUKSNÆRINGENS FORSKNINGSFOND

# Velkommen

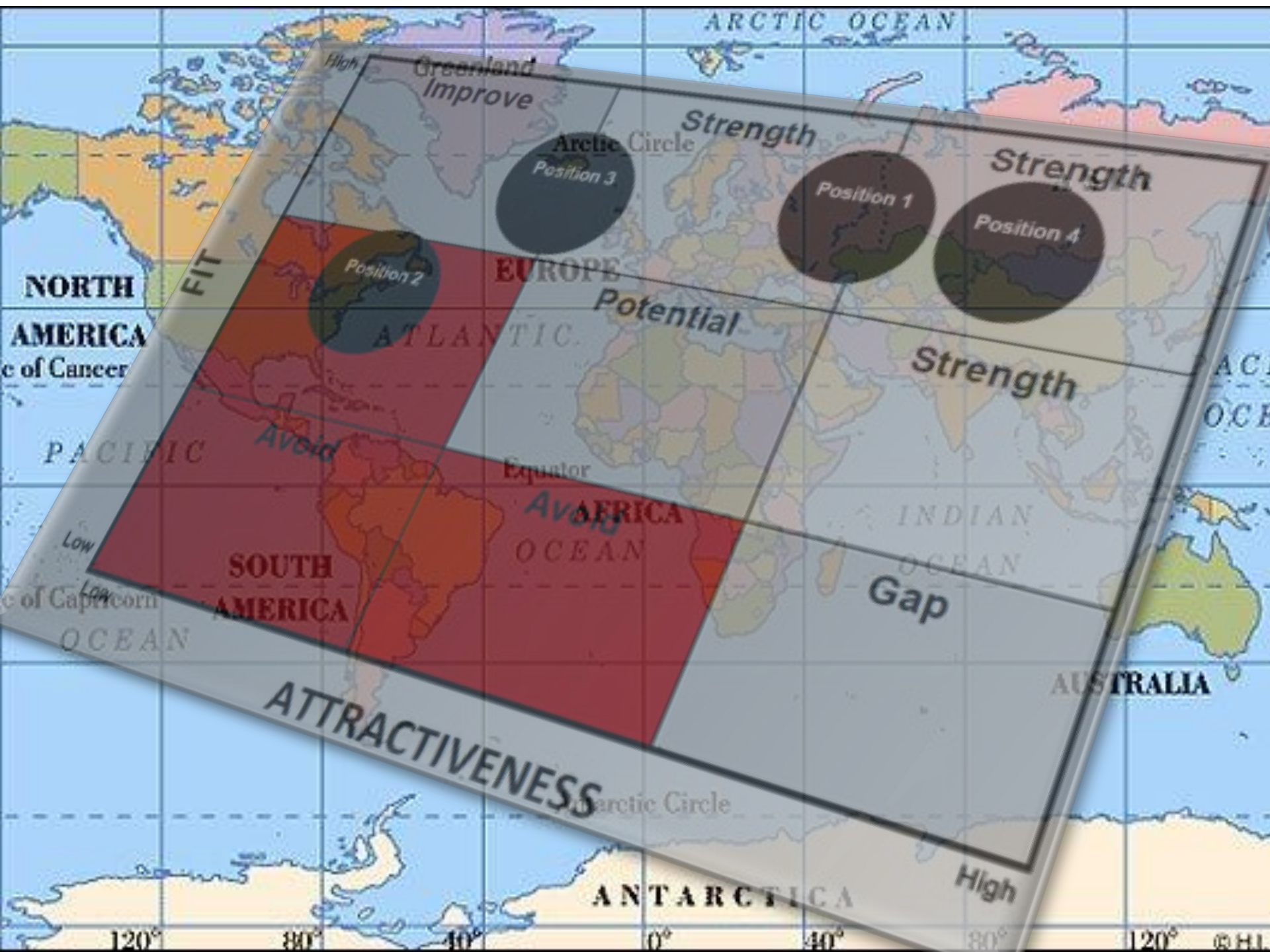
---











FIT

ATTRACTIVENESS

Avoid

Potential

Strength

Strength

Strength

Gap

Greenland Improve

Arctic Circle

Position 3

Position 1

Position 4

Position 2

EUROPE

Equator

AFRICA  
OCEAN

NORTH AMERICA

e of Cancer

PACIFIC OCEAN

SOUTH AMERICA

e of Capricorn

OCEAN

INDIAN OCEAN

AUSTRALIA

ANTARCTICA

ARCTIC OCEAN

120°

80°

40°

0°

40°

80°

120°

© H.U.

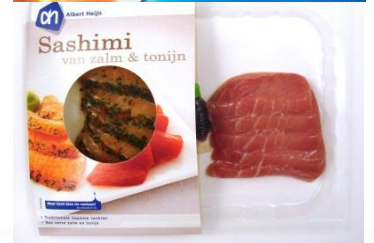
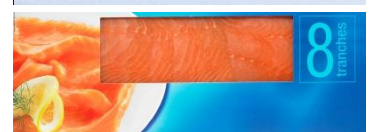
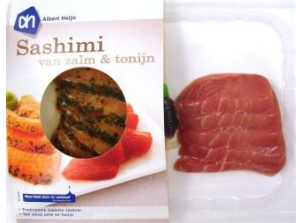
Verdens fremste sjømatnasjon

























## Hovedutfordringer:

1. Bærekraftig utvikling
2. Klimaforandringer
3. Samfunn, næring og marked





# Referansegruppen for Markedsforskning

- Opprettet første kvartal 2010
- Medlemmer:
  - Arne Sørvig, Marine Harvest ASA, leder
  - Bjørg Frøland, Nordic Group AS
  - Bjørn Fredriksen, Nergård AS
  - Egil Sundheim, Eksportutvalget for fisk
  - Erling Holmeset jr., Norges Fiskarlag
  - Hans Johan Dahl, NNN
  - Nils Williksen, Nils Williksen AS
  - Morten Hyldborg Jensen, Aker Seafood ASA
  - Marta Valdés, LO, Vara
  - Arne E. Karlsen, Gunnar Klo AS (fratrådt)



# Mandat

- Strategisk premissgiver for FHF's markedsforskning spesielt, og markedsforskning generelt.
- Følge opp FHF's handlingsplan for markedsforskning
- Identifisere næringens behov
- Bidra til at næring er kravstor kunde overfor FOU-miljø
- Sikre god innretting og kvalitet på program og prosjekt
- Premissleverandør overfor FHF for å formulere viktigste markedsmessige utfordringer på kort og lang sikt
- Bidra til at kunnskap fra markedsforskning formidles og tas i bruk

# Rapport om siste 10-års markedsforskning

- Ikke lang tradisjon, men norske miljø markerer seg akademisk
- Det er behov for nedstrømsforskning, men det er dyrt.
- Hovedtema i rapporten:
  - Forbrukerforskning
  - Markedsstrategi/organisasjon
  - Industriell kjøpsadferd
  - Etterspørselsanalyser
  - Markedsintegrasjon og markedsrett
  - Markedsmodeller, miljømerking, hedoniske modeller



# Programområder

1. Etterspørselsforhold knyttet til bærekraft, miljø og etikk
2. Markedsbasert verdikjedeutvikling
3. Forbrukerforsking



**FARMING  
RESOURCE**

**HARVESTING  
FISHING**

**LOGISTICS**

**PROCESSING**

**RETAIL**

**CONSUMER**



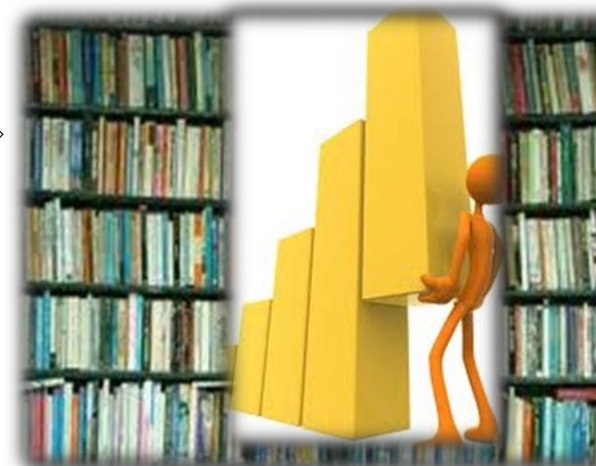
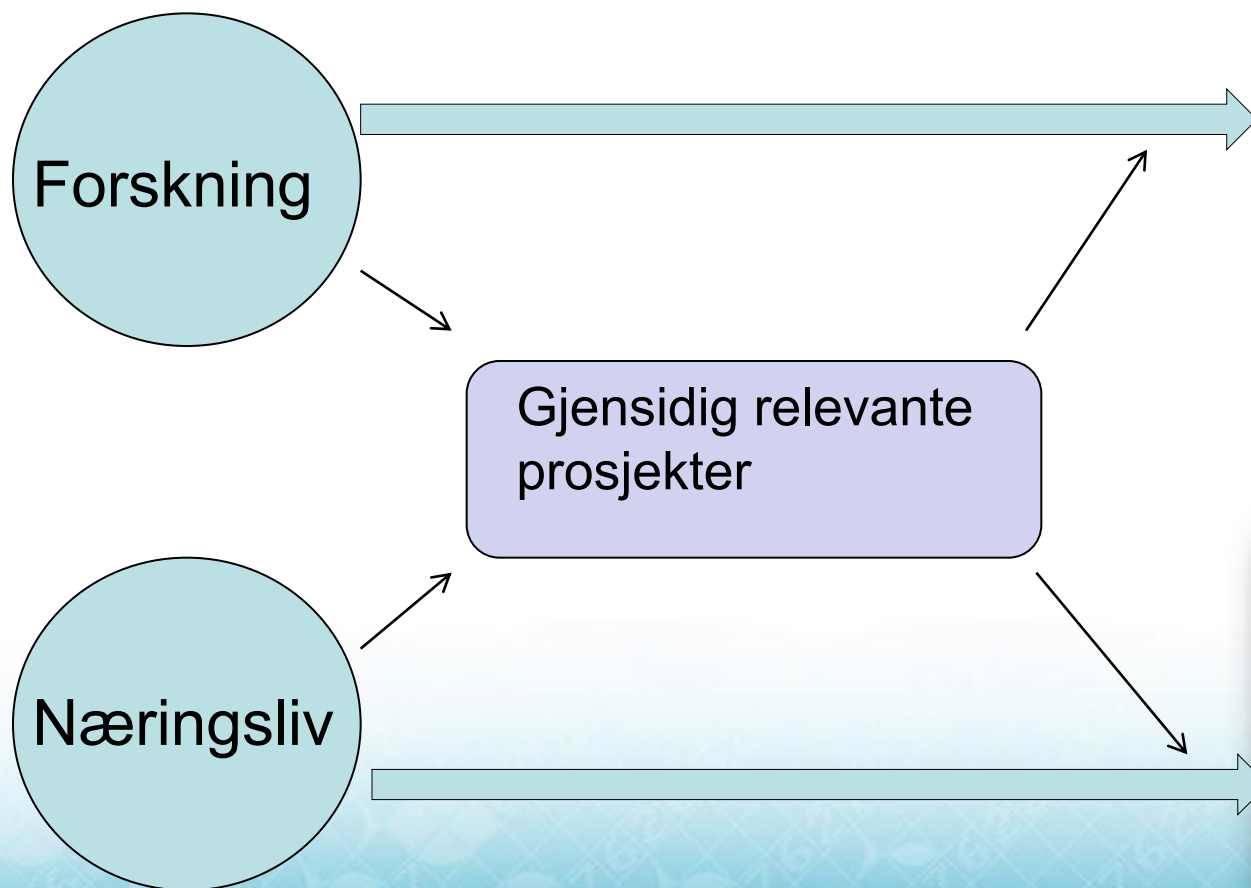


# Pågående prosjekter

	Bærekraft	Verdikjede	Konsument
Etterspørselsforhold (Nofima)	v	v	v
Effekter av MSC (Nofima)	v		v
Suksesskriterier handel med fisk (UiS)		v	
Posisjoneringsstudien (UiS)		v	v
Prioritet 2011		v	

- Det foregår også markedsforskningsprosjekter i enkelte av FHF's prosjekter via faggruppene, men disse er ikke formelt koordinert på tvers av aktivitetene under ***tag:markedsforskning***

# Ulike mål, felles interesser





## Bestillingskriterier

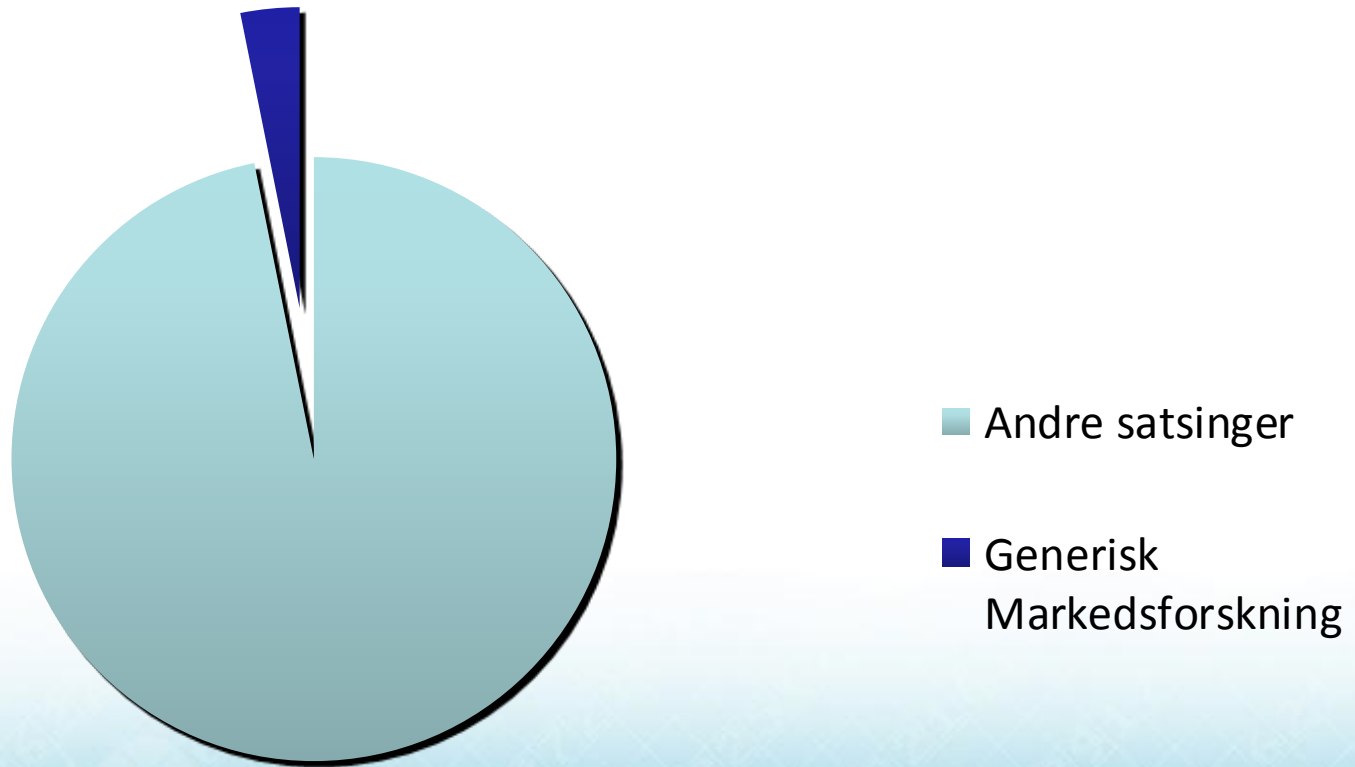
- *Bidrag til norsk sjømatnærings konkurransevne*
- *Relevans for prisdannelse gjennom verdikjeden for sjømat/matvarer*
- *Tidshorisont for når resultater kommer til anvendelse*
- *Innhold av praktisk markedsforskning (resultatenes praktiske relevans for næringen; inkludert plan for formidling)*
- *Generisk vs. spesifikk relevans (næring, industri etc)*
- *Potensiale for samfinansiering og relevante samarbeidspartnere til prosjektene*
- *Kostnadsramme*

# Nytte av markedsforskning?

- Kategori og produktutvikling på næringens initiativ fordrer gode hypoteser om markedsutvikling på lang sikt.
  - Grunnlag for volumvekst; alt. høyere pris for begrenset ressurs
- Forståelse for hva som endrer adferd blant industrielle kjøpere og konsumenter. Grunnlag for å gjøre de rette grepene i verdikjeden på kort og lang sikt.
- Grundigere forklaringer på volum- og prisforhold fra etterspørsels-siden, kunnskap som for både råvarebaserte og markedsbaserte selskaper kan omgjøre til bedre etterspørselstyring, prising m.m.
- Sammenligninger mellom regioner, land, kanaler og nisjer. Grunnlag for teknologi og produktutvikling.



# Referansegruppen i FHF's totalbudsjett -1 1



# Program

**0900-0910:** Velkommen v Arne Karlsen.

**0910-0930:** Hvorfor Markedsforskning? Faglige prioriteringer i årene fremover. v Arne Sørvig.

**0930-1040:** Sjømatnæringens kunder stiller økende krav mht bærekraftig fangst. Kan bærekraft og miljø benyttes som virkemiddel i markedsføring.

Pirjo Honkanen, Nofima

Frode Nilssen, Nofima

**1040- 1055:** Pause

**1055-1130:** Posisjoneringsstudie for norsk sjømat. v Ragnar Tveterås og Yuko Onozaka, Universitetet i Stavanger.

**1130-1215:** Lunsj



## .....program

**1215-1300:** "New marketing perspectives on changing global seafood value chains". v. James A Young, Stirling Universitet

**1300-1400:** Casestudier – preferansebygging i sjømatnæringen:  
Suksesskriterier i handelen med oppdrettsfisk. v Ragnar Tveterås

Linefisk fra kystflåten. v. Edgar Henriksen, Nofima

**1400-1415: Pause**

**1415-1700:** Samhandling mellom Markedsforskning og industri. Innledning ved Finn Bergesen jr.

**Paneldebatt** om prioriteringene fremover og samhandling med deltagere fra norsk sjømatindustri og forskning Denne del av programmet ledes av Aslak Bonde.

# Våre mål for konferansen

- Prioritere fremtidige satsingsområder
- Konkretiser hvordan næring og forskning best kan samarbeide innen fagfeltet
- Formidle ny kunnskap
- Inspirere hverandre!