

Artikkelserie om Sør-Afrika

Sør-Afrika er det største laksemarkedet i Afrika. Nærmere 10 millioner av landets 50 millioner innbyggere har kjøpekraft som gir muligheter til et regelmessig laksekonsum. Laksen som eksporteres til Sør-Afrika distribueres til og konsumeres primært i byene Cape Town, Durban og Port Elizabeth. På oppdrag fra FHF har Nofima gjennomført analyser av det sørafrikanske laksemarkedet. I tillegg til å være et voksende laksemarked er Sør-Afrika inngangsporten til Afrika sør for Sahara, ett av de områdene i verden med prosentvis raskest økonomisk vekst. Kunnskap om det sørafrikanske laksemarkedet er derfor av verdi for bedrifter som ønsker å satse her eller i andre områder i denne regionen. I en serie artikler vil Nofima bringe hovedkonklusjonene fra prosjektet. De første tre stod på trykk i NF nr8. Dette er den fjerde av syv artikler.

Kjøpskriterier for atlantisk oppdrettslaks i Sør-Afrika

Sør-Afrika er det største markedet for atlantisk oppdrettslaks i Afrika. Markedet er differensiert, og ulike kjøpskriterier vektlegges i ulike deler av verdikjeden. Parallelt tilpasses kjøpskriteriene for å redusere prisen. Markedskunnskap er derfor en forutsetning for å imøtekomme ulike kunders ønsker, behov og preferanser.

Av bransjeanalytiker sjømat, Finn-Arne Egeness, Nordea; forsker Morten Heide, Nofima; og seniorforsker Geir Sogn-Grundvåg, Nofima. | geir.sogn-grundvag@nofima.no

Nofima har på oppdrag fra Fiskeri- og havbruksnæringens forskningsfond (FHF) kartlagt kjøpskriteriene for atlantisk oppdrettslaks på industrielt nivå i Sør-Afrika. Dybdeintervjuer ble gjennomført med representanter for 17 ulike aktører i verdikjeden for laks i markedet. Resultatene er oppsummert i tabellen under og viser flere interessante forhold som i stor grad reflekterer rollefordeling og ulike behov i de ulike leddene i verdikjeden for atlantisk oppdrettslaks i Sør-Afrika. Våre funn viser at de viktigste kjøpskriteriene er pris, kvalitet, størrelse, bærekraft og forutsigbarhet. Hvilke kriterier som vektlegges er delvis avhengig av hvor i verdikjedene bedriftene befinner seg. Lederne i alle

bedriftene vi møtte var opptatt av pris og kvalitet. I tillegg trakk importørene fram forutsigbarhet og størrelse som avgjørende kjøpskriterier, foredlerne pekte på størrelse, forutsigbarhet og opprinnelse, supermarkedkjedene var opptatt av bærekraft og opprinnelse, og restaurantene var, utenom pris og kvalitet, mest opptatt av størrelsen.

Kjøpskriterier

Pris er det viktigste kjøpskriteriet for atlantisk oppdrettslaks i Sør-Afrika og har fått enda større oppmerksomhet som følge av økte laksepriser og redusert verdi på den lokale valutaen. Kvalitet ble nevnt som det nest viktigste kjøpskriteriet. Et

poeng er imidlertid at ulike aktører har ulike variabler for å operasjonalisere begrepet kvalitet. Ferskhet ble brukt både av importørene, supermarkedene og restaurantene, trolig fordi ferskhet kan redusere svinnet. Foredlerne var mest opptatt av utbytte. Det er naturlig siden utbyttet påvirker lønnsomheten. Restaurantene nevnte farge som en viktig kvalitetsparameter. En forklaring kan være at fargen blir særlig synlig når laksen serveres rå. Nærmere halvparten av laksen i Sør-Afrika konsumeres rå; enten som sushi eller sashimi.

Et kjøpskriterium som gikk igjen hos tre av fire ledd i verdikjeden var størrelse. Siden ulike størrelser har ulike anvendelser er det naturlig at kriteriet vektlegges i innkjøpsprosessen. Sushikokkene har for eksempel preferanser for større laks enn filetprodusentene. Forutsigbarhet er bare nevnt av aktører i importør- og foredlingsleddene. Dette betyr på ingen måte at forutsigbarhet ikke er viktig for supermarkedene og restaurantene – snarere tvert imot – men det indikerer at disse aktørene ikke opplever problemer knyttet til leveransene de får fra sine leverandører. I intervjuene vektla representanter for flere supermarkeder at de hadde stor tillit til sine leverandører. Tillit er noe som opparbeides over tid og dette tyder derfor på at importør- og foredlingsleddene har gjort en god jobb i og «buffre» variasjoner i leveranser fra norske lakseeksportører.

Vi observerte likeledes at både foredlingsleddet og supermarkedene er opptatt av opprinnelse, det antyder at egenskapen kan gi en merverdi. Ett relevant funn i forbindelse med våre markedsobservasjoner var at en stor andel av produktene var merket med norsk opprinnelse, det var tilfellet både for fersk og fryst laks og røykelaks. aks.

Bærekraft var hyppigst vektlagt blant supermarkedskjedene. Et viktig poeng her er at denne vektleggingen primært var knyttet til fremtiden, noe som kan forklare at bare to av de fem importørene og en av de fire foredlerne vektla bærekraft. Informanten fra en av kjedene var av den oppfatning av at de i Sør-Afrika var et godt stykke bak utviklingen i Europa hvor mange kjeder har et sterkt fokus på bærekraft. Atlantisk oppdrettslaks er i dag

Produktegenskaper	Importør (5)	Foredler (4)	Supermarkeder (4)	Restauranter (4)	Sum (17)
Kvalitet	5	4	4	4	17
Forutsigbarhet	1	2	0	0	3
Ferskhet	2	1	2	3	8
Blodflekker	1	1	0	0	2
Gjeller	1	0	0	0	1
Farge	0	1	0	2	3
Fett	0	1	1	1	3
Tekstur	0	0	0	1	1
Spalting	0	1	0	0	1
Produktformat	0	0	0	1	1
Utbytte	0	2	1	0	3
Pris	5	4	4	3	16
Størrelse	3	2	3	3	11
Opprinnelse	2	0	1	0	3
Sporbarhet	0	0	0	1	1
Bærekraft	2	1	3	1	6
Sum	22	20	19	20	81

Kjøpskriterier i den sørafrikanske verdikjeden for laks

Next generation water treatment

BIOCLEAR

Modul basert RAS

Person Drumfilter Sterner CO₂-Degasser Sterner Oxytech Krone filter Wedeco UV

Hoved kontor:
Anolitveien 16, Pb 3534-1402 SKI
Telefon: (0047) 64859420
post@sterner.no www.sterner.no

Bergen:
Stamsneset 100 A-5252 Søreidgrend
Telefon: (0047) 91893120
jr@sterner.no

Leknes:
Lufthavnveien 16-8376 Leknes
Ph. (0047) 90912699
ko@sterner.no



Pris er det viktigste kjøpskriteriet for atlantisk oppdrettslaks i Sør-Afrika og har fått enda større oppmerksomhet som følge av økte laksepriser og redusert verdi på den lokale valutaen. Foto Morten Heide, Nofima

orangelistet på WWF sin SASSI-liste (South African Sustainable Seafood Initiative). Det tyder på at bærekraft kan bli et viktig kjøpskriterium i framover. ASC-sertifisering eller andre sertifiseringsordninger som garanterer bærekraftig laks vil derfor trolig bli viktigere i framtiden. Samtidig er betalingsvilligheten for bærekraft relativt begrenset, noe som nok bør sees i sammenheng med den svært høye prisen på laks de siste årene.

Dynamisk marked

Økte laksepriser og en svekket valuta har ført til at noen industrielle aktører har forandret innkjøpsstrategi for å redusere sine kostnader. Enkelte segmenter kjøper fryst framfor fersk laks, først og fremst fordi lavere transportkostnader reduserer råvarekostnadene. Den ferske laksen må fraktes med fly, mens den fryste går med containerskip. Høyere laksepriser forklarer hvorfor mange bedrifter velger å kjøpe laks av mindre størrelser, fordi kiloprisen er lavere enn hos laks av store størrelser i perioder av året. Foredlingsbedriftene har også valgt å redusere størrelsen (vekten) på flere foredlede produkter, som følge av økte priser. Prisen på laks kan med andre ord påvirke hva og hvilke produkter markedet etterspør.

Differensieringsstrategier

Enkelte aktører innen videreforedling og sushi foretrekker leverandører som kan levere forutsigbar og høy kvalitet, både av fersk og fryst laks. Dette segmentet er likeledes villig til å betale en høyere pris for laks med høy kvalitet. Det skaper grunnlag for en differensieringsstrategi basert på kvalitet. En slik differensieringsstrategi vil først og fremst være hensiktsmessig mot foredlingsindustrien og restaurantmarkedet (sushi) hvor det finnes segmenter med stor betalingsvilje for riktig kvalitet.

Farge

Våre funn viser at farge er et viktig kjøpskriterium i sushisegmentet. Rundt 50 prosent av laksekonsumet i Sør-Afrika er rått. Norske aktører bør derfor vektlegge farge som et viktig salgsargument for fersk laks til rått konsum.

Fryst

Sør-Afrika har historisk vært et fryst marked, men sushitrenden har gjort at fersk laks til det største produktet. Vi tror imidlertid at fryst laks vil vokse raskere enn fersk framover, først og fremst fordi fryst laks gir lavere råvarekostnader. Parallelt antyder markedsobservasjoner og respondentene vekst i salget av produkter basert på fryst laks, som røykelaks, tint laksefilet og tint hel laks. Fryst laks gir bedre fleksibilitet i forhold til å justere produksjon basert på etterspørsel og lengre holdbarhet sammenlignet med fersk laks. Det gir mindre svinn og bedre lønnsomhet. Større oppmerksomhet knyttet til de negative eksterne miljøpåvirkningene som følge av CO₂-utslipp fra flyfrakt av fersk laks, kan være et forhold som vil kunne akselerere framveksten av tint laks i det sørafrikanske markedet. Noen få bedrifter antydet også at fryst laks også i økende grad anvendes til rått konsum. Dette ble imidlertid ikke nevnt av restaurantene som ble intervjuet. Pris er det viktigste kjøpskriteriet for atlantisk oppdrettslaks i Sør-Afrika. Hvilke strategier markedet velger for å holde råvarekostnadene lavest mulig vil påvirke kjøpskriteriene. Vi tror derfor at fortsatt høy pris vil føre til økt etterspørselen etter fryst laks. ●