



Norsk Fiskeri- næring

Nr. 6/7 - 2016 - 56. årgang
Utgitt av Norsk Fiskerinæring AS

Omdømmet
bedre enn noen
gang!

side 158





Tørrfisk fra Lofoten:

I går, i dag og i morgen!

Historien går over tusen år tilbake i tid. Mye har forandret seg, men for Lofoten er tørrfisken fortsatt viktig. De senere årene har eksporten faktisk økt, og 2015 ble sannsynligvis det beste økonomiske året for bransjen på aldri så lenge. Men utfordringene står i kø; klimaendringer, råstofftilgang, nye produkter og utvikling av etablerte og nye markeder. Og kanskje viktigst av alt nå som Tørrfisk fra Lofoten har fått EUs offisielle stempel som eget merkenavn — at man ikke gir fra seg gevinsten hver gang råstoffprisene faller. I denne artikkelen skal vi ta for oss både historien, situasjonen i dag og utfordringene som venter.



En gang gikk 70-80 prosent av all torsk og torskeartet fisk til hending. I dag havner godt under fem prosent på hjell. Men for Lofoten er tørrfisken fortsatt svært viktig. Det er hjellbruk over alt, og i toppsesongen jobbes det både sent og tidlig for å ta unna all fisken.



I 1959 ble det eksportert ganske nøyaktig 40.000 tonn tørrfisk fra Norge. Vi snakker om et råstoffkvantum på nærmere 200.000 tonn. Verken før eller senere har det havnet så mye fisk på hjell.

SER VI LITT STORT på det — la oss si de siste tusen årene, er det neppe noe annet produkt som har betydd mer for Norge enn tørrfisken. Den bygde landet. Vikingene, hanseatene, driftige væreiere i Nord-Norge og smarte handelsmenn på Vestlandet tjente seg alle søkkrike på eksport av tørrfisk. Gjennom hele middelalderen og langt ut på 1800-tallet gikk det aller meste av torsken til henging — i perioder så mye som 70-80 prosent. Men vi må ikke se oss blinde på jekkefarten til Bergen, hanseatene og den lange historien. Faktum er at den virkelig store gullalderen for tørrfisken var mellom første og andre verdenskrig. Fra 1925 til 1929 eksporterte vi i gjennomsnitt 32.000 tonn tørrfisk per år. Men det virkelige kronåret var i 1959, da vi sendte ganske nøyaktig 40.000 tonn tørrfisk ut av landet. Det tilsvarte et råstoffkvantum på nesten 200.000 tonn. Og så sent som i 1981 eksporterte vi tett på 30.000 tonn tørrfisk, et av de aller største kvantumene gjennom tørrfiskens mer enn tusenårige historie som handelsvare.

Et historisk toppår

Figurene 1, 2 og 3 på motstående side er vel verdt å studere. De forteller det meste om næringens utvikling de siste 185 årene. Stolpene i figur 1 viser mengden torskeartet fisk til henging i fem års gjennomsnitt siden 1830. Gjennom hele 1800-tallet og frem til utbruddet av første verdenskrig lå kvantumet til henging ganske stabilt mellom 80.000 og 100.000 tonn per år. På grunn av jevnt økte fangster falt likevel andelen til henging fra ca. 75 prosent først i perioden til rundt 40 prosent frem mot starten av første verdenskrig i 1914. Det fremgår av den røde kurven i figuren.

Under første verdenskrig stupte naturlig nok produksjonen. Men så kom altså de virkelige gullårene. Ser vi mellomkrigstiden under ett har det aldri vært produsert mer tørrfisk i Norge. Fra 1920 til 1940 gikk i gjennomsnitt 130.000 tonn til henging hvert år. Rundt halvparten av all torskefisk i Norge havnet altså på hjell. Også etter andre verdenskrig holdt tørrfisken imponerende stand. Fra 1950 til 1985 gikk i gjennomsnitt 90.000 tonn

til henging hvert år, eller ca. 25 prosent av landingene av torsk og torskeartet fisk.

De siste tredve årene, fra 1985 til 2015, har kvantumet til henging holdt seg forbausende stabilt, men som vi ser av figur 1 på et historisk lavt nivå. Vi merker oss dog som et positivt tegn at kvantumet til henging faktisk har økt jevnt og trutt siden 1995, selv om tørrfiskens andel av de totale torskefangstene har falt til under fem prosent.

Hovedkonklusjonen kommer ikke som noen overraskelse. Etter å ha vært totalt dominerende fra vikingtiden til langt ut på 1900-tallet, betyr produksjonen av tørrfisk i dag lite for norsk sjømatnæring totalt sett. De tre viktigste forklaringene er frossenfisknæringens fremvekst etter andre verdenskrig, klippfiskens vedvarende suksess og oppdrettslaksens enorme vekst. I 2015 sto tørrfisken for bare 0,96 prosent av den totale eksportverdien av sjømat fra Norge. Holder vi oppdrettsfisk utenom var andelen 2,9 prosent. Men for all del. Tørrfisken er fortsatt viktig for de som

produserer og selger den, og for Lofot-regionen. Mange av de som produserer tørrfisk, driver også med saltfisk, klippfisk og ferskfisk. Denne virksomheten kunne de sannsynligvis ikke opprettholdt uten tørrfischen. På Røst og Værøy og en rekke mindre steder innover i Lofoten ville man fått store problemer uten muligheten til å henge fisk.

Figur 2 viser eksporten av tørrfisk i tonn for hvert år siden 1830. Her ser vi at de aller beste enkeltårene på 1960-tallet faktisk var bedre enn de beste årene i mellomkrigstiden. Men hovedmønsteret er det samme som i figur 1. Eksporten var relativt stabil gjennom hele 1800-tallet med årlige eksportkvanta på mellom 15.000 og 20.000 tonn, før vi fikk en markert økning opp mot 30.000 tonn tidlig på 1900-tallet. Deretter nesten full stopp under første verdenskrig, og så en svært god periode fra tidlig på 1920-tallet og frem til utbruddet av andre verdenskrig. På det meste — i 1929 — eksporterte vi 38.000 tonn tørrfisk.

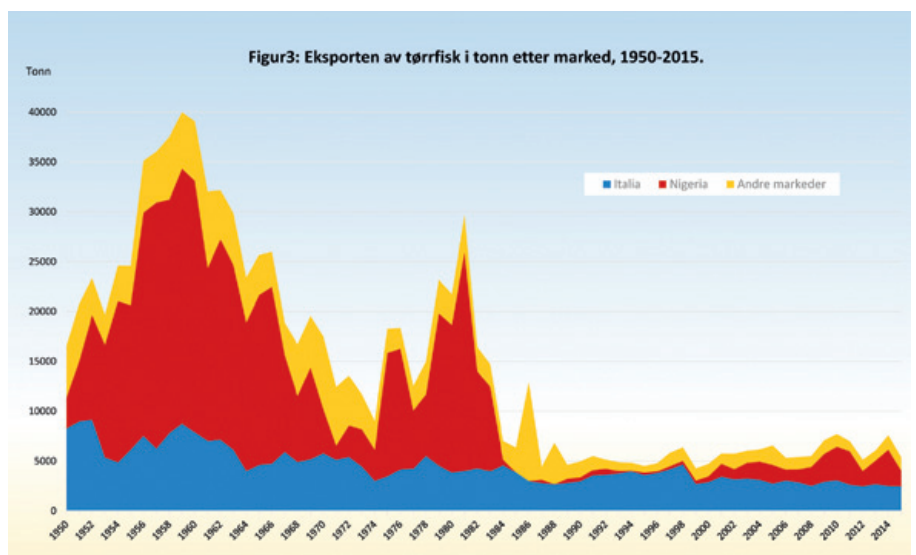
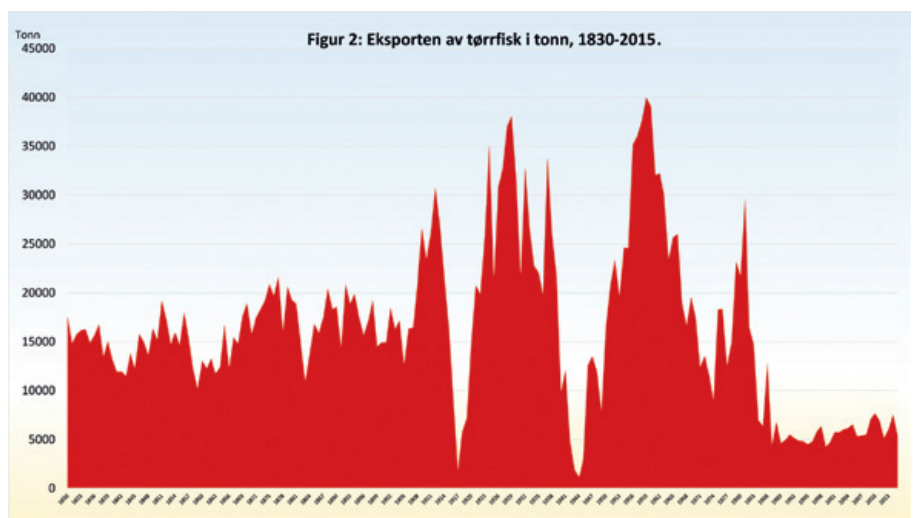
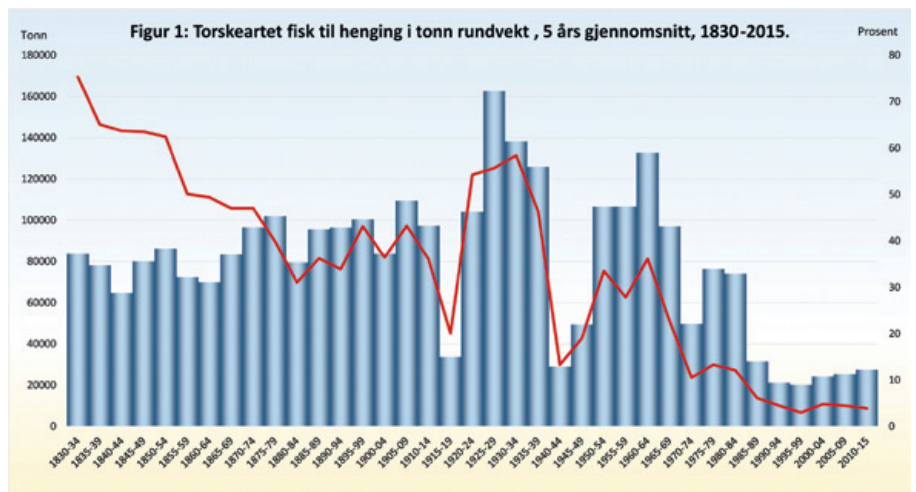
Så kom noen nye strålende år fra midten av 1950-tallet frem til midten av 1960-tallet. I 1959 nådde som nevnt næringen «all time high» med et eksportkvantum på 39.995 tonn. Ofte når folk snakker om norsk tørrfisknæring virker det som om toppen var en eller annen gang i Middelalderen. Toppen var i 1959!

Deretter fikk vi et jevnt og vedvarende fall i eksporten frem til 1974, mye på grunn av Biafra-krisen i Nigeria. Så kom et nytt og veldig enslig toppår i 1981, da eksporten nådde 29.645 tonn, før «den store nedturen» startet. I løpet av 5-6 år midt på 1980-tallet falt eksporten til under 5.000 tonn, og siden har den aldri tatt seg skikkelig opp igjen. De siste 25-30 årene har utførselen holdt seg ganske stabil på pluss/minus 5.000 tonn. I fjor eksporterte vi 5.400 tonn — året før hele 7.600 tonn.

Italia og Nigeria dominerer

Figur 3 viser eksporten av tørrfisk siden 1945 fordelt på de to viktigste markedene — Italia og Nigeria, samt en samlepost for andre markeder.

Det første som springer oss i øynene er den store eksporten til Nigeria fra tidlig på 1950-tallet frem til 1970, og igjen fra 1975 til 1983. Eksporten til Italia — det blå feltet nederst i figuren, har egentlig holdt seg forbløffende stabil gjennom hele perioden. Jo da, det har vært en nedgang, men fra et nivå på 6-7.000 tonn per år på 1950-tallet, til



rundt 5.000 tonn på 60-tallet og rundt 2.700 tonn i snitt per år de siste 10 årene. I 2014 og 2015 var eksporten litt i underkant av 2.500 tonn. Gledelig nok ser vi at Nigeria kom tilbake rundt årtusenskiftet og har bidratt til den svake volumveksten de siste 15 årene. Tabell 1 viser hvordan tørrfiskeksporten har fordelt seg mellom Italia, Nigeria og

andre markeder. Fra 1950 til midt på 1980-tallet var Nigeria vårt klart største marked. På 1990-tallet dominerte Italia stort, før Nigeria igjen kom tilbake. Både i 2010, 2011 og 2014 var Nigeria størst. Øvrige markeder har stått for mellom 17 og 26 prosent av tørrfiskeksporten de siste 60 årene. Det ser vi av tabell 1 øverst på neste side.

Tabell 1: Eksporten av tørrfisk i tonn i gjennomsnitt per år.

	Totalt	Italia	Nigeria	Øvrige
1950-59:	27.835	7.304 26,2%	15.792 56,7%	4.734 17,1%
1960-69:	26.338	5.746 21,8%	15.663 59,5%	4.928 18,7%
1970-79:	15.146	4.562 30,1%	6.768 44,7%	3.816 25,2%
1980-89:	12.454	3.570 28,7%	5.640 45,3%	3.244 26,0%
1990-99:	5.102	3.673 72,0%	332 6,5%	1.098 21,5%
2000-09:	5.820	2.975 51,1%	1.548 26,6%	1.297 22,3%
2010-15:	6.463	2.623 40,6%	2.657 41,1%	1.183 18,3%

2015 et knallår

Uansett hvordan man snur og vender på det, har tørrfisknæringen mistet mye av sin betydning. I dag er den viktig bare for et lite antall bedrifter i Lofoten. Lønnsomheten har vært så som så de senere årene. Det fremgår av tabell 2, som viser økonomiske nøkkeltall for i alt 24 bedrifter med tørrfisk som en viktig del av sitt driftsgrunnlag. Her ser vi at lønnsomheten var særlig dårlig i 2008, mye som følge av store valutatap. Dette året

Tabell 2: Økonomiske nøkkeltall for tørrfiskindustrien, 2007-2015.

Resultatregnskap	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007
Verdi i 1000 NOK									
Salgsinntekter	kr 969 211	kr 842 792	kr 863 238	kr 873 142	kr 922 311	kr 869 641	kr 637 916	kr 731 958	kr 794 310
Andre inntekter	kr 15 000	kr 12 894	kr 16 370	kr 14 014	kr 14 601	kr 19 604	kr 14 134	kr 14 714	kr 14 365
Sum inntekter	kr 984 211	kr 855 686	kr 879 608	kr 887 156	kr 936 912	kr 889 245	kr 652 050	kr 746 672	kr 808 675
Varekostnad	kr 622065	kr 548 289	kr 577 566	kr 574 607	kr 625 360	kr 586 291	kr 507 144	kr 558 720	kr 619 783
Personalkostnad/lønn	kr 107 832	kr 122 297	kr 138 884	kr 123 202	kr 111 423	kr 98 626	kr 71 104	kr 77 973	kr 82 350
Ordinære avskrivninger	kr 23 657	kr 22 192	kr 23 283	kr 21 864	kr 18 290	kr 16 925	kr 15 612	kr 17 694	kr 15 617
Andre driftskostnader	kr 111 311	kr 121 529	kr 125 889	kr 117 761	kr 109 605	kr 92 661	kr 72 474	kr 80 833	kr 82 089
Sum Driftskostnader	kr 864 865	kr 814 307	kr 865 622	kr 837 434	kr 864 678	kr 794 503	kr 666 334	kr 735 220	kr 799 839
Driftsresultat	kr 119 346	kr 41 379	kr 13 986	kr 49 722	kr 72 234	kr 94 742	-kr 14 284	kr 11 452	kr 8 836
Finansinntekter	kr 18 000	kr 18 516	kr 13 079	kr 13 757	kr 20 538	kr 38 309	kr 52 583	kr 38 098	kr 42 844
Finanskostnader	kr 35 000	kr 35 124	kr 41 414	kr 31 772	kr 30 825	kr 32 929	kr 23 897	kr 190 622	kr 39 693
Netto finans	-kr 17 000	-kr 16 608	-kr 28 335	-kr 18 015	-kr 10 287	kr 5 380	kr 28 686	-kr 152 524	kr 3 151
Resultat før skatt	kr 102 346	kr 24 771	-kr 14 349	kr 31 707	kr 61 947	kr 100 122	kr 14 402	-kr 141 072	kr 11 987
Skattekostnad på ord. R.	kr 27 633	kr 4 480							
Årsresultat	kr 74 712	kr 20 291	-kr 11 796	kr 16 761	kr 37 207	kr 61 870	kr 20 777	-kr 135 701	kr 4 918

Følgende bedrifter er med: Astrup Lofoten AS, Ballstad Fisk AS, Brødrene Andreassen Værøy AS, Brødrene Arntzen AS, Brødrene Berg AS, L. Bergs Sønner AS, AS Glea, John Greger AS, Nic. Haug AS, Hovden Fiskeindustri AS, A. Johansen AS, Jm Langaas Drift AS, Johan B. Larsen AS, Lofoten Northern Light AS, Notø AS, Olavsens AS, Ramberg Fisk AS, Riksheim Fisk AS, Ole Karl Rostad AS, Røst Fiskeindustri AS, Røst Sjømat AS, Steinfjorden Sjømat AS, Stocco AS og H. Sverdrup AS.



Tørrfiskkonferansen 2016 i Bodø samlet nesten 120 deltakere. Den arrangeres av Fiskeri- og havbruksnæringens forskningsfond, og har vært et fast møtested for næringen i mange år. (Foto: Kristin Tande)



Svein A. Solheim jobbet i mange år i Nordlandsbanken og senere DnB, og fulgte tørrfisknæringen tett. Selv som pensjonist holder han seg godt orientert om utviklingen i bransjen. (Foto: Thv jr.)

utgjorde finanskostnadene hele 190 millioner kroner for de 24 bedriftene. Også 2007, 2009 og 2013 var dårlige år. 2010 var et meget godt år, og alt tyder på at også 2015 ga god lønnsomhet. Prognosene så langt, utarbeidet av Gunnar Hansen, kan tyde på at fjoråret ble det beste året på svært lenge, med et samlet resultat før skatt på 102 millioner kroner for de 24 bedriftene. Vi gjør for

ordens skyld oppmerksom på at tre av de store aktørene ikke er med, nemlig Lofoten Viking AS, Lofoten Sjøprodukter AS og Sufi AS. Disse ville ha bidratt til å gjøre overskuddet enda større.

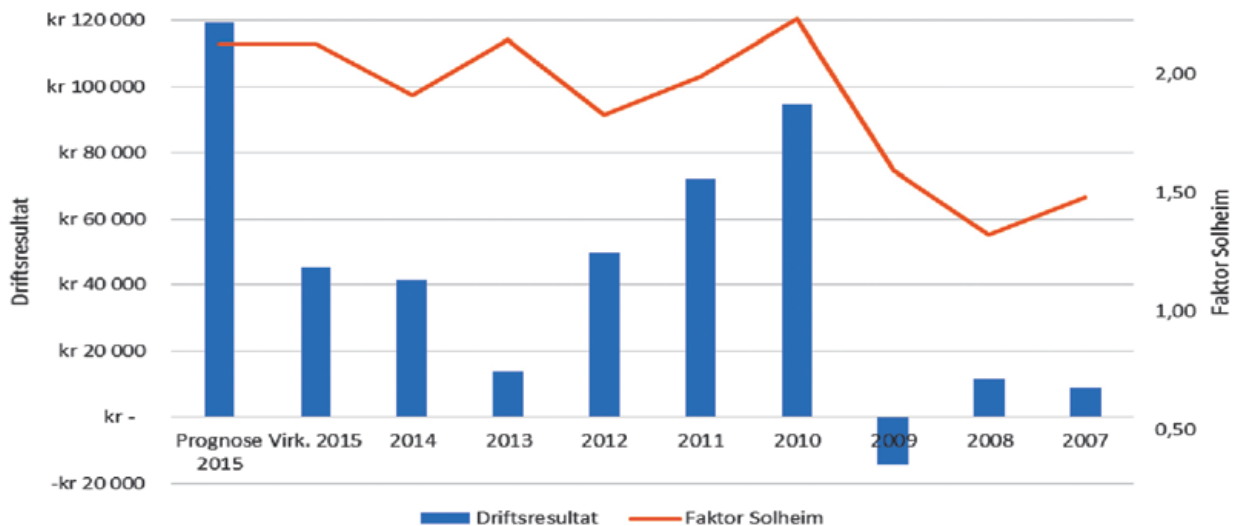
Figur 4 viser samlet driftsresultat for de 24 bedriftene siden 2007, samt nøkkeltall for å beregne den såkalte «Solheim-faktoren». Banksjef Svein Solheim jobbet i mange år i Nord-

landsbanken, senere DnB, og fulgte tørrfisknæringen på kloss hold. «Solheim-faktoren» gir en god indikasjon på lønnsomheten i tørrfiskproduksjonen. Den fremkommer helt enkelt ved å dividere eksportprisen per kilo tørrfisk med prisen på det råstoffet som har gått med i produksjonen. I 2015 var førstehåndsprisen for torsk til henging kr. 16,34. Med et utbytte på 23 prosent utgjorde altså råstoffkostnaden per kilo ferdig tørrfisk kr. 71,04. Eksportprisen per kilo lofotrundfisk var kr. 150,94, og «Solheim-faktoren» følger 2,12. Jo høyere «Solheim-faktor», jo større bruttofortjeneste og bedre lønnsomhet. Som vi ser av den lille tabellen under figur 4 var «Solheim-faktoren» i 2010 hele 2,23. I 2008 var den bare 1,32.

2016 hva nå?

2015 var altså et gladår, selv om eksportkvantumet av tørrfisk totalt falt fra nesten 7.600 tonn til knapt 5.400 tonn, eller med 30 prosent. Det skyldes utelukkende valutarestriksjonene i Nigeria. Eksporten til Italia var omtrent den samme — 2.479 tonn i 2014 mot 2.459 tonn i 2015. Og prisutviklingen var glimrende. Holder vi oss til lofotrundfisken, altså den beste fisken, økte eksportprisen fra 98 kroner i 2014 til 151 kroner i

Figur 4: Driftsresultat og "Solheim-faktor", 2007-2015



Verdi i 1000 NOK	Prognose 2015	Virk. 2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007
Driftsresultat	kr 119 346	kr 45 380	kr 41 379	kr 13 986	kr 49 722	kr 72 234	kr 94 742	-kr 14 284	kr 11 452	kr 8 836
Faktor Solheim	2,12	2,12	1,91	2,14	1,82	1,99	2,23	1,59	1,32	1,48
Råstoffpris	16,34	16,34	11,90	11,34	16,37	16,65	14,06	15,93	26,78	24,44
Råstoffk. Tørrfisk	71,05	71,04	51,74	49,30	71,17	72,39	61,13	69,26	116,43	106,26
Salgspris FOB	150,94	150,94	98,69	105,58	129,87	144,02	136,18	110,44	153,96	157,18
Bruttofortjeneste	79,89	79,90	46,95	56,28	58,70	71,63	75,05	41,18	37,53	50,92

Tabell 3: Råstoffpriser for torsk, eksportpriser lofotrund og «Solheim-faktorer»*, 2003-2016. Kilde: Gunnar Hansen.

	Råstoffpris per kilo	Råstoffkostnad per kilo tørrfisk	Eksport- prisen	Solheim- faktoren
2003:	14,70	63,91	126,58	1,98
2004:	17,05	74,13	145,27	1,96
2005:	19,46	84,61	135,68	1,60
2006:	21,96	95,48	158,97	1,66
2007:	24,44	106,26	157,18	1,48
2008:	26,78	116,43	153,96	1,32
2009:	15,93	69,26	110,44	1,59
2010:	14,06	61,13	136,18	2,23
2011:	16,65	72,39	144,02	1,99
2012:	16,37	71,17	129,87	1,82
2013:	11,34	49,31	105,58	2,14
2014:	11,90	51,74	98,69	1,91
2015:	16,34	71,05	150,94	2,12
2016:	21,71	94,38	164,92	1,75

* Solheim-faktor = eksportpris dividert med råstoffkostnad per tørrfisk kilo.

fjor, dvs. med smått utrolige 54 prosent. At torskprisen på førstehånd økte med hele 37 prosent gjorde at også fiskerne kom svært godt fra det.

Hva så med 2016?

Det er sannsynligvis litt tidlig å si. Varelageret ved inngangen til året var historisk lavt. Ifølge Gunnar Hansen neppe mer enn 1.000 tonn, som visstnok var solgt innen utgangen av mai. Valutasituasjonen er fortsatt gunstig og rentenivået lavt. Rapporter fra produsentene forteller om rimelig gode tørkeforhold, skjønt kanskje ikke så gode som de først trodde. Mye stor fisk kan bli et problem. Snitt eksportpris til Italia i første halvår var hyggelige 165 kroner per kilo, opp med over 40 kroner sammenlignet med første halvår i 2015. Men råfiskprisen på torsk har gått kraftig opp, og lå ved utgangen av mai på nesten 22 kroner per kilo. Som vi ser av tabell 3 til venstre var følgelig «Solheim-faktoren» falt til 1,75. Nå skal vi imidlertid ikke legge for stor vekt på denne faktoren per utgangen av juni. Årets produksjon er ennå ikke lagt ut for salg, og den fisken som ble eksportert i første halvår til 165 kroner per kilo hadde fjorårets råstoffkostnader.

Mye tyder på at det er hengt et sted mellom 16.000 og 18.000 tonn torsk, altså omtrent det samme som i fjor. Tabell 4 viser produksjonen av lofotrundfisk i 2015 og 2016 fordelt på selskap. Legger vi inn et anslag for de produsentene

Tabell 4: Tørrfiskproduksjonen av Lofotrund i tonn, 2015 og 2016. Tall i rødt er våre anslag.

	2015	2016
1. Sufi AS.....	300	310
2. John Greger AS.....	300	300
3. Lofoten Viking AS.....	300	280
4. Brødr. Andreassen Værøy AS.....	180	240
5. Røst Sjømat AS.....	216	231
6. AS Glea.....	195	225
7. Lofoten Sjøprodukter AS.....	280	220
8. Brødrene Berg AS.....	170	200
9. Astrup Lofoten AS.....	155	170
10. H Sverdrup AS.....	170	170
11. Myre Fiskemottak/Notø AS.....	130	140
12. Nic. Haug AS.....	140	130
13. A. Johansen AS.....	130	130
14. Røst Fiskeindustri AS.....	135	115
15. Ramberg Fisk AS.....	110	110
16. Hovden Fisk AS.....	105	105
17. Olavsens AS.....	90	90
18. Riksheim Fisk AS.....	90	90
19. Johan B. Larsen AS.....	70	70
20. Steinfjorden Sjømat AS.....	70	70
21. Ballstad Fisk AS.....	81	65
22. Gunnar Klo AS.....	40	65
23. Brødrene Arntzen AS.....	80	50
24. Myremar AS.....	"	50
25. Brødrene Hardy AS.....	40	40
26. Tindskjær DA.....	35	35
27. Lofoten Northern Light AS.....	23	29
28. Yngve Olsen AS.....	16	16
29. Bjørn Gjertsen AS.....	23	15
Mangler tall for 2016		
30. Stocco AS.....	70	*
31. Jm Langaas Drift AS.....	100	*
32. L. Bergs Sønner AS.....	80	*



som ikke har oppgitt sine tall snakker vi om ca. 3.900 tonn totalt.

Så kan man diskutere hva italienerne er villige til å betale for tørrfisk fra Norge. Det gir følgende tabell en liten indikasjon på. Her har vi omregnet eksportprisen for lofotrundfisk per kilo til Italia siden 2004 til euro og justert for inflasjonen.

	Euro/kg
2004.....	20,42
2005.....	21,01
2006.....	21,82
2007.....	23,24
2008.....	22,28
2009.....	16,50
2010.....	16,77
2011.....	19,47
2012.....	19,38
2013.....	15,46
2014.....	13,65
2015.....	17,99

Fjorårets eksportpris på 17,99 euro per kilo tilsvarte 161,04 norske kroner. Det var vesentlig høyere enn i 2013 og 2014, men lavere enn i 2010 og 2011 og betydelig lavere enn i 2007 og 2008. Etter vår oppfatning er det ingen sterke argumenter for at italienske importører ikke vil være villige til å betale over 20 euro per kilo tørrfisk. Gjennomsnittsprisen fra 2004 til 2008 var 21,75 euro, hvilket i dagens kroneverdi tilsvarer ca. 195 kroner. Uten svekkelse av kvaliteten, bør Italia-markedet kunne tåle opp mot 200 kroner per kilo og kanskje enda høyere så lenge eurokursen holder seg



rundt 9 kroner. I 2008 betalte de nesten 210 kroner for et kvantum på 2.455 tonn. Det skal bli veldig spennende å få de første prissignalene for 2016-produksjonen i august og september. Et vedvarende problem er at alle prøver å selge alt så fort som mulig. Det er neppe tvil om at denne taktikken bidrar til å holde prisene nede.

Klima, marked og produktutvikling

I slutten av mai avholdt Fiskeri- og havbruksnæringens forskningsfond (FHF) sin årlige tørrfiskkonferanse i

Tørkeforholdene har utviklet seg i feil retning de siste 15-20 årene. Global oppvarming er dårlig nytt for de som lever av å produsere tørrfisk. Her et motiv fra Sufi AS i Sund i Lofoten, som i år har produsert 310 tonn Lofotrundfisk. (Foto: Sufi)

Bodø. Tørrfisknæringens utfordringer var blant temaene på dagsorden. Et særdeles kompetent panel var hentet inn for å kikke i spåkulen. Vi har bedt hver av dem om å rangere bransjens tre hovedutfordringer. Resultatet finner du helt bakerst i denne artikkelen. Her nøyer vi oss først med en rask oppsummering.

1. Klimaendringer
2. Råstofftilgang
3. Produktutvikling
4. Markedsadgang
5. Markedsutvikling
6. Samarbeid

Det er ingen tvil om at tørkeforholdene i Lofoten gradvis har forverret seg de senere årene. Mye kan tyde på at denne utviklingen vil fortsette. Om det betyr at tørrfisknæringen i sin nåværende form rett og slett forsvinner, er en annen sak. Vi tror ikke det, men holder likevel åpent for at næringen i tiårene som kommer må kombinere naturlig og kunstig tørking. I Bergen jobber Nordahl Anthonisen med å utvikle innendørs tørking. Om dette prosjektet lykkes, hvilket mange av dagens produsenter stiller seg tvilende til, kan tørrfiskproduksjonen ta en helt ny retning. Også da klippfisknæringen flyttet innendørs på

Å innføre en strukturordning for flåten under 11 meter har få talsmenn i tørrfisknæringen. Produsentene frykter at det vil svekke råstofftilførselen. Her fra H. Sverdrup AS i Reine.





Italia har vært hovedmarkedet for tørrfisk de siste 30 årene. Siden 1984 har snitteeksporten per år til Italia vært 3.183 tonn, til Nigeria bare 1.128 tonn. Mye av fisken i Italia selges i små spesialforretninger som denne.

1960-tallet var de fleste produsentene svært skeptiske. I dag vet vi at de tok feil.

Fremtidig råstofftilgang er uten tvil en utfordring, både på grunn av klimaendringer, men også på grunn av strukturering i flåteleddet. Det siste kan bli et problem for mange små tørrfiskprodusenter, som er helt avhengige av den minste kystflåten. Det er ikke uten grunn at flertallet i næringen er sterkt imot å innføre en strukturordning for flåten under 11 meter.

Markedsadgang, markedstilpassning og merkevarebygging nevnes av alle som hovedutfordringer i årene som kommer. En viktig bit av denne problemstillingen er selvsagt bransjens evne til produktutvikling. Tørrfisk er ikke akkurat en «gryteklar» rett, for å si det slik. Moderne og unge husmødre vil ha ting enkelt. I hvilken grad videreføring og produktutvikling skal skje i Norge, er uklart. Ofte viser det seg at nærhet til markedene er avgjørende for suksess, og slik kan det meget vel være også for produkter av tørrfisk. I første omgang bør nok bransjen satse på nye produkter for hjemmemarkedet. Uansett bør jo den som har planer om å lykkes i utlandet først seire her hjemme. Mulighetsrommet er stort. Men første skritt blir sannsynligvis å utvikle produkter av ferdig utvannet tørrfisk. Enkelte har allerede forsøkt med litt ulike resultater. Tørrfisksnacks er også en mulighet.

Markedsadgang blir ofte trukket frem som en utfordring. Konvensjonelle fiskeprodukter har alltid hatt viktige markeder i land med ustabile politiske regimer og stor risiko for brå endringer i de handelspolitiske rammebetingelsene. Det gjelder også tørrfisken. Eksporten til Italia er ikke underlagt toll. Her er det altså etterspørselen og ikke markedsadgangen som kan skape problemer. I Nigeria er derimot markedsadgang en høyst aktuell problemstilling, og noe som absolutt vil være en utfordring både på kort og lang sikt.

Likevel er det å utvikle etablerte og nye markeder en vesentlig større utfordring enn markedsadgang. Dette henger tett sammen både med evnen til produktutvikling og felles markedsføring, og bringer oss videre til kanskje den største utfordringen for tørrfisknæringen i dag — nemlig evnen og viljen til å jobbe i lag — til å trekke lasset sammen.

Vår tidligere seniorredaktør var i sin tid ansatt i De Norske Klippfiskeeksportørers Landsforening i Kristiansund. Allerede på 1950-tallet jobbet medlemmene intenst for å avtale eksportpriser og salgsbetingelser og alt annet som kunne bidra til å styrke den norske klippfiskens posisjon i utlandet. Alle var enige på møtene. Så dro eksportørene hjem og gjorde akkurat det de mente passet dem selv best. Vi vet ikke hvordan dette foregår i Lofoten, men har en mistanke om at bransjen opererer litt på

samme måte. Evnen til samarbeid og til å utnytte den unike posisjonen man faktisk har for dette produktet virker ikke å være fullkomment utviklet, for å si det diplomatisk.

Her kan det være fristende å vise til tabell 3. Av en eller annen grunn er det en sterk link mellom råstoffprisene i Lofoten og det italienerne er villige til å betale for tørrfisken. I 2014 betalte f.eks. importørene under 100 kroner per kilo. Året etter var de villige til å betale over 150 kroner for nøyaktig det samme produktet. Det skyldes ikke at eksportkvantumet ble redusert, og heller ikke at produktets verdi for forbrukerne endret seg så dramatisk i løpet av ett år. Slik vi leser tabell 2 er tørrfiskprodusentene alt for raske med å «gi fra seg» gevinsten av lave råstoffpriser. Det tyder på at man ikke samarbeider godt nok i markedet. Det siste er selvfølgelig ikke så lett som man skulle ønske. Men tørrfisk fra Lofoten er som nevnt et unikt produkt. Om noen skulle klare det, burde det være noen titalls produsenter og eksportører i denne geografisk lille regionen. Forhåpentligvis kan man lykkes bedre på dette området i fremtiden etter at «Tørrfisk fra Lofoten» i fjor ble tildelt det offisielle EU-beviset på sin status som Indicazione Geografica Protetta (IGP). Kort sagt; Tørrfisk fra Lofoten er i dag et beskyttet varemerke. Så gjenstår å se hvor dyktig næringen blir til å utnytte dette forholdet. For egen del er vi ikke i

ikke dårligere tilgjengelighet, men en reguleringspolitikk som gjør det lønnsomt å fiske så raskt som mulig, dvs. å ta fisken alt på Finnmarkskysten, og så «fiske» seg sørover.

Hovedutfordring 3: Markedssårbarhet

Det er en kjennsgjerning at eksporten av tørrfisk til hovedmarkedet Italia er halvert i løpet av de siste 30 årene, selv om vi nå ser en stabilisering. Nye markeder har vært diskutert i hele denne perioden uten at vi har lyktes. Dersom problemene på Nigeria fortsetter vil næringen bli svært sårbar bare med en marginal overproduksjon. Håpet er at Nigeria kommer tilbake i 2016, og kan være med på å løfte prisene på Italia. Dette er imidlertid et schizofrent ønske. Som eksportører ønsker vi jo fortsatt en lav oljepris. Fordelene med det er jo større enn ulempene. Nullrente

og lav kronekurs har berget ikke bare tørrfisknæringen, men hele sjømatnæringen de siste årene.

SVERRE JOHANSEN

Direktør industri i Sjømat Norge

Hovedutfordring 1: Råstofftilgangen

Større konkurranse om råstoffet, samt endringer i flåtestrukturen, kan gjøre det naturgitte fortrinnet til tørrfiskprodusentene i Lofoten og Vesterålen mindre relevant. Jeg vil derfor fremheve råstofftilgangen som næringens største utfordring.

Hovedutfordring 2: Markedsadgang

Eksporten til Italia av tradisjonell tørrfisk går greit og uten toll. Derimot viser importstoppen i Nigeria at



Hold deg oppdatert med

Norsk Fiskerinæring

Møt oss
på stand
F-500

Bestill abonnement i dag eller ta kontakt for et uforpliktende prøveabonnement på magasinet. Telefon 63959090 eller post@norskfisk.no



www.norskfisk.no

tørrfiskprodusentene er eksponert for en betydelig markedsrisiko. En viktig utfordring blir derfor å holde de sentrale markedene åpne, samtidig som man jobber målrettet med å utvikle nye og mer konsumentvennlige produkter. Det er slett ikke sikkert at morgendagens konsumenter vil være fornøyde med å gjøre en så stor del av bearbeidningen selv.

Hovedutfordring 3: Økonomisk utvikling

Den økonomiske utviklingen i Norge og sentrale markeder vil alltid være en utfordring. Jeg tenker på forhold som kronekursen, produktivets- og lønnsutvikling her hjemme, samt utviklingen i kjøpekraft og etterspørsel ute i markedene. Hvor høyt prisnivå klarer f.eks. markedene å absorbere? Klima og produksjonsvilkår er selvsagt også viktig, men her er det ikke så mye næringen selv kan gjøre. Kanskje kan fisken tørkes innendørs, men da snakker vi fort om en helt ny industri. I så fall kan jo bransjen utfordres av klippfiskprodusenter i Norge og Europa, som har betydelig kapasitet for å tørke fisk.

ELISABETH MEYER

Regiondirektør Europa i Innovasjon Norge

Hovedutfordring 1: Markedsorientering

Italienerne liker fortsatt tørrfisk, og det er absolutt et potensial for å øke det totale forbruket. Men behovene og preferansene endres i tråd med nye livsmønstre. Det å orientere seg mot markedet er altså avgjørende for bransjens utvikling. Det gjelder alt fra produktkvalitet, tilgjengelighet og attraktivitet til brukervennlighet. Hva disse preferansene og behovene er, kan bare kundene i markedet svare på. Derfor må vi spørre dem.

Hovedutfordring 2: Merkevarerbygging

«Kaka» kan bli større på flere måter. Enten ved å utvikle markedet for å selge mer til samme pris, eller ved å selge det volumet vi har til høyere pris ved å bygge inn merverdi i produktene. Bortsett fra de som tradisjonelt kjøper tørrfisk er det svært få som kjenner produktet og vet hvordan det skal tilberedes. Derfor må næringen bli flinkere til å formidle tørrfiskens fantastiske egenskaper og historie. Det må også utvikles «lettere, mer forbrukervennlige» alternativer. Kanskje på tide å revurdere klassifisering av fisken. Hvorfor snakker



vi om «god» og «dårlig» tørrfisk? Man omtaler jo ikke sterk blåskimmelost som dårlig ost. Hva med å kalle Type B for «gusto forte» — en tørrfisk med sterkere smak?

Hovedutfordring 3: Samarbeid

Markedsorientering og merkevarebygging er ressurskrevende og utfordrende for hver enkelt aktør. Det må altså skje i fellesskap. Samarbeidet må være forpliktende, og av og til må fellesskapets langsiktige mål gå foran enkeltaktørenes kortsiktige ønsker.

Det er viktig å utvide perspektivet. Konkurrentene er ikke nødvendigvis andre tørrfiskprodusenter, men andre middager! Når norsk røkelaks presenteres sammen med røkelaks fra Skottland, Chile og Canada, blir hyllemetrene flere og markedet større. Samlet sett har norske tørrfiskprodusenter monopol på tørrfisk i Italia. Det er en fantastisk posisjon man må være seg bevisst. Felles kvalitetssystemer og kommunikasjonsplattformer vil definitivt øke det totale markedet.

JACK-ROBERT MØLLER

Fiskeriutsending i London for Norges sjømatråd

Hovedutfordring 1: Dårlig tilgang på tørrfisk

Det er for dårlig tilgang av tørrfisk i den moderne distribusjonen. En stor del av omsetningen skjer i dag i spesialbutikk hvor andelen eldre forbrukere er kraftig overrepresentert. Det er derfor vanskelig å rekruttere yngre forbrukere fordi de ofte ikke bruker disse salgskanalenene. Hvis en ser på trendbildene vil

omsetningen i denne typen utsalg bli utkonkurrert, og hvis tørrfisk ikke blir bedre representert i moderne distribusjon vil produktene ikke være tilgjengelige.

Hovedutfordring 2: Lite forbrukervennlige produkter

Næringen har for få produkter tilpasset de moderne konsumentene. Dette er litt «høna og egget»-problemstillingen. Så lenge produktet i hovedsak er å finne hos spesialutsalg, er ikke moderne konsumenter tilstrekkelig prioritert i produktutviklingen, hvor pakning, design,



tilgjengelighet og forbrukervennlighet er viktige produkttegenskaper. Det skjer mye i Italia rundt produktutvikling i noen regioner, og inntreden i moderne distribusjon vil kreve mer forbrukervennlige produkter. Det vil i neste omgang gi tørrfisk større relevans, oppmerksomhet og betydning i italiensk handel. Til slutt vil dette skape et positivt konsumskifte som vil ha stor betydning for norsk tørrfisknæring.

Hovedutfordring 3: Manglende kunnskaper om produkter i markedet.

Det er dessverre for lav kjennskap og kunnskap om vårt fantastiske, naturlige og sunne matprodukt. Bare 8 prosent av befolkningen kjenner til tørrfisk som et råvarealternativ, og produktet har litt nisjepreg over seg. Næringens ambisjon er å øke konsumet av tørrfisk med 50 prosent de neste fem årene. Det vil kreve større penetrasjon i Italia, dvs. flere som kjenner til og spiser tørrfisk. I tillegg er det viktig å øke antall anledninger konsumentene spiser tørrfisk. I dag er ofte sesongen linket til den første frostnatten, dvs. til høsten.

