

# Markedsmuligheter - fersk hvitfisk

Finn-Arne Egeness

Roy Robertsen

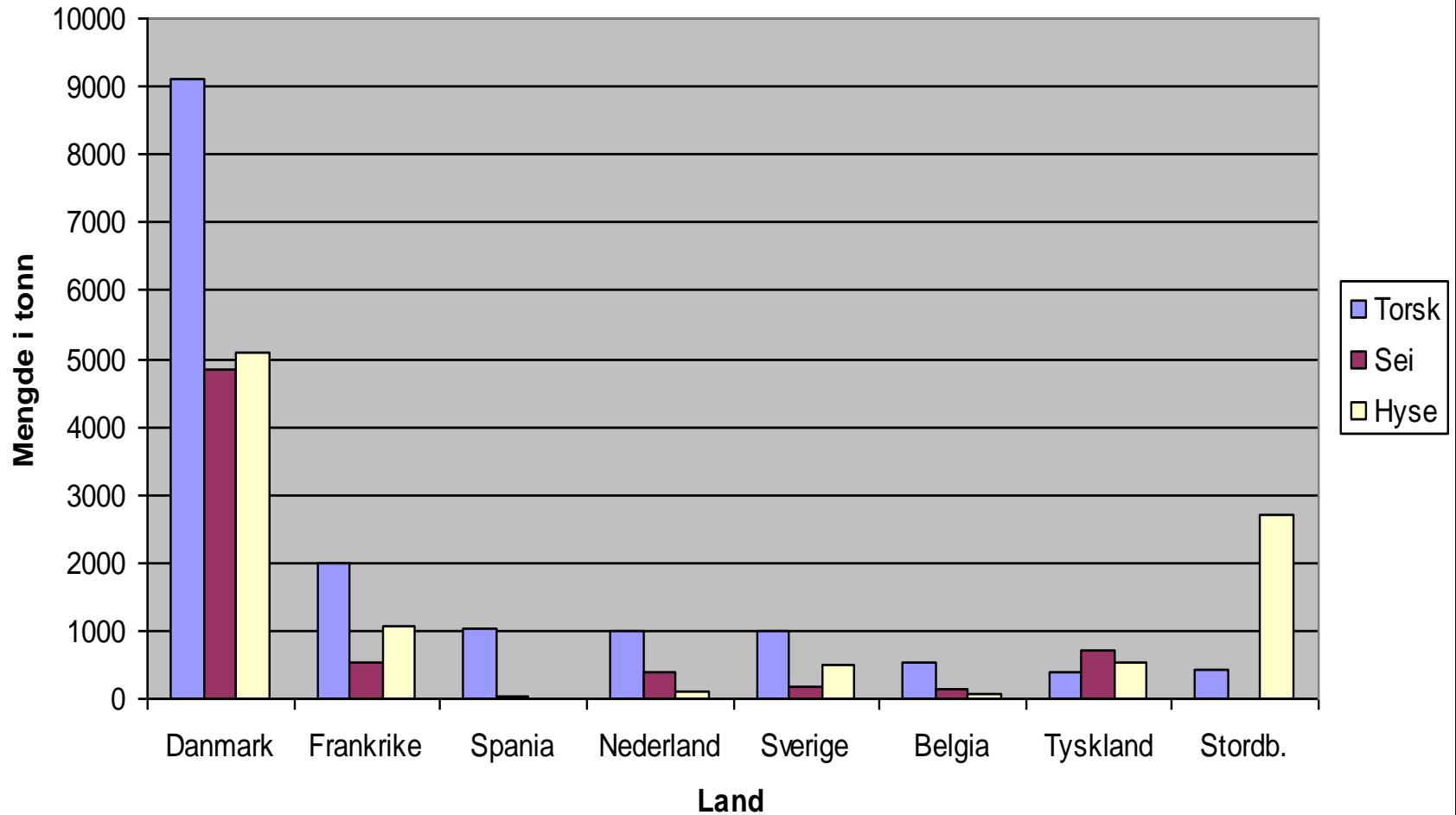
Nofima Marked

# Agenda

- Markedsmuligheter for fersk hvitfisk.
- Forslag til konkret prosjekt.
- Prosjektmodell for prosjektet ”differensiering og konkurransefortrinn”.

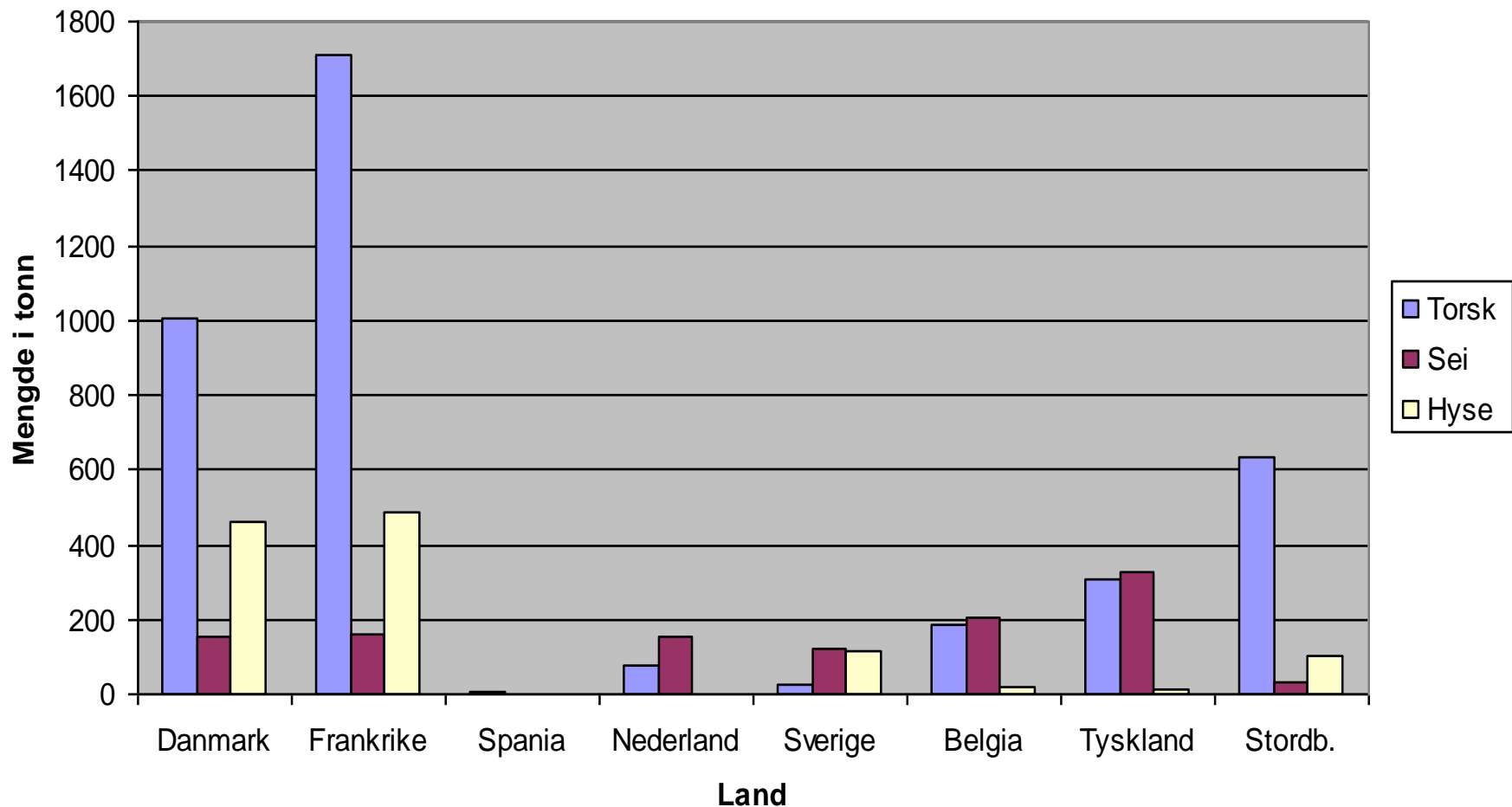


## Norsk eksport av fersk hvitfisk



Kilde – Eksportutvalget for fisk / Statistisk sentralbyrå

## Norsk eksport av fersk filet

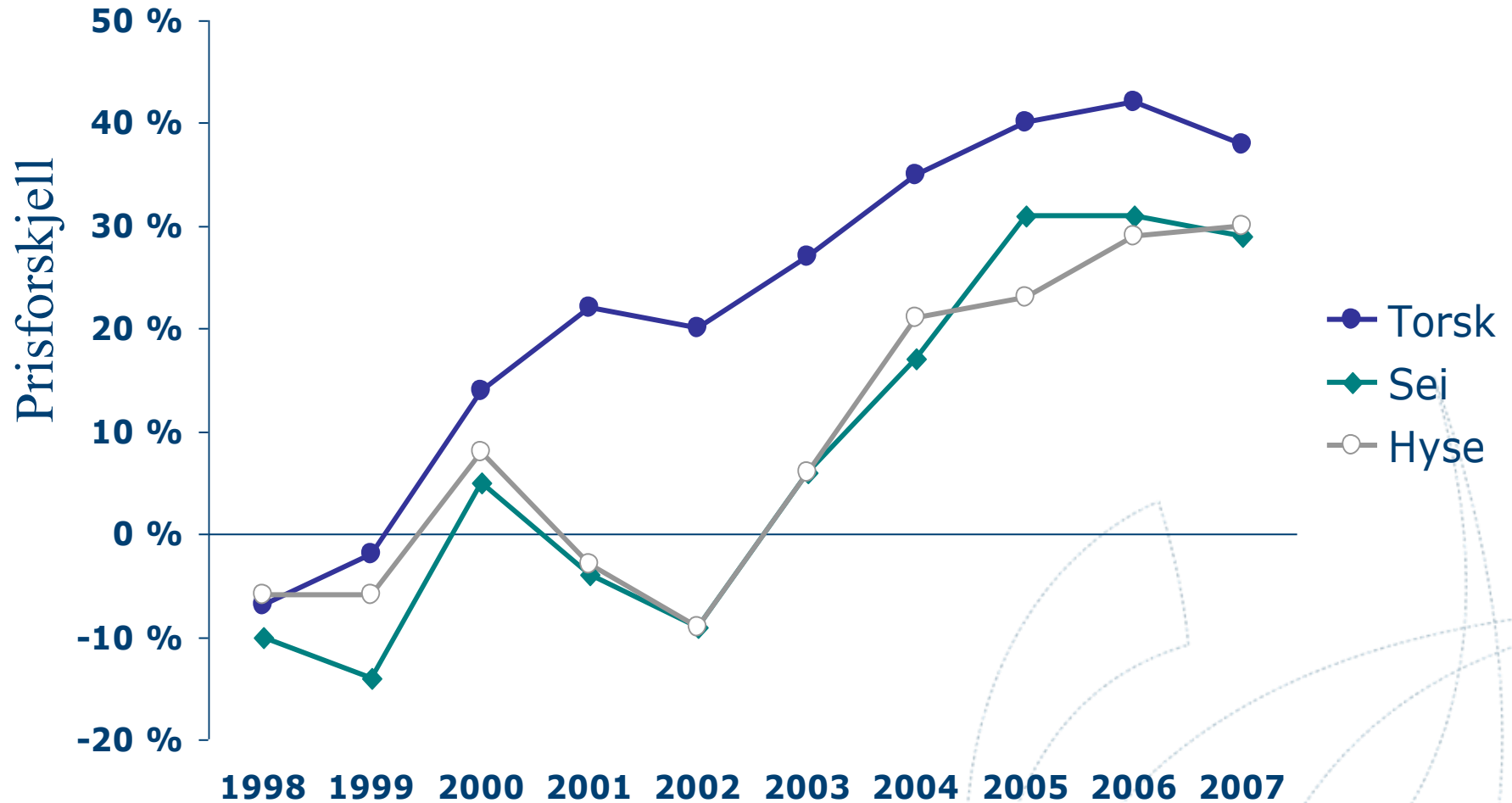


Kilde – Eksportutvalget for fisk / Statistisk sentralbyrå

# Markedsmuligheter - fersk hvitfisk

- Satsning på markedsutvikling for fersk hvitfisk.
- I samarbeid i med næringen.
  - Tett dialog.
  - Kontinuerlige evalueringer.
- Utnytte norske fortrinn
  - Ferskhhet som komparativt fortrinn.
  - Nærhet til fangstfelt og marked.
  - Færre konkurrenter og høyere priser.

# Konsumentenes preferanser



# Potensielle vekststrategier

	Eksisterende produkt	Nytt produkt
Eksisterende marked	Markedspenetrering	Produktutvikling
Nytt marked	Markedsutvikling	Diversifisering



# Markedsmuligheter fersk hvitfisk – hel iset fersk fisk med hode til Spania?

- Utnytte fortrinn
  - Ferskhet som komparativt fortrinn.
  - Lite bearbeiding (høykostland).
- Lite risiko
  - Eksisterende produkt (bacalao fresco)
  - Spania som etablert marked (stort konsum av fisk)
  - Videreforedling i butikdisken.
- Produktform
  - Holdbarhet, lavt kimtall, lang eksponeringstid.
- Merking
  - Kommunikasjon av egenskaper som øker betalingsvillighet.
  - 0,5-1 Euro mer per kilo for krokfanget fisk i Spania.
- Overførbarhet.
  - Kunnskapen kan brukes i andre markeder.

Resultater fra fokusgruppeundersøkelser i Spania gjennomført av Synovate i Madrid, Barcelona, Sevilla og Bilbao.

	Betydning	Kjøp	Når spises produktet	Tilberedning	Pris	Oppskrifter
<b>Fersk</b>	Praktisk og funksjonelt	Ofte	1-4 ganger i måneden	Lett og bekvem	\$	Hverdag
<b>Fullsaltet</b>	Emosjonelt	En gang i blant	Spesielle anledninger	Vanskelig og tidkrevende	\$\$\$	Tradisjon
<b>Lettsaltet og fryst</b>	Praktisk og funksjonelt	Ofte	1-4 ganger per måned	Lett og bekvem	\$\$	Hverdag
<b>Røkt</b>	Emosjonell	Svært sjeldent	Spesielle anledninger	Lett og bekvem	\$\$\$	Avanserte

# Relevante problemstillinger

- Kartlegge og analysere markedskanaler fra produsent til marked.
- Identifisere markedskrav og spesifikasjoner hos industrielle kunder i markedskanalene.
- Kartlegging av forbruker.
- Analyse av forutsetninger og muligheter hos norske leverandører.
- Forslag til inngangsstrategier i markedet, gitt ulike forutsetninger og strategiske valg.

# Men...

- Marked
  - » Frankrike, Spania, Nederland, Belgia, Sverige, Tyskland, Storbritannia.
- Arter
  - » Torsk, sei, hyse.
- Produkt
  - » Hvilken form.

# Markedsutfordringer fersk hvitfisk

Roy Robertsen  
Nofima Marked

# Eksempel - produkt differensiering og konkurransefortrinn

- Mål – øke kompetansen angående produkt differensiering i sjømatnæringa.
- 4 - årlig program – 2009 til 2012.
- Produktgruppe "Fersk laks" og "Fersk hvitfisk".
- 1 million kroner pr. år.
- Finansiert av Fiskeri- og havbruksnæringens forskningsfond (FHF).

# 3 faser

- 1) Kartlegging gjennom strukturerte intervju hos utvalgte bedrifter både på laks og hvitfisk.
- 2) Datainnsamling/intervju i ulike verdikjedeledd, analyse og resultatfremlegging.
- 3) Presentere differensieringspotensial.

# Prosjektmodell

- Klare evalueringspunkt.
- Korrigere retning og fokus gjennom kontinuerlige leveranser.
- Følgegruppe fra bedrifter i næringen bestående av;
  - Arne E. Karlsen, Eva Kristoffersen og Bjørn Fredriksen