

Rapport nr. Å 0514

# Pelagisk kvalitet - fra hav til fat

## Delrapport II fra markedsarbeidet

Resultater fra markedsundersøkelser for sild og makrell i  
Russland

Brynjolfur Eyjolfsson, Kari Lisbeth Fjørtoft og Margareth Kjerstad

Ålesund, desember 2005

## **FORORD**

Denne rapporten er en delrapport for markedsarbeidet i prosjektet ”Pelagisk kvalitet fra hav til fat”. Prosjektet er initiert av FHL Pelagisk Forum og finansiert av Innovasjon Norge (IN), Fiskeri- og Havbruksnæringens Forskningsfond (FHF) og Norges Forskningsråd (NFR).

Deltakere i prosjektet ”Pelagisk kvalitet fra hav til fat” er forskningsinstitutter og bedrifter i den pelagiske industrien. Forskningsinstituttene er SINTEF Fiskeri og Havbruk, NIFES og Møreforsking, og er koordinert av SINTEF Fiskeri og Havbruk. Arbeidet fra foredlings- og eksportleddet er utført i regi av Fiskeri- og Havbruksnæringens Landsforening (FHL) og arbeidet fra flåte- og rederisiden er koordinert av Norges Sildesalgslag.

Markedsarbeidet i prosjektet er utført av Møreforsking Ålesund i samarbeid med medlemsbedriftene i Pelagisk Forum, Eksportutvalget for Fisk (EFF) og Innovasjon Norge. Spesielt har vi fått god hjelp av Julia M. Anthonisen hos Athena Seafoods. Tusen takk til henne. Takk også til andre bidragsytere for god og nyttig hjelp. Vi vil spesielt nevne Kristin Lien i Eksportutvalget for fisk, og Kenneth Garvik fra Norges Sildesalgslag.

Alle medlemsbedriftene i Pelagisk Forum har bidratt med god og nyttig informasjon. Takk til de.

Hos Møreforsking har Iren Stoknes, Andreas Wammer, Jannicke F. Remme, Ann Helen Hellevik og Wenche Emblem arbeidet i prosjektet. Takk til de for god innsats.

Ålesund, desember 2005.

## **SAMMENDRAG**

Importundersøkelser ble gjennomført i Russland for å kartlegge og dokumentere hvilke kvalitetskrav importører i markedet har til norsk sild og makrell. Forbrukernes oppfatninger i Russland ble undersøkt for å få informasjon om produktets status i markedet. Totalt var 9 bedrifter med i importundersøkelsen. 810 russiske kvinner var med i konsumentundersøkelsen som var utført av Eksportutvalget for fisk i Moskva og St. Petersburg. De russiske bedriftene kjøper sild først og fremst fra Norge, mens Skottland er største leverandør for makrell. De russiske bedriftene har relativt liten kunnskap om produktet og fangstprosessen, men er fornøyd med informasjonen de får fra norske leverandører og ønsker ikke mer.

Som følge av positiv økonomisk utvikling og større kjøpekraft, spesielt i de mer moderne salgskanalene, er det økt fokus på kvalitet i det russiske markedet. Importørene og produsentene ønsker å kjøpe makrell fra Norge og de fleste har Norge som første prioritet, men Norge klarer ikke å konkurrere på pris. Norsk sild står meget sterkt i det russiske markedet og det ser ut som markedet foreløpig har absorbert prisøkningen på sild, som følge av den positive økonomiske utviklingen i Russland.

Norsk sild og makrell tilfredsstillt hovedsakelig gjeldene kvalitetskrav og er Norge oppfattet som leder på kvalitet av russiske bedrifter. Norske leverandører har likevel viktige forbedringsmuligheter som de må rette fokus på. De største problemområdene som ble avdekket i Russland er dårlig størrelsesgradering og at ulike produsenter graderer forskjellig. Det er også en del problemer med transport, pakning og merking som krever forbedringer.

<b>Innhold</b>	<b>side</b>
<b>1 Innledning .....</b>	<b>6</b>
<b>2 Materiale og metode .....</b>	<b>8</b>
2.1 Importundersøkelsen i Russland.....	8
2.2 Konsumentundersøkelsen i Russland .....	9
<b>3 Resultater .....</b>	<b>10</b>
3.1 Omsetning av pelagisk fisk i Norge og Russland.....	10
3.1.1 Norsk eksport av sild .....	10
3.1.2 Russisk import av sild.....	12
3.1.3 Norsk eksport av makrell.....	15
3.1.4 Russisk import av makrell .....	18
3.2 Importundersøkelse for sild og makrell.....	20
3.2.1 Kjøpskriterier for sild og makrell .....	20
3.2.2 Viktige parametre for kvalitetsvurdering.....	22
3.2.3 Import og kvalitet fra ulike nasjoner.....	23
3.2.4 Problemer med kvalitet på norsk pelagisk fisk .....	25
3.2.5 Informasjon og sporbarhet .....	31
3.2.6 Importørenes syn på utviklingen i det russiske markedet.....	32
3.3 Konsumentundersøkelse for sild.....	38
3.3.1 Sild .....	38
3.3.2 Sildekonsum.....	40
3.3.3 Type sild.....	41
3.3.4 Anledning.....	42
3.3.5 Sildekjøp .....	43
3.3.6 Opprinnelse .....	43
3.3.7 Oppfatning av produktet .....	47
3.4 Konsumentundersøkelse for makrell .....	49
3.4.1 Makrell.....	49
3.4.2 Makrellkonsum .....	49
3.4.3 Anledning.....	50
3.4.4 Opprinnelse .....	52
3.4.5 Oppfatning av produktet .....	55
<b>4 Oppsummering og diskusjon.....</b>	<b>58</b>
<b>5 Konklusjon .....</b>	<b>62</b>
<b>6 Referanser .....</b>	<b>63</b>

<b>7</b>	<b>Vedlegg .....</b>	<b>64</b>
	Vedlegg A Kjøpskriterier .....	64
	Vedlegg B Parametre for kvalitetsvurdering.....	65
	Vedlegg C Opplevde problemer med kvalitet på norsk sild og makrell .....	66
	Vedlegg D Oppfatning av kvalitet på sild fra de ulike nasjonene.....	67
	Vedlegg E Påstander om sild .....	68
	Vedlegg F Påstander om makrell.....	69

## **1 INNLEDNING**

For å opprettholde og øke lønnsomheten i norsk pelagisk sektor i årene som kommer, er det avgjørende at Norge kan levere og omsette produkter av høy kvalitet. For å kunne tilby den råstoffkvaliteten som markedet krever er det viktig å ta hensyn til hvilke kvalitetskrav som finnes i de ulike markedssegmentene.

Målsetningen med prosjektet "Pelagisk kvalitet fra hav til fat" er å gi norske fiskere, produsenter og eksportører et fortrinn i forhold til konkurrenter i markedet ved å rette fokus på kvalitetsbehandling av makrell og norsk vårgytende sild fra fangstfelt til marked. Målet er å kunne eksportere pelagisk fisk av generell god kvalitet slik at norsk pelagisk råstoff oppfattes som attraktive kvalitetsprodukter.

Målsetningen for markedsarbeidet i prosjektet har vært å kartlegge og dokumentere hvilke kvalitetskrav importører i viktige markeder har til norsk sild og makrell og undersøke forbrukerens oppfatninger i markedene. I tillegg skal det avklares om norsk pelagisk fisk tilfredsstillende gjeldene kvalitetskrav i markedet og ved eventuelle avvik foreslå forbedringsmuligheter.

Prosjektet omfatter 4 av de viktigste markedene for norsk pelagisk fisk; Japan, Russland, Polen og Tyskland. For sild ble 3 markeder undersøkt (Russland, Polen og Tyskland) og 2 for makrell (Japan og Russland).

Markedsarbeidet i prosjektet er tredelt; undersøkelser hos norske eksportbedrifter, importundersøkelser og konsumentundersøkelser i ulike markeder.

En spørreundersøkelse ble utført hos norske eksportbedrifter. Undersøkelsen kartla bedriftene sine meninger om kvalitet på pelagisk fisk landet av ulike flåtegrupper og nasjoner og reklamasjonsforhold med flåten og markedet. Det ble avvirket møter med japanske kontrollører for å kartlegge hvilke kriterier de legger vekt på i sin kvalitetsvurdering av makrell.

Importører av norsk sild og makrell i Polen, Tyskland, Russland og Japan ble spurt om deres oppfatning og erfaring med norske silde- og makrellprodukter. Det ble gjennomført konsumentundersøkelser i Russland, Polen og Japan. Konsumentene ble spurt om konsumvaner og oppfatninger om sild og/eller makrell.

Denne delrapporten omfatter undersøkelser hos russiske importører og konsumenter. Andre resultater fra markedsprosjektet er publisert i separate rapporter (se Kjerstad et al., 2005, Eyjolfsson et al., 2005a, Eyjolfsson et al., 2005b, Eyjolfsson et al., 2005c).

## **2 MATERIALE OG METODE**

Denne delrapporten omfatter importør- og konsumentundersøkelser for sild og makrell i det russiske markedet. Fremgangsmåte for andre deler av markedsarbeidet er presentert i egne delrapporter (se Kjerstad et al., 2005, Eyjolfsson et al., 2005a, Eyjolfsson et al., 2005b, Eyjolfsson et al., 2005c).

### **2.1 Importundersøkelsen i Russland**

I Russland ble undersøkelsen rettet mot NVG sild og makrell. Utvalget av bedrifter ble bestemt i samarbeid med medlemsbedrifter i FHL Pelagisk Forum.

Det ble utarbeidet spørreskjema tilpasset importleddet. Det ble lagt hovedvekt på spørsmål vedrørende kvalitetsparametre, kjøpskriterier, kvalitetsproblemer og Norges rolle som leverandør. Spørreskjemaet inneholder både lukka og åpne spørsmål og er tilpasset marked og art. Spørreskjemaet er på engelsk.

Vladimir Ponomarev ble innleid for å legge til rette for intervju, finne utvalg til intervjuene og følge opp bedrifter etter at de ble kontaktet. Det ble sendt informasjonsbrev (faks og epost) til bedriftene med informasjon om prosjektet og forespørsel om intervju. Ponomarev oversatte spørreskjemaet og var tolk under de intervjuene der intervjuobjektene ikke snakket engelsk. Han arbeider som "freelance" og har oppdrag bl.a. fra norske fiskeribedrifter. Han har gode kunnskaper om russisk fiskerinæring.

Undersøkelsen ble gjennomført hos 9 bedrifter i Moskva-regionen. Intervjuene av bedriftene ble gjennomført av Kari Lisbeth Fjørtoft og Ann Helen Hellevik fra Møreforskning med Vladimir Ponomarev som tolk der dette var nødvendig. Intervjuene ble gjennomført i tidsrommet 6. – 10. desember 2004.

Bedriftsstrukturen varierte, fra å være nyetablerte med kun få ansatte, til å være store og etablerte med rundt 500 ansatte. Tre av respondentene var rene produsenter som produserer ferdigprodukter, mens resten var importører. Noen er rene importører/tradere og selger til grossister og produsenter. Noen importører var også grossister og produsenter med egen distribusjon, mens andre holdt på å bygge opp anlegg for produksjon av sild og makrell. Omsetningen til importørene var fra ca. 100



tonn NVG sild per år og oppover. De selger først og fremst til grossister, supermarkeder og produsenter, men enkelte også til butikker og tradere. De kjøper sild fra Norge, Island, Skottland og Nederland, enkelte også fra Irland og Russland. Makrell kjøper de først og fremst fra Skottland, men også en del fra Norge. Enkelte kjøper også fra Irland, Russland, Nederland og Canada.

## **2.2 Konsumentundersøkelsen i Russland**

Eksportutvalget for fisk (EFF) har gjennomført årlige konsumentundersøkelser i Russland. Undersøkelsene gjøres jevnlig i alle markeder hvor EFF har markedsaktiviteter og gjennomføres i samarbeid med TNS Norsk Gallup og internasjonalt anerkjente og ISO sertifiserte analysebyråer. Undersøkelsene gjennomføres som telefonintervjuer (eller som personlige intervjuer i markeder hvor telefondekningen ikke er tilfredsstillende) av representative utvalg av befolkningen i alderen 18 til 69 år. Undersøkelsen er en del av EFF's kontinuerlige overvåkning av konsumentenes holdninger, preferanser og konsumfrekvens mht sjømat og norsk opphav. Resultatene av undersøkelsene danner grunnlag for vurderinger av pågående og planlagte markedstiltak og er viktige redskap for å forstå trender og endringer i markedene som er av betydning for konsum av norsk sjømat.

I konsumentundersøkelsen som ble gjennomført i 2005 kjøpte Møreforskning spørsmål vedrørende sild og makrell som ble inkludert i EFF sin undersøkelse.

Spørreundersøkelsen ble gjennomført i januar 2005, i Moskva og St. Petersburg. Utvalget var 810 respondenter.

### 3 RESULTATER

Resultater er presentert i følgende 3 underkapitler: Først er en oversikt gitt over handel med sild og makrell, med hovedfokus på å synliggjøre det russiske markedets rolle for Norge og vår rolle som leverandør for Russland. Deretter presenteres resultater fra importundersøkelsen. Til slutt er resultater fra konsumentundersøkelse for sild og makrell presentert.

#### 3.1 Omsetning av pelagisk fisk i Norge og Russland

Her presenteres et kort sammendrag av norsk eksport og russisk import av sild og makrell de siste 5 årene.

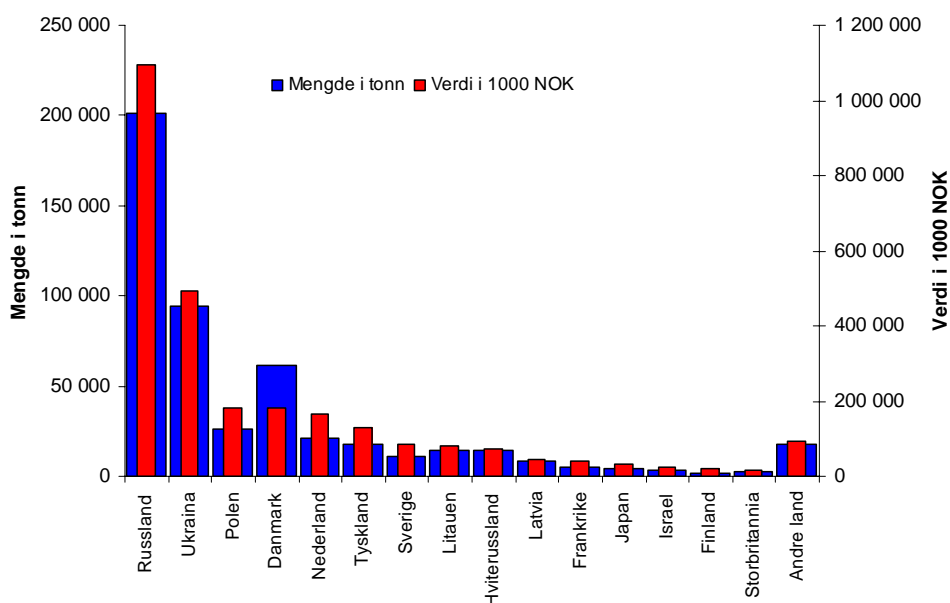
##### 3.1.1 Norsk eksport av sild

I 2004 var den totale norske sildeeksporten 503 tusen tonn til en eksportverdi på 2,75 milliarder NOK. Det norske eksportkvantumet var høyest i 2000, men har hatt en økende tendens de tre siste årene (Tabell 3.1.1). Prisutviklingen i 2004 var god i forhold til 2003, med en økning på 25 % i eksportverdien. Prisene for sild er imidlertid ustabile og kan variere mye over tid.

Tabell 3.1.1: Total sildeeksport fra Norge 2000-2004 (EFF).

	2000	2001	2002	2003	2004
Tonn	636 740	516 733	471 459	474 783	503 230
1 000 NOK	2 378 941	3 404 357	2 778 523	2 208 720	2 753 881
Snittpris/kg NOK	3,74	6,59	5,89	4,65	5,47

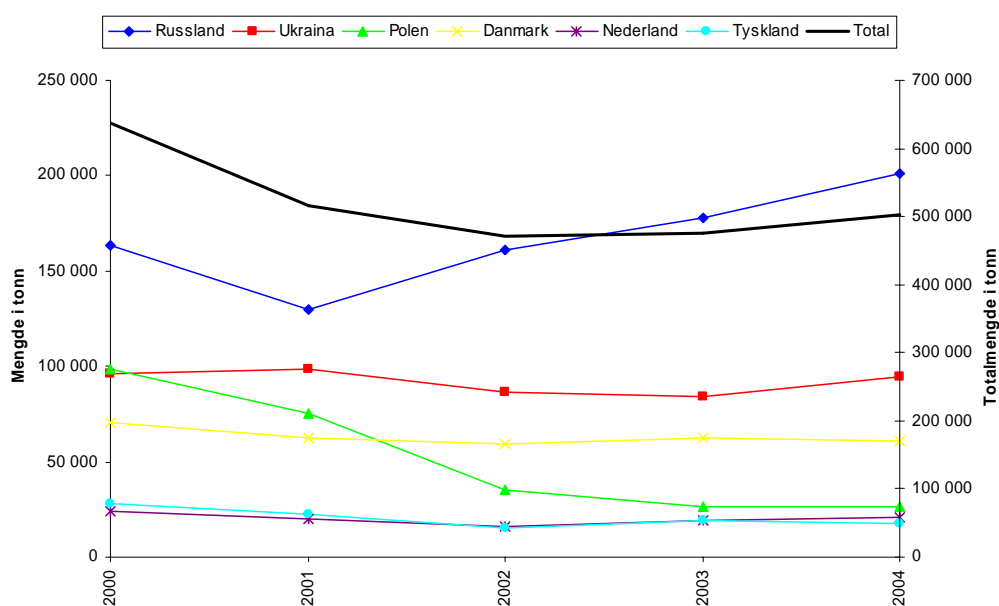
Russland er det viktigste markedet for norsk sild. I 2004 var eksportverdien til Russland mer enn dobbelt så stor som til Ukraina, det nest viktigste markedet. Andre viktige markeder er Polen, Danmark, Nederland og Tyskland (Figur 3.1.1). Eksporten til Danmark er vesentlig forskjellig i forhold til de andre markedene med en forholdsvis lav eksportverdi i forhold til kvantum.



Figur 3.1.1: De 15 viktigste eksportmarkedene for sild i 2004 (EFF).

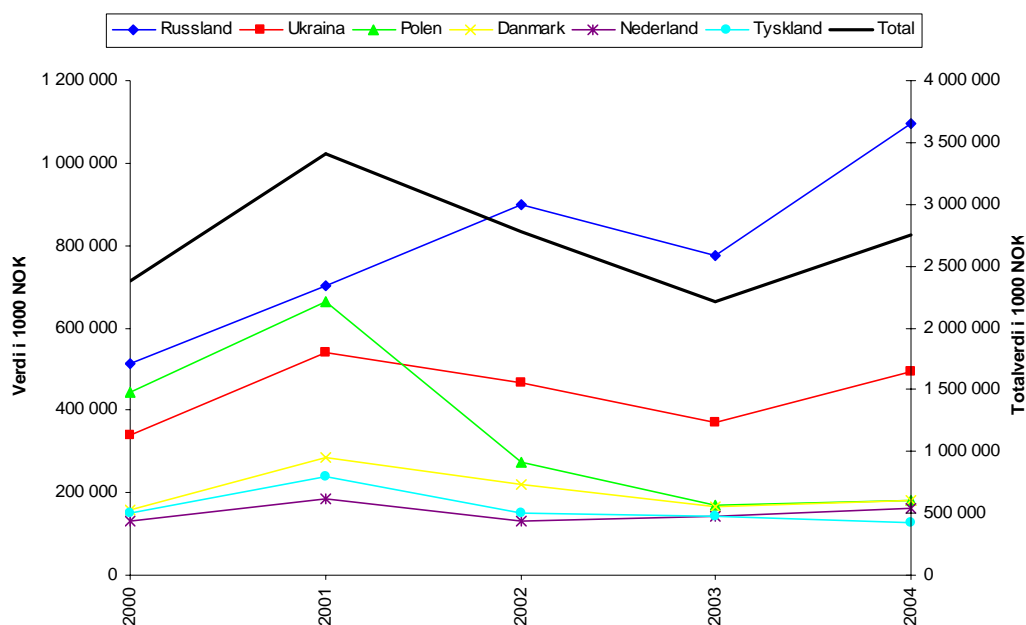
Note: Mengde på primærakse og verdi på sekundærakse.

I de 4 siste årene har eksporten til Russland hatt en økende tendens, mens eksporten til Polen er blitt redusert. Eksporten til Ukraina har vært stabil (Figur 3.1.2). I 2004 var eksportverdien doblet i forhold til i 2000. Eksportverdien til Polen har i de siste 4 årene blitt redusert fra 660 millioner kroner til 180 millioner. I 2001 lå verdi på sildeeksport til Polen på samme nivå som til Russland, men ligger i dag på samme nivå som til Danmark, Tyskland og Nederland (Figur 3.1.3).



Figur 3.1.2: Totalvolum eksportert sild og volum til de 6 viktigste eksportmarkedene 2000-2004 (EFF).

Note: Totaleksportvolum er på sekundærakse.



Figur 3.1.3: Totalverdi av eksportert sild og verdi til de 6 viktigste eksportmarkedene 2000-2004 (EFF).

Note: Totaleksportverdien er på sekundærakse.

### 3.1.2 Russisk import av sild

#### Import fra Norge

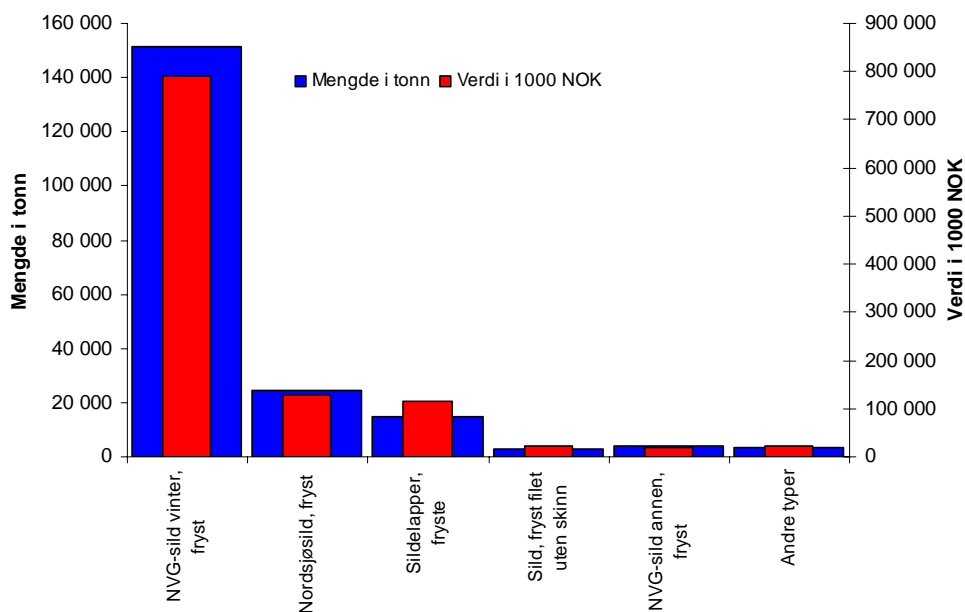
2004 var et godt år for eksport av sild til Russland med omsetning av et stort kvantum til høye priser. Markedet er i dag det viktigste markedet for norsk sild og hadde i 2004 doblet eksportverdien i forhold til 2000.

Tabell 3.1.2: Total eksport av norsk sild til Russland 2000-2004 (EFF).

	2000	2001	2002	2003	2004
Tonn	163 490	129 659	160 970	177 537	201 063
1000 NOK	512 055	704 049	900 700	775 421	1 094.705
Snittpris/kg NOK	3,13	5,43	5,6	4,37	5,44

Største delen av eksporten var fryst NVG vintersild (72 % av verdien). Fryst Nordsjøsild og frysste sildelapper utgjorde 12 % og 10 % av eksportverdien (Figur

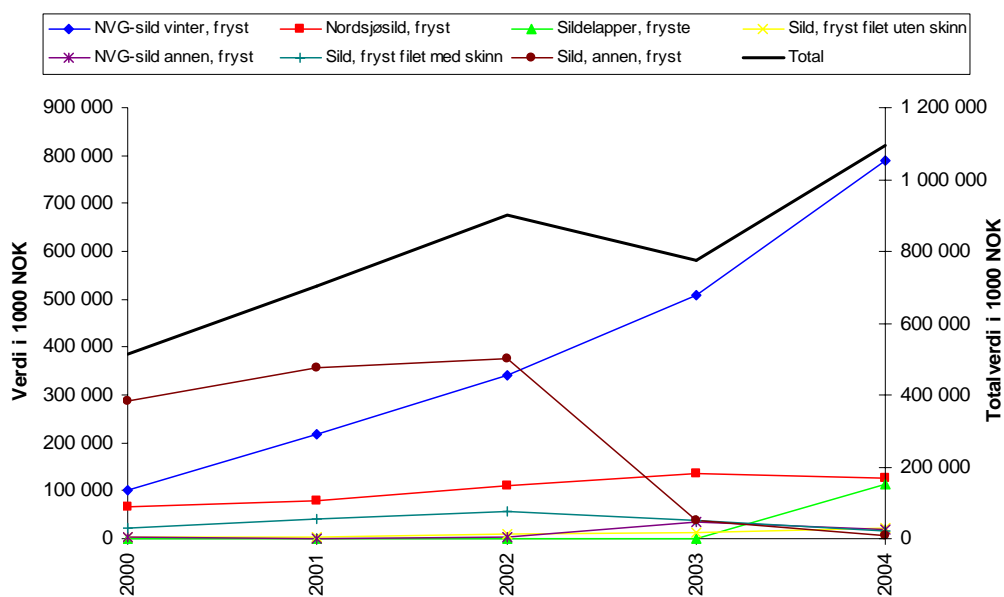
3.1.4). Veksten i eksport til Russland har først og fremst vært fryst NVG vintersild. Det har imidlertid vært problemer med tollnummer på sildelapper og det er derfor ikke mulig å vite eksakt hvor stor eksporten har vært<sup>1</sup>.



Figur 3.1.4: Eksportmengde og verdi av sild fra Norge til Russland i 2004 (EFF).

Note: Mengde på primærakse og verdi på sekundærakse.

<sup>1</sup> Før sommeren 2002 ble sildelapper registrert som sildefilet ved fortolling ut av Norge. Dette var feil. Sildelapper skulle vært registrert som "fryst annet fiskekjøtt", en ikke artsspesifikk kategori. Dette ble innskjerpet fra sommeren 2002 og fortsatte i hele 2003. Fra januar 2004 kom det eget statistikknummer for fryste sildelapper. Konsekvensene av dette er at sildelapper ikke er registrert som eksport av sild i denne perioden (pers. med. Lien, 2005).



Figur 3.1.5: Eksportverdi av sild fra Norge til Russland 2000-2004 (EFF).

Note: Totaleksportvolum er på sekundærakse.

### Import fra EU & Island

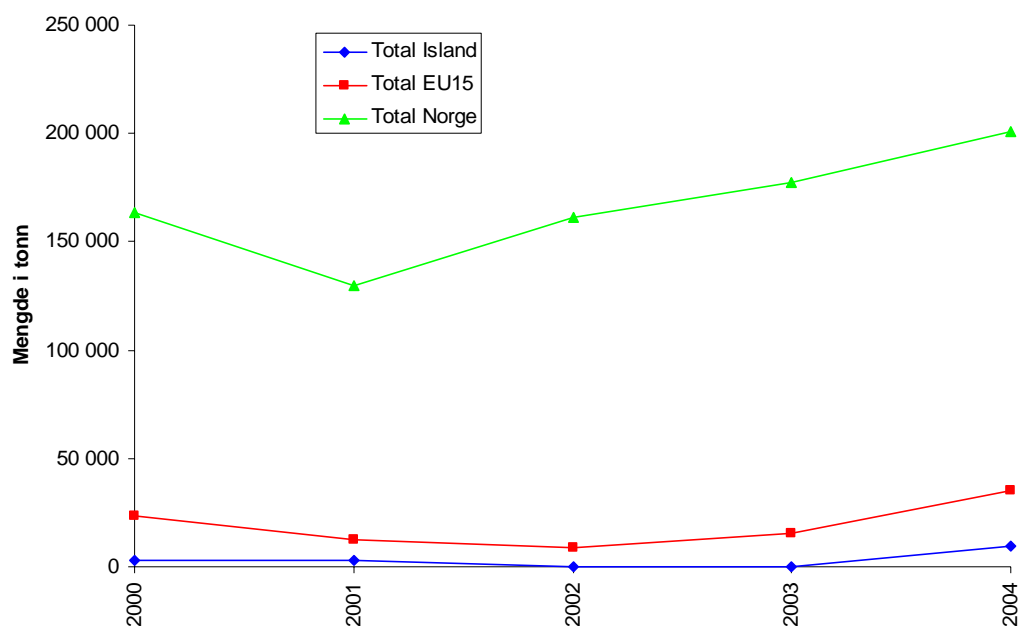
Eksporten av sild fra EU og Island til Russland er liten i forhold til den norske eksporten. I 2004 var eksport fra EU15<sup>2</sup> til Russland 35 tusen tonn og eksport fra Island til Russland bare i underkant av 10 tusen tonn. Men både EU og Island hadde enorm økning fra 2003. EU hadde mer enn doblet eksportmengden til Russland og Island mangedoblet eksportmengden fra 2003. Likevel er det vesentlig mindre enn det norske eksportkvantumet (Figur 3.1.6).

I 2004 var 94 % av eksportert sild fra EU til Russland fryst rund sild<sup>3</sup>. I samme periode var 78 % av eksportert sild fra Island til Russland fryste sildelapper og 19 % var fryst rund sild<sup>4</sup>.

<sup>2</sup> EU15 omfatter Østerrike, Belgia, Danmark, Finland, Frankrike, Tyskland, Hellas, Irland, Italia, Luxemburg, Nederland, Portugal, Storbritannia, Sverige og Spania.

<sup>3</sup> Tollgruppe 03035000, Sild, fryst.

<sup>4</sup> Tollgruppe 03035000, Sild, fryst.



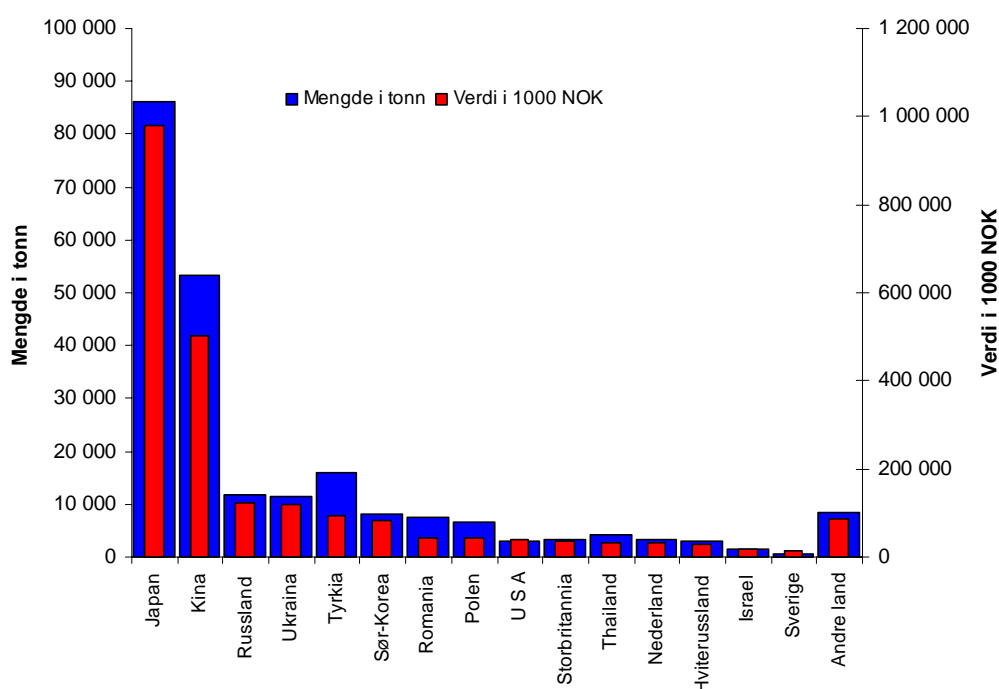
Figur 3.1.6: Eksportmengde av sild til Russland fra Norge, EU og Island 2000-2004 (EFF).

### 3.1.3 Norsk eksport av makrell

I 2004 var den totale norske eksporten av makrell 228 tusen tonn, til en eksportverdi på 2,3 milliarder kroner. De siste 5 årene har totaleksporten av makrell fra Norge blitt redusert med 110 tusen tonn som er nesten 1/3 del. Prisutviklingen har derimot vært god og totalverdien var i 2004 kun 5 % lavere enn i 2000.

Tabell 3.1.3: Total makrelleksport fra Norge 2000-2004 (EFF).

	2000	2001	2002	2003	2004
Tonn	338 802	329 826	295 624	253 111	228 303
1 000 NOK	2 387 812	2 929 604	2 675 761	2 060 026	2 271 583
Snittpris/kg NOK	7,05	8,88	9,05	8,14	9,95

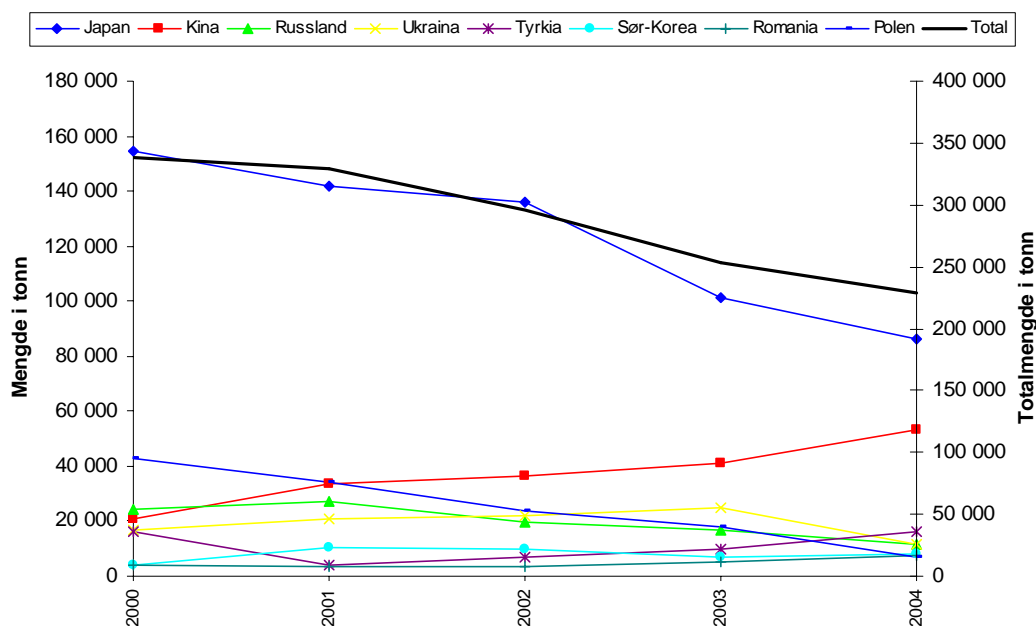


Figur 3.1.7: De 15 viktigste eksportmarkedene for makrell i 2004 (mengde og verdi) (EFF).

Note: Mengde på primærakse og verdi på sekundærakse.

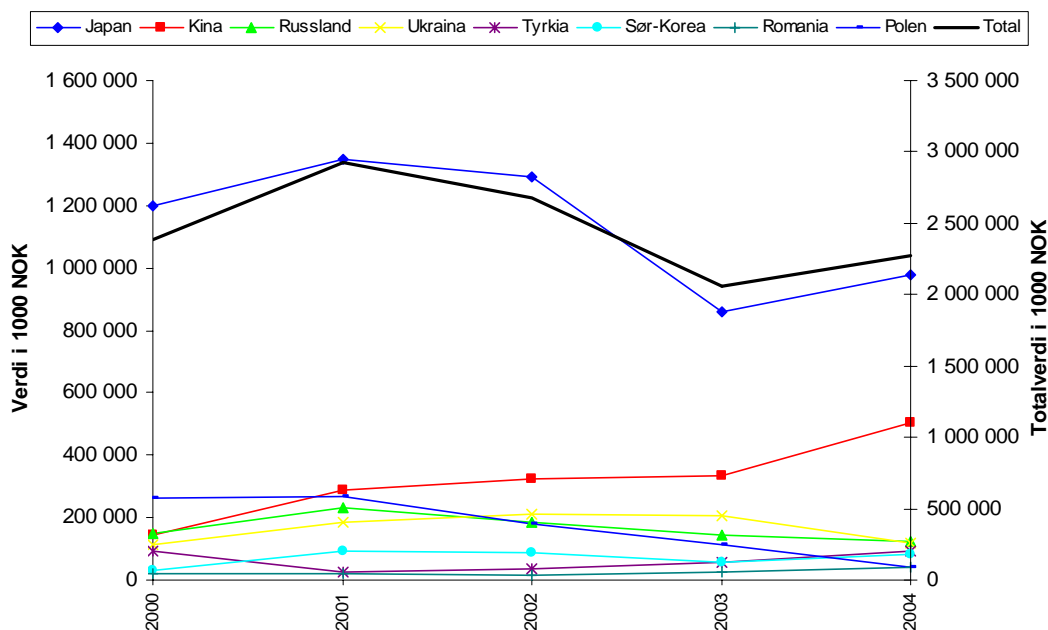
Japan er det viktigste markedet for norsk makrell. Kina er på andre plass og er et viktig marked i vekst. Eksporten til Kina har doblet seg de siste 5 årene, men ifølge EFF blir godt over 90 % av makrelleksporten til Kina videre eksportert til Japan (pers. med. Lien, 2005). Andre viktige markeder er Russland og Ukraina. Tyrkia har blitt viktigere i de siste årene, men eksportverdien er relativt lav. Polen var for 5 år siden det nest viktigste markedet, men ligger i dag langt ned på listen (se Figur 3.1.9 og Figur 3.1.8).





Figur 3.1.8: Totalvolum eksportert makrell og volum til de 6 viktigste eksportmarkedene 2000-2004 (EFF).

Note: Totaleksportvolum er på sekundærakse.



Figur 3.1.9: Totalverdi av eksportert makrell og verdi til de 6 viktigste eksportmarkedene 2000-2004 (EFF).

Note: Totaleksportvolum er på sekundærakse.

### 3.1.4 Russisk import av makrell

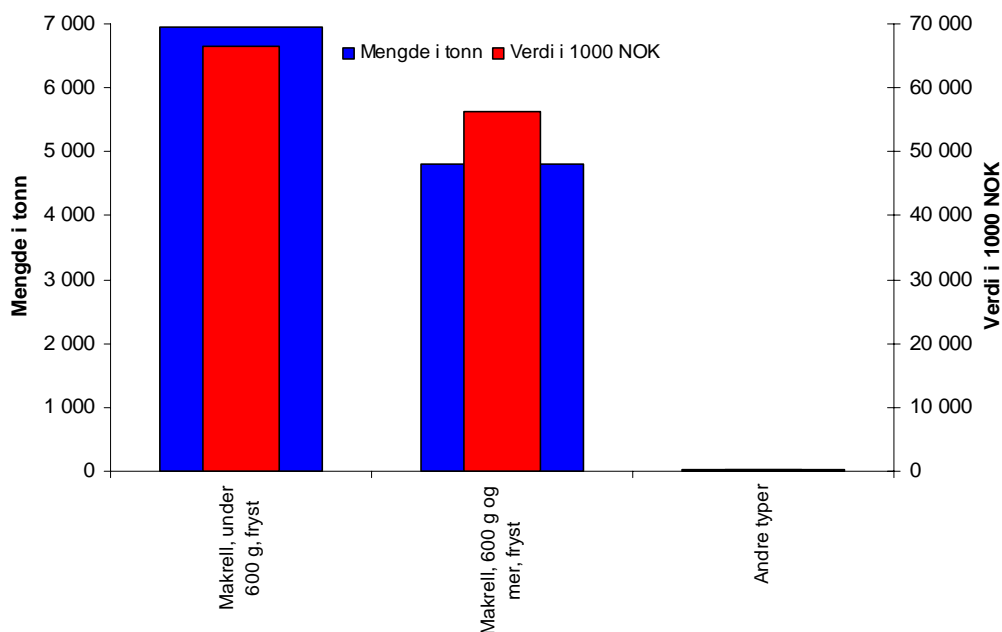
#### Import fra Norge

Den norske makrelleksporten til Russland har blitt vesentlig redusert de siste 5 årene. Eksportvolum i 2004 var halvert fra 2000. Prisen har derimot nesten doblet seg i samme periode. Totalverdien er derfor ikke redusert like mye.

Tabell 3.1.4: Total eksport av norsk makrell til Russland 2000-2004 (EFF).

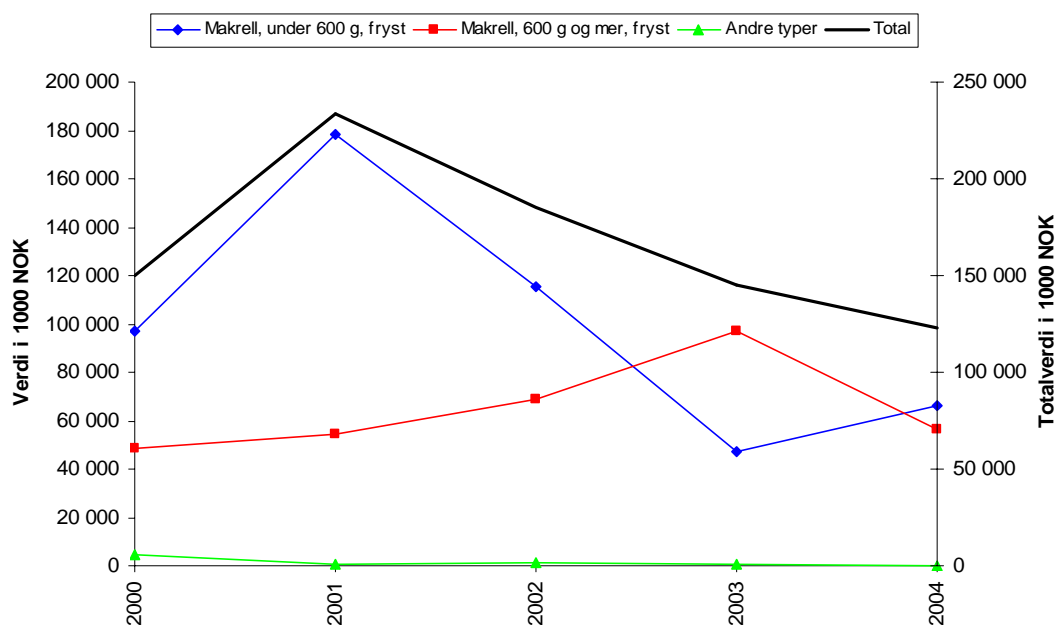
	2000	2001	2002	2003	2004
Tonn	24 048	26 962	19 471	16 505	11 775
1000 NOK	149 824	233 739	185 612	145 132	122 973
Snittpris/kg i NOK	6,23	8,67	9,53	8,79	10,44

Makrelleksporten til Russland er nesten utelukkende fryst makrell. Rundt 59 % av makrelleksporten i 2004 i volum var makrell under 600 gram, mens 41 % var makrell over 600 gram. På grunn av at prisene for stor makrell er høyere, var det jevnere fordeling i eksportverdien (Figur 3.1.10). I 2001 var eksporten til Russland hovedsakelig makrell under 600 gram (79 % i volum og 76 % i verdi), men i 2003 var større makrell viktigere (64 % i volum og 67 % i verdi) (Figur 3.1.11).



Figur 3.1.10: Eksportmengde og verdi av makrell fra Norge til Russland 2004 (EFF).

Note: Mengde på primærakse og verdi på sekundærakse.

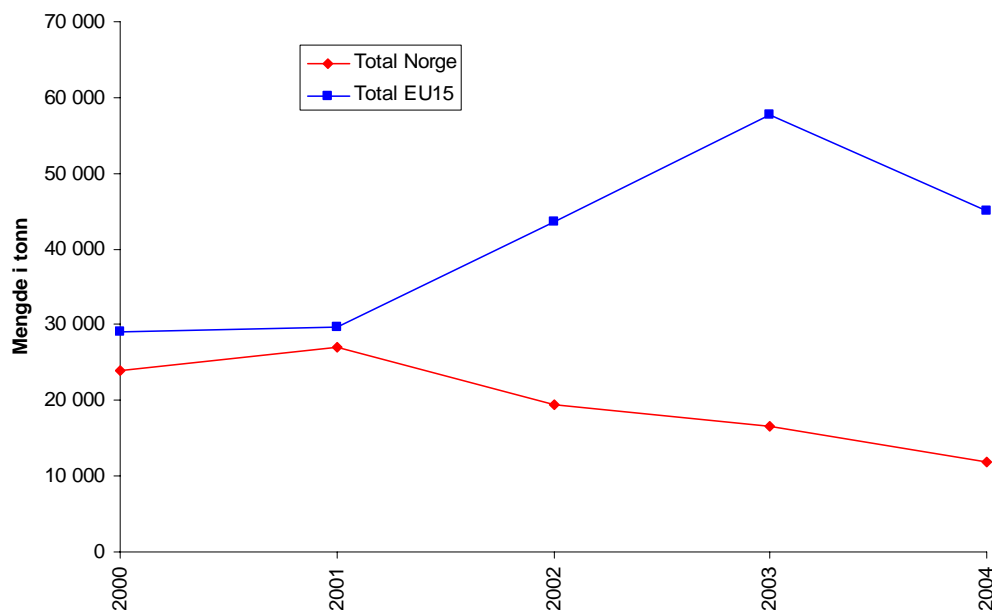


Figur 3.1.11: Eksportverdi av makrell fra Norge til Russland 2000-2004 (EFF).

Note: Total eksportverdi er på sekundærakse.

### Import fra EU

Importvolum av makrell til Russland fra EU er vesentlig større enn fra Norge (Figur 3.1.12). I 2001 var import fra EU og Norge omtrent lik, men i 2004 var andel fra EU nesten 80 %. EU har dermed tatt en stor markedsandel fra Norge.



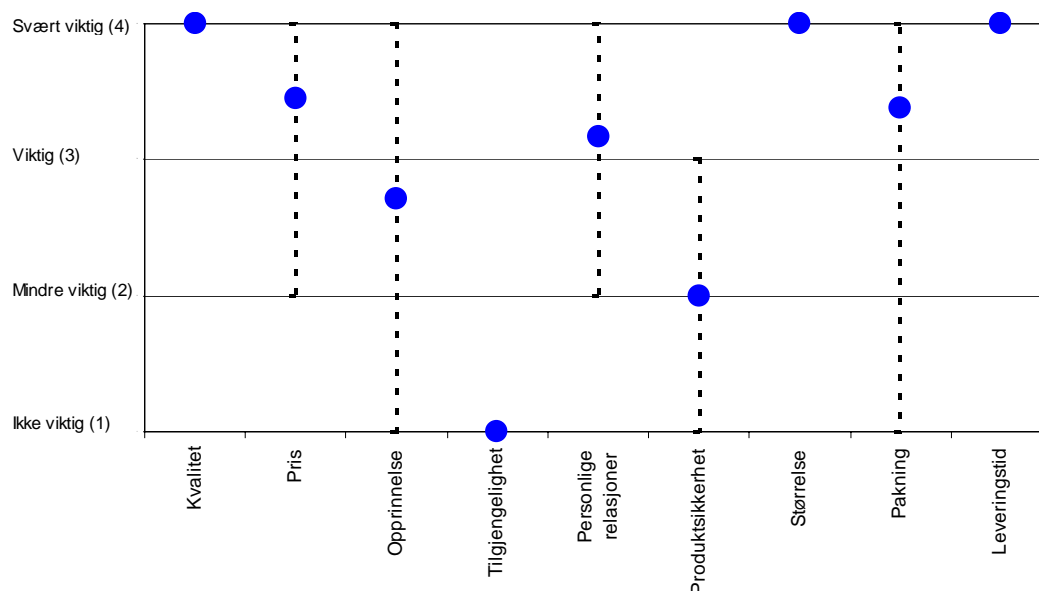
Figur 3.1.12: Eksportmengde av makrell til Russland fra EU og Norge 2000-2004 (EFF).

## 3.2 Importundersøkelse for sild og makrell

Det ble gjennomført intervju av 9 bedrifter som kjøper norsk pelagisk fisk i Moskva-regionen. Bedriftene var spurt om deres mening og erfaring med kvalitet på norsk sild og makrell. Nærmere opplysninger om bedriftene finnes i avsnitt 2 Materiale og metode på side 8.

### 3.2.1 Kjøpskriterier for sild og makrell

Intervjuobjektene fikk spørsmål om hva som er viktige kjøpskriterier ved kjøp av sild og makrell. En visuell oversikt over viktige kjøpskriterier er vist i Figur 3.2.1.



Figur 3.2.1: Oversikt over russiske importørers kjøpskriterier for sild og makrell.

Note: Punktet representerer gjennomsnitt av svarene og linjen representerer spredning fra laveste til høyeste verdi. Mer detaljer finnes i Vedlegg A.

#### Kvalitet og størrelse - viktigst

To argument blir trekt frem som de aller viktigste kjøpskriterier. Alle bedriftene er enige om at kvalitet og størrelse er svært viktig. Kvalitet har blitt stadig viktigere i Russland og blir i dag fremhevet som viktigere enn pris. For ikke så lenge siden var det først og fremst pris som var avgjørende for russiske kjøpere, men som følge av svært positiv økonomisk utvikling har kravene om kvalitet og størrelse blitt viktigere. Korrekt informasjon om kvalitet og størrelse på fisk som blir kjøpt står sentralt. Dersom det blir solgt "feil" kvalitet og størrelse, vil dette gå utover relasjonen mellom importørene og deres kunder.

*Pris, pakning og personlige relasjoner - viktige*

Selv om kvalitet og størrelse er viktigst, så mener mange at prisen på pelagisk fisk fra Norge er for høy. Flere nevnte at en av grunnene til dette er en vanskelig valutasisituasjon med sterkere krone enn tidligere. Kjøperne ser ikke ut til å ha god oversikt over kvotesituasjonen og om den påvirker prisnivået (se nærmere nedenfor i 3.2.5 Informasjon og sporbarhet på side 31). Innkjøpsprisen er veldig viktig for de fleste, men 4 av 9 bedrifter mener likevel at kvaliteten og størrelsen er et viktigere kjøpskriterie.

God forpakning og merking er et viktig kjøpskriterie og ble fremhevet av de fleste som svært viktig. Men 2 bedrifter mente at det var enten ikke viktig eller mindre viktig for dem. Bedriftene har opplevd problemer med dårlig eller feil merking og feil informasjon og er derfor opptatt av dette (se avsnitt 3.2.4 på side 25).

Personlige relasjoner ble av flere fremhevet som viktig. Mange av importørene har kjøpt fra de samme produsentene i Norge gjennom mange år. En importør sa at når en har gode relasjoner kan en nesten kjøpe uten kontrakt. Importørene og deres kunder ønsker å kjøpe fra produsenter de kjenner og som de vet leverer gode produkter. Dette er spesielt viktig i dag som følge av økt kvalitetskrav i markedet. Kundene spør hvem produsenten er før de kjøper og det er veldig viktig hvem produsenten er. De kan se fra år til år hvem som fusker, og det er de samme som går igjen.

*Opprinnelse og leveringstid - viktig for noen*

En importør nevnte at leveringstid er svært viktig. De har opplevd å kjøpe inn til en pris og treg leveringstid gjorde at andre som kjøpte senere til en lavere pris fikk solgt før dem. De ble da sittende inne med fisk de kjøpte dyrere enn konkurrentene og fikk ikke solgt til den prisen de "måtte" ha, da fisken ikke var solgt på forhånd.

Opprinnelse er viktig for noen men ikke viktig for andre. To bedrifter mener at opprinnelse er svært viktig og andre to mener at den er viktig. Men for andre spiller den mindre eller ingen rolle.

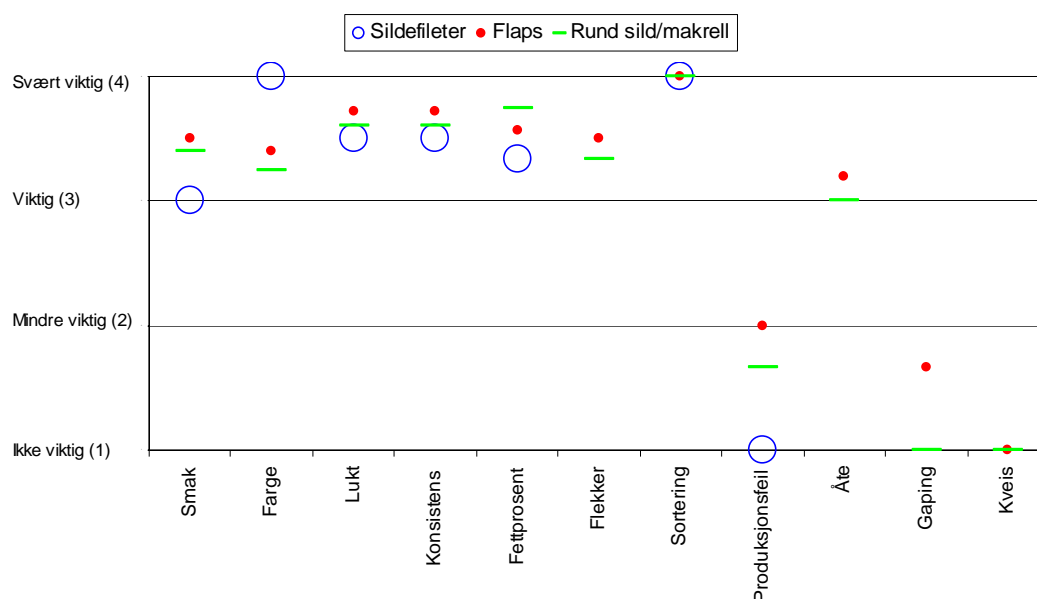
### Produktsikkerhet og tilgjengelighet - mindre viktige

Bedriftene mener at produktsikkerheten er god nok på produkter fra Norge, og er derfor ikke avgjørende for om en kjøper produktet. Kun en nevner produktsikkerhet som viktig. Russerne sliter ikke med tilgjengelighet, spesielt på sild. En bedrift mener at tilgjengeligheten ikke er en viktig kjøpskriterie men andre svarer at de vet ikke.

### 3.2.2 Viktige parametre for kvalitetsvurdering

De som ble intervjuet fikk spørsmål om hva som er viktige kriterier ved vurdering av kvalitet. De fleste parametrene en spurte om ble karakterisert som viktige eller svært viktige, men kun 3 var vurdert som ikke viktige (Figur 3.2.2). Det var stort sett de samme parametrene som kom frem for makrell som for sild.

Ingen av bedriftene hadde egne kvalitetsstandarder eller krav. De vi intervjuet mener at kravene og standardene i Norge er gode nok og ofte høyere enn de russiske. Sunnhetsattester og kontroller ved eksport og import er i følge importørene bra nok.



Figur 3.2.2: Parametre for kvalitetsvurdering.

Note: Punktet representerer gjennomsnitt av svarene. Mer detaljer vises i Vedlegg B.

Alle bedriftene som svarte var helt enige i at god sortering er svært viktig for alle produkttyper. I tillegg er smak, farge, lukt, konsistens og fettprosent trekt frem som viktige eller svært viktige av alle bedriftene for alle produkttyper. Et unntak er en

bedrift som legger mindre vekt på smak og ingen vekt på farge og derfor er standard avvik ganske høyt på de to parametrene.

Noen importører mener at vurdering av blodflekker på sildeflaps eller rund sild er veldig viktig, men over halvparten tar ikke stilling til det. Det samme gjelder for åte hvor 3-4 bedrifter synes det er veldig viktig, en bedrift mener åte ikke er viktig og henholdsvis 4 og 5 bedrifter tar ikke stilling til åte i rund sild.

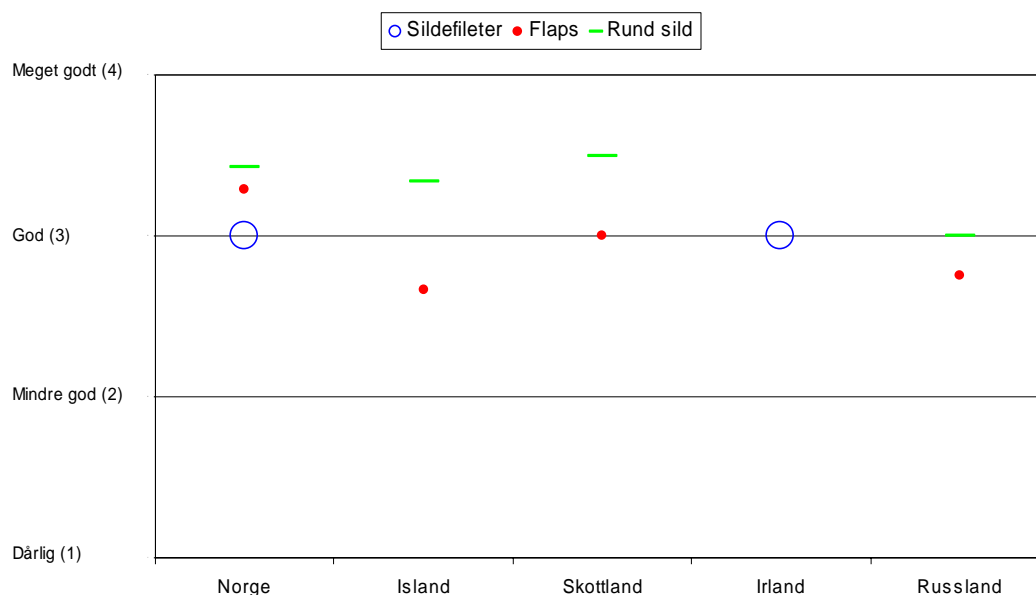
Generelt er produksjonsfeil, gaping og kveis ikke viktig for kvalitetsvurderingen, men to bedrifter mener produksjonsfeil er viktig for sildeflaps og en mener det er viktig for rund sild.

### **3.2.3 Import og kvalitet fra ulike nasjoner**

#### Sild

Alle bedriftene kjøper først og fremst norsk sild, men rundt halvparten kjøper også sild fra Island og Skottland. Få bedrifter kjøper fra Nederland og enkelte kjøper fra Irland og Russland. De fleste kjøper rund sild og sildeflaps med skinn og det er kun et fåtall som kjøper sildefileter.

Norsk sild blir foretrukket av de russiske importørene og produsentene. De kjøper fra andre land enn Norge ofte p.g.a. at norsk sild har ”feil” størrelse, at prisen er for høy eller når tilgjengelighet av norsk sild er vanskelig. Grunnen til at de fleste foretrekker sild fra Norge er bedre kvalitet og at mange av kundene ønsker stor og feit sild, noe som Norge kan levere. En visuell oversikt over hvordan importørene vurderer kvaliteten fra ulike nasjoner er vist i Figur 3.2.3. Ettersom Norge er dominerende leverandør ligger ikke mange svar bak punktene fra noen av andre leverandørlandene.



Figur 3.2.3: Oppfatning av kvalitet på sild fra ulike fangstnasjoner.

Note: Punktet representerer gjennomsnitt av svarene. Mer detaljer vises i Vedlegg D.

Det er forskjellige meninger om kvaliteten fra de ulike leverandørlandene. Norsk sild er generelt oppfattet som best kvalitet, men Island har blitt en konkurrent til norsk sildeflaps og forbedrer stadig kvaliteten. Island produserer sjøfrossen sildeflaps og en av importørene mener at dette produktet er bedre enn den norske. Flere sier at det er veldig god kvalitet på sildeflaps fra Island. En del av importørene har derfor kjøpt flaps fra Island. En importør påpekte at lavere priser gjorde at de denne sesongen kjøpte fra Island. En annen sa at sild fra Island er OK, men at kvaliteten fra Norge er fortsatt bedre. Kvaliteten kan være dårligere fra Island, men dette blir kompensert med lavere pris.

Sild fra Skottland er oppfattet å ha dårligere kvalitet. En produsent sa at i kartonger med flaps kunne det være skinn, bein og til og med hel sild. Sild fra Nederland får heller ikke så gode skussmål.

Norge har også mindre vann i blokkene sammenlignet med bl.a. Island og Russland. Importørene mener at Norge har blitt dårligere når det gjelder størrelsesgradering.

### Makrell

Skottland er det største leverandørlandet av makrell til bedriftene som ble intervjuet. Norsk makrell har kun en mindre andel av totalt volum makrell som bedriftene kjøper.



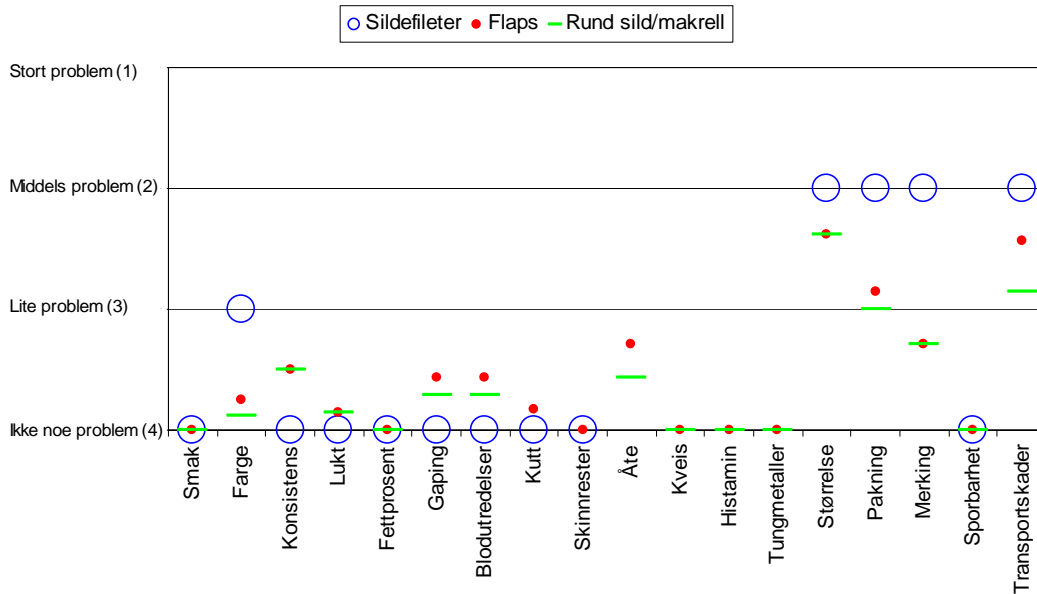
Noen bedrifter kjøper sjelden fra Norge, mens andre kjøper litt, opp mot 20 – 30 % av deres råstoffgrunnlag for makrell. De kjøper kun rund makrell. Andre nasjoner de kjøper fra er bl.a. Irland, Shetland og i det siste også Canada. De kjøper også russisk makrell. Russisk makrell er mye billigere enn den norske og prisnivået kan være det halve i forhold til den norske makrellen.

Det er stor etterspørsel etter makrell i Russland. Importørene og produsentene ønsker å kjøpe makrell fra Norge og de fleste har Norge som første prioritet. Men Norge klarer ikke å konkurrere på pris ettersom de norske eksportørene prioriterer å selge til Japan, hvor en oppnår høyere priser.

Norge blir av alle regnet for å ha best kvalitet på makrell. Makrell fra Skottland har ifølge de fleste bedriftene dårligere kvalitet, men kompenserer med at den er billigere. En bedrift sa at Skottland ikke har så høye kvalitetskrav som Norge. Produksjonen i Skottland går tregere, det tar ofte 2-3 dager å produsere en last. Likevel er det to bedrifter som mener at makrell fra Skottland er like god som norsk. Skottland, Russland og Irland har imidlertid bedret kvaliteten på makrell de siste årene.

#### **3.2.4 Problemer med kvalitet på norsk pelagisk fisk**

Bedriftene belyste hvordan norsk sild og makrell oppfyller deres kvalitetsvurdering og hva som eventuelt er problematisk vedrørende norske produkter. Generelt kommer norsk sild og makrell bra ut, men de påpeker noen viktige forbedringspunkter. De største problemene er relatert til sortering, transport og pakning. Nedenfor presenteres en del parametere som går på kvalitet på selve produktet og forhold rundt produktet. En visuell oversikt over parametrene er illustrert i Figur 3.2.4.



Figur 3.2.4: Importørenes problemer med kvalitet på norsk sild og makrell.

Note: Punktet representerer gjennomsnitt av svarene. Mer detaljer vises i Vedlegg C. Svar fra kun en bedrift ligger bak punktene for sildefileter.

### Størrelsesgradering (sortering) - et problem for både sild og makrell

Så å si alle er misfornøyd med graderingen på norsk sild og makrell. De mener den norske graderingen blir verre og verre. Noen mener imidlertid at graderingen er bedre for makrell enn for sild. Norsk makrell har også bedre størrelsesgradering enn skotsk makrell. Problemene vedrørende størrelsesgradering er som oftest relatert til dårlig samsvar i sortering, eller til dårlig eller feil informasjon om størrelser. For eksempel nevnte en importør tilfeller der de kjøper 400-600 gram makrell, der det ikke finnes en fisk på 600 gram i kartongen, men mest 400 gram. Dette går på tillit til leverandøren.

På silda kan det være veldig store forskjeller på størrelsen innen en graderingsgruppe. Tidligere fikk en større enkeltfisker innen en gruppe, men fisken er i snitt mindre enn tidligere. Enkelte norske produsenter er flinke, men mange er det ikke. Det er ofte de samme produsentene som går igjen når det gjelder dårlig gradering. Enkelte leverandører ødelegger derfor mest for seg selv, men det kan også gå på oppfatning av norske leverandører generelt. Et annet problem er at ulike produsenter graderer forskjellig. En importør sa at de kjøper fra ca. 10 produsenter i Norge, og hver produsent har ulik gradering. Det er derfor et behov for standardisering.

Noen merker 400 gr+ sild, men leverer 350 gr. De får mindre sild enn det som er merket. Noen holder seg over 400 gr, men snittet kan være lavt. Det er svært viktig

overfor importørens kunder at størrelsene er korrekte. De må ha korrekt størrelse med tanke på planlegging av videre produksjon.

En importør sa at de ikke er fornøyd dersom for eksempel sild på 400 gr + har et snitt på 405 gr. Det betyr da at det er mye fisk som er under 400 gr. Dersom det er 5-10 % som er under 400 gr er en fornøyd. Det bør da være et snitt på 460-480 gr. Problemet er at det blir for mye fisk under 400 gr.

En annen importør sa at for gradering 400 gr+ sild kan snittet være 380gr og de har det samme problemet for andre størrelsesgrupper. Det er de samme produsentene som ikke følger graderingene. Flere andre sa også at størrelsene er mindre enn det de er oppgitt til å være, f.eks 400 gr+ har 15 % fisk under 400 gr+.

Bedriftene mener imidlertid at russisk sild har bedre gradering enn den norske.

### Transport, pakking og merking - også et problem

Transport er et tema som de fleste nevner som et problem. Kartonger blir ofte ødelagt eller forsvinner under transporten. Det blir stuet for mye kartonger i fraktebåtene. For mye press, dårlig vær m.m. gjør at kartongene blir ødelagt. Noen hevder at fisken har lettere for å bli ødelagt når den er vakuumpakket. Transportfirma deler opp paller og stabler mye oppå hverandre for å redusere kostnader. Når dette blir gjort blir mer ødelagt og det tar lengre tid å losse.

Skader oppstår også når en losses fra båt til bil. Kartonger og fisk kan da bli ødelagt. Enkelte transportselskap blir ofte trukket fram som problemfulle. En importør sier at de ofte tar kostnadene for dette på egen kappe, istedenfor å gå "den lange veien" med transportøren, da det er byråkratisk og vanskelig.

Høy fettprosent i makrell gjør at god pakking er spesielt viktig for denne arten. Det er viktig at fisken pakkes godt, først og fremst p.g.a. oksidasjon. Importørene mener at pakkingen på makrellen i stor grad er tilfredsstillende.

For sild har det vært en del nye forpakninger på markedet. Mange av importørens kunder er konservative og ønsker forpakningene slik de har vært tidligere (20 kg pappkartonger). Det var mange som nevnte at de foretrakk de "gamle" pappkartongene istedenfor de nye plastsekkene. De ønsker å ha pappkartong med innerplast (polybag) da den beskytter fisken bedre. Fisken blir lettere ødelagt under

transport da de mener at den nye pakningen er svakere. Fisken ligger løsere inni pakningen. Plastsekkene glir lettere ned fra stablene og får dermed skader.

Noen importører sa at det kan være pakket mindre vekt fisk enn det som er merket, for eksempel 18-19 kg i 20 kg kartong. Dette har de likevel ikke hatt problemer med å få tilbakebetalt fra eksportøren.

Flere mener at norske produsenter pakker fisken bedre (fisken er fint lagt) enn produsenter fra andre land. Fra andre produsenter enn norske, blir fisken pakket "hulter til bulter" og i enkelte tilfeller for mye i pakningene. Dette fører til at fisken blir ødelagt. En fikk imidlertid også tilbakemelding fra enkelte importører/produsenter, om at pakningen fra enkelte norske produsenter var dårlig.

Det er viktig at kartongene merkes godt og det må være tydelig merking med opprinnelsesland. Det må være merket på engelsk og russisk. Det må være samme informasjon på kartongene som i eksportdokumentene. Det er av og til et problem at dette ikke stemmer overens.

Mange sier de er fornøyd med merkingen, men enkelte hadde en del kommentarer. En del produsenter merker ikke på russisk. Dette er viktig, da det er mange som ikke forstår engelsk. Noen merker på ukrainsk, men en del varer går ofte i transitt fra Ukraina til Russland. Andre problemer som ble nevnt var at det ikke er merket med pakkenummer. Kartongene kan også være merket med filet, men inneholder flaps eller merket med rund sild og inneholder filet.

I Norge blir sild lagret i  $\div 25$  °C grader, i Russland  $\div 18$  °C. Holdbarhet i Norge er 1 år og i Russland 6 måneder. En produsent sa at holdbarhet på 1 år fra Norge ikke gjelder i Russland. Den har uansett holdbarhet i 6 måneder. Dersom fisken er over 6 måneder ved import til Russland får de problemer bl.a. med helsemyndighetene.

I forhold til russisk standard bør hver kartong være merket med holdbarhet. En produsent sa at dersom norske produkt er merket med holdbarhet ville den holdbarheten gjelde. Kartongen er ikke alltid merket med holdbarhetsdato "best før". Da dette ikke blir gjort, må en bruke russisk standard som er 6 måneder for sild. Vi fikk se eksempel på at en norsk produsent ikke hadde merket med "best før".

### Åte - et problem for makrell

Flere nevnte at åte er et problem ved røyking av makrell. Det er spesielt med den russiske makrellen de har problemer. Flere sa at de ikke kjøper makrell når det er mye åte i fisken.

Åte er ikke noe stort problem på sild. En importør sier de får beskjed om åteinholdet fra eksportør. Andre importører nevner ikke dette som et problem. En produsent mente at de hadde litt problemer med dette. I 2004 startet båtene fisket tidlig, derfor var det mer raudåte (opp til 1 grad dårligere) enn tidligere.

### Smak, lukt og farge - lite problemer

Smak og lukt er det lite problemer med for sild og makrell. For silda blir den som oftest saltet og smaken blir dermed mer ensartet sammenlignet med andre fiskearter. Dette gjelder også for lukt. Det er viktig at produktet lukter ferskt/friskt. Lukt kan være et problem i september, da det kan være åte i fisken. Dersom det er forsinkelse i produksjonen (i Norge) og den blir liggende blir kvaliteten fort dårligere. Dette gjelder også for konsistensen.

Når det gjelder farge sier de fleste at det sjelden er problemer, men at det kan forekomme røde blodflekker som er skjemmende. Dersom fisken er for gammel, vil den bli gul. Dette er et problem dersom silda blir kjøpt på et sent tidspunkt i forhold til produksjonsdato. Importøren må da ha kunder som skal produsere silda raskt. Produsenter sier det samme. Blir silda liggende for lenge, blir den gul.

### Muskelspalting (gaping) og blodutredelser - mindre problemer

Det virket ikke som muskelspalting er noe stort problem. Det var produsentene som hadde mest kunnskap om dette. En produsent sa at dersom det forekommer muskelspalting kan produktet brukes til formål der dette ikke spiller så stor rolle.

En produsent hadde hatt problemer med blod langs ryggen på silda. Når en kuttet fisken i to, så en blodutredelser i kjøttet. De kaller denne fisken for "solbrent". Det er også problem med blod i gjellene. Når det legges press på gjellen kommer det blod ut.

En produsent mente det er problemer vedrørende blod i makrell. Når fisken henger til røyking renner blod ut fra hodet. For å unngå dette problemet kuttet hodet av. Russiske båter produserer makrellen kappet og sløyd.

#### *Konsistens, fettprosent og produksjonsfeil*

Importørene kjenner til forskjellene i fettprosent gjennom sesongen og kjøper deretter. Konsistens er svært viktig for makrell. Konsumentene ønsker høyt fettinnhold og ”bløt/myk” konsistens. Noen problemer med konsistensen kan oppstå, spesielt når fettprosenten er høy.

En importør sa at fettprosent er avgjørende for smaken på silda. Dersom det er åte i silda vil dette også gå utover konsistensen. En produsent mente at konsistensen ikke er så god som tidligere, den er blitt mykere (soft).

Skinnrester er ikke en så aktuell problemstilling blant dem vi intervjuet, da det meste som blir kjøpt er rund sild og makrell eller sildeflaps med skinn. En produsent sa at produksjonsfeil på sildeflaps ikke er et stort problem, men dersom bein og finner ikke er fjernet, er ikke dette bra. Enkelte norske produsenter har dårligere kvalitet enn andre. Et eksempel var en norsk produsent som hadde levert flaps med skinnrester, finner og nakkebein.

En fordel for Norge er at det er lite vann i blokkene og lite skade på fisken. Norge har omtrent 0 % vann i blokkene og en luftfryser i reoler og unngår dermed press på fisken. Island produserer på sjøen. Fisken blir lett klemt og det blir vann i blokkene (1-2 % vann). Russiske trålere har 5-10 % vann i blokkene. Noen klaget på blodvann i kartongene.

#### *Kveis, histaminer, tungmetaller og sporbarhet - ingen problemer*

Kveis ser ikke ut til å være noe problem i sild og makrell som går til Russland. Histamin og tungmetaller er parametere som de heller ikke har problemer med. Det virker ikke som det er noe som opptar dem. Bedriftene som ble intervjuet fikk fisken transportert via St. Petersburg. Ved import til St. Petersburg blir det gjennomført kvalitetskontroll, bl.a. histamin, tungmetall, lukt, smak, konsistens, parasitter og åte. De stoler på at undersøkelsene som blir foretatt i Norge og i St. Petersburg er grundige nok.

Sporbarhet er ikke noe problem. Så lenge produsenten følger de norske kravene er dette godt nok. Importøren mener de får nok informasjon fra de norske eksportørene (se nærmere om sporbarhet nedenfor).

### **3.2.5 Informasjon og sporbarhet**

Bedriftene ble stilt spørsmål om deres kunnskaper om hvilke flåtegrupper som fanger fisken og deres krav til sporbarhet og informasjon om fangst og foredlingsprosess.

#### Informasjon om flåtegruppe

Det var ikke mange av respondentene som visste noe om hvilken flåtegruppe (ringnot, trål, kystfartøy) silda kommer fra. Det virket som det ikke hadde noen betydning for dem. Noen hadde derimot litt kunnskap om dette og de foretrekker sild fisket fra ringnotfartøy.

#### Informasjon om fangst og foredlingsprosess

De fleste mente at de får nok informasjon fra eksportørene om fangst og foredlingsprosessen. Andre ønsker mer informasjon, spesielt om fiskefartøy, kvoteinformasjon, produksjon med mer. Tilgjengelig informasjon varierer fra eksportør til eksportør.

En importør ønsket samme informasjon som fisker får fra Sildesalgslaget via internett (lukka side), der en får informasjon om hvor den er fisket, redskap m.m. En vil dermed kunne se tendensene ved fangst og kan dermed forutsi mer vedrørende pris. Dette vil lette på risikoen ved kjøp.

#### Sporbarhet

Vedrørende informasjon og sporbarhet er de fleste fornøyd med situasjonen i dag. De mener en får nok informasjon fra produsentene/eksportørene i Norge.

Noen nevnte likevel enkelte områder de ønsker mer informasjon om. En importør sa de ønsker bilder fra produksjonen, merkelappene, bokser, paller etc. De trenger informasjon til tollmyndighetene ved import, spesielt i begynnelsen av sesongen. Det

vil lette dokumentasjonen og de kan gjøre en del arbeid på forhånd dersom de får tilgang til denne informasjonen. De kan også gi mer utfyllende informasjon til kundene. Det er ønskelig med informasjon og bilder gjennom hele sesongen for å forberede importen. Import og salg ville dermed gå raskere.

Noen importører ønsker også å vite hvor stor kvoten er av sild og hvor mye som er igjen til en hver tid. Det kan være vanskelig for dem å få informasjon om dette.

### **3.2.6 Importørenes syn på utviklingen i det russiske markedet**

Importørene ble spurt om deres syn på det russiske markedet, markedsutvikling, viktige leverandører fremover og konsumenter av sild og makrell i Russland. Deres ønsker var også dokumentert vedrørende norske leverandører om halvfabrikata, langsiktige kontrakter, pakninger m.m.

#### *Importørenes kunder og konsumenter av sild*

Importørene og produsentene fikk spørsmål om hvilke kunnskaper deres kunder har om hvor silda kommer fra (nasjon, fangstmetode osv). De fikk også spørsmål om de benytter informasjon om opprinnelsesland når de selger sine sildeprodukter.

Informasjon om opprinnelsesland blir brukt ved salg og importørenes kunder har god kunnskap om dette. Grossister og produsenter vet hvor produktet de kjøper kommer fra og de russiske importørene sier de gir den informasjonen de har videre til sine kunder. Mange av grossistene/produsentene er veldig bevisst på hvem de kjøper fra og de spør etter bestemte produsenter. De har oversikt over hvem som har god og hvem som har dårlig kvalitet. Dersom det har blitt sendt fisk av dårlig kvalitet vil ikke kundene kjøpe fra dette selskapet igjen. Et dårlig inntrykk er vanskelig å rette opp. Dersom produsenten er ukjent, må importøren jobbe mer for å få solgt produkter fra denne eksportøren. Vi fikk også flere ganger oppgitt navn på produsenter og eksportører som er kjent for god kvalitet og produsenter og eksportører som er kjent for dårlig kvalitet.



Sluttkunden som kjøper ferdigprodukt i butikken får mindre informasjon om opprinnelsesland. Ferdigprodukt blir merket med "Atlantic Herring" eller "Pacific Herring". Norsk sild blir derfor solgt som Atlantisk sild.

### Markedsutvikling for sild og makrell

Det er store forandringer i kjøpsmønsteret i Russland. Super- og hypermarkedsegmentet er sterkt økende og antallet øker raskt. Det er først og fremst i de største byene en har denne utviklingen. Mange internasjonale kjeder etablerer seg i Russland for å komme inn på dette store markedet. Super- og hypermarked har økende salg og vil kunne erstatte mange grossister da de kan kjøpe direkte fra produsent.

Markedene på gaten og de små butikkene forsvinner mer og mer, mens antall supermarkeder øker. Konsumentene tror maten er sikrere i supermarkedene, der det er bedre kjølesystem og hygiene. Konsumentene ønsker ikke så salte produkter som tidligere og det blir nå brukt mindre salt i en del av produktene. Dette reduserer holdbarheten til produktene. Mindre salt i produktene gjør det vanskeligere for små butikker og åpne markeder å holde samme kvalitet.



Figur 3.2.5: Røykte fiskeprodukter, bl.a. sild og makrell, i Russland.

Mye av silde- og makrellproduktene i supermarkeder har høy pris p.g.a. høy bearbeidingsgrad på produktene. Dette blir i størst grad omsatt i større byer der kjøpekraften er sterkere.

Prisen på makrell har steget mye de siste årene. Høy pris gjør det vanskelig å kjøpe så stort kvantum som etterspørselen skulle tilsi. Det blir stadig kjøpt mindre makrell fra Norge p.g.a. den høye prisen i forhold til andre land. Det er vanskelig å forklare sluttkunden hvorfor prisene stiger.

Det er spesielt norsk makrell som blir fisket i september-oktober som er populær. Makrellen går til røyking, både kald- og varmrøyking. Den blir røykt hel. Makrell går i stor grad til hjemmekonsum og blir ikke omsatt på restauranter. Makrell blir brukt på ulike måter, bl.a. til middag sammen med poteter, i sandwich og i salater.

I perioden oktober - mars er det sildesesong i Russland. Mange kjøper store kvantum i oktober for å ha på lager. November er høysesong, men flere mente det var lavere etterspørsel i 2004 enn tidligere. I april kjøper enkelte importører små kvantum for å ha på lager gjennom sommeren. Om sommeren er det lite salg av sild i Russland, da konsumet er lavere enn ellers i året. Sild blir konsumert mest i hjemmet. Det er ikke mye omsetning av sild i restauranter. Hel sild blir i stor grad omsatt på åpne markeder og dette er billigere sildeprodukter. Mange småprodusenter produserer saltet sild hjemme for salg.

Russland er et viktig og stabilt marked for norsk sild. Mange av importørene og produsentene er imidlertid bekymret for at prisene har blitt høyere og mener at konsumet av sild har gått ned som en følge av dette. Sild er mellomklasse mat. Dersom prisen blir for høy, kan konsument gå over til annen billigere mat. En importør mente at konsumenten kjøper andre produkter istedenfor fisk. En annen importør sa at importpriser på alle typer fisk har økt i Russland. Det kan dermed virke som fisk går mot høyere status.

En av importørene mente at dersom hel sild blir dyrere enn 1 dollar, vil ingen kjøpe. Det blir for dyrt for de "fattige" og for de rike er ikke produktet luksuriøst nok.

En av de vi intervjuet mente at selv om prisene har steget den siste tiden tror de at konsumet vil være stabilt. Konsumentene vil bli vant med den høye prisen. Saltet sild er populær russisk tradisjonsmat og har høyt konsum. Det finnes ikke substitutt til

dette. I Russland har de uttrykket "Sild fra Norge". Dette kan også bli brukt om sild som ikke er fra Norge.

Fortsatt blir mye sild omsatt på den tradisjonelle måten, der silda blir solgt på åpne markeder i lite bearbeidet form. Dette er mest ute i regionene. Det er også mange små selskap i Moskva som salter sild. De salter selv og selger sild i plastbokser. Små produsenter produserer ca 100 kg pr dag, mens store produserer 10-15 tonn pr. dag. Nesten all sild går til salting.

Med økt omsetning i supermarkedssegmentet har kvalitetskrav og pakkekrav blitt høyere, da supermarkedene setter høyere krav. Markedet vil ha små sild (flaps) som bl.a. brukes til produksjon av hermetikk som blir omsatt i supermarkeder. En del av disse produktene har kortere holdbarhet, og er derfor avhengig av rask omsetning.

De siste 2 årene har en sett en utvikling der en har gått fra rund sild til flaps. Volumet av flaps er økende og flere produsenter kjøper flaps for å lette produksjonen. En sparer lønnskostnader ved å bruke dette produktet i produksjon. Etterspørselen har økt mye og enkelte klarer ikke å produsere nok. Flere importører fikk ikke kjøpt nok flaps i 2004 på grunn av at det var for lite flaps på markedet. Flaps vil bli mer populært og mange av importørene etterspør mer flaps. At lita sild har blitt dyrere gjør det mer lønnsomt å kjøpe flaps, da det vil være dyrere å produsere flaps selv fra lita sild. Kvaliteten på norsk flaps er også bedre enn den de produserer selv.

En importør sa at det er stort potensial i de russiske regionene og at de selger mye her. Disse regionene ligger 4-5 år etter Moskva-regionen i utvikling. Sør- og sentral Russland og regioner bak Ural-fjellene er rikere. De etterspør større sild.

#### Ønsker til norske leverandører

De vi intervjuet fikk spørsmål om de har interesse for andre eller nye bearbeidede produkter eller halvfabrikat fra Norge. Dette er det liten interesse for. P.g.a. høyere tollsatser er det ikke interessant å kjøpe produkter som er mer bearbeidet.

Det blir også solgt hel sild til distriktene, der sildeprodukter blir produsert og sendt tilbake til Moskva. Det er lavere lønnskostnader i distriktene og det lønner seg derfor å produsere sildeprodukter der. Hel, rund sild er fortsatt mest populært. Saltet hel rund sild gir annen smak enn for eksempel flaps. Mageinnholdet/innmat gjør at smaken også blir annerledes. Mange ønsker å kjøpe hel sild fremover.

Det blir mer og mer populært å kjøpe hodekappa makrell. Dette for å unngå blod fra hodet under røyking. En kjøper hodekappa makrell fra russiske båter. Flere av de som ble intervjuet er også interessert i å kjøpe hodekappa makrell fra Norge, men dette avhenger av pris.

Importørene har hatt en del problemer med pakninger. Men det er omtrent ingen som ønsker andre type pakninger eller andre størrelser på pakningene. Flere produsenter har begynt å pakke sild i plastsekker istedenfor kartong. Den nye typen pakning har kommet for tidlig. Kundene er konservative og ønsker ikke forandringer. Importørene må bruke energi på å forandre holdningene til kundene. De foretrekker kartong med innerplast (polybag). En produsent ønsker vakuumpakket filet for å hindre oksygentilførsel. Dette reduserer harskningstiden. De kan dermed lagre produktene lenger.

De fleste importørene ser det som lite aktuelt med langsiktige kontrakter med norske eksportører. Det ble bl.a. nevnt at Norge foretrekker "spot salg". Markedet er i stadig forandring, så det er vanskelig å få til faste lagsiktige kontakter. Andre er interessert i dette, men det er avhengig av hvordan dette eventuelt skal gjøres. Dersom pris og kvalitet er rett, kan det være interessant for enkelte bedrifter.

En importør mener at en bør ha en ramme å jobbe ut fra. For eksempel at 10.000 tonn i sesongen skal kjøpes fra en produsent. De vil ha ordreproduksjon for å kunne planlegge omsetningen bedre. De ønsker også en maks- og minimumspris som ordren skal ligge innenfor. En vet dermed mer om prisen og gi større forutsigbarhet både for bedriftene og deres kunder. Tidligere var langsiktige kontrakter mer vanlig. Nå gjør skiftende priser dette uaktuelt. Mange importører kjøper ofte (flere ganger for måneden) og selger raskt.

Et selskap sa at de ikke ønsker å kjøpe sild på spotmarkedet. De vil ha kontrakter med kjente selskap. En vet at en da kan hjelpe hverandre fra år til år, og en har sikrere tilgang på leveranser av fisk på denne måten.

#### *Fremtidige råstoffleverandører for sild*

Intervjuobjektene fikk spørsmål om hvilke land de tror vil bli de viktigste råstoffleverandørene av sild for deres bedrift i årene som kommer og hvorfor. De synes det er vanskelig å si hvem som kommer til å bli viktigst råstoffleverandør i fremtiden. De

fleste har Norge som førsteprioritet. Andre land importørene tror vil bli viktig, er Island og Irland. Hvilke land som vil bli viktig er avhengig av etterspørsel og pris.

Dersom prisen er høy på norsk sild, kjøper enkelte importører fra Island og Shetland, selv om de foretrekker sild fra Norge. Det blir kun kjøpt sild fra Shetland, Skottland og Irland om sommeren. Denne silda er av dårligere kvalitet, pga høyere temperaturer og åteinhold.

Nederlandsk sild er også av dårligere kvalitet. Den russiske silda er mer skadet enn den norske, men har ellers god kvalitet.

#### *Fremtidige råstoffleverandører for makrell*

På spørsmål om hvilke land blir vil bli viktige råstoffleverandører av makrell til det russiske markedet i fremtiden svarer de at det blir Skottland. Lavere priser enn Norge og økt kvalitet er de viktigste grunnene. De mener at Shetland og Irland også vil være viktige leverandører i fremtiden. En er mer usikker på Norge. Alle ønsker å kjøpe mer fra Norge, men prisene er for høye til at en kan kjøpe det kvantum de ønsker.

### **3.3 Konsumentundersøkelse for sild**

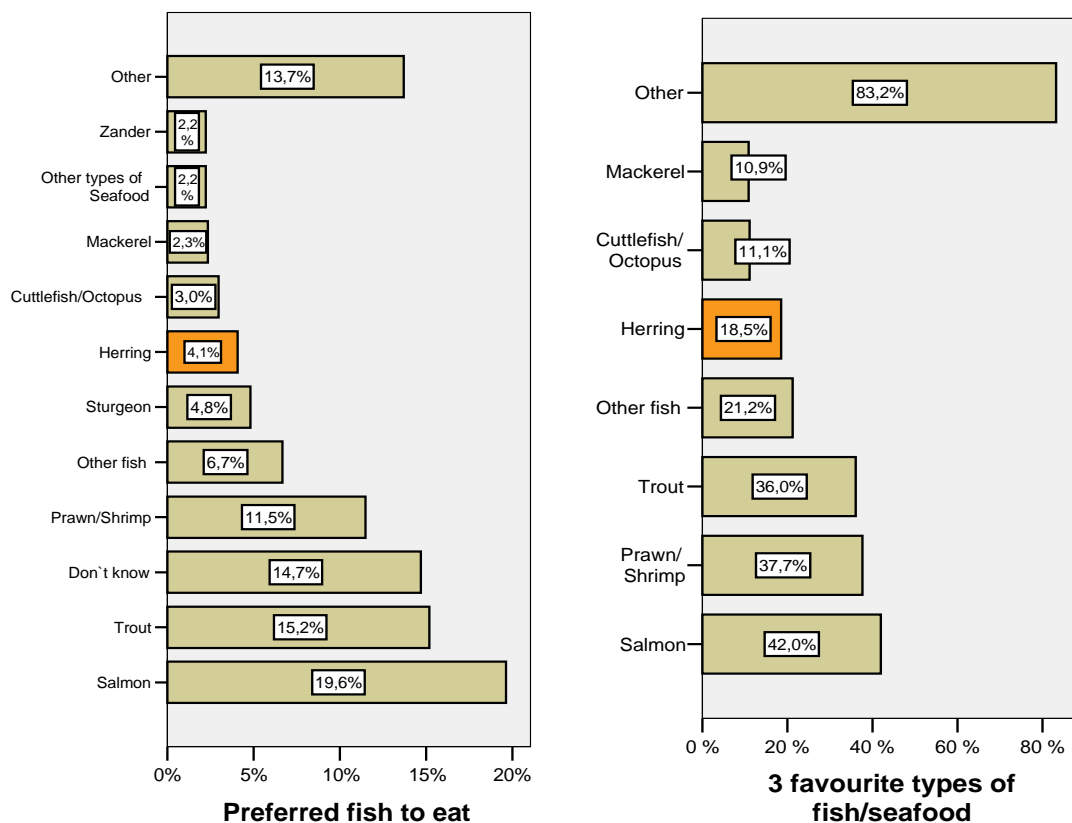
Totalt 810 konsumenter i Russland ble i januar 2005 spurt om deres vaner, ening og oppfatning av sjømat, sild og makrell. Målgruppen var kvinner fra 18 til 69 år. Undersøkelsene ble utført i regi av EFF i Moskva og St. Petersburg.

Totalt 65 % av konsumentene spiser fisk minst en gang i uken og 93 % gjør det minst en gang i måneden.

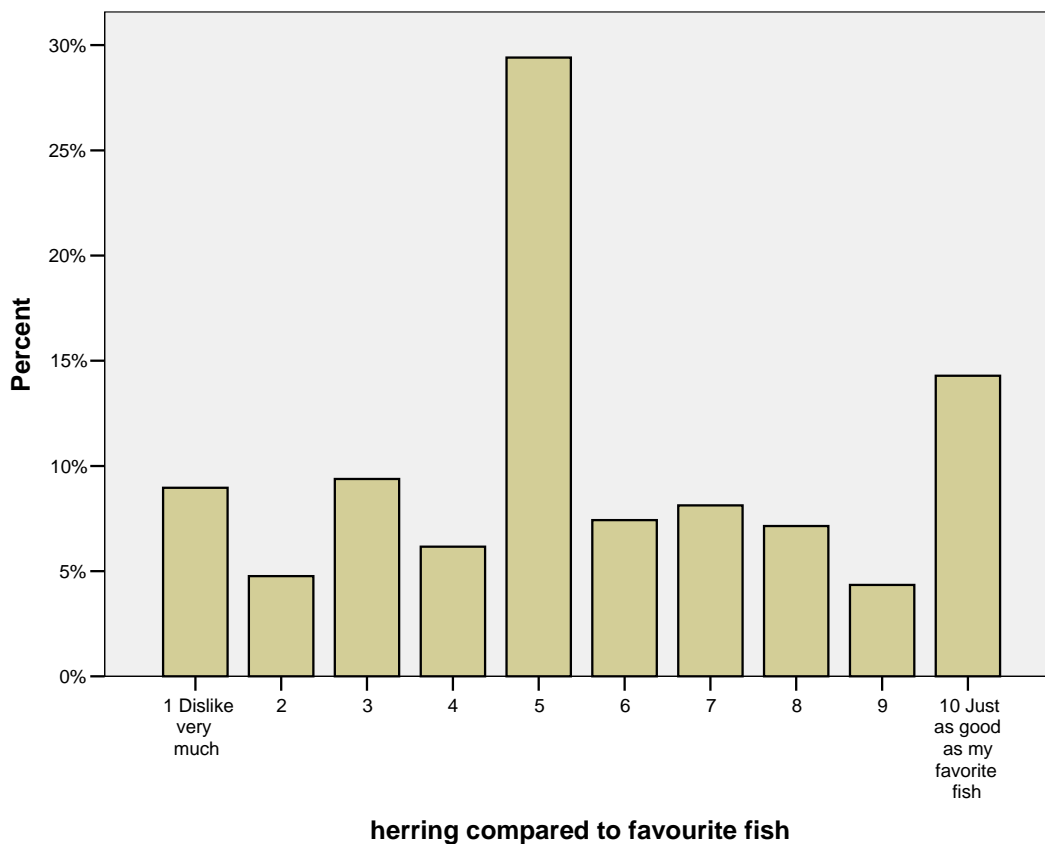
#### **3.3.1 Sild**

Et sildemåltid står ikke høyt på ønskelisten i Russland. Når konsumentene skal nevne et "svært godt måltid" (sjømat eller ikke) de foretrekker, nevner kun 2 % sild som første valg, 1 % som andre valg og 3 % som tredje valg.

Sild er heller ikke den mest foretrukne sjømaten i Russland, men er likevel en av de viktigste. Sild er den 4. mest populære sjømaten etter laks, reker og ørret. 19 % av konsumentene nevner sild som en av sine 3 favoritt fisk eller annet sjømat. Sild ligger på 5. plass når konsumentene angir hva de oppfatter som en god fisk eller sjømat som de foretrekker, hvor 4 % av konsumentene nevner sild (Figur 3.3.1). Konsumentene skulle klassifisere sild på en skala fra 1-10 hvor 1 representerer fisk som de misliker og 10 representerer favorittfisken. Status for sild i forhold til favorittfisken er i de fleste tilfeller karakterisert som middels god (Figur 3.3.2). Nesten 30 % av konsumentene rangerer silda midt på skalaen. Silda er ikke det beste de vet, men heller ikke det verste. 15 % av konsumentene mener at sild er like god som deres favorittfisk. Det antyder at det er et segment i Russland som liker og foretrekker sild, men at det ikke er særlig stort. Det er også en del som ikke liker sild i det hele tatt.



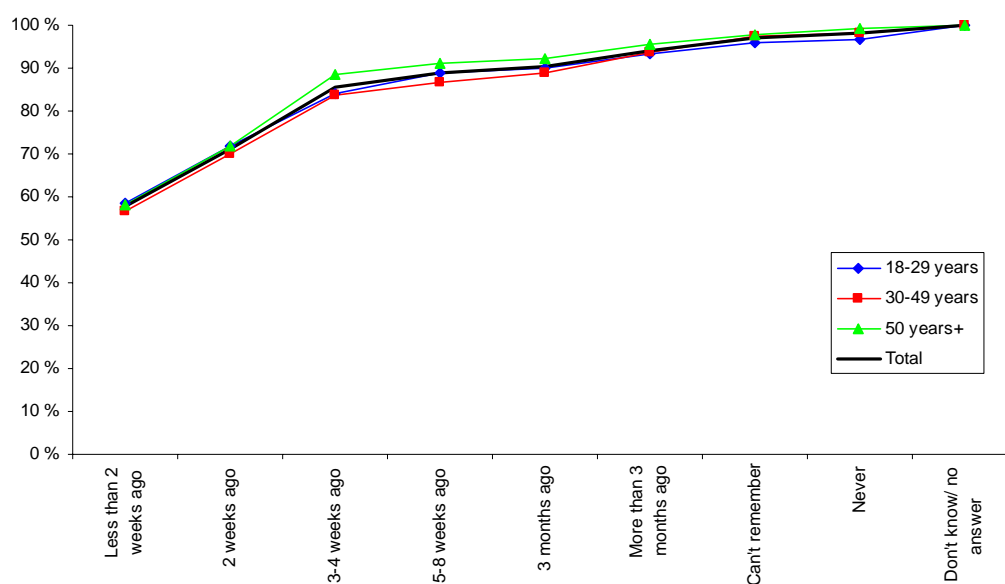
Figur 3.3.1: Status for sild (EFF).



Figur 3.3.2: Sild i forhold til favorittfisken (EFF).

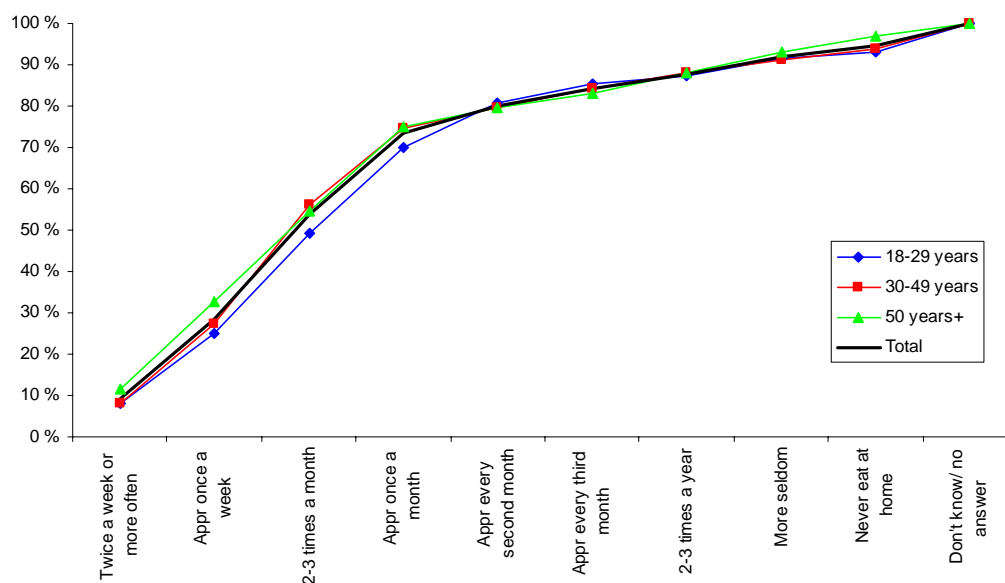
### 3.3.2 Sildekonsum

Selv om sild kanskje ikke er den mest foretrukne sjømaten, ser det ut som de spiser den relativt ofte. 58 % av konsumentene hadde spist sild innen 2 uker før undersøkelsen og 85 % innen 3-4 uker før (Figur 3.3.3). Totalt 29 % sier at de spiser sild en gang eller oftere i uken og 74 % av konsumentene spiser sild en gang i måneden eller oftere (Figur 3.3.4). Det er nesten ingen aldersforskjell i hvor ofte de spiser sild i Russland.



Figur 3.3.3: Siste gang du spiste sild (EFF)?

Note: Akkumulert. Total og delt på aldersgruppe



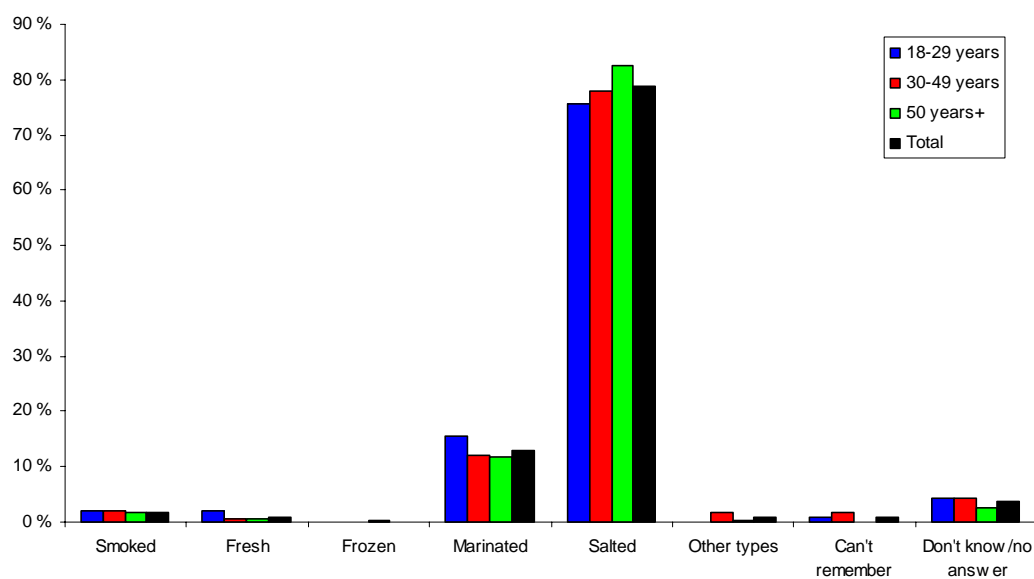
Figur 3.3.4: Hvor ofte spiser du sild hjemme (EFF)?

Note: Akkumulert. Total og delt på aldersgruppe



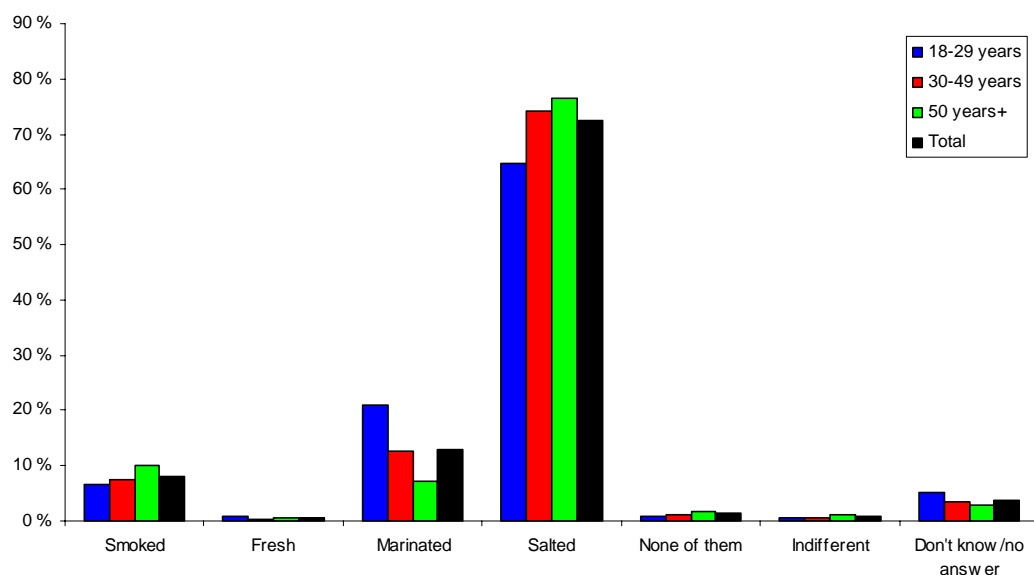
### 3.3.3 Type sild

Konsumentene spiser først og fremst saltet sild, men noen foretrekker den marinert. På spørsmål om hvilken type sild konsumentene siste gang spiste, svarte 79 % at den var saltet, men 13 % hadde spist marinert (Figur 3.3.5). Saltet sild er i fleste tilfeller (73 %) den mest foretrukne type sild, mens 13 % foretrekker marinert og 8 % foretrekker røkt sild (Figur 3.3.6). De yngre konsumentene ser ut til å foretrekke mer marinert sildeprodukter enn de eldre.



Figur 3.3.5: Hvilken type sild spiste du sist gang (EFF)?

Note: Total og delt på aldersgruppe

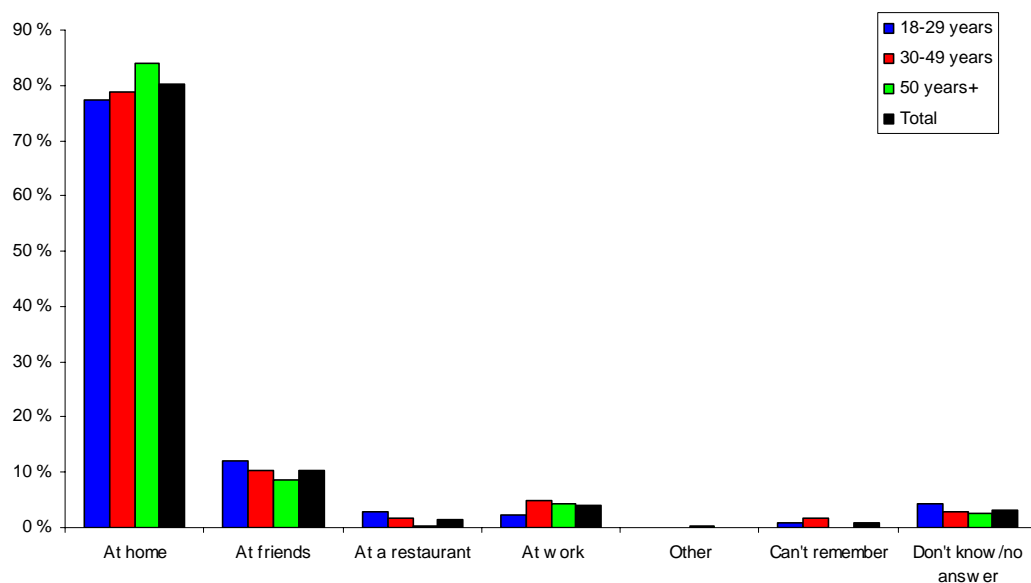


Figur 3.3.6: Hvis du skulle spise sild, hvilken type ønsker du (EFF)?

Note: Total og delt på aldersgruppe

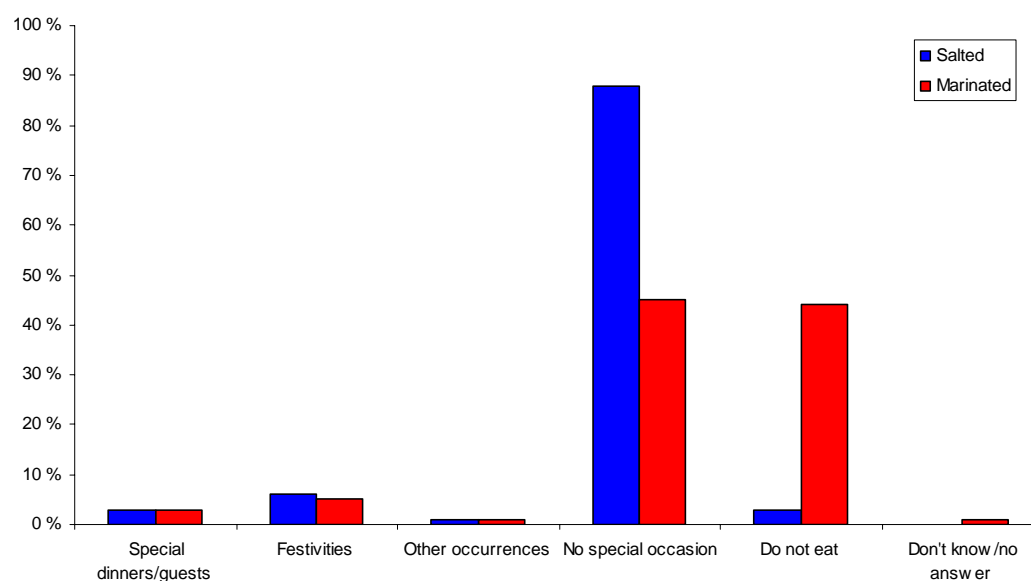
### 3.3.4 Anledning

De aller fleste spiser sild hjemme som hverdagsmat. Siste gang konsumentene spiste sild gjorde 80 % av dem det hjemme, kun 10 % hos venner og enda færre på jobb eller andre steder (Figur 3.3.7). Totalt 88 % sier at de spiser saltet sild til ingen spesiell anledning og de som spiser marinert sild sier at dette ikke er til noen spesiell anledning (45 % av alle, 44 % spiser ikke marinert) (Figur 3.3.8).



Figur 3.3.7: Hvor spiste du sild siste gang (EFF)?

Note: Total og delt på aldersgruppe

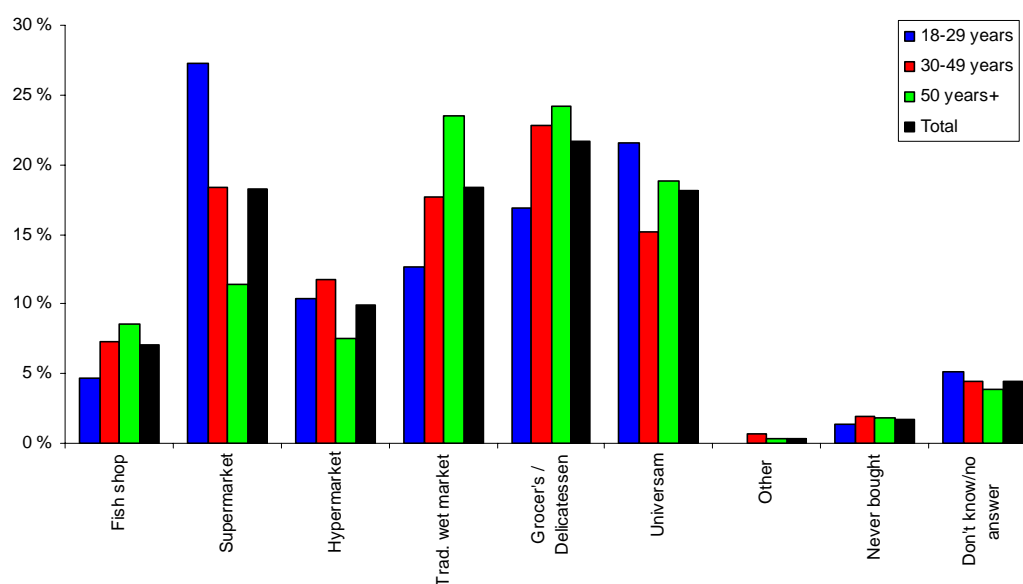


Figur 3.3.8: Til hvilken anledning spiser du saltet og marinert sild hjemme (EFF)?

Note: De kunne nevne flere anledninger.

### 3.3.5 Sildekjøp

Russiske konsumenter kjøper sild på flere steder. De viktigste er delikatessebutikk, supermarkeder, universam<sup>5</sup> og tradisjonelle markeder, men en del kjøper også i hypermarkeder eller fiskebutikk. De er en åpenbar aldersforskjell i hvor konsumentene kjøper sild. De eldste (50+ år) kjøper først og fremst i delikatessebutikk eller i tradisjonelle markeder mens de yngste (18-29 år) kjøper mest i supermarket eller universam (Figur 3.3.9).



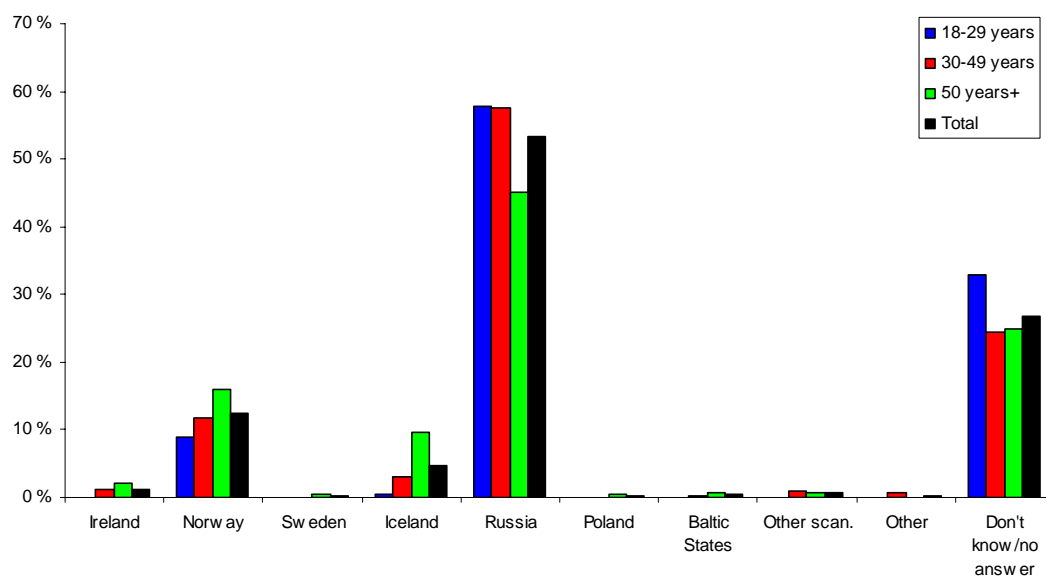
Figur 3.3.9: Hvor kjøpte du sild til hjemmekonsum (EFF)?

Note: Total og delt på aldersgruppe

### 3.3.6 Opprinnelse

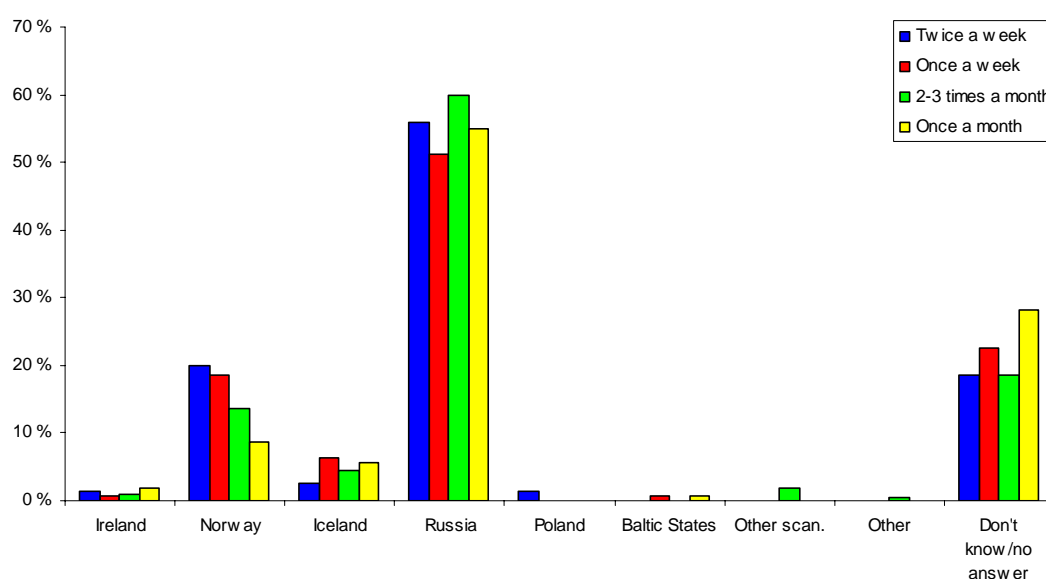
Når konsumentene ble spurt om opprinnelse til silda de kjøpte, svarte de fleste at de enten kjøpte sild fra Russland eller at de ikke visste hvor den kom fra. Kun 12 % sa at de vanligvis kjøpte norsk sild og 5 % sa at de kjøpte islandsk sild. Relativt flere av de eldre sa derimot at de kjøpte norsk eller islandsk sild (Figur 3.3.10). Av dem som spiser sild relativt oftere var det flere som sa at de kjøpte norsk sild, eller 20 % av dem som spiser sild 2 ganger i uken og 19 % av dem som spiser sild 1 gang i uken (Figur 3.3.11).

<sup>5</sup> Universam er små lokale supermarkeder.



Figur 3.3.10: Fra hvilken opprinnelse kjøper du vanligvis sild til hjemmekonsum (EFF)?

Note: Total og delt på aldersgruppe

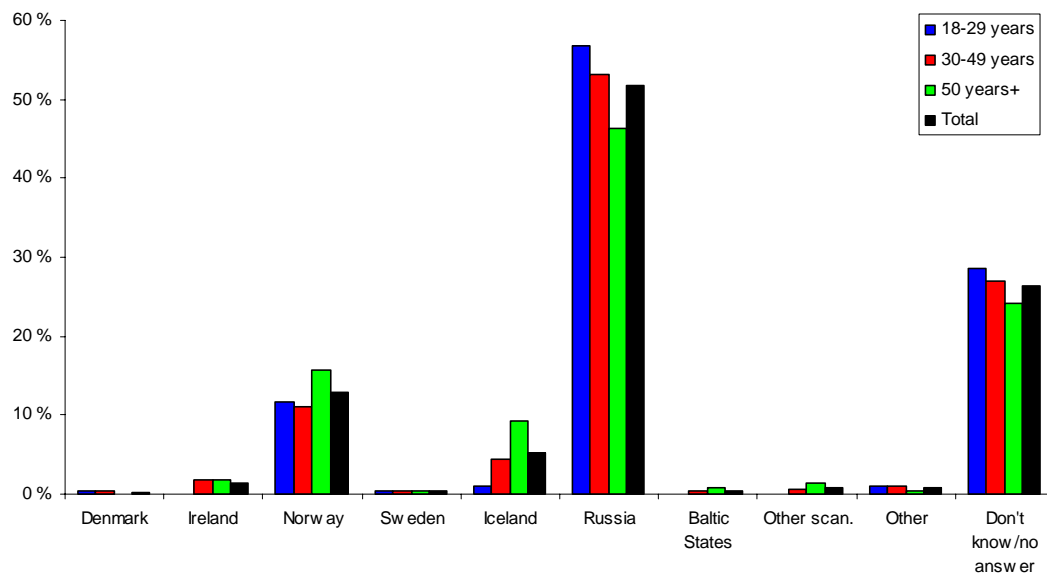


Figur 3.3.11: Fra hvilken opprinnelse kjøper du vanligvis sild til hjemmekonsum (EFF)?

Note: Delt etter sildekonsum

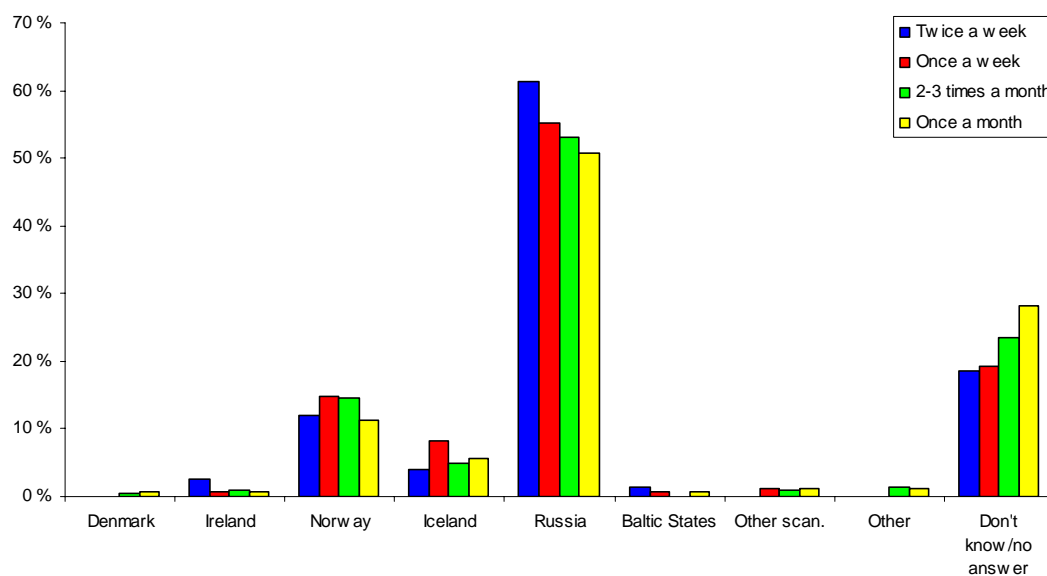
Konsumentene foretrekker sild fra Russland. Totalt 52 % av konsumentene oppgir at de foretrekker russisk sild, 13 % ønsker norsk sild og 5 % islandsk sild. Men for mange spiller opprinnelse liten eller ingen rolle, ettersom 26 % svarte at de ikke vet. De eldre er mer interessert i å kjøpe sild av utenlandsk opprinnelse enn de yngre

(Figur 3.3.12). De som spiser sild relativt ofte er mer opptatt av opprinnelse enn de som spiser sjeldent og det er relativt flere av dem interessert i å kjøpe russisk sild (Figur 3.3.13).



Figur 3.3.12: Hvilken opprinnelse foretrekker du for sild til hjemmekonsum (EFF)?

Note: Total og delt på aldersgruppe

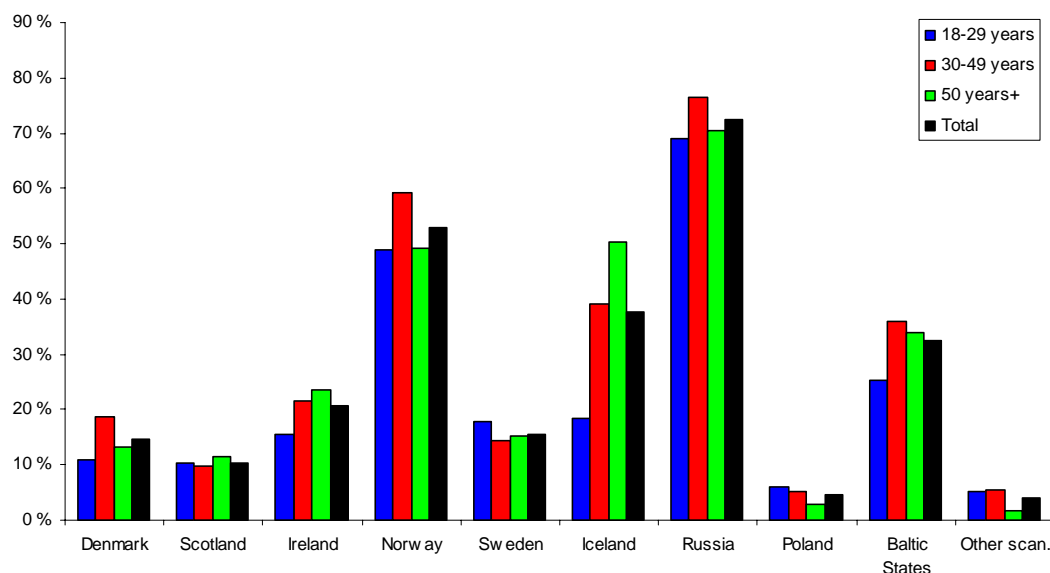


Figur 3.3.13: Hvilken opprinnelse foretrekker du for sild til hjemmekonsum (EFF)?

Note: Delt etter sildekonsum

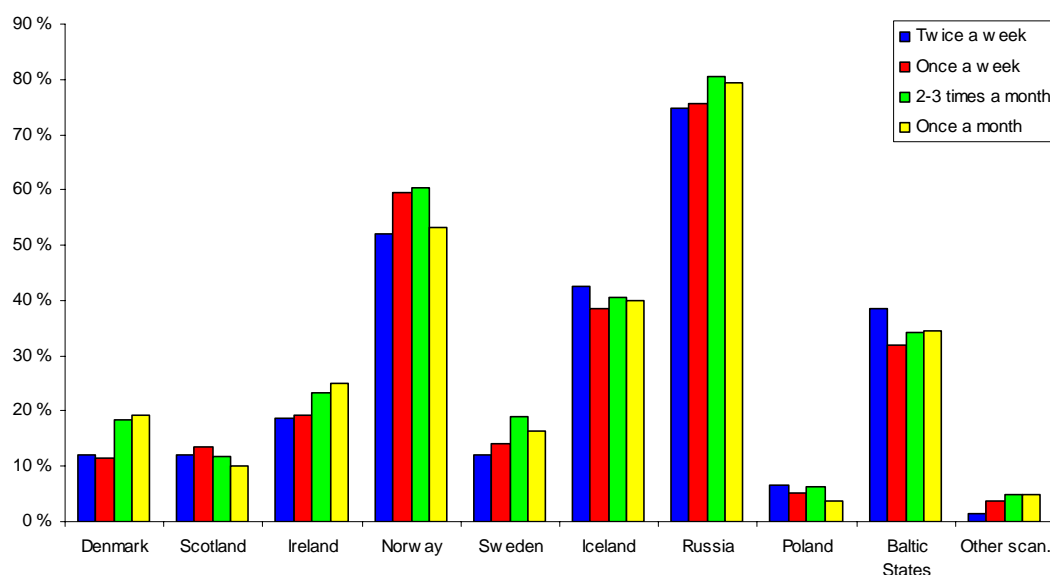
Selv om de fleste kjøper og foretrekker russisk sild, kjenner over halvparten til Norge som opprinnelsesland for sild. De eldste kjenner også godt til Island som

opprinnelsesland, men de yngste har ikke samme kjennskap. Totalt kjenner 38 % til Island som opprinnelsesland og 32 % nevner baltiske land som opprinnelsesland (Figur 3.3.14). De som spiser sild oftere ser ikke ut til å ha mer kunnskap om opprinnelsesland (Figur 3.3.15).



Figur 3.3.14: Kjente opprinnelsesland for sild (EFF)?

Note: Total og delt på aldersgruppe

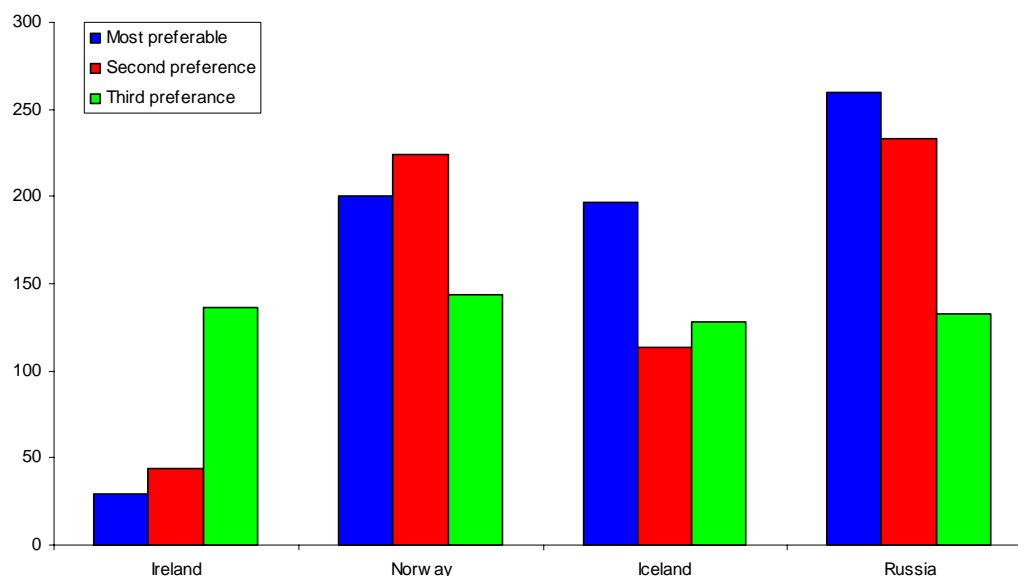


Figur 3.3.15: Kjente opprinnelsesland for sild (EFF)?

Note: Delt etter sildekonsum

Når konsumentene ble spurt om å prioritere opprinnelseslandene Irland, Norge, Island og Russland, satte de fleste Russland på første plass. Nesten like mange rangerte

Norge og Island på første plass, men dobbelt så mange satte Norge på andre plass enn Island. Kun noen få rangerte Irland på første eller andre plass (Figur 3.3.16).

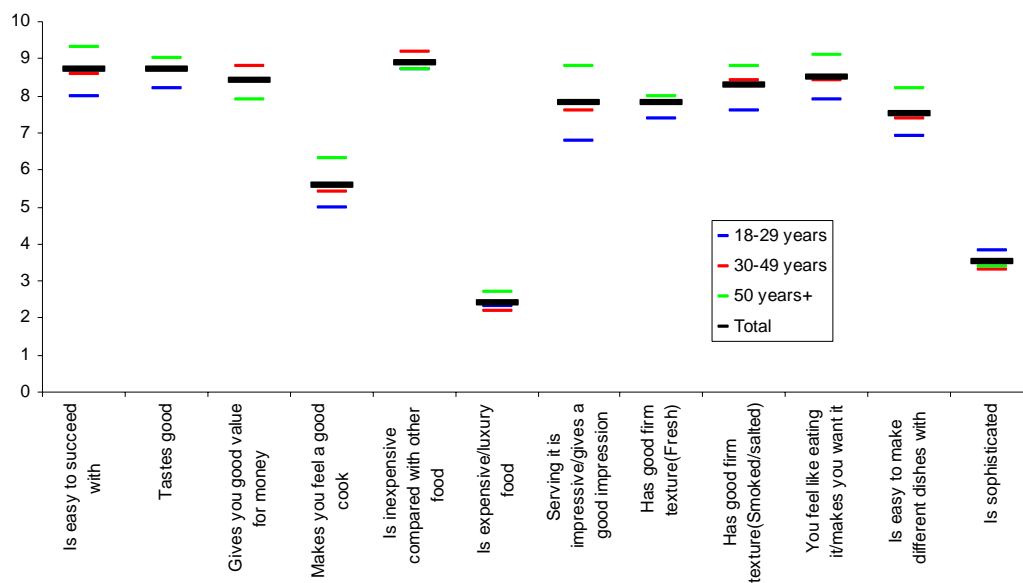


Figur 3.3.16: Rangering av ønsket opprinnelser for sild (EFF).

### 3.3.7 Oppfatning av produktet

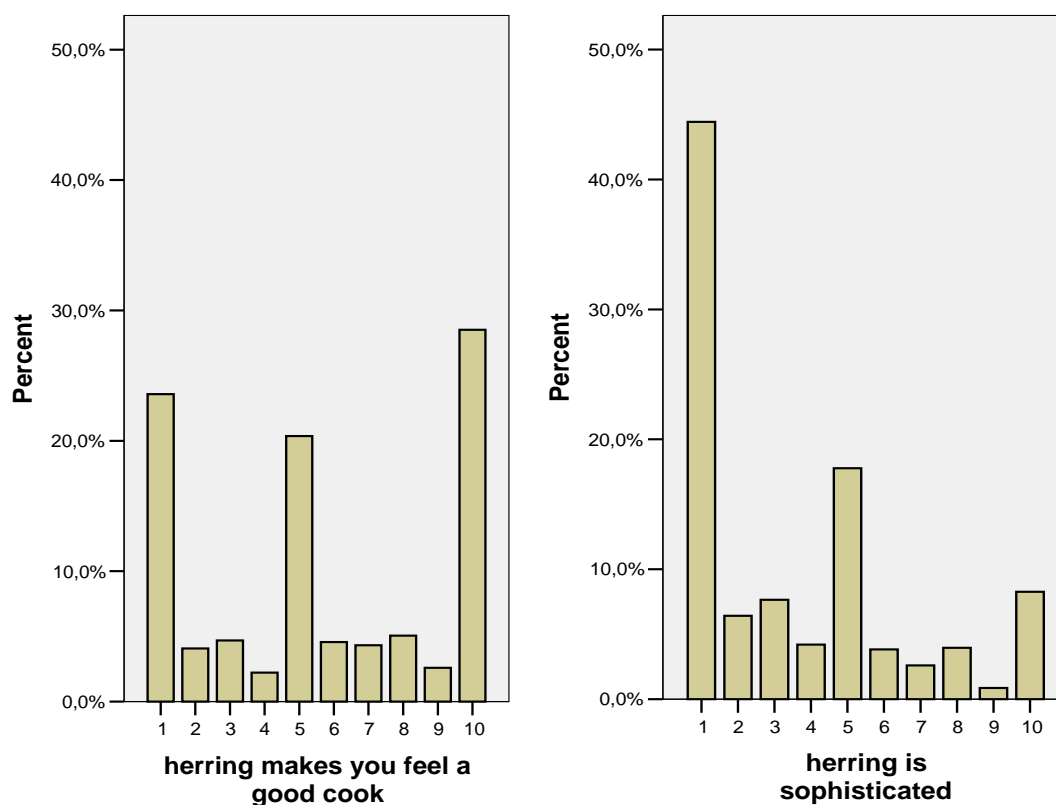
Sild er ifølge russiske konsumenter et lettvent produkt med god smak og konsistens og er enkelt å tilberede. I tillegg er sild forholdsvis billig og en får mye igjen for pengene. De eldre ser ut til å være litt mer positive til de overnevnte tingene enn de yngre. De yngste er likevel spesielt enige i at sild er relativt billig, er verdt pengene og har god smak, men ikke at sild imponerer og er enkelt å tilberede (Figur 3.3.17).

Sild er ikke luksusmat i russiske konsumentenes øyne og er heller ikke spesielt sofistisert. Det er likevel en del av konsumentene som verken er enig eller uenig med at sild er sofistisert mat. Konsumentene var delt i tre på spørsmålet om sild gjør at du føler deg en god kokk (Figur 3.3.18) og kan det muligvis være en indikasjon at det er en potensial for segmentering.



Figur 3.3.17: Hvor enig er du i følgende påstander om sild (EFF)?

Note: Total og delt på aldersgruppe. 1 = helt uenig, 10 = helt enig. Mer detaljer vises i Vedlegg E.



Figur 3.3.18: Sild gjør at man føler som en god kokk? Sild er sofistikert (EFF)?

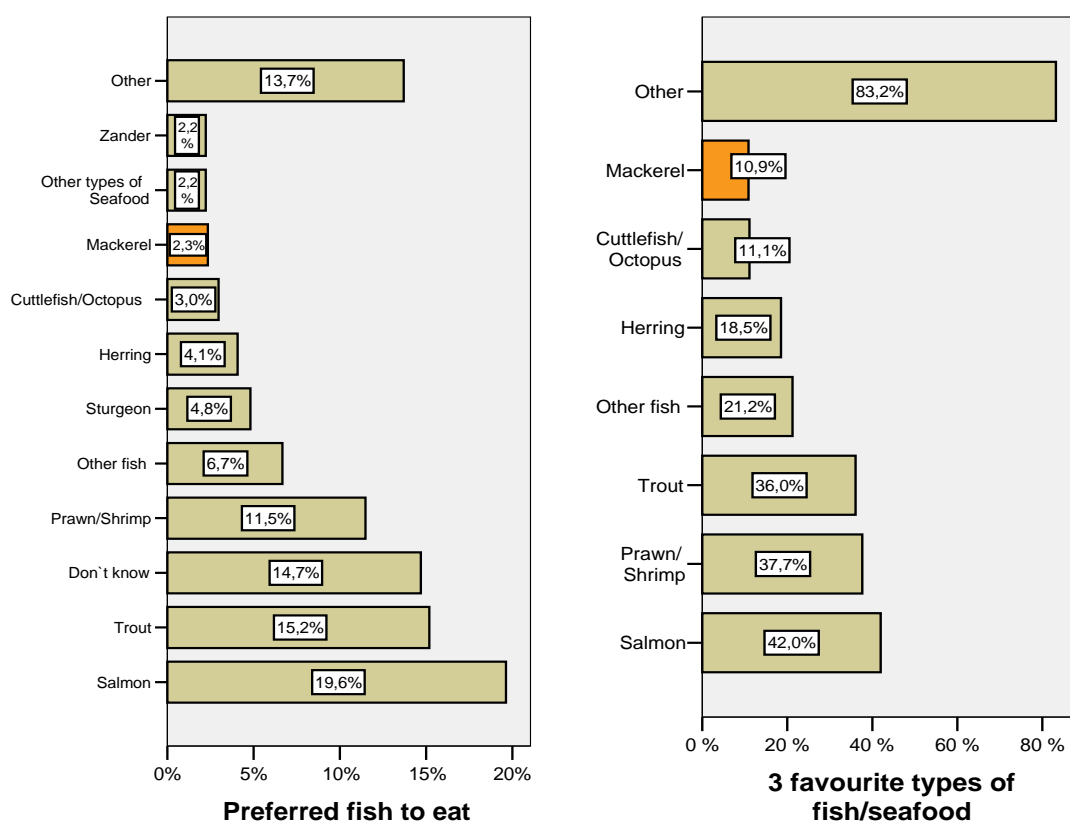
Note: 1 = helt uenig, 10 = helt enig.



### 3.4 Konsumentundersøkelse for makrell

#### 3.4.1 Makrell

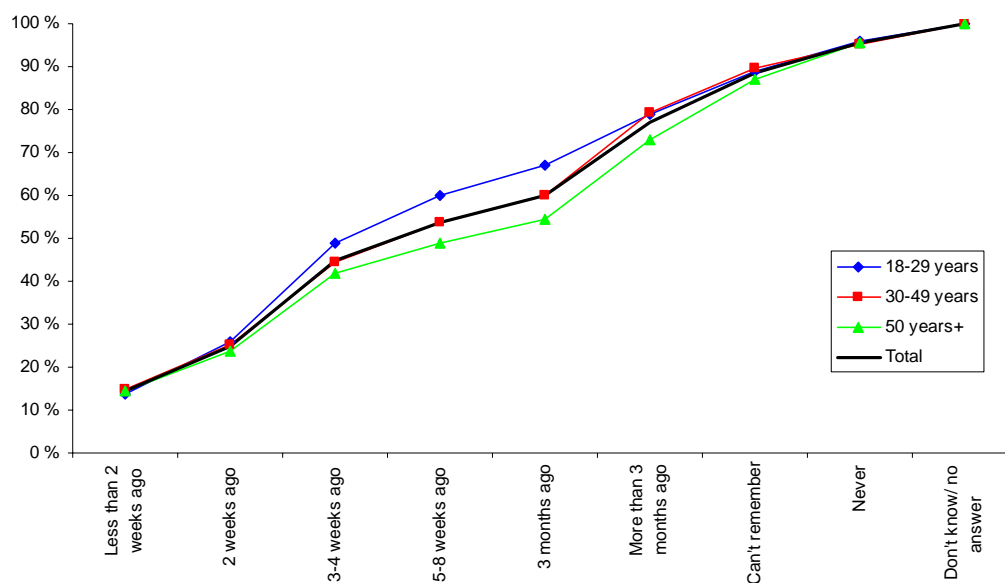
Makrell er ikke spesielt foretrukket i Russland, men er likevel en viktig konsumfisk. Makrell ligger på 6. plass (2 plasser bak sild) når konsumentene skal nevne sine tre favorittfisker eller sjømat, hvor 11 % nevner makrell. Når konsumentene skal nevne noe som de oppfatter som en god fisk eller sjømat som de foretrekker, ligger den på 7 plass og det er kun 2 % som nevner makrell (Figur 3.4.1).



Figur 3.4.1: Status for makrell (EFF).

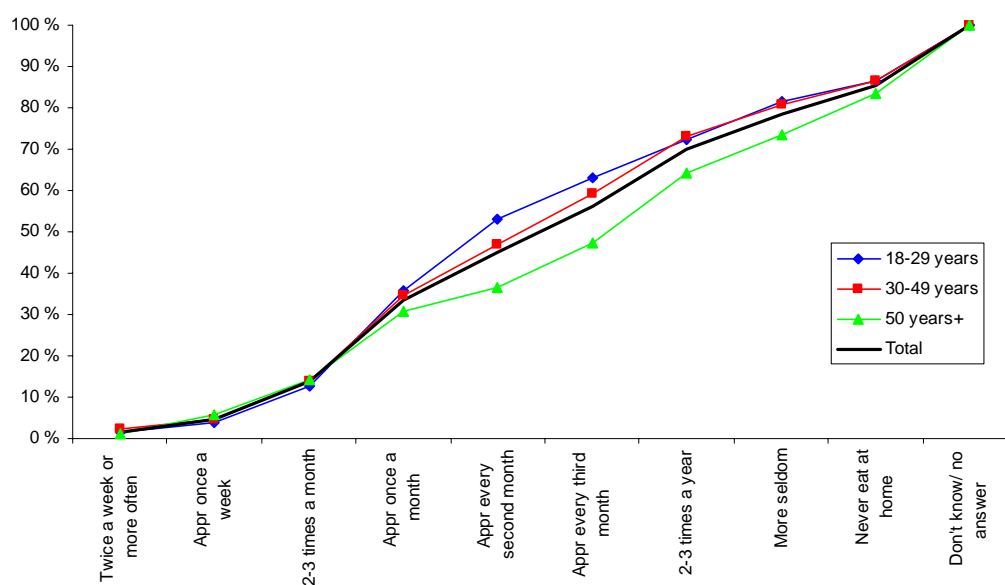
#### 3.4.2 Makrellkonsum

Russiske konsumenter spiser ikke like ofte makrell som sild. Kun 14 % hadde spist makrell innen 2 uker før undersøkelsen og 45 % innen 3-4 uker før (Figur 3.4.2). Kun 5 % angir at de spiser makrell en gang eller oftere i uken og 34 % spiser den en gang i måneden eller oftere (Figur 3.4.3). De yngre ser ut til å spise makrell litt oftere enn de eldste.



Figur 3.4.2: Siste gang du spiste makrell (EFF)?

Note: Akkumulert. Total og delt på aldersgruppe



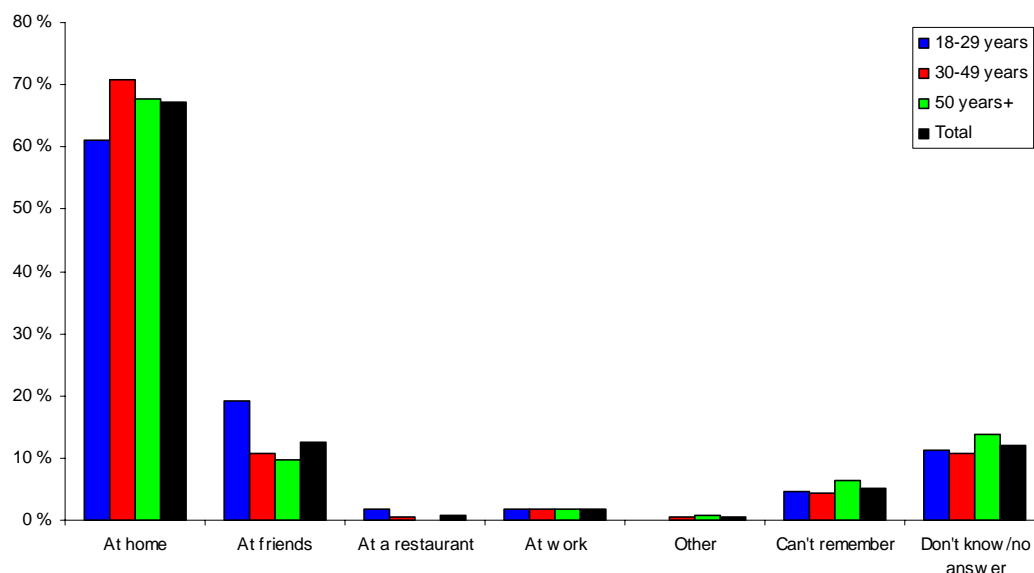
Figur 3.4.3: Hvor ofte spiser du makrell hjemme (EFF)?

Note: Akkumulert. Total og delt på aldersgruppe

### 3.4.3 Anledning

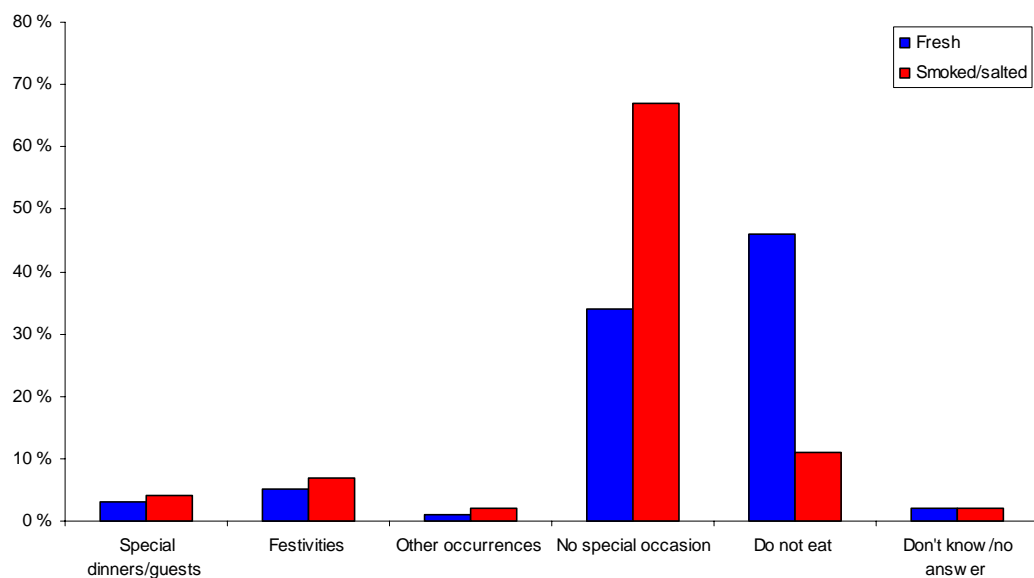
Makrell blir først og fremst spist hjemme som hverdagsmat. Siste gang konsumentene spiste makrell var det i 67 % tilfeller hjemme og i 13 % tilfeller hos venner. De yngre hadde i relativt litt flere tilfeller spist den hos venner (Figur 3.4.4).

De aller fleste spiser makrell til ingen spesiell anledning. 67 % av konsumentene angir at når de spiser røkt eller saltet makrell, er det til ingen spesiell anledning (og 11 % spiser ikke røkt eller saltet). 34 % angir at når de spiser fersk makrell, er det til ingen spesiell anledning (og 46 % spiser ikke fersk makrell) (Figur 3.4.5).



Figur 3.4.4: Hvor spiste du makrell siste gang (EFF)?

Note: Total og delt på aldersgruppe

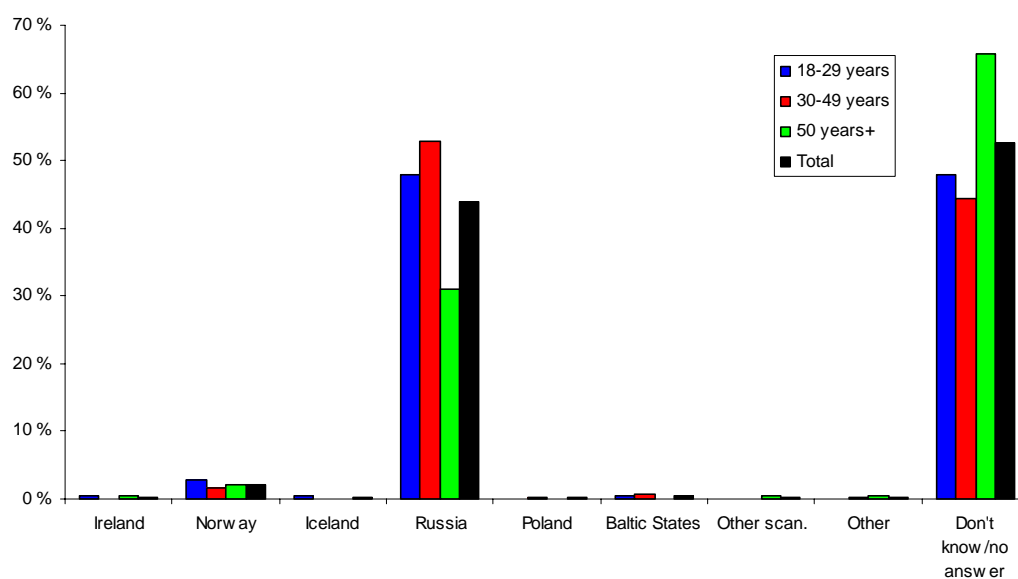


Figur 3.4.5: Til hvilken anledning spiser du fersk eller røkt/saltet makrell hjemme (EFF)?

Note: De kunne nevne flere anledninger.

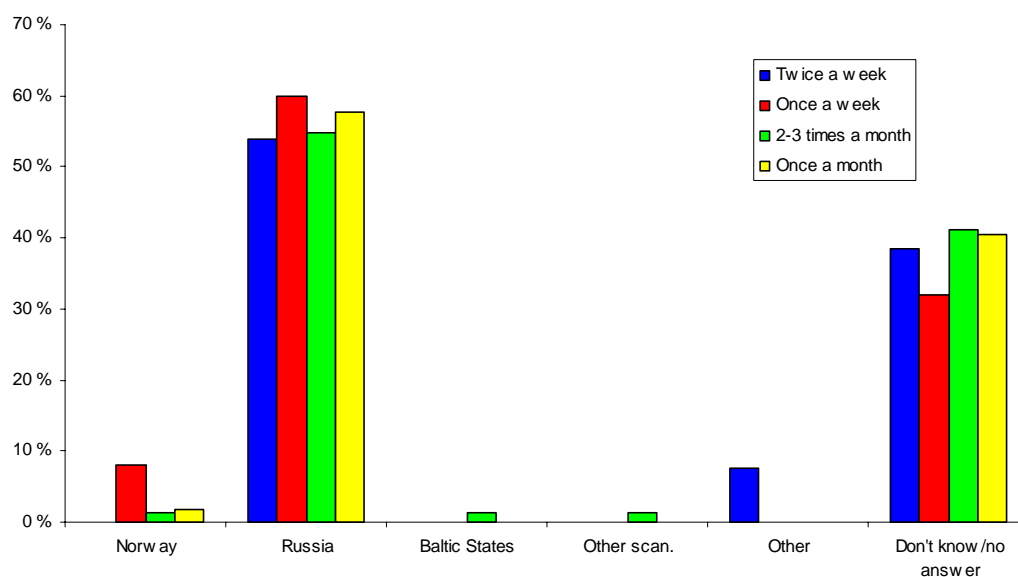
### 3.4.4 Opprinnelse

Når konsumentene ble spurt om fra hvilken opprinnelse de vanligvis kjøper makrell, svarte 44 % at de kjøpte vanligvis makrell fra Russland men størstedelen visste ikke hvor makrellen kom fra (53 %). Totalt 66 % av den eldste aldersgruppen vet ikke hvor makrell de kjøper kommer fra. Kun 2 % kjøper vanligvis norsk makrell (Figur 3.4.6). Ingen av de som spiser mest makrell (minst 2 ganger per uke) kjøper vanligvis norsk makrell (Figur 3.4.7).



Figur 3.4.6: Fra hvilken opprinnelse kjøper du vanligvis makrell til hjemmekonsum (EFF)?

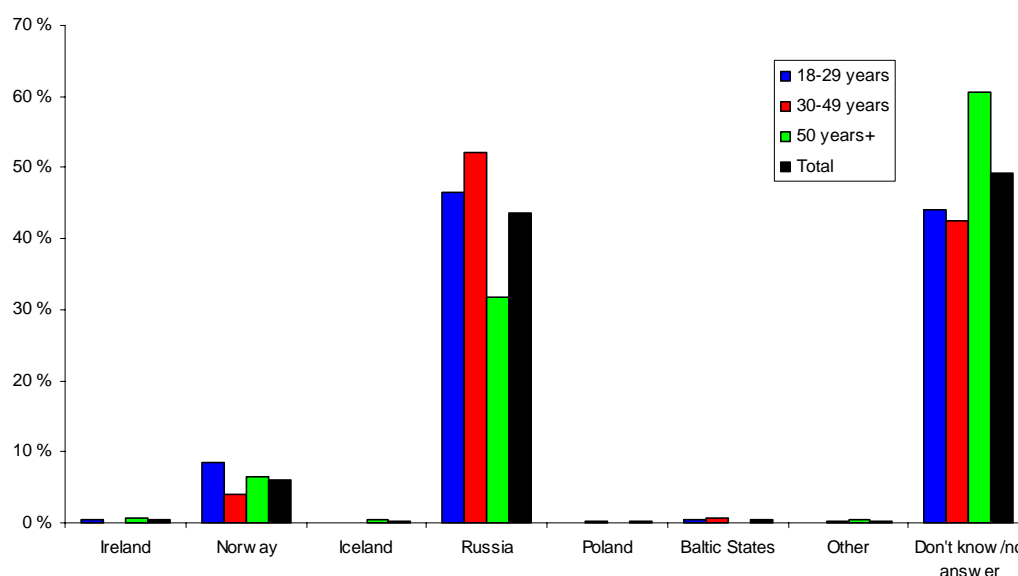
Note: Total og delt på aldersgruppe



Figur 3.4.7: Fra hvilken opprinnelse kjøper du vanligvis makrell til hjemmekonsum (EFF)?

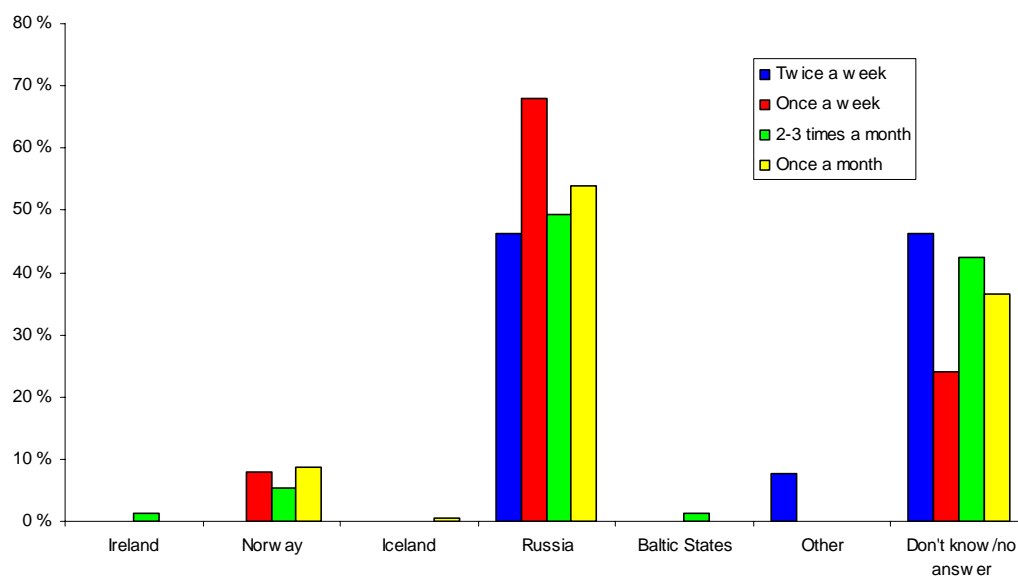
Note: Delt etter makrellkonsum

De fleste har ingen spesiell mening om hvilket land de foretrekker å kjøpe makrell fra (49 %) og gjelder det spesielt for de eldste (60 %). Totalt 44 % ønsker seg russisk makrell og kun 6 % foretrekker norsk makrell (Figur 3.4.8). Av de som spiser mest makrell (2 ganger per uke) er det de fleste som enten vil ha russisk makrell eller de har ingen foretrukne opprinnelser. Ingen av de som spiser mest makrell ønsker seg norsk makrell (Figur 3.4.9)!



Figur 3.4.8: Hvilken opprinnelse foretrekker du for makrell til hjemmekonsum (EFF)?

Note: Total og delt på aldersgruppe

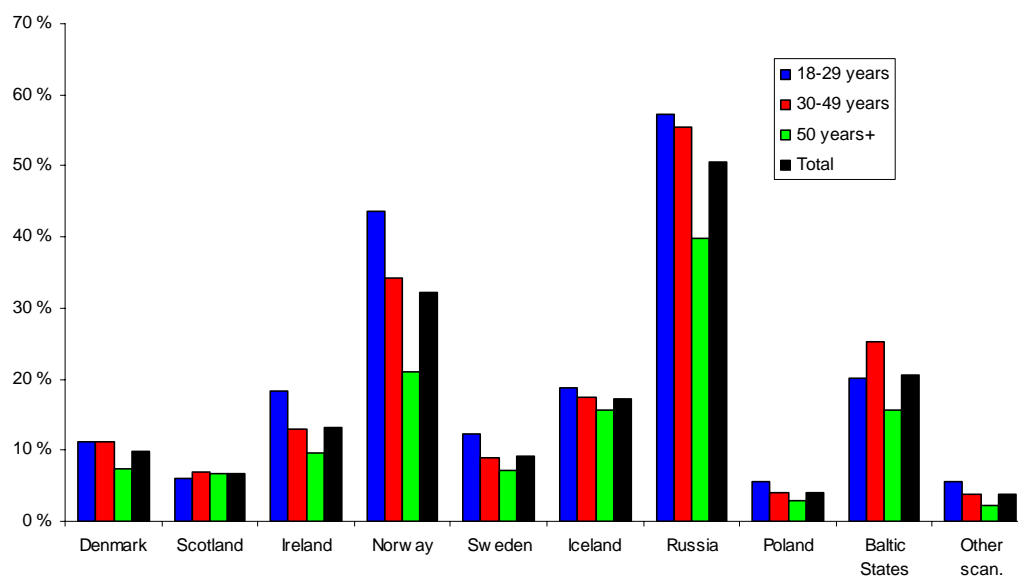


Figur 3.4.9: Hvilken opprinnelse foretrekker du for makrell til hjemmekonsum (EFF)?

Note: Delt etter makrellkonsum

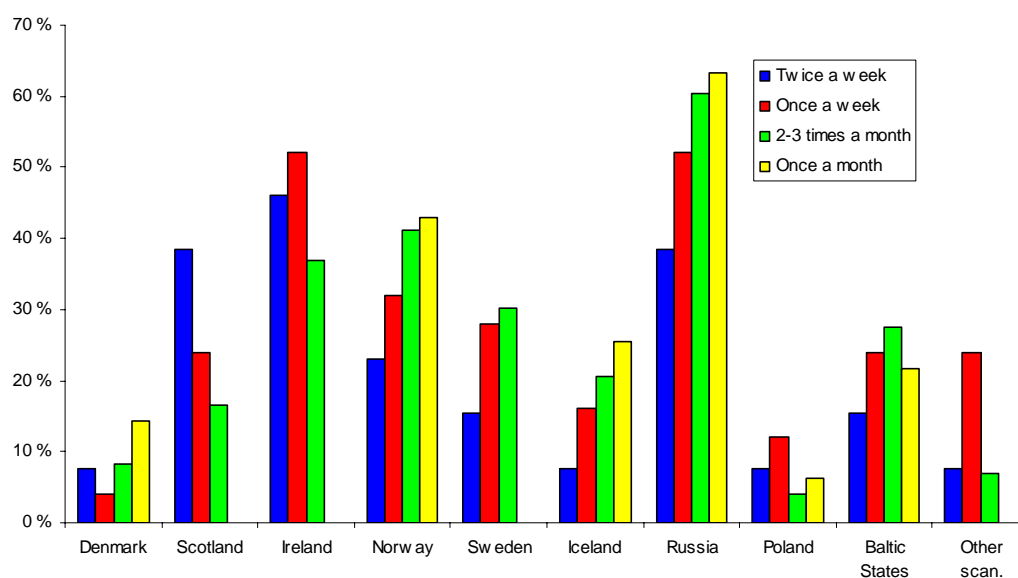
Russiske konsumenter kjenner mange opprinnelsesland for makrell, både reelle og ikke reelle. Likevel er det kun 50 % som nevner det mest kjente, nemlig Russland. Norge er nest mest kjent. 32 % av konsumentene kjenner til Norge som opprinnelsesland for makrell. De yngre ser ut til å ha bedre kjennskap til opprinnelsesland for makrell. Aldersforskjellen er spesielt klar for Norge, hvor 44 % av de yngste kjenner til Norge, men kun 21 % av den eldste aldersgruppen gjør det (Figur 3.4.10).

De som spiser mest makrell kjenner andre opprinnelsesland enn de som spiser relativt mindre. De som spiser mest (2 ganger per uke) kjenner godt til Irland, Skottland og Russland, men største delen av de som spiser litt mindre (hver 2 uke til 1 gang i måneden) nevner Russland og mange av dem nevner Norge, Island og baltiske land (Figur 3.4.11).



Figur 3.4.10: Kjente opprinnelser for makrell (EFF)?

Note: Total og delt på aldersgruppe



Figur 3.4.11: Kjente opprinnelser for makrell (EFF)?

Note: Delt etter makrellkonsum

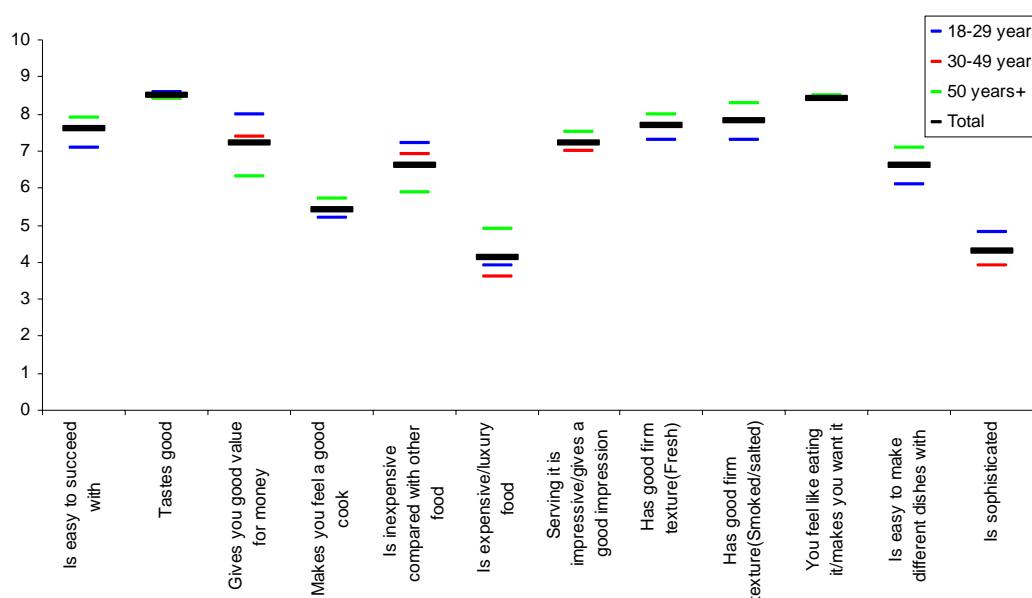
### 3.4.5 Oppfatning av produktet

Makrell har ikke like klar status i Russland som sild. Likevel er respondentene enige om at makrell er et smakfullt og ønskelig produkt. De fleste synes at makrell er lettvinnt mat, med god konsistens og det er verdt pengene. De eldste er likevel ikke like

enige om det sistenevnte. I tillegg sier størstedelen at når man serverer makrell gir det godt inntrykk (Figur 3.4.12).

Selv om de fleste sier at makrell er forholdsvis billig, er det også mange som enten er helt uenige eller usikre på dette. Dette er også åpenbart når de ble spurt om makrell er luksusmat, her er de fleste uenige, men mange er helt enig eller usikre (Figur 3.4.13).

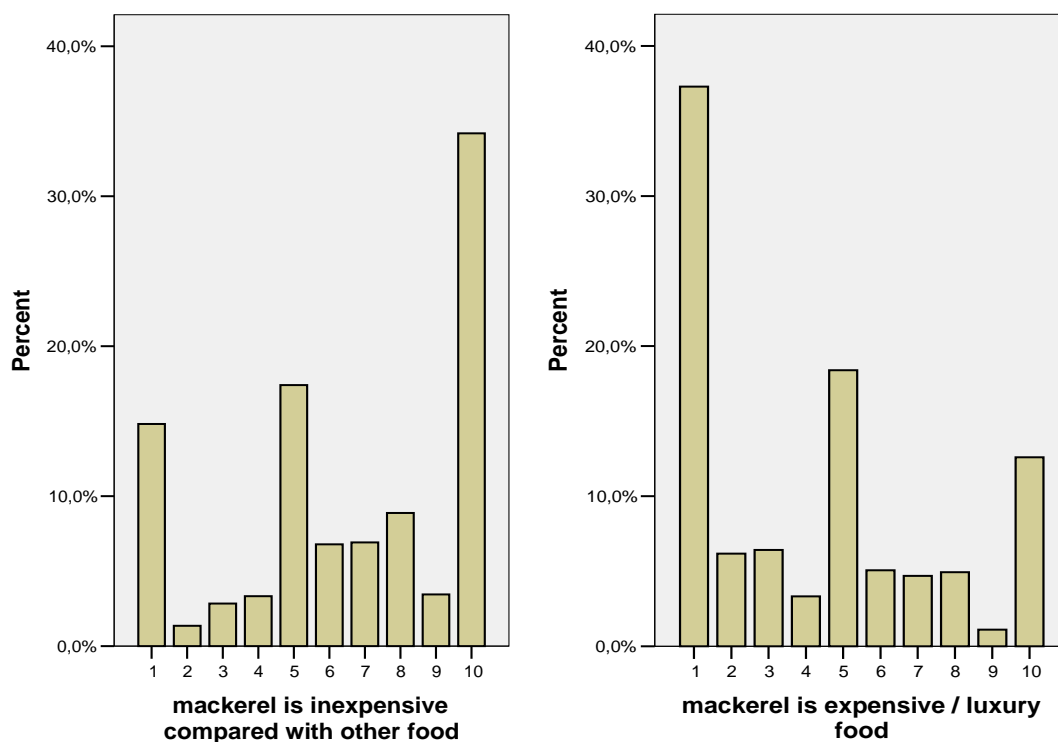
Konsumentene er svært uenige om at de føler seg som en god kokk når de tilbereder makrell. Nesten like mange er helt enige, veldig usikre eller helt uenige om det. De er også litt usikre om det er enkelt å tilberede makrell i forskjellige retter selv om flere er enige enn uenige med dette. Det samme kan sies om makrell er sofistikert, hvor mange er uenige, usikre eller enige (Figur 3.4.14).



Figur 3.4.12: Hvor enig er du i følgende påstander om makrell (EFF)?

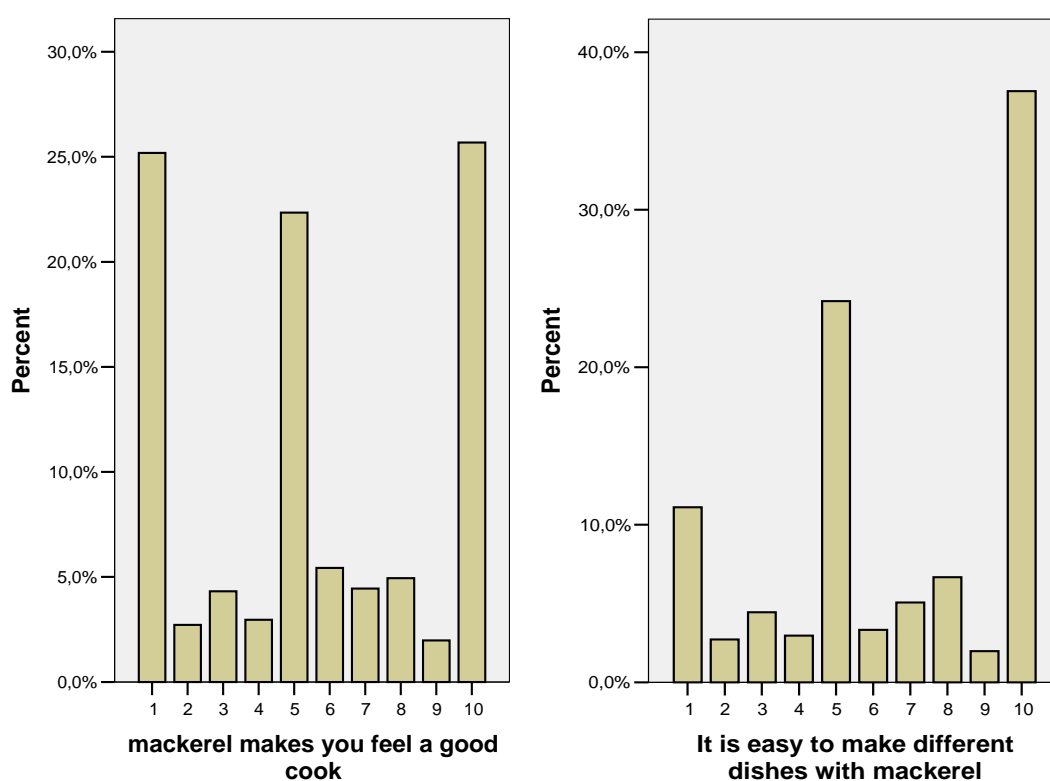
Note: Total og delt på aldersgruppe)? 1 = helt uenig, 10 = helt enig, Mer detaljer vises i Vedlegg F.





Figur 3.4.13: Er makrell billig eller luksusmat (EFF)?

Note: 1 = helt uenig, 10 = helt enig



Figur 3.4.14: Er det enkelt å tilberede makrell (EFF)?

Note: 1 = helt uenig, 10 = helt enig

## **4 OPPSUMMERING OG DISKUSJON**

Importører i Russland kjøper først og fremst norsk sild, mens Skottland er største leverandør av makrell. Importørene er relativt fornøyde med kvalitet og opplysninger som de får vedrørende norsk sild og makrell, og ønsker ikke mer. Kvalitet blir stadig viktigere som følge av positiv økonomisk utvikling og større kjøpekraft. Det gjelder spesielt i de mer moderne salgskanalene, som har svært høye krav, og i mindre grad i tradisjonelle åpne markeder.

Makrell er ikke spesielt foretrukket i forhold til annen sjømat hos russiske konsumenter. Makrell ligger på 6-7 plass på popularitetslisten (avhengig av hvordan er spurt), 2 plasser lavere enn sild. Laks er øverst på listen, etterfulgt av ørret og reker. Makrell blir spist hjemme som hverdagsmat. Den norske opprinnelsen er ikke godt kjent hos konsumentene og de som spiser mer kjenner dårligere til norsk makrell, enn de som spiser mindre. Makrell blir vurdert som et smakfullt, ønskelig og lettvinnt produkt.

Selv om makrell ikke ligger på topp når det gjelder popularitet er det likevel stor etterspørsel etter makrell i Russland. Norge blir av alle importørene regnet for å ha best kvalitet på makrell. Importørene og produsentene ønsker å kjøpe makrell fra Norge og de fleste har Norge som første prioritet. Norge klarer imidlertid ikke å konkurrere på pris ettersom norske eksportører heller selger til Japan, der de får best betalt. På grunn av de høye prisene på norsk makrell har de russiske importørene valgt andre leverandører. Ifølge importørene vil Skottland den være den viktigste leverandøren av makrell fremover.

Sild er heller ikke spesielt foretrukket i forhold til annen sjømat hos russiske konsumenter. Sild blir spist hjemme som hverdagsmat, først og fremst saltet, men noen liker den marinert eller røkt. Sild blir kjøpt på forskjellige typer salgssteder, anhengig av bl.a. kjøperens alder. Sild blir vurdert som lettvinnt og billig, er verdt pengene, og med god smak og konsistens.

Fortsatt blir mye sild omsatt på den tradisjonelle måten, der silda blir solgt på åpne markeder som hel saltet sild. Dette er i størst grad ute i regionene. Markedene på gaten og de små butikkene forsvinner mer og mer. Hyper- og supermarkedssegmentet er økende og de stiller høyere krav til kvalitet og har bearbejdede produkter.

Sild er mellomklassesmat. Det ser ut som markedet foreløpig har absorbert prisøkningen på sild. Dette som følge av den positive økonomiske utviklingen i Russland. Men dersom prisen blir for høy, kan konsumenter gå over til billigere substituttprodukter. Saltet sild har derimot et sterkt tradisjonelt fotfeste i russisk mattradisjon og kan gå mot høyere status. Produktet kan imidlertid bli for dyrt for de som har mindre kjøpekraft og ikke være luksuriøst nok for de rike.

Det ser ut til at norsk sild står meget sterkt i det russiske markedet og importører og produsenter foretrekker sild fra Norge. Selv om norsk sild står sterkt, må det arbeides for at denne statusen ikke svekkes i fremtiden. Konkurrentene forbedrer stadig kvaliteten og tilbyr sild til lavere pris. Island produserer sjøfrossen sildeflaps og har blitt en konkurrent til norsk sildeflaps på grunn av forbedret kvalitet. Samtidig har de norske eksportørene/produsentene forverret seg, spesielt vedrørende gradering.

Kvaliteten på makrell blir også stadig bedre hos andre leverandører som tidligere har hatt dårlig kvalitet. Skottland, Russland og Irland har alle forbedret kvaliteten på makrell de siste årene. Russland vil bli et stadig viktigere marked med økt kjøpekraft og større krav til kvalitet. Det vil derfor være viktig å holde et godt fotfeste i dette markedet.

Importørene og deres kunder er svært bevisst på hvilke produsenter de kjøper pelagisk fisk fra og de har oversikt over hvem som leverer god kvalitet og hvem som leverer dårlig kvalitet. Importører søker relasjonsbygging og å kjøpe av kjente produsenter som de vet leverer god kvalitet. De kan se hvem som ikke følger spillereglene, og det er de samme fra år til år. Kundene deres vil være sikker på kvaliteten og produktet. Likevel er det kun enkelte som ønsker langsiktige kontrakter og nevner at norske leverandører ønsker å selge på spotmarkedet.

Selv om importørene foretrekker å kjøpe sild og makrell fra Norge, er opprinnelse ikke sett på som et viktig kjøpskriterie. Grunnen til at de fleste foretrekker produkter fra Norge er bedre kvalitet. Dette viser at russiske importører fort kan skifte til andre leverandører når de forbedrer kvaliteten.

Importørenes kunder spør om opprinnelse og leverandører, og dårlig/godt rykte spres seg ganske raskt. Det er derfor viktig å forebygge problemer og juks for å holde et godt image på markedet. Slutt kunder får derimot mindre informasjon om opprinnelse, og det er derfor viktig for norske eksportører å prøve å gi mer informasjon til

sluttkunden. For eksempel er "Sild fra Norge" et uttrykk i Russland, men ferdigproduktet er kun merket som "Atlantic Herring". Det er viktig at sluttkunden får opplyst når han kjøper norsk sild (for eksempel "Norwegian Herring"). Og at andre produkter enn norske ikke får anledning til å bruke begrepet "Sild fra Norge".

Importørene har påpekt problemområder med norsk pelagisk fisk. Dårlig størrelsesgradering er noe som en bør ta tiltak i. Det ble flere ganger oppgitt navn på norske produsenter og eksportører som er kjent for god kvalitet, og andre som er kjent for dårlig kvalitet. Dette går på tillit til leverandøren. Det er lett å få et dårlig rykte men vanskelig å bli kvitt det. Det gjelder både for enkelte bedrifter og for norske leverandør generelt.

Graderingen er dårligere enn tidligere og det er i snitt mindre størrelse på silda innen de ulike sorteringsgruppene. Størrelsen må være i samsvar med det som blir oppgitt. Et annet problem er at ulike produsenter graderer forskjellig. Det er derfor et behov for standardisering. Det er også behov for standardisering av lagringstemperatur og holdbarhetskriterier.

Transportskade ble også nevnt som et problem av de fleste som ble intervjuet. Det er derfor viktig å få kartlagt transporten for å avdekke hvor feil oppstår og hva som kan gjøres for at dette skal bli bedre.

Det er også viktig at produktene blir skikkelig pakket. Dette gir fisken bedre kvalitet og mindre skader. Kartongene må være merket med korrekt informasjon om størrelser, holdbarhet og opprinnelse, både på engelsk og russisk og informasjonen må stemme overens med informasjonen på eksportdokumentene. Noen ønsket mer informasjon om sporbarhet, fangst og foredlingsprosess, kvotesituasjon og t.o.m. bilder av produksjonen. Dette er kanskje ikke så vanskelig å oppfylle, det er bedre å levere for mye enn for lite informasjon.

Problemer med transport, pakning, merking og størrelser kan løses med økt fokus på logistikk og verdikjedeanalyser. Norske aktører bør i større grad se på seg som en del av en større kjede som leverer matvarer. Det er tendenser til at importører i Russland tar over en større del av verdikjeden. 2 av importørene som ble intervjuet er i gang med å bygge egne moderne produksjonsanlegg. Større aktører har ofte større krav og det er derfor viktig at problemer med logistikk løses. Russland er i rask utvikling og

kravene til kvalitet er og vil bli større fremover. Det er derfor viktig at norske produsenter følger opp dette, så de ikke taper markedsandeler til andre land.

Fiskeriforskning har også utført undersøkelser i det russiske markedet for pelagisk fisk med hovedfokus på distribusjonskanaler og markedstilpasning (se bl.a. Nilssen, 2005; Egeland, 2005; Egeland, 2004a og Egeland, 2004b). Det er godt samsvar mellom funn der og undersøkelsen som er presentert i denne rapporten. I Fiskeriforskning sitt arbeid kommer det bl.a. frem at russiske aktører i fiskeriforedlingsbransjen ikke har god kunnskap om produktet, at god størrelsessortering er viktig og at Norges posisjon i det russiske markedet er svært positiv. Forskjellen mellom moderne og tradisjonelle salgskanaler, og utviklingen i distribusjonen er presentert grundig. Aktørene i de større byene som Moskva og St. Petersburg blir større og får kontroll på større del av verdikjeden. Som en konsekvens av dette har de etablert nye og bedre logistikk-løsninger. Dette kan gi positive effekter på omsetning av norsk fisk til Russland.

## **5 KONKLUSJON**

Man kan konkludere med at norsk sild og makrell tilfredsstiller krav i Russland. Norge er oppfattet som best på kvalitet, både for sild og makrell. Norsk sild har svært god status i markedet. De russiske bedriftene mener imidlertid at andre leverandører har forbedret kvaliteten i de siste årene. Norge er første prioritet som leverandør på både sild og makrell, men klarer ikke å konkurrere på pris på makrell med andre leverandører. Det russiske markedet har vært i stor forandring og modernisering og kravene om god kvalitet vil bli strengere fremover.

Norske leverandører har et forbedringspotensial for kvalitet. I Russland er de største problemområdene knyttet til størrelsesgradering, transport og logistikk. Disse forholdene bør forbedres.

## **6 REFERANSER**

EFF (Eksportutvalget for fisk). Eksportstatistikk og diverse tallmateriell.

Egeland, I.M., 2005. Distribusjonssystemet for pelagisk fisk i Nizhny, Novgorod, Samara og Krasnodar. Fiskeriforskning Rapport 01-2005.

Egeland, I.M., 2004a. Distribusjonssystemet i Moskva for pelagisk fisk. Fiskeriforskning Rapport 07-2004.

Egeland, I.M., 2004b. Distribusjonssystemene for pelagisk fisk i Murmansk og St. Petersburg. Fiskeriforskning Rapport 12-2004.

Eyjolfsson, B., Fjørtoft, K.L. og Kjerstad, M., 2005a. Pelagisk kvalitet - fra hav til fat. Delrapport III fra markedsarbeid: Resultater fra markedsundersøkelser for sild i Polen og Tyskland. Møreforsking Ålesund (Rapport Å0515).

Eyjolfsson, B., Fjørtoft, K.L. og Kjerstad, M., 2005b. Pelagisk kvalitet - fra hav til fat. Delrapport IV fra markedsarbeid: Resultater fra markedsundersøkelser for makrell i Japan. Møreforsking Ålesund (Rapport Å0516).

Eyjolfsson, B., Fjørtoft, K.L. og Kjerstad, M., 2005c. Pelagisk kvalitet - fra hav til fat. Delrapport V fra markedsarbeid: Kvalitetskrav for norske pelagiske produkter i Russland, Polen, Tyskland og Japan. Møreforsking Ålesund (Rapport Å0517).

Kjerstad, M., Fjørtoft, K.L. og Eyjolfsson, B., 2005. Pelagisk kvalitet - fra hav til fat. Delrapport I fra markedsarbeid: Resultater fra undersøkelser hos norske bedrifter og japanske kontrollører. Møreforsking Ålesund (Rapport Å0513).

Lien, K., 2005. Opplysninger fra samtaler med Kristin Lien hos Eksportutvalget for fisk.

Nilssen, F., 2005. Produkt- og markedstilpasning av pelagisk fisk i det russiske markedet. Fiskeriforskning Rapport 07-2005.

## 7 VEDLEGG

### Vedlegg A Kjøpskriterier

	<i>Kvalitet</i>	<i>Pris</i>	<i>Opprinnelse</i>	<i>Tilgjengelighet</i>	<i>Personlig</i>	<i>Produktsikkerhet</i>	<i>Størrelse</i>	<i>Pakning</i>	<i>Leveringstid</i>
Snitt	4.0	3.4	2.7	1.0	3.2	2.0	4.0	3.4	4.0
N	9	9	7	1	6	5	8	8	1
Std.dev.	0.0	0.7	1.1		1.0	0.7	0.0	1.2	
Max	4.0	4.0	4.0	1.0	4.0	3.0	4.0	4.0	4.0
Min	4.0	2.0	1.0	1.0	2.0	1.0	4.0	1.0	4.0

Note: 4 = svært viktig, 1 = ikke viktig



**Vedlegg B Parametre for kvalitetsvurdering**

	Fileter snitt	N	Std. dev.	Flaps snitt	n	Std. dev.	Rund sild/ makrell snitt	n	Std. dev.
Smak	3.0	1		3.5	6	0.8	3.4	5	0.9
Farge	4.0	1		3.4	5	1.3	3.3	4	1.5
Lukt	3.5	2	0.7	3.7	7	0.5	3.6	5	0.5
Konsistens	3.5	2	0.7	3.7	7	0.5	3.6	5	0.5
Fettprosent	3.3	3	0.6	3.6	7	0.5	3.8	4	0.5
Flekker				3.5	4	0.6	3.3	3	0.6
Sortering	4.0	1		4.0	7	0.0	4.0	6	0.0
Produksjonsfeil	1.0	1		2.0	4	1.2	1.7	3	1.2
Åte				3.2	5	1.3	3.0	4	1.4
Gaping				1.7	3	1.2	1.0	1	
Kveis				1.0	2	0.0	1.0	2	0.0

Note: 4 = svært viktig, 1 = ikke viktig

### Vedlegg C Opplevde problemer med kvalitet på norsk sild og makrell

	Fileter snitt	N	Std.dev.	Flaps snitt	n	Std.dev.	Rund sild og makrell snitt	n	Std.dev.
Smak	4.0	1		4.0	8	0.0	4.0	8	0.0
Farge	3.0	1		3.8	8	0.5	3.9	8	0.4
Konsistens	4.0	1		3.5	6	0.5	3.5	6	0.5
Lukt	4.0	1		3.9	7	0.4	3.9	7	0.4
Fettprosent	4.0	1		4.0	7	0.0	4.0	7	0.0
Gaping	4.0	1		3.6	7	0.5	3.7	7	0.5
Blodutredelser	4.0	1		3.6	7	0.5	3.7	7	0.5
Kutt	4.0	1		3.8	6	0.4			
Skinnr rester	4.0	1		4.0	3	0.0			
Åte				3.3	7	1.0	3.6	7	0.8
Kveis				4.0	7	0.0	4.0	7	0.0
Histamin				4.0	7	0.0	4.0	7	0.0
Tungmetaller				4.0	7	0.0	4.0	7	0.0
Størrelse	2.0	1		2.4	8	0.9	2.4	8	1.2
Pakning	2.0	1		2.9	7	0.9	3.0	7	1.0
Merking	2.0	1		3.3	7	1.0	3.3	7	1.0
Sporbarhet	4.0	1		4.0	7	0.0	4.0	7	0.0
Transportskader	2.0	1		2.4	7	1.1	2.9	7	1.1

Note: 4 = ikke noe problem, 1 = stort problem

**Vedlegg D Oppfatning av kvalitet på sild fra de ulike nasjonene**

	Norge	Island	Skottland	Irland	Russland
Fileter snitt	3.0			3.0	
<i>N</i>	1			1	
Flaps snitt	3.3	2.7	3.0		2.8
<i>N</i>	7	3	1		2
Std.dev.	0.5	1.5			0.4
Rund snitt	3.4	3.3	3.5		3.0
<i>N</i>	7	3	2		1
Std.dev.	0.5	0.6	0.7		

*Note: 4 = meget godt, 1 = dårlig*

**Vedlegg E Påstander om sild**

Age group	It's easy to succeed with herring	herring tastes good	herring gives you good value for money	herring makes you feel a good cook	herring is inexpensive compared with other food	herring is expensive /luxury food	Serving herring impressively/gives a good impression	Fresh herring has good firm texture	Salted herring has good firm texture	You feel like eating it / makes you want it	It is easy to make different dishes with herring	herring is sophisticated
18-29	Mean	8,21	8,41	5,03	8,73	2,32	6,81	7,38	7,59	7,85	6,90	3,85
	N	213	213	213	213	213	213	213	213	213	213	213
	Std. Deviation	2,827	2,401	3,131	2,242	2,054	2,913	2,780	2,698	2,601	3,029	2,823
	Maximum	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
	Minimum	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
30-49	Mean	8,59	8,72	5,44	9,15	2,22	7,59	7,80	8,39	8,39	7,35	3,33
	N	316	316	316	316	316	316	316	316	316	316	316
	Std. Deviation	2,570	2,228	3,515	1,939	2,245	2,832	2,748	2,466	2,390	3,063	2,844
	Maximum	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
	Minimum	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
50+	Mean	9,25	8,99	7,93	8,68	2,68	8,80	8,02	8,76	9,11	8,17	3,41
	N	281	281	281	281	281	281	281	281	281	281	281
	Std. Deviation	1,958	2,002	3,155	2,617	2,730	2,097	2,922	2,323	1,860	2,834	3,037
	Maximum	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
	Minimum	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Total	Mean	8,66	8,68	5,63	8,88	2,40	7,80	7,77	8,31	8,50	7,52	3,49
	N	810	810	810	810	810	810	810	810	810	810	810
	Std. Deviation	2,499	2,236	3,490	2,281	2,385	2,737	2,825	2,520	2,332	3,016	2,911
	Maximum	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
	Minimum	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

### Vedlegg F Påstander om makrell

Aldersgruppe	It's easy to succeed with mackerel	mackerel tastes good	mackerel gives you good value for money	mackerel makes you feel a good cook	mackerel is inexpensive compared with other food	mackerel is expensive / luxury food	Serving mackerel is impressive/gives a good impression	Fresh mackerel has good firm texture	Salted mackerel has good firm texture	You feel like eating it / makes you want it	It is easy to make different dishes with mackerel	mackerel is sophisticated	
18-29	Mean N Std. Deviation Maximum Minimum	7,09 213 2,907 10 1	8,61 213 2,164 10 1	8,04 213 2,470 10 1	5,17 213 3,056 10 1	7,16 213 2,814 10 1	3,85 213 2,676 10 1	7,22 213 2,808 10 1	7,29 213 2,726 10 1	7,28 213 2,811 10 1	8,36 213 2,390 10 1	6,12 213 2,986 10 1	4,82 213 3,060 10 1
30-49	Mean N Std. Deviation Maximum Minimum	7,58 316 3,012 10 1	8,39 316 2,520 10 1	7,45 316 3,155 10 1	5,39 316 3,478 10 1	6,85 316 3,116 10 1	3,60 316 3,007 10 1	6,95 316 3,108 10 1	7,68 316 2,786 10 1	7,77 316 2,913 10 1	8,40 316 2,518 10 1	6,59 316 3,128 10 1	3,90 316 3,058 10 1
50+	Mean N Std. Deviation Maximum Minimum	7,90 281 3,039 10 1	8,43 281 2,682 10 1	6,28 281 3,467 10 1	5,73 281 3,603 10 1	5,88 281 3,485 10 1	4,93 281 3,533 10 1	7,47 281 3,065 10 1	7,97 281 2,901 10 1	8,32 281 2,644 10 1	8,47 281 2,616 10 1	7,11 281 3,302 10 1	4,31 281 3,377 10 1
Total	Mean N Std. Deviation Maximum Minimum	7,56 810 3,007 10 1	8,46 810 2,490 10 1	7,20 810 3,184 10 1	5,45 810 3,421 10 1	6,60 810 3,217 10 1	4,13 810 3,174 10 1	7,20 810 3,021 10 1	7,68 810 2,820 10 1	7,83 810 2,821 10 1	8,41 810 2,517 10 1	6,65 810 3,173 10 1	4,29 810 3,190 10 1