

Artikkelserie om Sør-Afrika

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

Hvordan møter sørafrikanske aktører de høye lakseprisene?

Sør-Afrika er det største markedet for norsk laks i Afrika. Markedet har vist en positiv utvikling de siste årene med økte mengder og høyere priser. Høye priser og en svekket lokal valuta har imidlertid redusert veksten i etterspørselen etter fersk laks, mens fryst laks fortsatt øker.

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

I et prosjekt finansiert av Fiskeri- og havbruksnæringens forskningsfond (FHF) undersøker Nofima derfor hvilke strategier sørafrikanske aktører på industrielt nivå har for å tilpasse seg de økte lakseprisene.

Fersk laks til sushi

Mer enn halvparten av all laksen som importeres til Sør-Afrika konsumeres som sushi eller sashimi. Siden dette segmentet primært foretrekker fersk laks er den norske lakseeksporten til Sør-Afrika dominert av fersk hel laks. På grunn av den lange avstanden må den ferske laksen transporteres med fly. Flyfrakt er kostbart og gjør fersk laks til et dyrt produkt i Sør-Afrika. Økende priser på laks og andre importerte råvarer til sushi har ført til at flere store kjederestauranter har økt både

utsalgspriser og redusert egne marginer. Sushikokkene foretrekker stor laks, men den koster mer enn mindre laks. Dette medfører at mange velger laks av mindre størrelse, spesielt i perioder med høye priser. En slik tilpasning blir særlig synlig når vi sammenligner Sør-Afrika og Hong Kong. Markedene er like på den måten at begge er flyfraktmarkeder, og at den viktigste anvendelsen for laks er sushi, noe som medfører at begge markedene har preferanse for stor fisk. Våre analyser av internasjonal handelsstatistikk viser at fersk laks med hode oppnår nærmest identiske priser i de to markedene hele året. Unntaket er perioder av året når prisdifferansen mellom stor og små laks er størst (juni og desember). I disse periodene oppnår laks til Hong Kong en

betydelig høyere pris, noe som indikerer at kundene i Hong Kong fortsetter å kjøpe laks av stor størrelse til tross for høye priser, mens kundene i Sør-Afrika bytter til laks av mindre størrelse for å redusere prisen.

Fryst erstatter fersk

På grunn av de økte lakseprisene og de høye fraktkostnadene for fersk laks, har mange foredlere erstattet fersk laks med fryst for å redusere kostnadene. Dette bekreftes av våre analyser av handelsstatistikk. Sør-Afrika har en betydelig videreførelsesindustri med blant annet flere røykerier og filetbedrifter. Markedsobservasjoner i butikk viser at lakseprodukter nesten utelukkende er foredlet av lokal industri. Fryst laks blir hovedsakelig tint, videreforedlet og solgt kjølt. Vi fant kun et begrenset antall fryste lakseprodukter i supermarkedskjedene i Cape Town og Johannesburg.

Andre strategier for å møte høye priser

En annen strategi som brukes for å møte høyelaksepriser er å redusere størrelsen på forbrukerpakningene til videreforedlede lakseprodukter, som for eksempel røykelaks eller andre filetprodukter. En videreforedler vi intervjuet hadde redusert pakningsstørrelsen for fryst og



Mer enn halvparten av all laksen som importeres til Sør-Afrika konsumeres som sushi eller sashimi.

OK MARINE

TLF. 47661653 / 46979790
www.okmarine.no / post@okmarine.no



RENSEFISKEN – en viktig medarbeider som trenger gode arbeidsforhold

**LEPPEFISKSJUL / ROGNKJEKSSJUL
med flytekrage**



Vi skreddersyr løsninger etter ønske.

Vi har alt utstyr til fangst av leppefisk og bruk av rensefisk.



En annen strategi som brukes for å møte høye laksepriser er å redusere størrelsen på forbrukerpakningene til videreforedlede lakseprodukter, som for eksempel røykelaks eller andre filetprodukter

tinte filetprodukter fra 500 til 450 gram og fra 300 til 250 gram. Ved å holde enhetsprisen relativt konstant skyves de økte råvarekostnadene over på konsument.

Norske bedrifter eksporterer primært hel laks til Sør-Afrika. De største videreforedlerne i Sør-Afrika antyder at de hadde et større fokus på utbytte i produksjonen enn tidligere som følge av økte laksepriser, herunder instillinger av filetmaskiner og bedre opplæring av ansatte. Et høyere utbytte gjør det mulig å redusere råstoffbehovet uten å påvirke produsert mengde og dermed bedre lønnsomheten.

Laksen som ikke blir solgt som porsjonsstykker eller fileter eller som var i ferd med å gå ut på dato blir ofte foredlet videre til for eksempel fiskeburgere. En representant for en supermarkedskjede fortalte at de lagde fiskeburgere med en blanding av laks og den langt billigere arten «hake». Det ga et attraktivt produkt med en pris som gjorde fiskeburgeren tilgjengelig for langt flere forbrukere enn de som hadde råd til å kjøpe rene lakseprodukter. Videreforedlerne forteller at de også har redusert sine marginer for å holde prisene stabile. Det har gjort kategorien mindre lønnsom for enkelte,

men aktørene trekker fram at laks er et viktig produkt fordi det trekker folk til butikkene/restaurantene.

Differensiert marked

Våre markedsobservasjoner viser for at supermarkedskjeden Woolworths selger fersk hel laks til NOK 142 per kilo, mens supermarkedskjeden Checkers selger tint hel laks til NOK 96 per kilo. Videre selges tinte filetprodukter hos Checkers til halve prisen av genuint ferske lakseprodukter hos Woolworths. Dette gjør at laks er tilgjengelig både for konsumenter med høy betalingsvilje/evne og for de som ikke har like god betalingsvilje/evne. Dette er på mange måter positivt og bidrar til å øke totalsalget av laks i markedet.

Fleksibelt marked

Høyere laksepriser forklarer hvorfor veksten i det sørafrikanske markedet for fersk laks har stagnert noe de siste årene, samtidig som fryst laks har vokst. Våre analyser viser at ulike aktører har ulike strategier for å tilpasse seg prisveksten, noe som indikerer et fleksibelt og tilpasningsdyktig marked. Det antyder også at etterspørselen etter laks generelt vil øke dersom lakseprisene faller eller hvis den lokale valutaen rand styrker seg mot de viktigste importvalutaene. •