

Innlegg sendes Fiskeribladet Fiskaren
E-post: redaksjonen@fbfi.no
Telefaks: 55 21 33 01
Adresse: Sandbrogaten 5-7, 5003 Bergen

Hovedinnlegg/kronikk: Maksimalt 5.000 tegn (ca. 750 ord).
 Underinnlegg/replik: Maksimalt 1.500 tegn (ca. 250 ord).
 Fiskeribladet Fiskaren forbeholder seg retten til å forkorte alle innlegg som mottas. Likeledes forbeholder vi oss retten til å lagre innlegg i

elektronisk form, samt publisere dem på internettet. Innlegg honoreres ikke. Bidragsyttere oppfordres til å sende innleggene med epost til redaksjonen@fbfi.no
 Vi tar også i mot lagringsmedia av alle typer.

Forskerne **Finn-Arne Egeness og Ingelinn E. Pleym** i Nofima skriver i denne kronikken om vekststrategier for norsk klippfisk i Angola. Dette er del tre i en serie av tre kronikker.

Nye muligheter for klippfisk i Angola

Innlegg MARKED

Flere afrikanske markeder har historisk kjøpt store mengder norsk sjømat når prisene har vært lave. Et eksempel som illustrerer dette er den store eksporten av fryst rund sild til Nigeria i perioden 2008–2010. Markeder med slike variasjoner i etterspørselen betegnes gjerne som «trekkspillmarkeder» fordi eksporten faller når tilbudet blir mindre og prisen blir høyere. Norske bedrifter har begrensede muligheter til å påvirke etterspørselen i slike markeder.

Bedre kjøpekraft i en rekke forbrukersegmenter i flere afrikanske land og etablering av stadig flere supermarkedskjeder muliggjør bruken av konkurransemidlene for å påvirke kjøpsprosessen til kunden og atferden til konkurrenten. Det angolanske klippfiskmarkedet er ett av de markedene hvor endringer i omgivelsene gjør det hensiktsmessig å stimulere til økt etterspørsel med bruk av markedsmiksen. Hva kan norsk klippfiskindustri gjøre for å øke eksporten av klippfisk til Angola?

Klippfisk

Angola importerte nesten 10 000 tonn klippfisk i fjor. Klippfisk av torsk og sei er de to største produktene. Produktene selges i ulike kanaler og det er betydelige forskjeller i kjøpekraften til forbrukerne som konsumerer klippfisk av torsk og sei. Det vil derfor være hensiktsmessig å anvende ulike vekststrategier for de to produktene.

Klippfisk av sei

Angola importerte over 6 000 tonn klippfisk av sei i fjor. Klippfisk av sei eller «makayabu» konsumeres primært av folkegruppen «Bakongo», som er en etnisk folkegruppe som lever langs vestkysten av Afrika, fra Point-Noire i Republikken Kongo til Luanda i Angola. Folkegruppen utgjør rundt 13 prosent av Angolas totale befolkning på cirka 25



Finn-Arne Egeness er forsker ved Nofima.

Siden nærmere halvparten av klippfisk av torsk konsumeres i forbindelse med julefeiringen er en vekststrategi å skape flere anledninger hvor klippfisk blir det naturlige valget

millioner. Produktet spises i helgene uavhengig av årstid og våre beregninger antyder et konsum 1–2 ganger i måneden.

Fisken selges i uformelle salgskanaler som markeder og hos gatehandlere. Framveksten til stadig nye supermarkedskjeder med nye forbrukersegmenter som målgrupper gjør at norsk industri bør undersøke hvilke kjeder som åpner utsalgssteder i geografiske områder i eller i nærheten av hovedstaden Luanda hvor folkegruppen «bakongo» handler, og arbeide for å få klippfisk av sei inn på disse utsalgsstedene. Dersom en lykkes med å selge klippfisk av sei i supermarkeder kan det åpne for sei av store størrelser, fordi kjedene kan tilby



Ingelinn E. Pleym er forsker ved Nofima.



FBFI 8. mai 2015



FBFI 11. mai 2015

porsjonspakninger. Enkelte norske eksportører antyder at ryggbeinet i seien har en funksjon for konsumentene. Norsk industri bør derfor gjennomføre markedsundersøkelser for å tilegne seg kunnskap om hvordan produkter uten ryggbein vil bli mottatt i markedet.

Klippfisk av torsk

Klippfisk av torsk er det nest største klippfiskproduktet i det angolanske markedet med en import på rundt 2 500 tonn. Tilstedeværelsen av nærmere 200 000 portugisere i Angola, samt tradisjoner for konsum av klippfisk av torsk til jul blant velstående angolannerne, forklarer hvorfor Angola er et stort torskemarked. Portugal er største eksportør av klippfisk



SUPERMARKED: Framveksten av moderne supermarkeder er en av årsakene til at markedsinvesteringer i Angola kan gi større effekt enn tidligere. FOTO: NOFIMA

av torsk til Angola, først og fremst på grunn av de tette båndene mellom Portugal og Angola. Angola var en portugisisk koloni fram til 1975, landene har felles språk og lederne i en rekke angolanske bedrifter er portugisere.

Supermarkedskjedene er den viktigste salgskanalen med nærmere 70 prosent av det aggregerte salget. Kjeden har historisk kjøpt en stor andel av klippfisk av torsk fra lokale importører. Våre funn antyder at kjedene i større grad ønsker å importere direkte, hvis hensikt er å øke konkurransen i leverandørleddet og redusere kostnadene ved å fjerne ett ledd i verdikjeden. Det kan åpne for større eksport av norsk klippfisk av torsk til Angola, forutsatt at norske bedrifter aktivt tilbyr sine produkter til kjedene i Angola.

Skap anledninger

Siden nærmere halvparten av klippfisk av torsk konsumeres i forbindelse med julefeiringen er en vekststrategi å skape flere anledninger hvor klippfisk blir det naturlige valget. Norges Sjømatråd har i Brasil lansert både mors- og

farsdager, samt grillfester som anledninger for å velge klippfisk av torsk. Lignende aktiviteter i Angola kan være med på å øke etterspørselen og redusere sesongvariasjonene.

Norsk klippfiskindustri produserer hovedsakelig hel flekket klippfisk. Markedsobservasjoner i hovedstaden Luanda viser at utvalget av mer ferdige produkter er betydelig i enkelte supermarkeder. Det lave lønnsnivået gjør det enklere for mange kjeder å skjære opp og emballere fullsaltede produkter selv, fremfor å kjøpe de ferdige. Produktutvikling er derfor ikke vitalt som vekststrategi på kort sikt.

Flere makroøkonomiske variabler antyder økt etterspørsel etter klippfisk i Angola. Framveksten av stadig flere supermarkedskjeder og forbedret kjøpekraft gjør at avkastningen på markedsinvesteringer trolig er bedre enn tidligere. Markedsinvestering i Angola vil kunne øke etterspørselen etter norsk klippfisk.