

Tørrfiskeksport til Italia

Terje Martinussen, Roger Richardsen og Stein Ulve

Denne artikkelen er et sammendrag av deler av rapporten "Norsk eksport av tørrfisk til Italia". Den beskriver deskriptivt markedsorganiseringsen for eksport av tørrfisk til Italia og karakteristiske trekk ved dette markedet.

Tørrfisk er et av våre eldste eksportprodukter. Den første påviselige leveransen skriver seg fra 1300-tallet. Italia har i hele denne perioden vært ett av de viktigste markedene, og utgjør i dag hovedbasis for norsk produksjon (75-80%). Norsk tørrfisk eksporteres til omlag 30 land, i tillegg til en økende anvendelse innenlands til lutefisk.

Den markerte betydning av Italia som "eneste" marked for tørrfisk fra Lofoten har ført til bekymring fra norsk side omkring de siste års markerte prisnedgang. Det kan igjen være nødvendig å ta opp spørsmålet om Norge, som stor eksportør av tørrfisk, utnytter de muligheter som eksisterer på markedet på en måte som er best mulig for norske fiskerier samlet.

Tørrfisk som produkt

Som produkt er tørrfisken unik. Hengeprosessen gir et "konsentrat" av fisken hvor proteininnholdet er rundt 75% (Pedersen, 1981). Samtidig er innholdet av B-vitaminer, jod, jern og kalsium høyt. Ved tørr og luftig lagring er produktet lagringsdyktig i flere år. Nærmere et "økologisk riktig" produkt er det vanskelig å komme. I fisken er det trimetylaminoksyd, som spalter til dimetyllamin og formaldehyd. Dimetyllamin har en karakteristisk fiskelukt, og det er denne som særlig kjennetegner førsteklasses tørrfisk. Formaldehydet gir tørrfisken en struktur som gjør at den sveller opp i lut og fremdeles beholder en ønsket konsistens.

Mens de fleste ser på tørrfisk som et av de enkleste handelsvarer som tenkes kan, er de færreste klar over at produktet (hittil) i stor grad har vært differensiert i en rekke

kvalitetsklasser, med tilsvarende differensiering i priser og tildels markedsområder. Opprinnelsen til dette må tilskrives Hanseatenes evne til å utnytte ulike markeders krav til smak og størrelse. Særlig blir tørrfisk til Italia fingradert. Totalt finnes det 12 sorteringer av *prima* lofottorsk. I tillegg kan sekunda vare ha 5 graderinger.

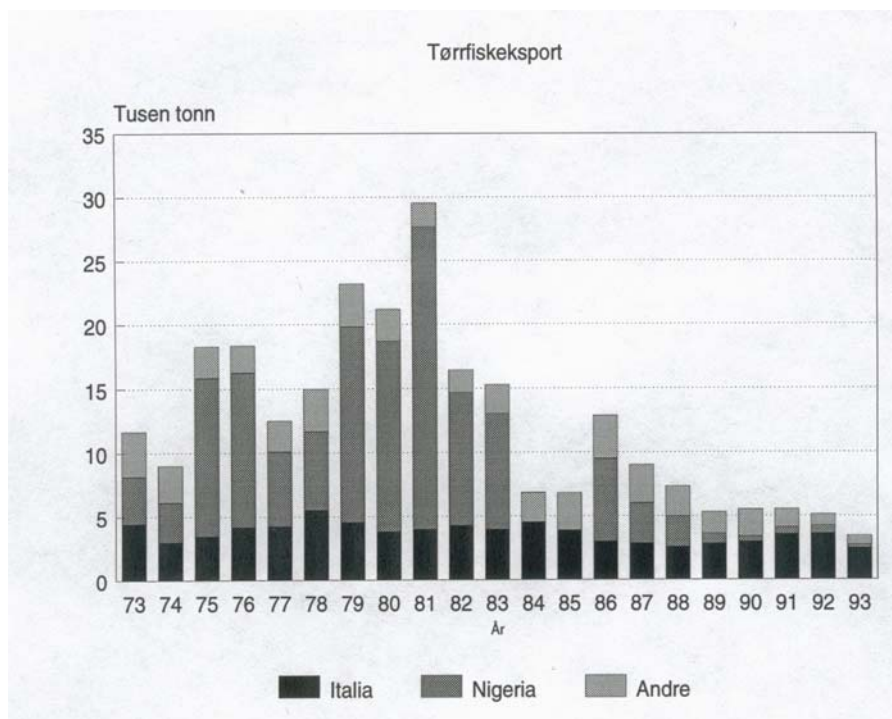
<i>Varianter prima lofottorsk</i>	
Ragno	60 cm og over
Westre Magro	50/60 cm
60/80 cm	
Westre Demi Magro	50/60 cm
60/80 cm	
Grand Premier	60-80 cm
Westre Courant	75-80 fisk pr 50 kg
Westre Piccolo	100-120 fisk pr 50 kg
Westre Ancona	75-80 fisk pr 50 kg
Hollender	58-63 fisk pr 50 kg
Bremer	50-55 fisk pr 50 kg
Lub	40-45 fisk pr 50 kg

<i>Varianter sekunda lofottorsk</i>	
Italia Grande	50-60 fisk pr 50 kg
Italia Grande Magro	60-65 fisk pr 50 kg
Italia Medio	75-80 fisk pr 50 kg
Italia Medio Magro	75-80 fisk pr 50 kg
Italia Piccolo	100-120 fisk pr 50 kg

Finnmarkstorsk

Prima og sekunda finnmorkstorsk sorteres etter vekt 100/200, 200/400, 400/600, 600/800, 800/1000, 1000/1200 gram pr fisk.

Denne artikkelen, som er basert på rapporten *Norsk eksport av tørrfisk til Italia* av B. Dreyer, T. Martinussen, R. Richardsen og S. Ulve (Rapport av 2. mars 94, Tromsø: Fiskeriforskning), ble opprinnelig publisert i *økonomisk Fiskeriforskning* nr. 4:1, pp. 46-55, sammen med artikkelen *Tørrfisknæringen - utvikling de siste årene*, av Bent Dreyer. I tilknytning til dette opptrykket av artikkelen har Dreyer skrevet en kort kommentar som finnes på side 209



Figur 1 Norsk tørrfiskeksport 1973-1993 (Kilde: Eksportutvalget for fisk og årsmeldingene til Fiskeprodusentenes Fellesalg)

Norsk eksport av tørrfisk

Figur 1 viser eksporten i tonn for de siste 20 årene. Figuren illustrerer godt at tørrfiskeksportens betydning er kraftig redusert i løpet av de siste ti årene. I 1993 utgjorde den totale norske eksporten av tørrfisk for første gang mindre enn 5 tusen tonn.

Gjennom dette århundret har Nigeria og Italia vekslet mellom å være hovedmarked for norsk tørrfisk. Mellom 1910 og 1913 gikk 42,2% direkte til Italia. I 1966 importerte Nigeria 66,2% (36.008 tonn) av norsk tørrfisk, mens Italia tok unna 23,2%. Etter 1983 er det nesten ikke produsert tørrfisk til Nigeria-markedet.

Italia som marked

Italia er et industrialisert land, med ca 58 millioner innbyggere. De siste årene har Italia vært gjennom enorme politiske om-

veltninger, med store og omfattende korrupsjonsskandaler. Italia er et allsidig industri-land, men med store regionale forskjeller i økonomi og velferdsnivå.

Italienerne er meget glad i fisk og sjøretter. Importen av fisk øker og Italia er et viktig marked for norsk fisk, med en samlet import fra Norge på totalt 1,1 milliard kroner i 1993. Fisk har de siste årene blitt dyrere i Italia (Grønn, 1994) samtidig som konsumet øker. Fra 1981 til 1990 steg forbruket av fisk pr innbygger fra 7 til 15 kilo, mens økningen fra 1990 til 1992, har vært fra 15 til 22 kg fisk pr innbygger (*ibid.*).

Regionalt konsummønster

Ulike konsummønster i Italia kan i tillegg til tradisjoner, klima og så videre, også henge sammen med ulik kjøpekraft. Høyere kjøpekraft i Nord-Italia gir god avsetning av primafisk-kvalitetene. Sekundafisken har sine største marked i Sør-Italia.

De generelle preferansetrekkene deler Italia inn i tre hovedmarkeder for tørrfisk: Genova-området; Veneto; Sør-Italia.

Nordvestlige deler av Italia

Liguria med Genovadistriktet er et særlig godt marked for omsetning av prima fisk fra Lofoten. Som ellers i Nord-Italia foretrekker en gjerne tynn fisk. I dag blir det omsatt relativt mye Westre Courant i dette distriktet. God sekundærfisk er også ettertraktet.

Midtre deler av Nord-Italia

Tradisjonelt har det vært vanskelig å finne god avsetning for norsk tørrfisk her. I de senere år har Milano-området hatt god folkevekst. Innflyttere med sterkere tørrfisktradisjoner har skapt grunnlag for omsetning av et mindre kvantum ulike kvaliteter.

Nordøstlige deler av Nord-Italia

Konsumet av tørrfisk er her konsentrert i distriktene rundt byene Venezia, Padova og Vicenza. Man ser helst at fisken er tynn. Hovedsaklig går det derfor mye tynn og halvtynn Westre og Ragno til dette området. Man benytter også gjerne de tynne sekundærkvalitetene. Mens man i resten av Italia omtaler tørrfisken som "stoccafisso", bruker man her ordet "baccala". Baccala må ikke forveksles med begrepet baccalao som blir brukt om klippfisk.

Mellom-Italia med Roma

Markedet har alltid vært lite og forbruket av tørrfisk svinger med ferskfiskmarkedet. Konsumet av tørrfisk er størst i fjell- og innenlandsområdet, men konsumet her er likevel svært lite.

Sør-Italia med Napoli

Napolidistriktet representerer et stort og viktig marked for norsk tørrfisk. Området tar i mot sorteringer av ulike slag. I store trekk vil sør-italienerne helst ha fyldig fisk. Helt i sør, i Calabria- og Massinadistriktet kjøper man også mye småfallen og billigere tørrfisksorteringer. Finnmarksfisk og islandsk tørrfisk har hatt et godt fotfeste i denne landsdelen.

De ulike distriktene er altså karakterisert ved forskjellige tørrfisksorteringer. Dersom

man ser på tradisjonene omkring tillagingen av et måltid med tørrfisk, ser man at hvert område innen de enkelte distriktene har sin egen fremgangsmåte. Dette gjelder ikke bare med tanke på serveringen og ingrediensene sammen med tørrfisken, men også hvordan og hvor lenge fisken ligger til bløt. Skillet mellom den nordlige og den sørlige delen av Italia er størst. Innen disse delen vil forskjellene i hovedtrekk være lokale varianter.



Figur 2 Italia

Prisutvikling og konkurransesituasjon

Et viktig spørsmål er hvilke faktorer som er bestemmende i prisfastsettingen i markedet. Prisen på tørrfisk har vært ustabil og fluktuerende også tidligere i historien. Det var for eksempel en prisnedgang fra 4 våger (1 våg = 18 kilo) tørrfisk pr tønne mel i 1812 til 20 våger pr tønne mel i 1813. Fra 1816 gikk prisene ned fra 241 skilling for en våg Hollender til 44 skilling pr våg i 1825. I følge offisielle noteringer på Bergen Børs falt prisene på alminnelig hollender fra kr. 27,- pr vekt i juli 1922 til kr. 20,- pr vekt i mars 1923. I samme periode sank prisen på Italiener fra kr. 25 pr. vekt til kr. 12 pr. vekt.

Men, næringen har også hatt gode perioder, blant annet var mellomkrigsperioden en positiv periode. Etter krigen opplevde tørrfisknæringen 20 strake år med prisstigning, fra kr. 2,32 pr kg i 1946 til kr. 7,35 pr kg i 1966.

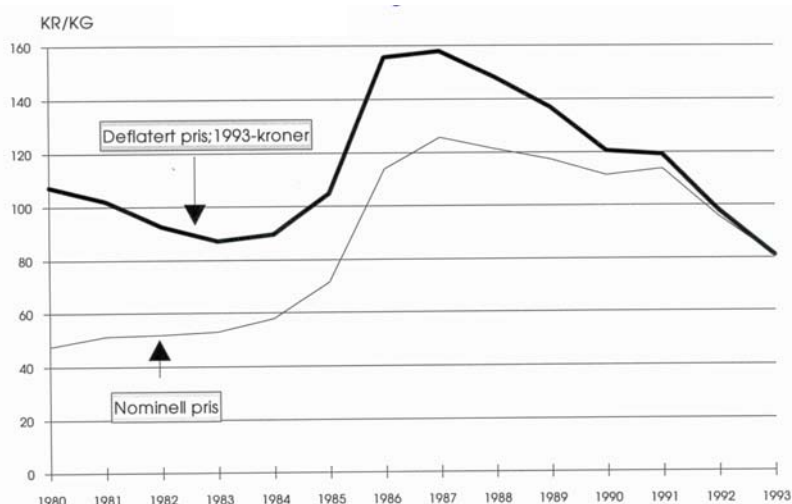
Prisen på tørrfisk har som kjent hatt en markert nedgang fra 1991, etter en relativt lang periode med stabil høy pris fra 1986 (målt i nominelle kroner). For å vurdere denne prisnedgangen i et litt lengre perspektiv har vi også sett på realprisene på norsk eksport fra 1980 og frem til i dag. Prisene er deflatert med norsk konsumprisindeks for å kunne få et mål på om "verdien" av tørrfisk-

produksjonen har holdt seg over tid (figur 3).

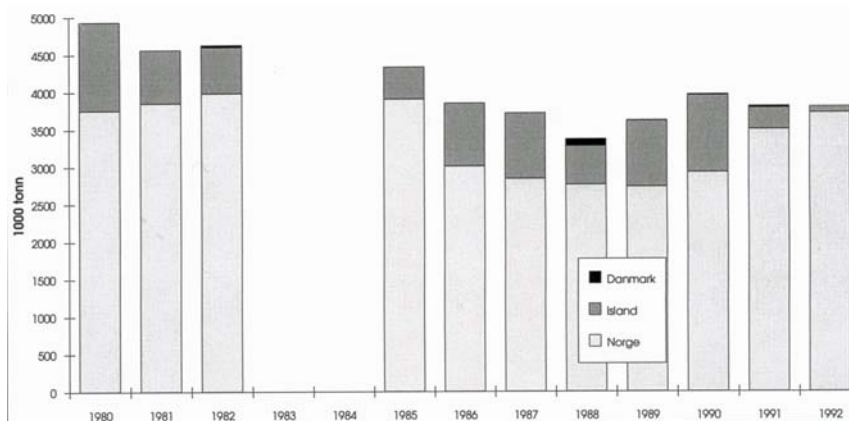
Dette viser at gjennomsnittlig FOB-pris i 1993 var lavere enn den noen gang har vært i perioden. Selv i årene 1982-1984 med produksjon/eksport på rundt 4000 tonn ble det oppnådd bedre priser enn dagens, målt i 1993-kroner.

Konkurransesituasjon

Fra 1980-1993 har importkvantumet ifølge EUROSTAT variert mellom 3-5000 tonn (1992 ca 3800 tonn).



Figur 3 Nominelle- og realpriser pr kg tørrfisk eksportert til Italia 1980-1993 (Datakilde: Eksportutvalget for fisk, Tromsø)



Figur 4 Italiensk import av tørrfisk. (Kilde: 1980-1982 og 1988-1992; EUROSTAT. 1985-1987 Norsk og islandsk eksportstatistikk)

Etterspørselen de siste 8 årene har vært relativt stabil rundt ca. 3.700 tonn. Lang tradisjon og god produktkjennskap preger italienerne, som også er pris- og kvalitetsbevisste kunder.

Det viser seg at prisene og kvantum eksportert fra norsk side i stor grad korrelerer. Korrelasjonskoeffisienten mellom norsk eksport og gjennomsnittspris fra 1980-1993 er 0,897 ($R^2 = 0,805$). Det vil si at omlag 80% av variasjonen i pris kan forklares ved variasjoner i tilbudt kvantum fra norsk side.

Antallet norske aktører er rimelig stort, med betydelig spredning i eksportandel. Etter dereguleringa av eksportvirksomheten er noen nye kommet til, mens enkelte gamle aktører er falt ut. Noen av de norske eksportørene har et fast primærmarked. Det vil si en har faste agenter, som igjen har faste kunder på fisk fra denne eksportøren.

Islandsk eksport av tørrfisk er den eneste konkurrent av betydning for norsk tilvirkning. I motsetning til norsk eksport, er islandsk eksport samordnet gjennom et felles eksportselskap, SIF (Union of Icelandic Fish Producers).

Tabell 1 Gjennomsnittspris pr kg (ECU) importert tørrfisk til Italia 1988-1992. Kilde: EUROSTAT

ECU pr kg	1988	1989	1990	1991	1992
Norge	15,14	15,05	14,12	14,38	12,55
Island	9,77	10,01	9,19	8,86	10,37

Island kom inn på Italia på 1950-tallet, og har i likhet med Norge hatt Italia som sitt viktigste markedsområde. Islandsk tørrfisk går i det vesentligste til de sørlige delene av landet. Islandsk fisk er rangert til en lavere kvalitet enn lofotfisk. I gjennomsnitt for perioden 1988-92 lå den ca 32% under norsk pris. Det blir hevdet fra norsk hold at islandsk fisk tidligere på 80-tallet var et problem ved at italienerne solgte denne som norsk lofotfisk, gjennom juks, omsyng av juter og andre triks. Tabell 1 viser prisutvikling for norsk og islandsk fisk.

Det en kan merke seg fra tabellen er at Norge i perioden har hatt en nominell prisnedgang på 17% mens Island har opprettholdt sitt prisleie, endatil 6% over prisnivået fra 1988.

Av figur 4 fremgår det at kvantumet fra Island er sterkt fallende, slik at Norge forventes å stå nærmest som eneleverandør de nærmeste årene. Tradisjonelt prioriteres fryseriene på Island med råstoff og i tillegg har man også en betydelig produksjon av saltfisk. Knappe kvoter tilsier derfor at islandsk produksjon ikke bør få betydning for prisnivået på norsk tørrfisk på kort sikt.

Av andre land har en registrert små kvantum fra Grønland (Danmark) og Færøyene, i Italia. Statistikken viser at disse i hvertfall de senere år er neglisjerbar. Det er heller ikke ting som tyder på at disse vil være noen konkurrenter i den nærmeste fremtid. Trussel fra andre produsentland kan på lengere sikt regnes å bli mer fremtredende om Norge skulle lykkes i å utnytte markedsrett til å oppnå høyere priser.

Forhandlingsstyrke til kjøperne

I "konkurransen" mellom kjøper og selger har kjøper klare interesser i å komme best mulig ut gjennom å:

- presse prisene nedover
- oppnå høyere kvalitet
- få bedre og utvidet service
- spille konkurrenter i bransjen ut mot hverandre.
- overføre lagerkostnader (lagerhold) til aktører bakover i kjeden
- overføre transportkostnader til aktører bakover i kjeden

I dag er norske eksportører totalt avhengig av Italia som avtaker av kvalitets-tørrfisk. Dette gir potensiale for stor makt på italiensk side hvis dominerende enheter av agent eller importører koordinerer sin forhandlingsstyrke. Mye tyder på at enkelte agenter tidligere har hatt en slik posisjon, både i kraft av å representere store andeler av importen og ikke minst som koordinerende "organ" på praktiske forhold som språkproblemer, reklamasjoner, og så videre.

I de senere årene har Norge ikke utnyttet markedsrett, noe som er dokumentert gjennom økonometriske studier (Askildsen og Sihng, 1986). Markedsrett kan grovt defineres som evne til å ha innflytelse på pris. Ved konflikt i kanalen er det norske produsenter/eksportører som tar de største

kostnadene på grunn av lagerhold og tilsvarende store finansieringskostnader.

I hovedtrekk kan en trekke den konklusjon at italienske agenter og importører sitter med den største makta, eventuelt utnytter disponibel makt best. De har (gode) provisjonsinntekter og liten eller ingen risiko.

Pris- og verdiutvikling de siste årene

Vi har forsøkt å kartlegge hvordan omsetningsverdien fordeles på de ulike ledd i kjeden. Det er svært vanskelig å få fatt i troverdig statistikk fra Italia. Vi har derfor laget en oversikt basert på informasjon fra informanter i næringen.

Tørrfisk omsettes på mange måter, i ulike markeder og til ulike priser. Ragno selges i dag for mellom 16.000 og 19.000 lire pr kg utbløytet fisk, litt avhengig av region, tids-

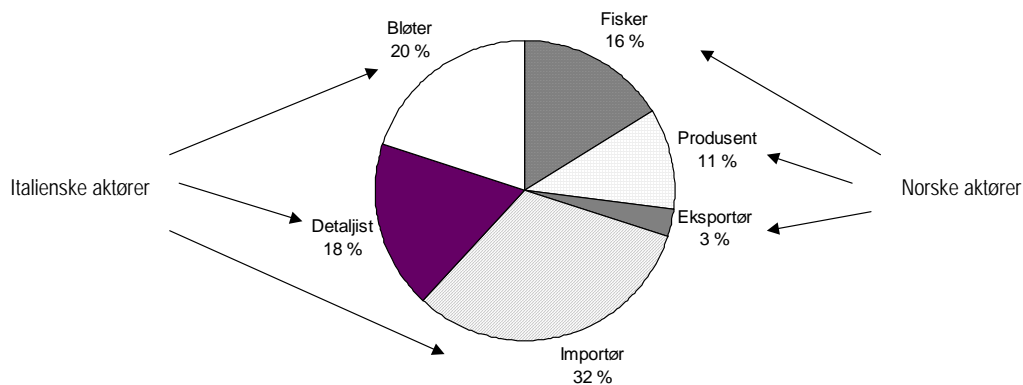
punkt og marked. En må gi 2.000 lire mindre for lavere kvaliteter. For fisk som ikke er bløtlagt er prisen ca. 45.000-50.000 lire pr kg tørrfisk. Ut i fra dette har vi gjort omregninger som vist i tabell 2.

Ut i fra disse verdiene kan en beregne hvor mye hvert enkelt ledd beholder, som merverdi utover sine varekostnader. Dette er selvsagt ikke ren profitt, men skal dekke kostnader til drift, lønn, faste kostnader, finanskostnader og naturlig fortjeneste. For å kunne beregne størrelsen på den faktiske verdiandel (overskudd) i de ulike ledd, må vi ha tilgang på data om kostnadsforhold innen hvert ledd. Det er i denne omgang et for omfattende arbeid. Når det gjelder norske aktører, har vi god tilgang på data gjennom lønnsomhetsundersøkelser i fiskeflåten og driftsundersøkelsen i fiskeindustrien. For italienske aktører har vi ikke direkte tilgang på kostnadsdata.

Tabell 2 Prisomregning

Pris fra	NOK pr kg		Utbytte		NOK pr kg utbløytet	Lire pr kg ¹⁾	
	råfisk	tørrfisk	tørrking	bløyting		tørrfisk	utbløytet
- fisker	11,00	47,83	0,23	4			
- produsent	19,55	85,00	0,23	4			
- eksportør	20,47	89,00	0,23	4			
- importør	44,58	193,82	0,23	4	48,455		11000
- bløter	48,63	211,44	0,23	4	52,86		12000
- detaljist	68,89	299,54	0,23	4	74,885	45000	17000

¹⁾ Lirekurs 1993 = 0,00441



(Inkl. Agent ca. 2%)

Figur 5 Fordeling av omsetningsverdi mellom italienske og norske aktører

Vi har derfor begrenset analysen til kun å se på hvor mye av omsetningsverdien som ligger igjen i de enkelte ledd: Nedenfor har vi illustrert resultatet i en "Fordelingspai" basert på omsetningsverdi for 1993 produksjonen. Omsetningsverdien for 1 kg tørrfisk (Lofoten rund 1993) er fordelt som vist i figur 5.

Pris- og verdiutvikling avhenger selvsagt av konsumprisutviklingen for tørrfisk. Men, fordelingen av den samlede omsetningsverdi, uavhengig av konsumprisinivå, bestemmes av de ulike internpriser mellom ledd i kjeden.

Utviklingen i forholdet mellom de ulike internpriser kan skje uavhengig av konsumprisutviklingen, og er ofte et utslag av omfordeling (forskyvning) av forhandlingsmakt (markedsrett). Mye tyder på at det de siste årene har skjedd en forskyvning til italienernes fordel, men vi mangler ennå statistikk for prisutviklingen på konsumnivå i Italia de siste årene for å dokumentere dette.

Den norske verdiandelen av tørrfisk fra Lofoten er på sitt laveste nivå siden 1980. Fallet i prisene kan ikke forklares ensidig med tilbud/etterspørselsforhold, da utbudet til markedet ikke har øket. Fra markedet rapporteres det om stabile eller svakt stigende priser ut fra grossist. Det betyr at eventuelle gevinster er tatt ut på importørleddet i Italia. Mens konsumprisene har gått opp, har FOB prisene ut fra Norge og råfiskprisene gått ned. På toppen av dette er importvolum gått opp.

Noe av prisetallet kan skyldes fall i lirekursen i forhold til norske kroner, men mens lirekursen er svekket med ca 15% fra etablert nivå frem til august -92, er fallet i gjennomsnittlig FOB-pris på tørrfisk omlag det dobbelte, det vil si 29%. Fra sitt høyeste nivå i 1987 er prisene på lofottørrfisk halvert - målt i faste kroner.

Konkurranseslett og distribusjonskanaler

Ulike aktører i distribusjonskanalene utfører bestemte funksjoner i forhold til transport, lagerhold og markedsføring. Agentene har ingen eiendomsrett til varene, og har heller ikke lager. Grossistene sørger for lagerhold,

varetransport, effektivering av ordrer og betalingsrutiner. Markedsføring skjer i liten grad av noen av de italienske aktørene - i den grad det skjer, har det vært initiert av norske bransjeorganisasjoner - gjerne i samarbeid med italienske importører.

Agenter

En agent er en *mellommann* som hjelper to parter til å handle med hverandre. Agentens betydelige rolle i handel med tørrfisk har i første rekke med at de var med på å overvinne kommunikasjonsbarrierer. Svært få italienske importører snakket engelsk, samtidig som det er begrenset ferdighet i italiensk på norsk side. Agentene lever av fast kommisjon på omsatt vareparti, ca. 2% av FOB-verdi.

Det viktigste agentfirmaet har vært Monteverde & Vallese i Genova. Det er antydning at dette firmaet i sin tid stod for oppimot 60% av norsk eksportkvantum til Italia.

Importører

Importørene er normalt ikke spesialisert i tørrfisk, men handler i en rekke fiskeslag. Normalt er det de samme kanalene som brukes for tørrfisk og saltfilet fra Norge. Ifølge tall fra Eksportrådet var det registrert omlag 70 førstehandsmottakere av tørrfisk, hvorav 20 var registrert i Genova, og 15 i Napoliområdet. Til sammenligning er det pr i dag registrert 42 medlemmer (eksportører) i NTL.

Grossister

Fra importøren går tørrfisken til lokale grossister. Dette er matvaregrossister som dekker et mindre geografisk område, men har et større varespekter enn importørene. Tørrfisk selges også gjennom de store grossistmarkedene til detaljister og restauranter. Dette salget er hovedsakelig basert på ferdig bløytet fisk.

Bløteri

Bløytingen av tørrfisk er et viktig ledd i foredlingsprosessen. Til tross for at mange har spådd at de spesialiserte bløterienes rolle ville falle ut, har en sett at enkelte (i Nord-Italia) har integrert bakover i verdikjeden og overtatt direkte import av varen. Bløteriene

selger både til grossist og detaljister og har både hotell/restaurant og detaljister som kundegrunnlag.

Bløteriene har mulighet til å øke sin margin ved å øke utbyttet. Ifølge næringsutøvere foregår det i stor grad sammenblanding av kvaliteter i bløteprosessen. Etter bløting er det selvfølgelig langt vanskeligere å skille de ulike kvalitetsgraderingene fra hverandre. Nettopp på dette ledd har norsk tørrfisknæring en stor utfordring i å finne metoder eller tiltak som kan "beskytte" mot sammenblanding med for eksempel islandsk fisk. Om en for eksempel har positiv effekt av markedsføringsaktiviteter vil også konkurrerende produkter nyte godt av disse så lenge en ikke har "kontroll med" bløterienes måte å behandle fisken på.

Detaljister

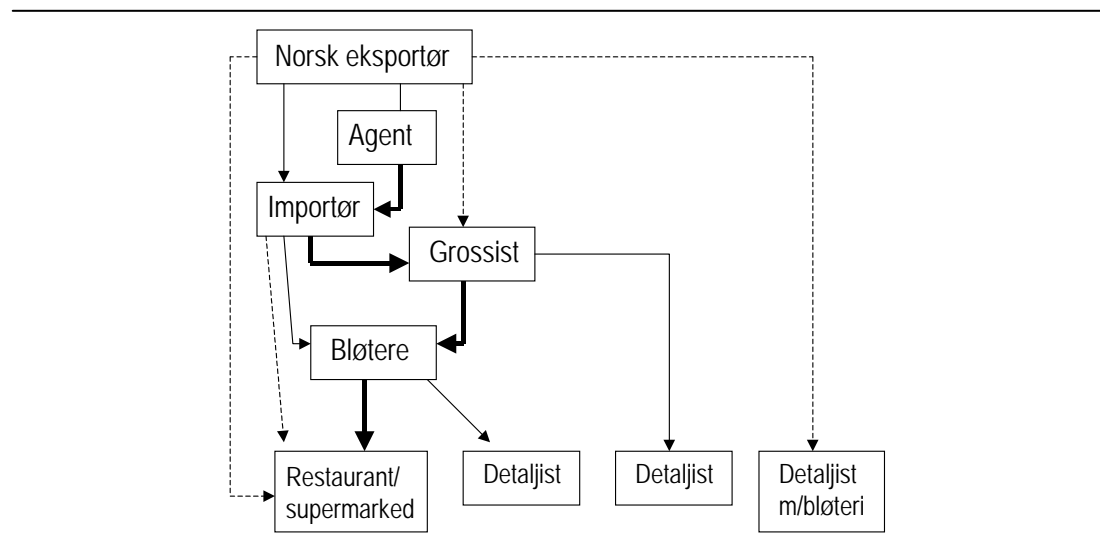
Italia er kjent for sine mange små detaljister eller fiskeforretninger - noen av dem spesialiserte på "stoccafisso norvegese". Tillaging av tørrfiskretter er arbeidskrevende, og fra markedet blir det påpekt at en større og større andel av tørrfisk-konsumet skjer gjennom restaurantsegmentet. Faren i en slik utvikling ligger i at tørrfiskretter blir dyre restaurantretter og dermed ekskluderer potensielle forbrukere samt at unge ikke får særlig kontakt med de gamle mattradisjonene.

Endringer i distribusjonskanalene

Norske eksportører har sviktende rutiner rundt kvalitetsgraderingen av tørrfisk som har forårsaket "horisontal konflikt" i kanalen. Ikke minst gjelder dette tendensen til "kunstige" prisnivå på enkelte kvalitetsgraderinger etter ønske fra italiensk side. Dette er kanskje ment som strategiske virkemiddel i konkurransen mellom importørene, men fungerer like gjerne som villedende informasjonsgrunnlag overfor andre norske eksportører.

I dette punktet vil vi kort skissere distribusjonskanaler for tørrfisk, som så langt er kartlagt. Det er relativt vanskelig å dokumentere den relative fordelingen av kvantum innen de ulike kanaler. En slik kunnskap kan framskaffes gjennom mer fokuserte undersøkelser av distribusjons- og markedskanaler. Dette er en oppgave Fiskeriforskning vil kunne vurdere å ta fatt på.

Det viser seg vanskelig å få konkret og detaljert oversikt over volumet i de enkelte deler av distribusjonskanalene. Hittil har det vært vanlig at tørrfisken går via: *Eksportør* --> *Agent* ---> *Importør* ---> *Grossist* ---> *Detaljist*.



Figur 6 Ulike distribusjonskanaler av tørrfisk

Noen norske eksportører selger direkte til importør, og en del mener utviklingen vil gå denne veien. Blant annet blir det fremhevet at det også i Italia skjer et "generasjonsskifte" der det blant annet kommer til nye importører som går utenom de gamle og etablerte kanalene. Videre har vi mange signaler på at det skjer salg direkte til bløterleddet. Oppsiktsvekkende nok oppnår ikke norske eksportører høyere priser, selv om de går forbi opp til to ledd i kjeden. En del av agentene, som tidligere hadde en relativt sterk posisjon, er derfor i ferd med å med å miste sin betydning (Grønn, 1994).

Valg av ulike kanaler for omsetning gir føringer for egen markedsinnsats. Slikt valg må nøye vurderes i relasjon til strategi, kompetanse og ressurser. Fra norsk side må det være viktig å velge samarbeid (handel) med de aktører som best ivaretar de målsettinger en har for målgrupper, kvalitetsprofil, og som kan gi produktet den nødvendige støtte og oppmerksomhet videre frem i distribusjonskjeden. Et eksempel hvor dette vil ha betydning, er spørsmålet om hvordan *norsk tørrfisk* kan opparbeide en form for merkeidentitet som over tid kan beskytte mot andre konkurrenter (les islandsk fisk). En forutsetning vil i så fall være "samarbeid" med importører som ønsker å spesialisere seg på høykvalitetsprodukter og ikke aktører som er kjent for ensidig fokus på pris, eller er kjent for ombytte av (juks med) kvaliteter.

Norsk forhandlingsstyrke og markedsrett

Vår analyse har gitt klare signaler om at det ikke bare er produksjonskvantumet som bestemmer lønnsomheten i tørrfisknæringa. Den bestemmer bare tilbudet. Hva prisen til slutt blir er på mange måter avhengig av hvordan man velger å organisere salgssiden, med tanke på å utnytte forhandlingsrett (markedsrett).

I vår runde med produsenter, eksportører og tradere, ble det antydning flere årsaksbegrunnelser for prisnedgangen de siste årene. Næringen og andre observatører er ikke enige om årsaksforholdene. Flere me-

ner at "frislipp" av eksportørkorps på norsk side har hatt stor betydning. Nye aktører også på italiensk side (importører) har endret etablerte og tradisjonsrike relasjoner i distribusjonskanalene. Svak økonomi i produsentleddet, og påfølgende press fra finansierer om realisering av varelager, er også nevnt som viktige årsaker til at partier kommer i markedet til unødvendig lave priser.

Et påfallende trekk i bransjen er "mangel på troverdig informasjon". Etter at de gamle systemer for lisensiering av hvert enkelt vareparti gjennom daværende Eksportutvalg for tørrfisk er falt bort, er det ingen "koordinerende" instans med adekvat informasjon om pris/mengdeforhold i markedet. Italienske importører ser ut til å ha klart å utnytte denne situasjonen til egen gevinst.

Det vi mener å se konturene av ut i fra intervju og andre observasjoner, er at noen eksportørers adferd i markedet er svært ugunstig for den samlede norske eksportverdien. Det kan virke som om noen eksportører har større tilbøyelighet enn andre til å gå ned i pris, når italienerne presser på pris. Slik adferd, med stor vilje til å imøtekomme press fra italienerne, innbyr til at italienerne vil forsøke å oppnå enda større reduksjoner i pris. En oppnår fra norsk side en form for priskrig, med regulær fallbydning av tørrfisk. I et fallende marked vil italienerne også være mer avventende med å foreta kjøp til eget lager.

Det en kan antyde er at det er forskjeller mellom eksportørene, der noen er mer disiplinerte, mens andre er mer aggressive på salg.

Et meget viktig spørsmål er; hva er motiv og "rasjonale" for denne atferden? Oppsummert var produsentene, eksportørene og traderne inne på følgende mulige forklaringer på atferden:

- Det ble antydning at noen av de "nye" eksportørene/produsentene har langt lavere kostnader enn de "gamle". Det er selvsagt en reell mulighet at noen er dyktigere og derfor driver mer effektivt enn andre. Dette fordrer en analyse av forskjeller i effektivitet og produktivitet mellom produsentene.
- Det ble også hevdet at enkelte produsenter har lavere kostnader fordi deler av omsetningen er basert på "svart" fisk

- (fisk unndratt omsetning gjennom råfisklaget).
- Videre hevdes det at enkelte aktører blir presset av bankene og må ha salg for å få likviditet til ny sesong. Blant de ulike fiskeproduktene er tørrfisk sannsynligvis det produktet som det er knyttet størst rentekostnad til. Dersom en av de konvensjonelle bedriftene ikke klarer å selge ut fjorårets produksjon før lofotsesongen starter, er bedriften på grunn av lite likvid kapital mer eller mindre ekskludert fra å kjøpe fisk.
 - Det antydes at det er et spesielt "konkurranseklima" i Lofoten, hvor det synes å være viktigere å tjene litt bedre enn naboen enn selv å drive optimalt, eller at næringen totalt sett skal tjene bedre. Denne mer eller mindre irrasjonelle atferden har vært svært ødeleggende for miljøet og den gjensidige tilliten mellom aktørene. Derfor er mulighetene for ulike former for samarbeid og nettverkstiltak redusert.
 - Noen påpeker at mange av dagens eksportører har for liten kunnskap om sortering og produksjon, til å kunne forvalte markedsrett på en fullgod måte. Noen hevder at uerfarne eksportører selger "samfengt" eller på andre ugunstige premisser, sett fra norsk side.
 - En annen årsak til eksportørens atferd, som har blitt nevnt, er at noen få eksportører har en langsiktig strategi med å "kjøre" markedet hardt noen år. Dette skjer ved at en velger å selge til knapt regningssvarende priser, for å få sanert bort noen konkurrerende produsenter, for dernest å ta igjen tapt terreng.
 - Videre blir det nevnt at tradere eller rene eksportører, presser priser på vegne av italienerne, fordi de lever av marginene, uavhengig av salgspris. Det er også nevnt at innbyrdes konkurranse i mellom eksportører om kontrakter er en viktig årsak.

Det at det finnes mange frie tradere er en sentral dimensjon i organiseringen på norsk side, som har klare implikasjoner for norsk evne til å utnytte markedsrett. Men, det er ikke gitt og vi kan ikke dokumentere at det er tradere og nye eksportører som har "skylden" for prisnedgangen på tørrfisk til Italia. Men det kan dokumenteres at den norske

tørrfisknæringa har tapt mye penger som en direkte følge av intern konkurranse. En kommer derfor tilbake til spørsmålet om hva som er den beste organisering for å oppnå og utnytte markedsrett.

Konklusjon

Prisnedgangen på tørrfisk til Italia skyldes både manglende organisering av norske aktører, derunder manglende regulering av produksjonsvolum, samt uhensiktsmessig atferd blant eksportørene. Norske aktører har en klar utfordring i å søke samarbeid, markedsutvikling og -tilpasning. Bedre organisering og disiplinering vil kunne gi mer stabile og høyere priser, som gir en jevnere fordeling av omsetningsverdien mellom Norge og Italia.

Tilvirkere i Lofoten har foran inneværende sesong 1994 (og muligens et par år videre) en unik mulighet til å teste egen styrke som enerådende leverandører av kvalitets-tørrfisk. For å gjøre dette er det sannsynligvis ikke behov for betydelige kvantumsreduksjoner. Gjennom marginale reduksjoner i tilbud, og forbedring av markedsinformasjonssystemer, er det etter vår vurdering gode muligheter til å heve prisene. Næringen bør ikke forsøke å ta ut monopolprofitt, da dette fort kan forsterke konkurransen internt i bransjen ved etablering av nye tilbydere.

Problemstillingen tørrfisknæringen står overfor er grovt sett: Hvordan få mest mulig igjen for de produkter man eksporterer? Dette spørsmålet har to sider. For det første er det nødvendig å "ta ut" mest mulig fra eksportmarkedene. For det andre må tilvirkning og markedsføring skje til lavest mulig kostnad i forhold til det man får igjen.

Samordningsgevinster kan oppnås direkte gjennom økt markedsrett og forhandlingsstyrke. Med markedsrett menes at prisen på det produkt som eksporteres er avhengig av det kvantum som blir eksportert. Tilbyder kan da i prinsippet velge den mest gunstige kombinasjon av kvantum og pris. Utnyttelse av slik markedsrett forutsetter "sentralisert eksport", ikke nødvendigvis påtvunget gjen-

nom myndighetene, men gjerne som frivillig samordning enkeltbedrifter imellom.

En forutsetning for markedsrett er *enten* at produktet som selges er tilstrekkelig forskjellig fra andre konkurrenter (forskjellig fra islandsk fisk), *eller* at norske produsenter har en betydelig markedsandel for produktet. I hvertfall den siste betingelsen burde være oppfylt for norsk tørrfisk i dagens situasjon. Det er mer tvilsomt om den første betingelsen holder, ut fra erfaringene om sammen-

blandinger av kvaliteter mellom norsk og islandsk fisk i Italia.

Tørrfiskeksport til Italia oppfyller etter vår mening vesentlige betingelser for at næringen fra norsk side kan utøve markedsrett. Om slik utøvelse er av interesse, er det i dagens deregulerte næring kun bransjen selv som kan bestemme om det skal skje.



Referanser

- Askildsen, J. E. & B. Singh (1989). Markedsbasert Eksportorganisasjon. SAF rapport.
- Bendiksen, B.I. & B. Dreyer (1980-1993). Driftsundersøkelsen i Fiskeindustrien, årene 1978-1993. Fiskeriforskning.
- Fiskeprodusentenes Fellessalg's årsberetninger 1973-1993, Fiskeprodusentenes Fellessalg, Tromsø.
- Gati, P. (1993). Personlig meddelelse, Eksportutvalget for Fisk, New York.
- Gordon, D.V., Hannesson, R & S. Bibb (1993). Testing for Output Substitution Possibilities in Codfish Processing in Norwa., Senter for Fiskeriøkonomi, NHH, Særtrykk nr. 28.
- Grønn, K. (1994). Personlig meddelelse.
- Grønnhaug, K & R. Hannesson (1988). Markedsbasert eksportstrategi. En analyse av markeder og omsetningsreguleringer av norsk fisk og fiskevarer. Senter for Anvendt Forskning, SAF rapport nr. 3.
- Høyesteretts dom i sak mellom Fiskeprodusentenes Fellessalg og en rekke tilvirkere av tørrfisk (sak lnr 108/1989, nr 21/1988).
- Pedersen, T. (1981). Prosesser og produkter i norsk fiskeindustri. Bind 4: Tørring, salting, røyking. Universitetsforlaget.
- Tande sr., T. & T. Tande jr. (1986). Norsk Tørrfisknærings Historie. Norges Tørrfiskeksportørers Landsforening.
- Toft, A. & T. Bjørndal (1991). Næringsstruktur i Norsk Fiskerinæring. Rapport nr. 3, Fiskeriøkonomisk institutt, NHH.

Kommentar: En sikker vinner i et globalisert matvaremarked?

Bent Dreyer

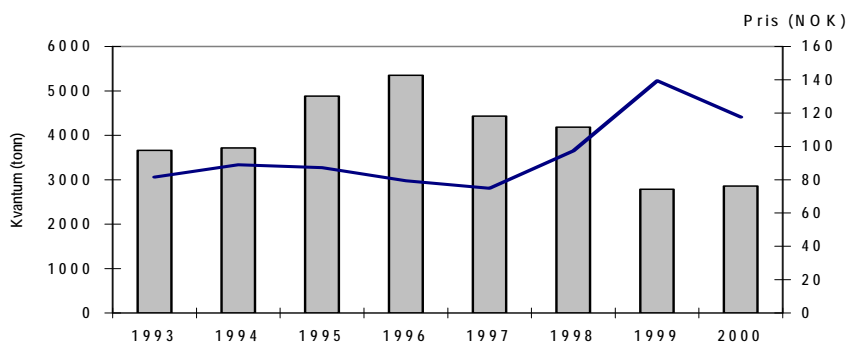
Vinteren 1994 avsluttet Fiskeriforskning en analyse av muligheter og trusler for norsk tørrfisknæring på oppdrag fra Lofoten Regionråd. Oppdraget hadde sitt utspring i et dalende kvantum tørrfisk som ble produsert og en priskurve i fritt fall. Ettersom det på det tidspunktet var nesten utelukkende produsenter i Lofoten som produserte tørrfisk, og produksjonen i det alt vesentlige ble solgt i det italienske markedet, ble oppmerksomheten rettet mot dette markedet og produksjonsstrukturen i Lofoten.

Et viktig faglig element i de analysene som ble gjennomført i prosjektet var verdikjedeanalysen som belyste hvordan verdien på tørrfisken utviklet seg gjennom de ulike leddene fra fangst i Lofoten til prisen den italienske konsument måtte betale. I alt for liten grad blir slike analyser gjennomført for andre fiskeprodukter. Dette er merkelig fordi strategiske tilpasninger ofte må foretas med basis i slik informasjon. En for-

klaring på mangelen på slike analyser er selvsagt at de ulike aktørene ikke vil gi fra seg den informasjonen som er nødvendig.

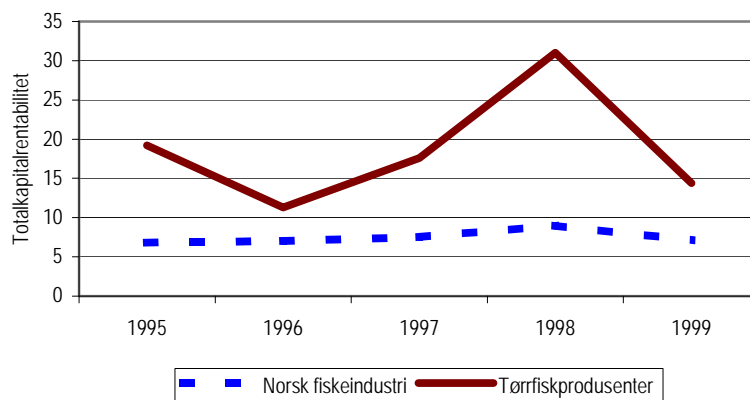
Analysene som ble foretatt i prosjektet hadde en rekke konklusjoner omkring strategiske håndgrep som produsentgruppen burde foreta for å få tilgang på en større del av verdiene i denne verdikjeden. Naturlig nok gikk anbefalingene i retning av hvordan produsentene gjennom organisering kunne styre det totale produksjonsvolum bedre, for på den måte å utnytte sin tilnærmede monopolmakt for å øke sin andel av verdiskapingen.

Prosjektet ble startet opp i en tid hvor tørrfiskprodusentene hadde tapt penger på 1992-produksjonen, tørrfiskkvantumet hadde mer eller mindre kontinuerlig gått ned siden 1983 og prisen var fallende. Analysene konkluderte med noen råd, men kunne ikke svare på hva utviklingen framover ville bli. I figur 7 gir vi en grov skisse av eksportutviklingen fra 1993 og fram til i dag med hensyn på volum og pris.



Figur 7 Norsk eksport av tørrfisk – volum og gjennomsnittspris fra 1993 til 2000 (Kilde: Eksportutvalget for fisk)

Figuren viser at eksportvolumet faktisk tok seg noe opp fra 1993 og fram til 1996. Etter det har kvantumet gått ned til et nivå som ligger under 3000 tonn pr år. Når det gjelder prisen, ser vi at den tok seg kraftig opp i 1998 og 1999, og at den var god også i 2000 til tross for en tilbakegang fra toppåret 1999.



Figur 8 Lønnsomheten hos tørrfiskprodusenter sammenlignet med øvrig norsk fiskeindustri (Kilde: Bendiksen & Isaksen, 2000)

Undersøkelsen som ble gjennomført i 1993 var sterkt forankret i struktur- og lønnsomhetsdata fra Driftsundersøkelsen. Dersom vi tar utgangspunkt i denne, viser de oppdaterte tallene at strukturen blant produsentene har endret seg lite de siste årene. Det er fortsatt Lofoten som er det sentrale området for produksjon, og antall produsenter og kapasitet er noenlunde den samme i dag som den var for syv år siden. I figur 7 har vi sammenlignet lønnsomheten til de bedriftene som er tyngst inne i tørrfiskproduksjonen med gjennomsnittet for den totale norske fiskeindustrien.

Til tross for avtakende volum, ser det altså fortsatt ut til at tørrfiskproduksjon er noe med det mest lønnsomme norsk fiskeindustri kan drive med. Dersom vi holder tallene i figur 7 og figur 8 opp mot hverandre, har hovedkonklusjonen fra 1994 fortsatt sin gyldighet ved at lønnsomheten for produsentene er avhengig av hvor stort det årlige totalvolumet blir. Tallene tyder imidlertid på at det optimale kvantumet er noe mindre enn hva det var på begynnelsen av 90-tallet.

Avisoverskriftene i januar bærer bud om at tørrfiskprodusentene ved inngangen til årets produksjon (2001) sitter med et lager på 1000 tonn tørrfisk. Markedet er fortsatt begrenset til Italia. I så måte synes dagens utfordringer å være de samme som da konklusjonene ble trukket i 1994. Det at disse nå repeteres gjennom at artikkelen fra 1994 trykkes på nytt kan derfor være nyttig.

Tørrfiskproduksjonen har imidlertid vært gjennom en rekke endringer siden 1994. Blant annet har det vært et generasjonsskifte blant agentene i Italia, flere produsenter i Lofoten har gått sammen i felles salgs- og markedselskap, den strukturelle turbulensen har fått "satt seg" etter endringene i eksportlovgivingen og Lofotens suksess som turistmål har gitt en nye og større arena for markedsføring av tørrfisk. I lys av disse endringene og det faktum at eksportvolumet ser ut til å følge en langsiktig negativ trend er det kanskje på sin plass å gjennomføre en ny analyse av muligheter og trusler. Tørrfiskproduksjon og handel med denne gamle eksportartikkelen oser av historie, kultur og erfaringsbasert kunnskap. I så måte er det nødvendig å trekke med seg kunnskap fra tidligere analyser for å bringe denne næringen videre i et stadig mer globalisert matvaremarked. Og nettopp i dette markedets framtidige krav til matvaresikkerhet, økologisk bærekraft, energiforbruk, tradisjon og særegen smak ligger kanskje kimen til en ny vår for ett av våre eldste eksportprodukter.



Referanser

Bendiksen, B.I. & J.R. Isaksen (2000). Driftsundersøkelsen i fiskeindustrien – Oppsummering av inntjening og lønnsomhet i 1999. Rapport 20/2000, desember, Tromsø: Fiskeriforskning. Eksportutvalget for fisk, Norsk eksport av sjømat – Månedstatistikk.