

Kristján Hjaltason, DV, 9. Desember 2014

Útlit er fyrir að hagnaður í íslenskum sjávarútvegi gæti dregist saman á næstu árum ef fyrirtæki bregðast ekki við samdrátti í afla. Kristján Hjaltason benti á þennan samdrátt í máli sínu á Sjávarútvegsráðstefnunni nýverið en hann er einn af stofnendum hennar. Milli áranna 2013 og 2015 er líklega um 300.000 tonna samdrátt í heildarframboði sjávarafurða frá Íslandi að ræða en Kristján segir mikilvægt að íslensk fyrirtæki geri ráðstafanir. Heildarframboð sjávarfangs frá Íslandi mun fara úr 1.440.000 tonnum árið 2013 í 1.180.000 tonn í ár. Þá spáir Kristján enn frekar samdrætti árið 2015 eða 1.140.000 tonnum. Mestu munar um samdrátt í uppsjávarveiðum en gríðarlegur uppgangur hefur verið í þeim geira undanfarin ár. Helst vegna mikillar makrílgengdar. Heildarútflutningstekjur námu 278 milljörðum árið 2012 en 282 milljörðum árið 2013. Kristján spáir því að útflutningsverðmæti verði um 260 milljarðar í ár og árið 2015.

##Fyrirtæki bregðist við

„Markmið mitt var að vekja athygli á því sem mun gerast svo fyrirtæki geti undirbúið sig og gert ráðstafanir, meðal annars með því að gera meiri verðmæti úr minni afla,“ segir Kristján í samtali við DV. „

Kristján telur skilvirkustu leiðina til að draga úr kostnaði að hagræða í útgerðinni. „Stærsti kostnaðurinn er útgerðarkostnaður. Því þarf að skoða hvort hagræða megi á því sviði. Nota færri skip til að ná í aflann. Á móti kemur að olíuverð fer lækkandi sem dregur úr kostnaði.

##Uppgangur í ferskum þorski

„Varðandi vinnsluna er þetta spurning um að framleiða dýrari vöru og fá hærra verð á hvert kíló. Sú þoun sem við höfum séð í ferskum þorski undanfarin ár er til dæmis mjög jákvæð,“ en fersk þorskflök og bitar eru verðmætasti einstaki afurðaflokkurinn í

greininni. Útflutningur á ferskum þorskflökum og bitum hefur meira en tvöfaldast frá árinu 2008. Þrátt fyrir þessa jákvæðu þróun megi enn gera betur þar sem afurðaverð þorsks á hvert hráefniskíló hafi lækkað á síðustu árum. Það stóð í 412 kr/kg árið 2012 en 380 kr/kg árið 2013. Þó nokkrar verðsveiflur hafa verið á mörkuðum. Miklu munar um verðþróun á Frakklandsmarkaði sem er mikilvægasti markaður íslenskra fyrirtækja fyrir ferskar þorskafurðir. Á Frakklandsmarkaði fór meðalkílóverð fyrir þorskhnakka (bita) úr 10 evrum árið 2011 í 7,5 evrur árið 2013 samkvæmt tölum frá Hagstofunni.

##Skammtímagróði og óvissa

Kristján segir erfiðara að spá fyrir um þróun á mörkuðum og jafnvel varasamt að elta verð of mikið. „Það er ómögulegt að segja til um nákvæmlega hvernig verð mun þróast á mörkuðum. Íslensk fyrirtæki hafa í gegnum tíðina verið of gjörn á að elta verð og skammtímagróða. Missa þannig markaðsstöðu. Þó eru nokkur fyrirtæki sem standa sig mjög vel, halda góðu verði og sterkri stöðu á sömu mörkuðunum ár eftir ár.“

Ein helsta óvissan á næstu misserum er varðandi markaði fyrir uppsjávarfisk þar sem Rússland er mikilvægasta markaðssvæðið og Úkraína kemur næst í röðinni.

##Markaðssetja uppruna

Þátt fyrir þessa óvissu og samdrátt í afla sér Kristján mikið tækifæri í því að huga að aukinni markaðssetningu í íslenskum sjávarútvegi. Markaðssetja íslenska sérstöðu og aðgreina íslenskar vörur sem sé flókið en verðugt verkefni.

„Uppsjávarfiskurinn er mikil magnvara og þar ertu oft með minni sérstöðu. Hinu megin, eins og í frysta bolfisknum er Ísland yfirleitt með gott orð á sér og fær yfirleitt hátt verð. Ástæðan er jákvæð ýmind og vöruvöndun. En menn hafa samt ekki verið duglegir við að auglýsa eða kynna íslenskan uppruna. Við erum til dæmis að keppa við lönd eins og Noreg og Alaska sem setja töluverða fjármuni í að kynna uppruna sinna afurða.“

##Íslenskur uppruni ósýnilegur

Kristján nefnir sem dæmi það sem fram komi í máli Svisslendingsins Rüdiger Buddruss á Sjávarútvegsráðstefnunni. Þar kom fram að Svisslendingar tengdu nánast aldrei við Ísland þegar kom að sjávarafurðum. Mun frekar við Noreg, Alaska, Kanada, Danmörku og Grænland jafnvel.

Sömu sögu má til dæmis segja í Bandaríkjunum. Samkvæmt markaðsrannsókn Norwegian Seafood Council frá árinu 2012 tengdi aðeins 3% aðspurðra við Ísland sem framleiðanda sjávarafurða. Markhópurinn var fólk á aldrinum 20-65 ára sem neytti sjávarafurða minnsta 1-3 sinnum í viku. Flestir tengdu við Bandaríkin/Alaska sem framleiðanda eða 55%, 27% við Kína og 14% við Noreg.

Annað merkilegt sem kom fram í þeirri rannsókn var að fleiri könnuðust við vörumerkið Skrei heldur en við Noreg og Ísland sem framleiðendur þorskaforða. Skrei er norskur vertíðarþorskur sem Norðmenn hafa markaðsett með miklum móð undanfarin ár. Fiskur sem er engu betri en annar gæðarþorskur en samt fást fyrir hann töluvert betri verð. Buddruss nefndi þetta einnig sérstaklega í ræðu sinni á ráðstefnunni. Þar er skýrt dæmi um markaðssetningu í sjávarútvegi sem hefur borið árangur.

##Samkeppnin ekki í næsta firði

Kristján nefnir stöðu íslenskra fyrirtækja á karfamarkaði í Þýskalandi sem vannýtt tækifæri í markaðssetningu. „Við erum langstærstir á þessum markaði en samt hefur okkur mistekist að tengja tegundina eða afurðina við Ísland.“

Kristján segir vandamálið vera að Íslendingar hafi aldrei getað komið sér saman um hvernig eigi að standa að þessum málum. „Íslensk fyrirtæki eru oft of upptekin af samkeppni sín á milli. Samkeppnin við fyrirtækið í næsta firði er í þriðja eða fjórða sæti. Aðalsamkeppnin er við aðrar tegundir og vörur frá öðrum löndum. Skammtímahagnaður getur oft blindað framtíðarsýn.“

Í Noregi er tekin ákveðin prósentu af hverju útfluttu kíló

sjávarfangs. Það er síðan Norwegian Seafood Council sem heldur utan um markaðsstarfið og markaðssetningu hvernar tegundar veltur á þeim verðmætum sem hún skapar. NSC er því orðið mikilvægur gagnagrunnur fyrir norsk sjávarútvegsfyrirtæki þar sem þau geta nálgast markaðs- og neytendarannsóknir og fengið ráðgjöf og aðstoð með markaðssetningu.

##Ný samtök vekja von

Kristján telur skynsamlegt að íslenskur sjávarútvegur skoði sambærilegt fyrirkomulag. „Kannsi næst breiðari samtaða um eitthvað slíkt með stofnun þessara nýju samtaka,“ segir Kristján og vísar þar til Samtaka fyrirtækja í sjávarútvegi. Að þeim standa bæði Landssamband íslenskra útvegsmanna (LÍÚ) og Samtök fiskvinnslustöðva (SF).