

Et sjømatmarked i vekst

Norsk laks blir stadig mer populært i Tyrkia. Importørene ber Norge tenke langsiktig og generelt bli flinkere til å markedsføre produktene for tyrkiske forbrukere.



Tradisjonelt kjøper tyrkerne sin fisk hos fiskehandleren i gata, men i dag har man også moderne supermarkedkjeder med flotte fiskedisker som har et stort utvalg av fisk og sjømat. Foto: Nofima

To ulike faktorer spiller sammen og gjør at Tyrkia er et ekstra interessant marked for norske sjømateksportører akkurat nå.

For det første har de krise i egne fiskerier. På grunn av lang tids overfiske i havområdene rundt Tyrkia og en beskjeden akvakulturnæring, er tilgangen til sjømat begrenset, og landet er mer avhengig av import. For det andre er også i Tyrkia en økende del av befolkningen opptatt av å spise sunnere. De ønsker derfor å erstatte flere av de tradisjonelle kjøttrettene med sjømat.

– Tradisjonelt kjøper tyrkerne sin fisk hos fiskehandleren i gata, men i dag har man også moderne supermarkedkjeder med flotte fiskedisker, som har et stort utvalg av fisk og sjømat. I et supermarked fant vi til og med en levende kongekrabbe, forteller forsker Gøril Voldnes i Nofima.

Muligheter og utfordringer

– Norsk makrell eksporteres fryst, og har hatt en sterk posisjon på det tyrkiske markedet de siste 25

årene. Makrell er veldig populært som «balik ekmek», en type sandwich med makrell og salat som selges mye på gata som fastfood, sier hun. De siste par årene viser statistikken for alvor en vekst når det gjelder fersk laks. Det kan skyldes blant annet at den er god å grille, noe som er svært populært i det tyrkiske kjøkken. I tillegg har også sushitrenden begynt å ta av i Tyrkia, og her er norsk laks en av hovedingrediensene, forklarer forskeren.

Nofima har sett på muligheter og utfordringer for norsk sjømat i Tyrkia. Når det gjelder utfordringer, spiser tyrkere generelt lite sjømat, og har lite kunnskap om fisk.

– Dette varierer selvsagt litt ut fra hvor nært kysten de bor, men i snitt er mengden på bare seks kilo sjømat per person per år. Det er lite sammenliknet med Norge, hvor vi spiser rundt 40 kilo sjømat per person i året. Lite kunnskap om fisk har til og med skapt myter om at fet fisk kombinert med melkeprodukter kan være farlig.

Tyrkia – et sjømatmarked i vekst

For å øke konsumet kreves informasjon og kampanjer som kan bidra til å lære forbrukerne nye matvaner. I tillegg er de vant til å kjøpe hel fisk med hode og gjeller for selv å kunne sjekke ferskheten.

På fiskemarkeder så vi at de gjerne vrent ut gjellenene for å vise hvor fersk fisken var. Det er også en del ikke-tarrifære handelshindringer med et tyrkisk byråkrati som stadig finner på nye regler.

Fersk = norsk fortrinn

Mange tyrkere har allerede fått smaken på norsk laks og populariteten øker. Det har fått Marine Harvest til å etablere seg i landet i løpet av 2015. Lerøy har allerede vært i landet i en lengre periode.

– Det er den ferske laksen som er Norges fortrinn i Tyrkia. Hvis tyrkerne skulle begynne å etterspørre frysede fileter, vil den norske laksen få tøff konkurranse fra for eksempel Chile. Norge kan, som den eneste eksportøren, frakte fersk laks til Tyrkia med bil, og har derfor et stort fortrinn i dette markedet som foretrekker fersk sjømat.

Sild, sei og torsk er også forsøkt introdusert på det tyrkiske markedet. De to førstnevnte med gode resultater. Silda fordi den selges hel og gjør seg på grillen, seien fordi den i smak minner om lokale arter og er billig.

Silda er populært på grunn av en betydelig turisme fra Øst-Europa og Tyskland. Sei etterspørres, men tilbys ikke lenger fra norske eksportører. Tyrkia henter derfor denne fisken fra Island.

Torsk vanskelig

Torsk har så langt ikke hatt noen suksess i forbrukermarkedet, men kan være aktuell for restaurantmarkedet. Med om lag 35 millioner tilreisende hvert år, er Tyrkia en betydelig turistdestinasjon. En økt interesse for internasjonal kokekunst og ikke minst en gryende gourmet-trend i restaurantene, gjør at torsken tas godt imot blant kjøkkensjefene. Via restaurantene er det på sikt mulig å øke interessen hos forbrukerne.

– I gjennomsnitt spiser tyrkiske familier ute på restaurant to-tre ganger i uka, og det er også vanlig å kjøpe lunsjen ute. Derfor er restaurantmarkedet en interessant inngang for flere norske sjømatprodukter, sier Voldnes.

Fakta om sjømat og Tyrkia

- Makrell er foreløpig den arten som har slått best an i Tyrkia. Norge eksporterte i 2015 om lag 24 tonn makrell til Tyrkia. Norsk makrell har vært på markedet i 25 år, og landet har jevnt importert cirka 20 tonn makrell årlig de siste fem årene.
- Laks er nå synlig i de fleste fiskedisker og restauranter i Istanbul, og interessen er økende. I 2015 importerte Tyrkia rundt 8 millioner tonn fra Norge. Det er tilnærmet en dobling de siste fem årene og forventes å fortsatt øke.
- Sei etterspørres fra tyrkiske importører da den er billig og lik på smak med arter fra egne farvann, men det er vanskelig å få tak i norsk sei slik at Island her er foretrukken samarbeidspartner.
- Sild har økt i etterspørsel i Tyrkia, blant annet som følge av økt turisme fra Russland og Øst-Europa.
- Torsken har en utfordring i Tyrkia fordi den ser annerledes og smaker annerledes enn hvitfisk de er vant til. Her er restaurantmarkedet foreløpig best egnet for satsing.
- Tyrkiske importører er vant til å bygge gode relasjoner med sine leverandører over tid, og er et marked som må pleies jevnlig.
- Mer markedsføring og opplæring knyttet til sjømat er nødvendig for å øke salget av sjømat i Tyrkia.

Kontaktperson



Gøril Voldnes

Forsker
Telefon: +47 926 40 722
goril.voldnes@nofima.no

Matforskningsinstituttet Nofima driver forskning og utvikling for fiskeri-, havbruks- og matnæringene.

Tlf: 02140 | post@nofima.no | www.nofima.no