

UTVIKLING OG TILRETTELEGGING AV FELLES SALG / PROFILERING AV KONSUM BIPRODUKTER

BINOR PRODUCTS AS ble etablert i 2004 med fire likeverdige eiere

- Rolf Jentoft AS
- Gunnar Klo AS
- Kræmer AS
- Båtsfjordbruket AS

Fra 2004 til 2006 var en person ansatt som ansvarlig leder for Binor. Fra sommeren 2006 har Binor inngått en managementavtale med Nordic Group AS. Målet er å ansette en person i full stilling.

I utgangspunktet så skulle Gustav Eidsaune holde dette foredraget, men måtte frafalle på grunn av reise. Jeg er derfor stedfortreder, heter Knut Harald Rørtveit, og mitt engasjement i Binor er oppfølging av produsentene.

FORRETNINGSIDÈ

Markedsføring og salg av biprodukter til konsum fra torskefiskeriene i den hensikt å øke den totale verdiskapningen i næringen, og bidra til økt konkurransekraft der Norge har en klar komparativ fordel med nærhet til fiskeressursene.

Konkurransen fra lavkostland må møtes med økt utnyttelse og lønnsom verdiskapning av hele fisken.

Etter 2 år med informasjon og veiledning til produsentene om Binors eksistens og muligheter, så går fortsatt store mengder biprodukter til ensilasje, andre forråstoffer eller kastes. Dette gir minimal verdiskapning og representerer i mange tilfeller en kostnad.

Gjennom kontinuerlig markedsbearbeidelse og utvikling av produksjon av nye produkter og markeder, skal Binor således bidra til at verdifullt råstoff gjennom industriell produksjon benyttes til verdiskapende konsumprodukter som gir positive bidrag til næringsaktørene. På den måten kan man samle produsentene om en felles markedsføring og salg mot markedene.

MARKEDSVURDERING

Asia er det markedet hvor man ser de største mulighetene for norske biprodukter til konsum. De har tradisjon på å utnytte alle deler av fiskeråstoffet i mye større grad enn vi har. Man har derfor så langt konsentrert innsatsen om de asiatiske marked og de mulighetene som ligger der for norske biprodukter til konsum.

Etter et besøk i Sør Korea og Kina ble dette ytterligere bekreftet.

For øyeblikket er markedssituasjonen i Asia for eksempelvis torskemelke, ganske utfordrende pga. store lager. Men Binor ser også på alternative markedsmuligheter.

Av andre viktige marked for biprodukter kan nevnes Nigeria som for det meste tar tørkede produkter som for eks. torskehoder. Det går også mange ulike biprodukter til mange av EU-middelhavslandene.

KUNDENE

Kundene varierer fra marked til marked avhengig av produksjons- og distribusjonsstruktur. Erfaringen så langt er at salg bør skje til større selskaper som driver internasjonal handel med sjømatprodukter og som enten foredler og distribuerer produktene selv eller videreselger til lokale produsenter og distributører.

Den type kunder arbeider ikke bare med biprodukter, men etterspør vanligvis et helt sortiment av rødfisk, hvitfisk og andre marine produkter.

I Japan vil det være de store handelshus om har egne sjømatavdelinger.

I Kina er det en helt annen kundegruppe, gjerne distributører av mindre størrelse. Kundene som produserer biprodukter er ofte små familiebedrifter som ikke har kapital eller lagerplass til å kjøpe større volum, men kjøper helst fra dag til dag, noen fra uke til uke.

I Korea omsettes i siste ledd all sjømat via selskaper som er aktive i auksjonssystemet. Utenlandske produkter importeres enten av disse aktørene eller av selvstendige importører.

PRODUKTBESKRIVELSE

Målet er som nevnt å utnytte alle biprodukter av fisken, men så langt har det vært melke av torsk som har vært mest aktuelt, og som har gitt resultater.

Av andre produkter kan nevnes torskemager, bearbeiding av torskehoder samt ryggfilet og svømmeblære.

MARKEDSFØRING OG SALG

Binor har valgt å konsentrere innsatsen til Asia, først og fremst Korea, Kina og Japan. Etter hvert som selskapet får fotfeste med faste leveranser i de valgte markedene vil arbeidet med gradvis å utvide sortiment og kundebase bli prioritert. Så langt har vi en kontrakt med en importør i Sør-Korea som skal markedsføre og selge frossen melke og torskemager til Korea, fersk melke til Japan. Det er også interesse for melke av sei og hyse

SALG OG PROFILERING AV BIPRODUKTER

Det er utviklet standardiserte spesifikasjoner for noen produkter, bl.a. melke og dette er i samarbeide med kundene.

Spesifikasjoner utvikles etter hvert for alle nye produkter og vil ligge til grunn for all norsk produksjon for Binor

Man "kjører" også med egen logo som skal benyttes på alt av korrespondanse etc. og produkter – og som blir en viktig del av profileringen av biprodukter til konsum

KONKURRENTENE

Av flere fiskerinasjoner som Island, USA, New Zealand og Canada som vi konkurrer med, er det Island som har kommet lengst når det gjelder produkter- og markedsutvikling av biprodukter til konsum og vil klart være den sterkeste konkurrenten for norske biprodukter.

STATUS i dag.

Det har blitt mer fokus på dette med å ta vare på BP – bl.a. er det flere som setter opp sløyelinjer for å bedre muligheten til å utnytte BP. Det kan også nevnes at det pågår et prosjekt hvor 6 kystbåter har avtale med utvalgte mottak med avtale om levering av BP – og hvor da Binor er med på salgs siden.

Det ble gjort en markedsreise i november 2006 til Kina på fiskerimesen i Quindau og besøk til Seoul i Sør Korea. Auksjonsmarkedet og fiskemarkedet i begge land er imponerende, og alt av fisk og biprodukter av fisk omsettes her. Mye av biproduktene blir brukt i suppe som har lange tradisjoner i Asia. Det er et marked med stort potensial, men det er viktig at man begynner med produkter som vi kan produsere/eksportere i større mengder, for så å fortsette med flere nye produkter.

Kina som marked har vel enda større potensiale, men kundene er mange og små, og utfordringene er kapital og lager. Vi har dialog med flere mulige importører som kan holde lager og distribuere til de mindre kundene.

I 2006 ble det produsert og solgt ca 200 tonn med frossen torskemelke.

Utviklings prosjektet BINOR FREM TIL NÅ

Binor har hatt et godt samarbeid med Innovasjon Norge – IN - i Nordland, Troms og Finnmark, og har fram til nu i står grad vært finansiert gjennom IN og FHL, (Fiskeri og Havbruksnæringens Forskningsfond), samt bidrag fra eget salg. Forutsetningen for videreføring av prosjektet er fortsatt støtte, og det er nu bekreftet fra IN at de vil være med å bidra i det videre arbeid.

VISJON

”HELE FISKEN I BRUK FOR ØKT LØNNSOMHET OG KONKURRANSEKRAFT.”



**UTVIKLING OG TILRETTELEGGING AV
FELLES SALG/ PROFILERING AV KONSUM
BIPRODUKTER**

BINOR PRODUCTS AS



- ROLF JENTOFT AS
- GUNNAR KLO AS
- KRÆMER AS
- BÅTSFJORDBRUKET AS

- MANAGEMENT NORDIC GROUP AS



- FORRETNINGSIDE
- MARKEDSVURDERING
- KUNDENE
- PRODUKTBESKRIVELSE



- MARKEDSFØRING OG SALG
- PROFILERING
- KONKURRENTENE
- STATUS



- BINOR FRAM TIL NÅ
- VISJON:
- *"HELE FISKEN I BRUK FOR ØKT LØNNSOMHET OG KONKURRANSEKRAFT"*