

**Nærings- og fiskeridepartementet
Pb. 8090 Dep.
0032 Oslo**

Angående forslag til «Forskriftsendringer vedrørende eksport av fisk og fiskevarer»

Helt siden Eksportutvalget for fisk ble opprettet, har det vært diskusjoner om både størrelsen på eksportavgiften og om hvem som er best i stand til å markedsføre norsk sjømat, den enkelte eksportør eller Sjømatrådet. Generisk markedsføring har også vært heftig diskutert opp gjennom årene.

Havbruksnæringen så tidlig nytten av arbeidet som gjøres gjennom Sjømatrådet, og har tidvis pålagt seg selv økt markedsavgift. I Sjømatrådets pionertid var det få – om noen – røster fra oppdrettsnæringa som var uenige i måten arbeidet ble organisert på.

Norsk laks er på grunn av den gode og massive markedsføringen næringa har gjennomført i samarbeid med Sjømatrådet blitt en suksess ute i markedene.

Det samme kan ikke sies om hvitfisksektorene.

Allerede fra begynnelsen var det bedrifter og personer knyttet til bedrifter i hvitfisksektorene som tok til orde for at dette var bortkastede penger, at dette var de i stand til å gjøre bedre sjøl, at det hadde årelang erfaring som eksportører osv osv. For en observatør i næringa gjennom hele Sjømatrådets levetid, er det interessant å observere at det er representanter for de samme virksomhetene som hele tiden har målbåret misnøye og kritikk av Sjømatrådet.

Mens oppdrettsnæringen var målbevisste, holdt hvitfisknæringen igjen og holdt avgiften på en lavere nivå. Resultatet er at i norsk hvitfisknæring ligger 20 år etter oppdrettsnæringa når det gjelder å opparbeide posisjon i markedet. Dette til tross for at enkelte hvitfiskeksportørene etter egne utsagn har lang erfaring i markedene.

Norges Kystfiskarlag har tidligere gitt uttrykk for at Norge, som står for i underkant av 5% av verdenseksporten av villfanget fisk, burde vært i stand til å få større verdi ut av fisken vi eksporterer. Dette kan vi ikke oppnå ved å konkurrere innbyrdes, det kan vi kun klare gjennom utstrakt samarbeid. Ved å innse at vi ikke konkurrerer med hverandre, men med produsenter fra andre regioner og matvarer fra andre sektorer (kjøtt, kylling), kan vi samarbeid om å få økt verdi av hver kilo fisk vi eksporterer. På denne måten vil vi kunne øke den totale verdien av norsk sjømatnæring, som jo er både denne og forrige regjerings målsetting.

Norges Kystfiskarlag er derfor av den oppfatning at Sjømatrådet bør styrkes som organisasjon, ikke svekkes. En differensiering av satsene for de ulike sektorene, som her innebærer reduksjon i satsene for laks, ørret og pelagisk fisk fra henholdsvis 0,75 pst. til 0,4 pst. (alternativt 0,5), vil føre til en betydelig reduksjon i inntektsgrunnlaget for Sjømatrådet.

Dette mener vi er svært uheldig, og vi er derfor uenig i departementet sitt forslag om å senke markedsavgiften for denne sektoren.

Vi har også lagt merke til at et av de store oppdrettsselskapene ønsker å redusere markedsavgiften kraftig, med henvisning til den store summen de betaler. Vi har også lagt merke til at representanter for myndighetene har vist forståelse for et slikt argument. Norges Kystfiskarlag mener at man ikke skal se avgiftsummen isolert, men se den i sammenheng med både omsetning og inntjening i det aktuelle selskapet – som begge deler viser seg å ligge på et meget høyt nivå.

Å redusere eksportavgiften for at dette selskapet skal få mindre avgiftsbelastning, vil være hemmende for næringa som helhet.

Dette selskapet har fått anledning til å kjøpe seg opp med konsesjoner og lokaliteter i slik mengde at markedsavgiften er kommet opp i så store beløp.

Det vil derfor være galt at et selskap skal få redusert avgift i forhold til konsesjoner og lokaliteter enn de små og mellomstore selskapene. Det vil i realiteten være å redusere mulighetene for å opprettholde trykket i markedsføringen av norsk sjømat slik at våre produkter fremdeles er blant de fremste matvarene.

I stortingsmeldingen Meld. St. 22 (2012-2013) «Verdens fremste sjømatnasjon» som kom for to år siden, lanserte daværende regjering sine forslag til langsiktig politikk for sjømatnæringa. Her var ett av tiltakene som ble presisert for målsetningen om å bli verdensledende innen sjømat, at man skulle videreføre og videreutvikle Sjømatrådet for å sikre god profilering av norsk sjømat både nasjonalt og internasjonalt (s. 95).

Å kutte markedsavgiften vil etter vårt syn svekke Sjømatrådets rammevilkår på en måte som vil gå på bekostning av overnevnte målsetning. At forslaget om kutt i markedsavgiften kommer fra en bransje som selv til de grader har nytt godt av den generiske markedsføringen gjennom flere år, samtidig som departementet nylig sendte på høring en svært ambisiøs vekstplan for norsk lakse- og ørretoppdrett, fremstår etter vårt syn som paradoksalt.

Når det gjelder endringsforslag til styrevalgprosess, har vi ingen andre merknader enn at Norges Kystfiskarlag og Norges Sjømannsforbund bør tas med i ”foretak og organisasjoner i næringen” som kan skal kunne fremme forslag om kandidater til styret.

Arne R Hole
Fung dagl leder

Annsofie Kristiansen
Rådgiver