



ÅRSREGNSKAPET FOR REGNSKAPSÅRET 2021 - GENERELL INFORMASJON

Enheten

Organisasjonsnummer: 988 597 627
Organisasjonsform: Aksjeselskap
Foretaksnavn: NORGES SJØMATRÅD AS
Forretningsadresse: Stortorget 1
9008 TROMSØ

Regnskapsår

Årsregnskapets periode: 01.01.2021 - 31.12.2021

Konsern

Morselskap i konsern: Nei

Regnskapsregler

Regler for små foretak benyttet: Nei
Benyttet ved utarbeidelsen av årsregnskapet til selskapet: Regnskapslovens alminnelige regler

Årsregnskapet fastsatt av kompetent organ

Bekreftet av representant for selskapet: Steinar Øvergaard
Dato for fastsettelse av årsregnskapet: 01.06.2022

Grunnlag for avgivelse

År 2021: Årsregnskapet er elektronisk innlevert
År 2020: Tall er hentet fra elektronisk innlevert årsregnskap fra 2021

Det er ikke krav til at årsregnskapet m.v. som sendes til Regnskapsregisteret er undertegnet. Kontrollen på at dette er utført ligger hos revisor/enhetens øverste organ. Sikkerheten ivaretas ved at innsender har rolle/rettighet for innsending av årsregnskapet via Altinn, og ved at det bekreftes at årsregnskapet er fastsatt av kompetent organ.

Brønnøysundregistrene, 06.07.2023



Resultatregnskap

Beløp i: NOK	Note	2021	2020
RESULTATREGNSKAP			
Inntekter			
Markedsavgift		458 350 000	402 789 000
Årsavgift	4	7 635 000	7 830 000
Øvrige inntekter		828 000	1 208 000
Sum inntekter		466 813 000	411 827 000
Kostnader			
Personalkostnad adm.	5	16 301 000	15 446 000
Personalkostnad operasjonelle	5	34 495 000	33 651 000
Personalkostnad utekontor	5	35 237 000	35 329 000
Personalkostnad øvrig	5	1 725 000	1 319 000
Avskrivninger	2	1 318 000	1 193 000
Annen adm. kostnad		13 362 000	12 635 000
Annen kostnad utekontor		10 331 000	10 283 000
Informasjon og beredskap		7 012 000	8 780 000
Markedsinvesteringer	6	295 700 000	286 132 000
Markedsinformasjon		18 972 000	20 534 000
Markedsadgang		3 863 000	1 071 000
Sum kostnader		438 316 000	426 373 000
Driftsresultat		28 497 000	-14 546 000
Finansinntekter og finanskostnader			
Annen renteinntekt		2 341 000	4 905 000
Annen finansinntekt		2 738 000	3 221 000
Sum finansinntekter		5 079 000	8 126 000
Annen rentekostnad		79 000	151 000
Annen finanskostnad		2 253 000	4 326 000
Sum finanskostnader		2 332 000	4 477 000
Netto finans		2 747 000	3 649 000
Ordinært resultat før skattekostnad		31 244 000	-10 897 000
Ordinært resultat etter skattekostnad		31 244 000	-10 897 000



Resultatregnskap

Beløp i: NOK	Note	2021	2020
Årsresultat	1	31 244 000	-10 897 000



Balanse

Beløp i: NOK	Note	2021	2020
BALANSE - EIENDELER			
Anleggsmidler			
Immaterielle eiendeler			
Varige driftsmidler			
Driftsløsøre, inventar, kontormaskiner og lignende	2	1 302 000	2 079 000
Sum varige driftsmidler		1 302 000	2 079 000
Finansielle anleggsmidler			
Investeringer i aksjer og andeler	3	14 000	14 000
Sum finansielle anleggsmidler		14 000	14 000
Sum anleggsmidler		1 316 000	2 093 000
Omløpsmidler			
Varer			
Fordringer			
Kortsiktige fordringer		9 625 000	6 787 000
Tilgode offentlige avgifter		8 140 000	18 678 000
Påløpt markedsavgift		88 936 000	71 777 000
Sum fordringer		106 701 000	97 242 000
Investeringer			
Obligasjonsfond	3	106 002 000	105 194 000
Pengemarkedsfond	3	81 794 000	81 190 000
Sum investeringer		187 796 000	186 384 000
Bankinnskudd, kontanter og lignende			
Bankinnskudd	7	124 504 000	125 301 000
Sum bankinnskudd, kontanter og lignende		124 504 000	125 301 000
Sum omløpsmidler		419 001 000	408 927 000
SUM EIENDELER		420 317 000	411 020 000



Balanse

Beløp i: NOK	Note	2021	2020
BALANSE - EGENKAPITAL OG GJELD			
Egenkapital			
Innskutt egenkapital			
Aksjekapital	1	50 000 000	50 000 000
Annen egenkapital	1	197 383 000	166 139 000
Overkurs	1	57 861 000	57 861 000
Sum innskutt egenkapital		305 244 000	274 000 000
Sum egenkapital		305 244 000	274 000 000
Sum langsiktig gjeld		0	0
Kortsiktig gjeld			
Skyldige offentlige avgifter		3 725 000	3 526 000
Leverandørgjeld		82 541 000	66 220 000
Forskuddsbetalt årsavgift		7 155 000	6 975 000
Annen kortsiktig gjeld		21 652 000	60 299 000
Sum kortsiktig gjeld		115 073 000	137 020 000
Sum gjeld		115 073 000	137 020 000
SUM EGENKAPITAL OG GJELD		420 317 000	411 020 000



Brønnøysundregistrene

ÅRSREGNSKAP FOR REGNSKAPSÅRET 2021 - GENERELL INFORMASJON

Journalnummer: 2022 705586

Enheten

Organisasjonsnummer: 988 597 627
Organisasjonsform: Aksjeselskap
Foretaksnavn: NORGES SJØMATRÅD AS
Forretningsadresse: Stortorget 1
9008 TROMSØ

Regnskapsår

Årsregnskapets periode: 01.01.2021 - 31.12.2021

Konsern

Morselskap i konsern: Nei

Regnskapsregler

Regler for små foretak benyttet: Nei
Benyttet ved utarbeidelsen av
årsregnskapet til selskapet: Regnskapslovens alminnelige regler

Årsregnskapet fastsatt av kompetent organ

Bekreftet av representant for selskapet: Steinar Øvergaard
Dato for fastsettelse av årsregnskapet: 01.06.2022

Grunnlag for avgivelse

År 2021: Årsregnskap er elektronisk innlevert.
År 2020: Tall er hentet fra elektronisk innlevert årsregnskap fra 2021.

Det er ikke krav til at årsregnskapet m.v. som sendes til Regnskapsregisteret er undertegnet. Kontrollen på at dette er utført ligger hos revisor/enhetens øverste organ. Sikkerheten ivaretas ved at innsender har rolle/rettighet for innsending av årsregnskapet via Altinn, og ved at det bekreftes at årsregnskapet er fastsatt av kompetent organ.

Brønnøysundregistrene, 25.07.2022



Organisasjonsnr: 988 597 627
NORGES SJØMATRÅD AS

RESULTATREGNSKAP

Beløp i: NOK	Note	2021	2020
RESULTATREGNSKAP			
Inntekter			
Markedsavgift		458 350 000	402 789 000
Årsavgift	4	7 635 000	7 830 000
Øvrige inntekter		828 000	1 208 000
Sum inntekter		466 813 000	411 827 000
Kostnader			
Personalkostnad adm.	5	16 301 000	15 446 000
Personalkostnad operasjonelle	5	34 495 000	33 651 000
Personalkostnad utekontor	5	35 237 000	35 329 000
Personalkostnad øvrig	5	1 725 000	1 319 000
Avskrivninger	2	1 318 000	1 193 000
Annen adm. kostnad		13 362 000	12 635 000
Annen kostnad utekontor		10 331 000	10 283 000
Informasjon og beredskap		7 012 000	8 780 000
Markedsinvesteringer	6	295 700 000	286 132 000
Markedsinformasjon		18 972 000	20 534 000
Markedsadgang		3 863 000	1 071 000
Sum kostnader		438 316 000	426 373 000
Driftsresultat		28 497 000	-14 546 000
Finansinntekter og finanskostnader			
Annen renteinntekt		2 341 000	4 905 000
Annen finansinntekt		2 738 000	3 221 000
Sum finansinntekter		5 079 000	8 126 000
Annen rentekostnad		79 000	151 000
Annen finanskostnad		2 253 000	4 326 000
Sum finanskostnader		2 332 000	4 477 000
Netto finans		2 747 000	3 649 000
Ordinært resultat før skattekostnad		31 244 000	-10 897 000
Ordinært resultat etter skattekostnad		31 244 000	-10 897 000
Årsresultat	1	31 244 000	-10 897 000



Organisasjonsnr: 988 597 627
NORGES SJØMATRÅD AS

BALANSE

Beløp i: NOK Note 2021 2020

BALANSE - EIENDELER

Anleggsmidler

Immaterielle eiendeler

Varige driftsmidler

Driftsløsøre, inventar,
kontormaskiner og lignende 2 1 302 000 2 079 000
Sum varige driftsmidler 1 302 000 2 079 000

Finansielle anleggsmidler

Investeringer i aksjer og
andeler 3 14 000 14 000
Sum finansielle
anleggsmidler 14 000 14 000

Sum anleggsmidler 1 316 000 2 093 000

Omløpsmidler

Varer

Fordringer

Kortsiktige fordringer 9 625 000 6 787 000
Tilgode offentlige avgifter 8 140 000 18 678 000
Påløpt markedsavgift 88 936 000 71 777 000
Sum fordringer 106 701 000 97 242 000

Investeringer

Obligasjonsfond 3 106 002 000 105 194 000
Pengemarkedsfond 3 81 794 000 81 190 000
Sum investeringer 187 796 000 186 384 000

Bankinnskudd, kontanter og lignende

Bankinnskudd 7 124 504 000 125 301 000
Sum bankinnskudd,
kontanter og lignende 124 504 000 125 301 000

Sum omløpsmidler 419 001 000 408 927 000

SUM EIENDELER 420 317 000 411 020 000

BALANSE - EGENKAPITAL OG GJELD

Egenkapital

Innskutt egenkapital

Aksjekapital 1 50 000 000 50 000 000
Annen egenkapital 1 197 383 000 166 139 000



Overkurs	1	57 861 000	57 861 000
Sum innskutt egenkapital		305 244 000	274 000 000
Sum egenkapital		305 244 000	274 000 000
Sum langsiktig gjeld		0	0
Kortsiktig gjeld			
Skyldige offentlige avgifter		3 725 000	3 526 000
Leverandørgjeld		82 541 000	66 220 000
Forskuddsbetalt årsavgift		7 155 000	6 975 000
Annen kortsiktig gjeld		21 652 000	60 299 000
Sum kortsiktig gjeld		115 073 000	137 020 000
Sum gjeld		115 073 000	137 020 000
SUM EGENKAPITAL OG GJELD		420 317 000	411 020 000



Organisasjonsnr: 988 597 627
NORGES SJØMATRÅD AS

NOTEOPPLYSNINGER - SELSKAP - alle poster oppgitt i hele tall

Note
0

Regnskapsprinsipper

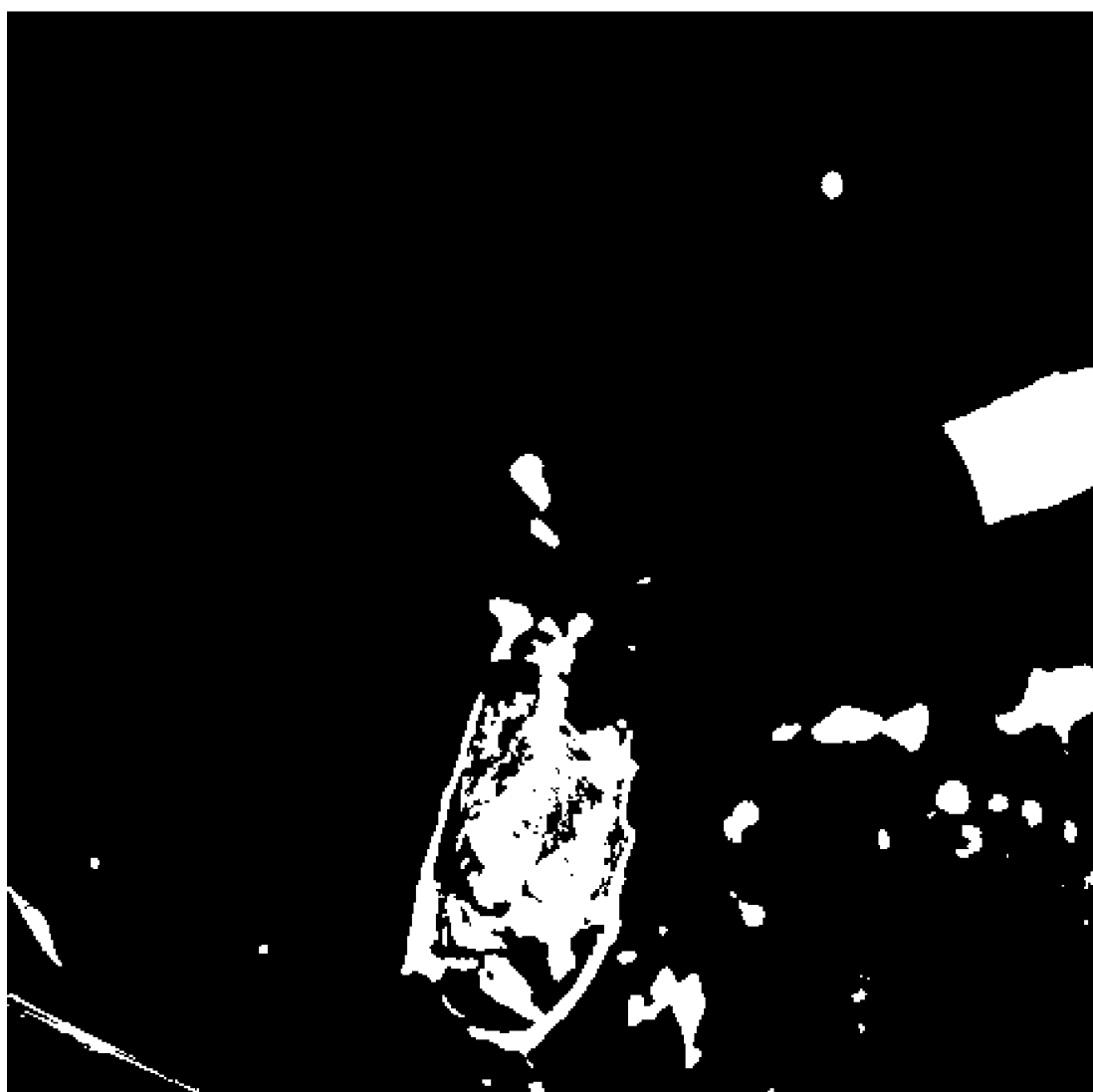
<u>Sum</u>	<u>Beløp</u>		
<u>Balanseført verdi 31.12.</u>	<u>Varige driftsmidler</u>	<u>Immaterielle eiend.</u>	
<u>Samlet beløp - tilknyttet selskap</u>	<u>Årets</u>	<u>Fjorårets</u>	
<u>Samlet beløp - foretak i samme konsern</u>	<u>Årets</u>	<u>Fjorårets</u>	
<u>Samlet beløp - foretak i samme konsern</u>	<u>Årets</u>	<u>Fjorårets</u>	
<u>Samlet beløp - felles kontrollert virksomhet</u>	<u>Årets</u>	<u>Fjorårets</u>	
<u>Pantstillelse</u>	<u>Beløp</u>		
<u>Beholdning av egne aksjer</u>	<u>Antall</u>	<u>Pålydende</u>	<u>Andel av aksjek.</u>



NORGES
SJØMATRÅD



Årsrapport 2021





NORGES
SJØMATRÅD

Innhold

Del 1			
Norges sjømatråd	6		
Tre matgrep som kan hjelpe kloden og folkehelsen	8		
Tett på verdensmarkedet	10		
Globale markedsinvesteringer og aktiviteter	14		
Effekten av arbeidet	19		
Fiskesprell – Et nasjonalt kostholdsprogram	20		
Bærekraftig verdiskaping	22		
Brukerundersøkelse			
Del 2			
Årsberetning	26		
Sjømatrådets oppdrag	26		
Virksomheten	28		
Virksomhetsstrategi og prioriterte områder	30		
Koronapandemien – påvirkning på			
Sjømatrådets organisasjon og arbeid	31		
Organisasjon, arbeidsmiljø og samfunnsansvar	33		
Økonomi og rammebetingelser	34		
Styret i Sjømatrådet			
Del 3			
Regnskap	38		
Resultatregnskap	39		
Balanse	40		
Noter til regnskapet	47		
Konstansrammeposisjon	49		
Revisors beretning			



NORGES
SJØMATRÅD

Årsrapport 2021

© Norges sjømatråd AS
Jun 2022

Fotografier: Krut Åserud, Jan-Morten Bjørnbekk,
Norges sjømatråd
Design: Tonk Design, Tomsøe AS
Trykk: Skjones Trykkeri

Omslag: Scandia 2000, 240 g
Innmat: Scandia 2000, 130 g

SEAFOD
FROM
NORWAY



Nature matters.

Del 1 Norges sjømatråd

Tre matgrep som kan hjelpe
kloden og folkehelsen

Tett på verdensmarkedet

Globale markedsinvesteringer
og aktiviteter

Effekten av arbeidet

14

Fiskesprell – Et nasjonalt

19

Bærekraftig verdiskaping

20

Brukerundersøkelse

21

SEAFSCHEI

Del 1 Om Norges sjømatråd

Introduksjon

2021 var ikke bare tidenes beste år for den norske sjømatsektoren, men også året da 100 av verdens fremste forskere pekte på sjømat som en viktig del av løsningen.



Renate Larsen
Administrerende direktør

Tre matgrep som vil hjelpe kloden og folkehelsen

Forskning viser at mat og energi er like viktige i kampen mot klimaendringene. Resen er nærmest for fomo er å regne. For å nå FN's bærekraftsmål må vi derfor både klare omstillingen til fornybar energi og transformere verdens matsystemer.

I 2021 eksporterte Norge sjømat for 120,8 milliarder. Det er ny rekord og utgjør hele 13,5 milliarder måltider med norsk sjømat - eller to måltider til hver eneste verdensborger. Når vi vet at verdens matproduksjon totalt står for nærmere en tredjedel av de globale klimagassutslippene, gir det sjømatstasjonen Norge en stor forpliktelse. I fremtiden kommer nemlig verden til å trenge enda mer bærekraftig norsk sjømat.

I fjor høst vurderte over 100 ledende forskere fra mer enn 25 vitenskapelige institusjoner over hele verden sjømatens betydning for å sikre sunne, rentfærdige og bærekraftige matsystemer i fremtiden. Det har de gjort på oppdrag fra Stockholm Resilience Centre, Stanford University og EAT.

Konklusjonen deres er at hvis vi skal løse klodens miljø-, kostholds- og samfunnsutfordringer, må sjømatkonsumet økes kraftig. Her er tre matgrep som vil hjelpe kloden og folkehelsen til et bløtere kosthold:

1. Vi må dykke mer fra havet
Ifølge forskerne vil etterspørselen etter sjømat være doblet innen 2050. Med en klode som består av 70 prosent vann har vi svært gode og naturlige forhold for å kunne ha en stor og bærekraftig blå matproduksjon. Likevel kommer under 5 prosent av verdens matproduksjon fra havet.

2. Myndighetene må ta mer ansvar
Myndighetene må bruke matsystemene som virkemiddel til å nå FN's bærekraftsmål.
→ Gi gode kostholdsråd som er basert på sunnhet og bærekraft.

→ Gjennomføre opplysningskampanjer
→ Jobbe strategisk for å redusere matsvinn

3. Vi må lytte til de nye endringsagentene
Myndighetene, produsentene og dagligvarekjedene må i større grad lytte til fremtidens forbrukere. De kommer til å stille store krav om alt fra dyrevelferd og føttingredensert til fangstmetoder og bærekraftig forvaltning.

I fremtiden vil åpenhet, bærekraftig produksjon og ansvarlig forvaltning være en selvfølge ved ethvert matvalg, og det bør alle norske sjømatprodusenter hilse hjertelig velkommen.



Nøkkeltall for sjømatsektoren 2021

150
land

120,8
milliarder
NOK

42
milliarder
måltider





Del 1 Om Norges sjømatråd

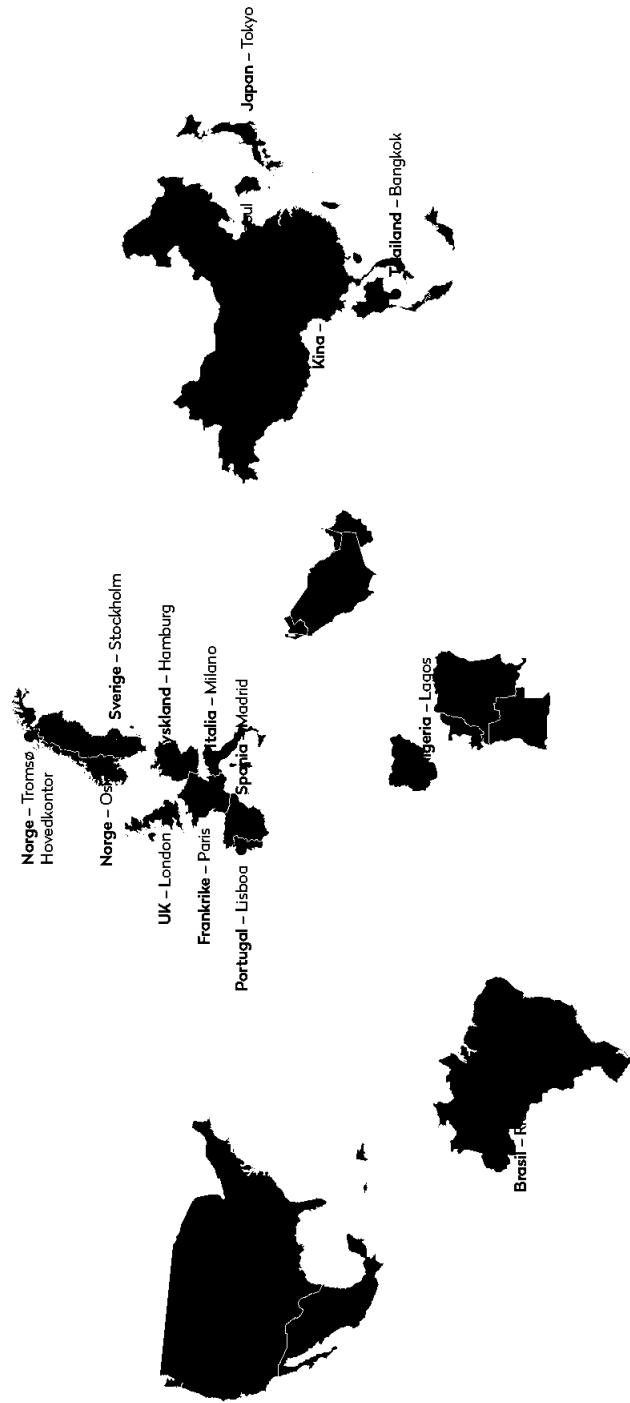
Tett på verdensmarkedet Sammen vinner vi verden for norsk sjømat

NORGES SJØMATRÅD

Norges sjømatråd jobber sammen med norsk fiskeri- og havbruksnæring for å utvikle markeder for norsk sjømat gjennom markedsføring, markedsinntekt og PR. Selskapet bidrar til økt verdiskaping i fiskeri- og havbruksnæringen gjennom økt ettertersørelse og kunnskap om norsk sjømat i inn- og utland.

Norges sjømatråd har en global tilstedeværelse med 13 sjømatutsendinger og 9 lokalt tilsatte som er utstasjonert fra Rio de Janeiro i vest til Tokyo i øst. Selskapets hovedkontor er i Tromsø hvor medarbeiderne jobber i fagavdelingene og i viktige støttestrukturer til sjømatnæringen og markedene.

Sjømatnæringen finansierer Sjømatrådets virksomhet gjennom en lovpliktig markedsavgift. Norges sjømatråd er et statssekselskap eid av Nærings- og fiskeridepartementet.



407
millioner i
markeds-
investeringer

23
land

72
ansatte

■ Utekontorer med sjømatutsending
■ Markeder vi investerer i

Del 1 Om Norges sjømatråd

Effektmålinger: Vi har også jobbet frem et nytt oppsett for effektmålinger av den jobben vi gjør i markeder der markedsarbeider er raret: mer profesjonelle aktevir i verdikjeden. Dette vil bli testet ut i løpet av første halvår 2022 i fire utvalgte markeder: USA, UK, Tyskland og Japan.

Markedsføring

Kompetanseutvikling og høy leveranse er med større grad av tilpassing til markeders ulike behov har blitt prioritert i 2021. Det har blitt ansatt en digital marketing manager og en digital markedsfører. Resultater er økt dybdekunnskap innen digital markedsføring og digital kompetanse.

I 2021 ble det også signert en samarbeidsavtale med Karsten Warholm. Han skal bistå Sjømatrådet i arbeidet med å markedsføre norsk sjømat internasjonalt og øke sjømatkonsumet i Norge.

Fleksibelt markedsmaterieil per art: Det er laget nye nytt reklamematerieil til både tradisjonelle og digitale mediekkanaler. En helhetlig kampanjeutgang gir fullverdige verktøykasser med markedsmaterieil for alle arter, kanal og andre lokale behov.

Grunner markedsføringer som følger av pandemien, har det i 2021 blitt utviklet og oppdatert markedsmaterieil for å inspirere til økt hjemmekonsum.

Merkevaren Seafood from Norway (SFN): Visuell identitet for SFN er videreutviklet og ferdigstilt. Den er bedre tilrettelagt for digitale kanaler. Der globale konsepter, der artsmarkedsføringen blir mer fremtredende, har blitt videreutviklet. «Origin matters» og de tre pilarene: natur, mennesker og bærekraft, er fortsatt bærebjellene.

30+

presentasjoner på konferanser, seminarer og webinarer

40+

analyser og rapporter

100+

innsiktspresentasjoner til selskaper i sjømatnæringen

13 %

besøksøkning nettsider

3241

medieoppslag

33

digitale seminarer



Casemarkeder skulle i utgangspunktet være Spania og økt satsing på laks – men økte budsjetter ga oss muligheten til å arbeide på vens i Sør-Europa. Les mer om resultatene i neste kapittel av denne årsrapporten.

Kommunikasjon

Mye av arbeidet består av å forsvare og styrke omdømmet til norsk sjømat gjennom reaktivt og proaktivt PR-arbeid ute i markedene, både med målgrupper i verdikjeden og mot forbrukere.

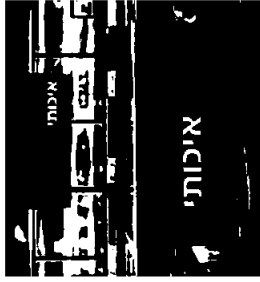
- Presseomtale av norsk sjømat i internasjonale medier ligger på omtrent samme nivå som 2020 – rundt 21.500 artikler.

- Andelen mediedekning som er generert av Sjømatrådets arbeid i markedene har økt med 10 prosent, til totalt 3700 artikler. Siden 2019 har vår andel økt med 37 prosent.

Nye markeder

Nye markeder er et viktig satsingsområde for Sjømatrådet. Blant annet gjennomførte Sjømatrådet og den norske næringa sin første kampanje neonsinnne i Israel. Måltreteste kampanjer i digitale medier, sammen med tilstedeværelse i om lag 100 butikker, gjorde at det norske opphavet var godt synlig i mange kanaler.

I tillegg gjennomførte vi potensieltstudier, blant annet for tørrfisk i Sør-Korea og for norsk sjømat i Vietnam. Sjømatrådets jobbet også aktivt for å forbedre markedsadgang til Saudi-Arabia og flere asiatiske markeder.



I løpet av 2021 har temaet bærekraftig sjømat fått et løft. Det har vært viktig å vise at norsk sjømat er løsningen på noen av verdens største klima og matsikkerhetsforordninger, samt at Norge som sjømatnasjon tar en ledende rolle i dette arbeidet som produsent, forvalter og forbruker for bærekraftig forbruk. Dette har blitt gjort ved å blant annet ved forelle de gode historiene om norsk sjømat og sjømatnasjonen Norge, gjennom forfening, delte og egne kanaler. Uremarkedene har også fått hjelp med formidling av de norske historiene på en god og strategisk måte.

Det har vært en kraftig økning i digitale PR-arrangementer og seminarer i markedene (fra 30 til 80 i 2021). Dette, sammen med bærekraftarbeidet, har bidratt til en økt internasjonal pressekdeknning, noe som også gjenspeiles i tallene for delte og egne sosiale kanaler. Der det har vært en økning på cirka 250% i registrert aktivitet.

I 2021 har vi fortsatt å styrke arbeidet med business-to-business-kommunikasjon, spesielt med tanke på bærekraftskommunikasjon og tilgjengeliggjøring av informasjon og materieil på engelsk. Dette har vært høyverdsett av verdikjeden.

Beredskapsarbeidet var også i 2021 tett knyttet til det proaktive. Vi har effektive systemer for overvåking i alle land med urekontor. Dette gjør så vi er «shands on» og får varseling om negative mediesaker, samt omdømmeutfordringer. Samarbeidet mellom lokale og sentrale team gjør at vi raskt og effektivt kan svare ut journalister og andre i både næring og verdikjeden når saker oppstår, og bidra med fakta og kunnskap.

Nøkkeltall beredskap:

- Totalt 52 beredskapsaker ute i markedene, er rapportert inn og håndtert i 2021.
- Det har ikke vært registrert noen nye saker i 2021 (mediesaker som har ført til redusert omsetning).



Løselokampagne i israelsk-dagligvarehandel.

Del 1 Om Norges sjømatråd

Resultater

Effekten av arbeidet

For å kartlegge i hvilken grad Sjømatrådet oppfyller sitt mandat, som er å øke verdien av norsk sjømat, gjennomfører vi analyser for å måle hvor stor merverditilleggsavgiften bidrar med til norsk sjømatsektoring. Dette gjøres med avkastningsanalyser – eller såkalte return on investment – analyser (ROI). Les mer om dette på våre nettsider, [sjomatradet.no](https://www.sjomatradet.no).

Sjømatrådet har over år fått gjennomført denne typen målinger av ulike fagmiljøer. I 2021 inngikk vi en ny 3-årig avtale med Oslo Economics og Capia, fagmiljøer med spesialisert på avkastningsanalyser av felles opphavsmarkedsføring som vi gjør for norsk sjømat. De skal i perioden 2021-2023 beregne avkastning på Sjømatrådets investeringer for ulike arter og markeder.

Nå skal vi derimot se nærmere på enkeltkampanjer gjennomført i 2021 for laks i tre viktige markeder.

Større markeds kampanjer – bidro vi til å øke salget?

De siste årene har Sjømatrådet i samarbeid med markedsgruppene valgt ut enkeltmarkeder der vi gjennomfører større markeds kampanjer. Samtidig har vi gjennomført

effektmålinger på kampanjene. Dette har spesielt vært tilfellet for laks, der denne typen investeringer og målinger har vært gjennomført siden 2017.

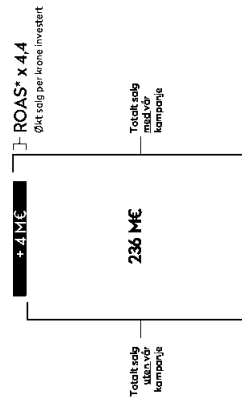
I 2021 ble Spania, Italia og Frankrike valgt ut som markeder der Sjømatrådet skulle investere mer, og samtidig gjennomføre effektmålinger. Målingene i Spania og Frankrike ble gjennomført av Kantar, mens tilsvarende måling i Italia ble gjennomført av GfK. Målingene viser effekter av Sjømatrådets investeringer på det totale salget av laks i dagligvare fra alle produsentland, men ettersom Norge er markedsleder i alle disse markedene, får vi dermed størst effekt av økt salg.

Resultatene viste følgende, med ytterligere forklaringer i figurene på neste side:

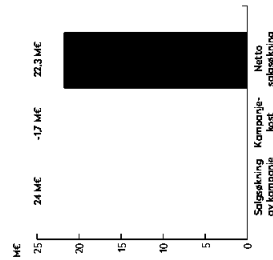
- Spania:** 14,2 kroner per krone investert i kampanjen (totalt salgssøkning: 24 millioner euro)
- Frankrike:** 25 kroner per krone investert i kampanjen (totalt salgssøkning: 34 millioner euro)
- Italia:** 4,4 kroner per krone investert i kampanjen (totalt salgssøkning: 4 millioner euro)



Lakse kampanjen økte salget i Italia med 4 M€



ROAS kalkyleres med Ljoransprisen i denne modellen, hvor det er antatt at det er en 100% økning i Etk-målingen gjort i Spania.



Spania

Figuren viser hva som bidro til salget i kampanjeperioden. 404 M€ av salget forkløres av faktorer som lignet på i løpetiden og andre promosjoner. Dette er hva verdien av total salget ville vært uten sjømatrådets kampanje i perioden.

Sjømatrådets kampanje medførte et salget økte med 24 millioner euro til totalt 427 millioner euro, og var 50 prosent høyere enn det ville vært uten kampanje.

Målingene Kantar har gjort viser at kampanjen ga en effekt på 14,2 ganger innsatsen, som tilsvarer en netto salgssøkning på ca. 216 millioner euro.

Frankrike

Figuren viser hva som bidro til salget i kampanjeperioden. 376 M€ av salget forkløres av faktorer som lignet på i løpetiden og andre promosjoner. Dette er hva verdien av total salget ville vært uten sjømatrådets kampanje i perioden.

Sjømatrådets kampanje medførte et salget økte med 4 millioner euro til totalt 240 millioner euro, og var 17 prosent høyere enn det ville vært uten kampanje.

Målingene GfK har gjort viser at kampanjen ga en effekt på 25,4 ganger innsatsen, som tilsvarer en netto salgssøkning på ca. 327 millioner euro.

Italia

Figuren viser hva som bidro til salget i kampanjeperioden. 236 M€ av salget forkløres av faktorer som lignet på i løpetiden og andre promosjoner. Dette er hva verdien av total salget ville vært uten sjømatrådets kampanje i perioden.

Sjømatrådets kampanje medførte et salget økte med 4 millioner euro til totalt 240 millioner euro, og var 17 prosent høyere enn det ville vært uten kampanje.

Målingene GfK har gjort viser at kampanjen ga en effekt på 4,4 ganger innsatsen, som tilsvarer en netto salgssøkning på ca. 31 millioner euro.

* ROAS = Return On Ad Spend

Det 1 Om Norges sjømatråd



Vår visjon er «sammen vinner vi verden for norsk sjømat». Skal vi lykkes med det, er vi overbevist om at vi også bør ha en sterk posisjon på også hjemme.

Markedsarbeidet i Norge Slik jobber vi på hjemmebane

Det norske totalmarkedet er beregnet til 10,8 milliarder kroner, noe som gjør Norge til verdens nest største marked for norsk sjømat i 2021, kun slått av Polen.

Den overordnede målsettingen for vårt markedsarbeid i Norge er å øke sjømatkonsumet. I andre markeder skal Sjømatrådet øke verdien av norsk sjømat, mens i Norge er oppdraget å øke det generelle forbruket av fisk og skaldyr. Høydepunktet for vårt Norges-arbeid i 2021 var relansering av merkevaren og forbrukersiden godfisk.no. Godfisk skal bidra til positive holdninger rundt sjømat og få famili-er med barn og unge voksne til å spise mer sjømat. Vi skal bidra til mangfold og kunnskap om sjømat, sjømatretter og sjømatseponer gjennom å vise hvor enkelt det er å lage gode, sunne sjømatretter. Dette budskapet oppsummeres med «Det fisker'us».

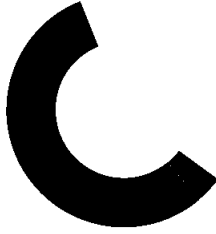
Relanseringen startet med en nyk lansering i sosiale medier i slutten av andre kvartal. Det fortsatte i tredje kvartal med en integrert kampanje på TV, digitale plattform, radio og kino.

I tillegg ble det i 2021 signert en samarbeidsavtale med fritidssjefen Karsten Warholm. Warholm blir en viktig ambassadør for sjømatneringen framover, både på hjemmebane med å skape sjømatinspirasjon og i en rekke land hvor vi allerede har høy aktivitetssnivå for å markedsføre norsk sjømat.

Pandemien førte til endringer i handle- og spisevaner også i Norge. Stengte restauranter og mer tid hjemme har ført til at den norske befolkningen har spist flere måltider hjemme enn tidligere år. Dagligvarehandelen, netthandelen, take-away og hjemlevering har økt kraftig.

Koronapandemien har også forsterket sjømatneringens eget ønske om en økt satsing i Norge. Derfor har vi gjennom 2021 også fått på plass ny Norden-organisering, hvor Norge nå inngår som del av Sjømatrådets globale operasjoner, på lik linje som andre markeder. Med etableringen av et Norden-team har vi lagt grunnlaget for en bredere og økt satsing på Norge årene som kommer.

Fordeling av investeringer i Norge:

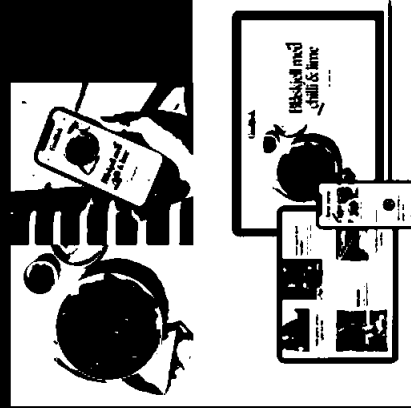


Aktiviteter	Investert	% andel
TV, radio og kino	8,0	63 %
Digital annonsering og søk	4,2	19 %
Sosiale medier	3,5	16 %
Utvikling Godfisk.no og innholdsproduksjon	5,7	25 %
Sponsorat og støtte	0,9	4 %
Andre	0,3	1 %
Total	22,6	100 %

- TV, radio og kino
- Sosial medier
- Sponsorat og støtte
- Digital annonsering og søk
- Utvikling Godfisk.no og innholdsproduksjon
- Andre

Nøkkeltall fra reklamekampanjene i Norge

Totalt 39,4 millioner visninger på sosiale medier
 På Facebook og Instagram nådde vi nordmenn og hatt 23 millioner visninger
 Annonsering på Snapchat har nådd 1,4 millioner nordmenn og generert 16,4 millioner visninger
 Digital annonsering hadde en ukentlig rekkevidde på 300-350.000 i kampanjeperioden
 TV, TV-sponsorat og radio nådde samlet ut til 4,5 millioner mennesker i definerne målgrupper



Målrettet bruk av sosiale medier har gitt gode resultater.

Del 1 Om Norges sjømatråd

Nøkkel tall på sjømatkonsum i Norge

Fordeling av innkjøpet av sjømat målt i volum

Andel storhusholdning: 88%

Volum



Utvikling i sjømat salg til daglig vare og storhusholdning, 2020-2021

Verdi



Andel dagligvare: 82%

Skole/helse

Skole/helse



Sjømatkonsum i Norge (2021 sammenlignet med 2020) ²⁾

I 2021 økte det totale sjømatkonsumet med 2,6 prosent i verdi og 0,6 prosent i volum sammenlignet med 2020.

For å estimere sjømatkonsumet for 2021, kan vi dele omsetningen av sjømat fra grossist- og direkteleverandører på befolkningen. Da ser vi at utviklingen har vært flat totalt sett siden 2018. Det betyr at vi spiser omtrent samme mengde sjømat per person som året før.

²⁾ Kilde: Freland Markedsinformasjon og NielsenIQ



Fiskesprell Et nasjonalt kostholdsprogram

Fiskesprell er et nasjonalt kostholdsprogram som har som mål å øke sjømatkonsumet blant barn og unge. Sammen med ansatte i barnehage og skole skaper vi sjømatglede, og gjør sjømat til et naturlig valg. Vi skal motivere og inspirere til å tilberede sjømat. Dette gjelder både de voksne, som har ansvar for barnas kosthold, og barn og unge selv, som vi vet liker å delta i innadlingen.

Fiskesprell er et samarbeid mellom Helse- og omsorgsdepartementet, Nærings- og fiskeridepartementet og Norges sjømatråd, som sammen med fiskesalgelagene finansierer

programmet. Tiltaket ble opprettet som en direkte oppfølging av regjeringens Handlingsplan for bedre kosthold i befolkningen 2007-2011. Alt av aktiviteter og innhold er utformet i samarbeid med Helsedirektoratet og Høvsforskningsinstituttet. Alle tilbud fra Fiskesprell er gratis.

2021 har i likhet med fjoråret vært et annerledes år for Fiskesprell. Særlig aktiviteter rettet mot barnehager og SFO har vært preget av pandemien, samtidig som vi har opplevd økt etterspørsel for kurs for studenter og elever i videregående skole. Fiskesprells tilbud til

grunnskolen - gratis undervisningsmaterieell, råvarestøtte og sjømatkonkurransen Kokkesprell - har forblitt svært populært og opplevd stabil deltakelse.

Høsten 2021 lanserte Fiskesprell et nytt kurs for barnehager. I stedet for å sende barnehageansatte ut på kurs, gjennomføres kurset innefor barnehagens åpningstider sammen med en gruppe ansatte og barn. Målet er å løfte barnehagens kompetanse når det gjelder måltidsglede og sunne matvarer i barnehage, spre sjømatglede og bidra til at barn spiser mer sjømat.

Del 1 Om Norges sjømatråd

Bærekraftig verdiskaping

Sjømat – en viktig del av løsningen

Året 2021 ble året hvor verdens ledere samlet seg for å diskutere klodens matsystemer på FNs toppmøte. Det var også året hvor 100 av verdens ledende forskere fra mer enn 25 vitenskapelige institusjoner lanserte den første av i alt fem rapporter i serien Blue Food Assessment.

De er krystallklare på at verdens befolkning må spise mer sjømat for å løse klodens miljø-, kostholds- og samfunnsutfordringer.

For å lykkes i skiftet mot et mer bærekraftig og sjømatbasert kosthold trengs det handling i hele verdikjeden, fra myndigheter til produsenter og forhandlere og helt til forbrukeren. Og forbrukeren er klar.



«Jeg gjør endringer i kostholdet for at det skal være mer bærekraftig»

I våre globale undersøkelser sier flere av de spurte at de er opprørt av bærekraftige matvarer. 6 av 10 sier seg enig i påstanden: «Jeg gjør endringer i kostholdet for at det skal være mer bærekraftig». Ikke uventet er det folk i de yngre aldersgruppene som sier seg mest enig. Andelen synker med alderen. En stadig økende miljøbevissthet blant de unge har fungert som en katalysator for bevisstheten av bærekraft. Dette er bare begynnelsen.

Bærekraft er ikke bare et fancy ord bedrifter smykker seg med. De unge voksne er nemlig svært opprørt av at det de handler produseres bærekraftig. Hva den enkelte legger i bærekraft varierer, men det er nok en overvekt av det som knytter det mest opp mot det miljømessige aspektet.

Fra våre undersøkelser, som også er tilgjengelig for norske sjømateksportører, vet vi en god del om hva konsumentene er ute etter når de skal velge et måltid med fisk eller skaldyr. Der må smake godt, være leilagd, gi verdi for pengene og være sunt. Klarer produsentene i tillegg å få frem at produktet er trygt og bærekraftig, er sjansen garantier større for at valget faller i sjømatens favør.

Likvel svømmer sjømaten fortsatt til tider i en blindsoner i kampen om oppmerksomheten mellom vegetaralternativen og kjøttelskerne. Sjømaten trenger å bli anerkjent som en del av løsningen på klima- og helseutfordringene og få sin velforjente og synlige plass på den globale arenaen.



Derfor jobber vi med å fremme bærekraftig konsum. Vi kjenner på stoltheten over å være en del av sjømatnasjonen Norge. Vi er heldige vi er som får jobbe med sunn, smakfull og bærekraftig norsk sjømat.

Derfor er bærekraft en av de tre pilarene i merkevaren Seafood from Norway, og er helt sentral i både forsvar og bygge omdømmet for sjømatnasjonen Norge. Denne pilaren henger rett sammen med to andre, som er våre naturlige fortrinn og menneskene bak sjømaten vår, og det er denne historiefortellingen vi bygger våre markedsføringskampanjer og kommunikasjon på.

I Sjømatrådets store forbrukerundersøkelse har vi i flere år spurt folk rundt om i verden hva som er viktig for dem når de handler sjømat, og blant 23.000 respondenter er helse eller sunnhet en av de tre viktigste årsakene til at de spiser og serverer familien fisk.

Gjennom dette kan vi inspirere forbrukere til å ta bevisste og velinformerte valg, som både gagnar en selv og planeten. Når Sjømatrådet gjør investeringer, skal det alltid gi mer verdi for den norske fiskeri- og havbruksnæringen. For norsk sjømat-eksport kan et forsterket bærekraftfokus bli gullverdt.

Vår analyse viser at hvis vi klarer å positionere norsk sjømat som det mest bærekraftige valget i enda større grad, kan det gi en mer verdi for norsk eksport på 30 milliarder frem mot 2030. Årsaken er at dagens forbrukere viser en økende vilje til å betale mer for bærekraftig mat.

For å der være klare: Sjømat fra Norge nyter allerede stor troverdighet når det kommer til bærekraft. Vi er kanskje best i verden på forvaltning, fangst og produksjon av fisken vår med basis i vitenskap, forskning og samarbeid, men vi har fremdeles mange utfordringer å løse.

Det er viktig at vi som sjømatnasjon fortsetter å forbedre oss på bærekraft, er åpen om utfordringer og viser fram hvordan vi jobber for å forbedre oss. Å være blant de beste i klassen er bra, men det er ikke godt nok.



Brukerundersøkelse

Hvor fornøyd er brukerne våre?

For å sikre at Sjømatrådets arbeid og tjenester er mest mulig relevant og gir konkurransefortrinn for den norske sjømatnæringen, gjennomfører vi annet hvert år en brukerundersøkelse blant våre registrerte eksportører.

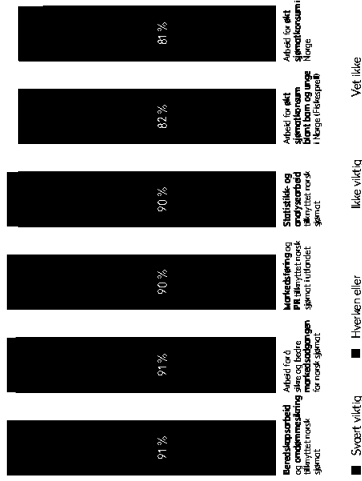
Vi ønsker å forbedre oss, samtidig som vi kartlegger hvorvidt arbeidet vårt og tjenestene våre er i samsvar med brukernes forventninger og behov.

Vi ønsker å lykkes sammen med sjømatnæringen. Derfor er det viktig at aktivitetene vi gjennomfører og tjenestene vi tilbyr oppleves som verdifulle for næringen. God tilfredshet er essensielt for å sikre legitimitet til Sjømatrådet, ettersom det er næringen som finansierer oss.

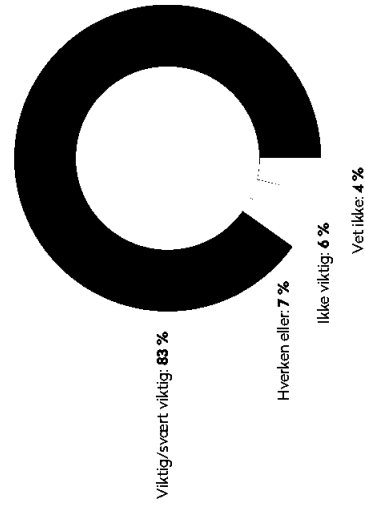
I brukerundersøkelsen, som ble gjennomført i januar-februar 2021, måtte vi:

- Viktigheten av Sjømatrådets arbeid på et overordnet nivå
- Kjennskapen, viktigheten og tilfredsheten med markedsarbeidet og tjenestene våre

Viktighet av arbeidet til Norges sjømatråd



Hvordan vil du vurdere arbeidet Norges sjømatråd gjør for norsk sjømatnæring?



83 prosent av alle respondenter i brukerundersøkelsen vurderer Norges sjømatråds arbeid som svært viktig eller viktig.

Om undersøkelsen

- Målggruppen var norske eksportører som er registrert i Sjømatrådets CRM-system.
- Undersøkelsen ble gjennomført av Ipsos i januar-februar.
- 1636 enkeltpersoner i sjømatnæringen mottok spørsmålene og 266 av disse svarte.
- Svarprosenten endte på 16,2 prosent, noe som anses som høyt sammenlignet med tilsvarende undersøkelser.
- Av de 266 som svarte, var 158 av respondentene daglig leder eller tilknyttet ledergruppe.
- Denne brukerundersøkelsen er et viktig verktøy for å måle verdien av vårt arbeid, og den legger et godt grunnlag for Sjømatrådets forbedringsarbeid.

Av de 266 som svarte, var 158 av respondentene daglig leder eller tilknyttet ledergruppe.



Origin matters.

Del 2 Årsberetning



Virksomheten

Virksomhetsstrategi og
prioriterte områder

Organisasjon, arbeids-
og samfunnsansvar

Økonomi og rammebe-

styret



Årsberetning

Sjømatrådets oppdrag

Selskapets formål er å maksimere eksportverdien av norsk sjømat gjennom økt etterpørsel og kunnskap om norsk sjømat i utlandet, samt bidra til økt etterpørsel og kunnskap om sjømat i Norge. Selskapet skal fremme verdien av norsk sjømat gjennom felles markedsføring, arbeid med markedsinformasjon, markedsadgang, PR/informasjon og beredskap. Det skal videre søke å utvikle nye og etablerte markeder samt fremme og sikre omsetningen av norsk sjømat. Selskapet har ikke erverv til formål.

Selskapet skal utføre oppgaver pålagt i lov av 27. april 1990 nr. 9 om regulering av eksporten av fisk og fiskevarer (fiskeeksportloven) og forskrifter gitt i medhold av denne loven, herunder skal selskapet være rådgiver for departementet i spørsmål som gjelder eksport eller omsetning og produksjon i sammenheng med eksport.

Selskapet skal ikke yte støtte eller foreta andre ytelser overfor næringsdrivende som kan være konkurransevridende og

dermed anses for ulovlig støttet etter internasjonale avtaler. Selskapet skal heller ikke involvere seg i næringspolitisk arbeid i regi av næringsorganisasjoner, jf. fiskeeksportloven § 6 siste ledd, annet punktum. I vilkår eller skal saker som nevnt i første og annet punktum i dette ledd på forhånd forelegges departementet.

Virksomheten kan utøves av selskapet selv, av heleide datterselskaper eller gjennom deltakelse i eller samarbeid med andre selskaper. Opprettelse av datterselskaper skal godkjennes av generalforsamlingen.

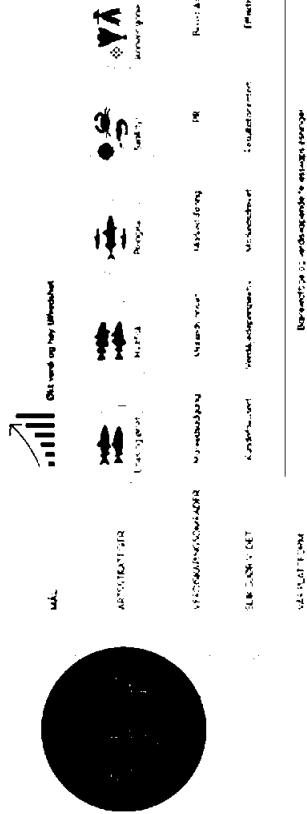
Virksomheten

Norges sjømatråd ble etablert som et forvaltningsorgan under Nærings- og fiskeridepartementet i 1991 og senere omgjort til statssekselskap i 2005. Selskapet er 100 prosent eid av staten gjennom Nærings- og fiskeridepartementet. Vi er klassifisert som et selskap i kategori tre med sektorpolitisk formål.

Overordnet selskapsstrategi

VI SKAL

Sammen vinner vi verden for norsk sjømat



Statens mål som eier er å maksimere eksportverdien av norsk sjømat. Statens begrunnelse for eierskapet er å legge til rette for næringens finansiering av aktiviteter som skal bidra til økt etterpørsel etter og kunnskap om norsk sjømat.

Sjømatrådet er en del av regjeringens virkemiddelapparat for næringens fremme i utlandet. Sjømatrådet finansieres av sjømatseieringen gjennom en årsavgift for sjømateksportører og en markedsavgift på eksport av sjømat.

Sjømatrådet har sjømatutsendinger i 13 land og utfører markedsaktiviteter i ytterligere ti markeder. Markedene med sjømatutsendinger er: Brasil (inkl. Karibia), Frankrike, Italia, Japan (inkl. Sør-Korea), Kina (inkl. Hong Kong), Portugal, Spania, Storbritannia, Sverige (inkl. Finland), Thailand (Sørøst-Asia), Tyskland (inkl. Polen), USA og Vest-Afrika.

I tillegg arbeider Sjømatrådet med nye markeder, og hadde i 2021 aktiviteter i Israel (TV-kampanje og butikklemonstrasjoner), Saudi-Arabia (messe) og Sentral- og Vest-Afrika (eksportarbeid, seminarer).

I 2021 gjennomførte vi også flere potensialanalyser: biprodukter til Sør-Korea og Kina, en verdikjedeanalyse i Angola og en analyse om Midtøsten som sjømatmarked.

Sjømatrådets utøpposjoner fyller flere roller og leverer på et bredt spekter av oppgaver. Måten markedsbedet planlegges og er strukturert varierer fra marked til marked.

I utlandet har Sjømatrådet i de fleste markeder kontorlokalisering sammen med utenriksseksjonen og/eller Innovasjon Norge.

Selskapets hovedkontor er i Tromsø, hvor nærmere 50 dyktige medarbeidere jobber i fagavdelingene og i viktige støttefunksjoner til sjømatnæringen og markedene. Åtte av stillingene på hovedkontoret er opplysningsstillinger - to læringer i handel- og kontorlag, i tillegg til én på IT. Ved utgangen av 2021 hadde vi også fem traineer fordelt på de ulike avdelingene.



Målhierarki

Øke verdien

Forretningsmål	KPI	KPI
<ul style="list-style-type: none"> • Utvide, øke eller sikre markedet deler • Økt bedringsvillighet 	<p>Var investeringen lønnsom? Return Of Investment</p>	<p>Årlig tilfissjshøveling</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Økt omni kanal kjøp • Økt omni kanal tjenester • Økt volum/ verdi per kjøp 	<p>Har skjedd under kampanjeperioden? Økt omni kanal kjøp/ tjenester eller omni kanal/ verdi per kjøp</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nøkkeltall fra nettsteder • Deltekning på konferanser seminarer og webinarer • Bruk av Instagram, Facebook, LinkedIn, Twitter, YouTube, etc.
<ul style="list-style-type: none"> • Norge skal være ansett som sjømatnæringen som leverer på de viktigste områdene • Norske skal være ansett som en lovende og stabil leverandør av sjømat 	<p>Plutselig utbedring i lønnsomhet? Seafood Consumer Index - Sjømatkjøp Preferanse, andel av kjøpsgjennomsnittet</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Kontinuerlig målning digitalt • Quibstikk på enkeltkjøbere
<ul style="list-style-type: none"> • Kampanjer og/eller over benyttelse • Økt synlighet i regioner og egne lander 	<p>Fungerer kommunikasjon og aktiviteter? Regjeringens godkjenning av sjømat-ID, sjømatnæring markedsføring, medlemskap, medlemskap</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Customer Relation management • Apmnggate

Øke tilfredshet

Forretningsmål	KPI	KPI
<ul style="list-style-type: none"> • Øke omni brukere • Økt bruk av våre tjenester 	<p>Øke tilfredshet i sjømatnæringen? Seafood Customer Index - Sjømatkjøp Preferanse, andel av kjøpsgjennomsnittet</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nøkkeltall fra nettsteder • Deltekning på konferanser seminarer og webinarer • Bruk av Instagram, Facebook, LinkedIn, Twitter, YouTube, etc.
<ul style="list-style-type: none"> • Norge skal være ansett som sjømatnæringen som leverer på de viktigste områdene • Norske skal være ansett som en lovende og stabil leverandør av sjømat 	<p>Plutselig utbedring i lønnsomhet? Seafood Consumer Index - Sjømatkjøp Preferanse, andel av kjøpsgjennomsnittet</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Kontinuerlig målning digitalt • Quibstikk på enkeltkjøbere
<ul style="list-style-type: none"> • Kampanjer og/eller over benyttelse • Økt synlighet i regioner og egne lander 	<p>Fungerer kommunikasjon og aktiviteter? Regjeringens godkjenning av sjømat-ID, sjømatnæring markedsføring, medlemskap, medlemskap</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Customer Relation management • Apmnggate

Virksomhetsstrategi og prioriterte områder

Norge sjømatråd har en overordnet strategi som gir retningen og rammen for virksomheten. I tillegg har vi, i tett samarbeid med sjømatnæringen, utviklet ni artsstrategier som danner grunnlaget for hvordan vi skal skape verdi for den enkelte bransje. I 2021 samlet vi det strategiske rammeverket og andre styringsdokumenter i brosjyren «Virksomhetsstrategi».

Vår visjon er «Sammen vinner vi verden for norsk sjømat». Begrepet sammen viser til viktigheten av samarbeid – det sier noe om hvordan Sjømatrådet skal jobbe. Vi jobber sammen med våre kolleger, sjømatnæringen, forvaltningen, myndighetene og andre det er naturlig å samarbeide med for å nå vår visjon. Det er kun sammen vi kan øke etterpørselen av og kunnskapen om norsk sjømat i inn- og utland, i nye og etablerte markeder.

Sjømatrådet har ingen egne sjømatprodukter å selge. Vi jobber på vegne av andre, det være seg sjømatnæringen i Norge, sjømatnæringen eller enkeltbransjer i sjømatbransjen. Vi skaper dermed verdier ved å bidra til at flere mennesker ønsker å kjøpe norsk sjømat, og at flere ønsker å kjøpe det oftere. Vi forteller historien om norsk sjømat slik at kunnskapen om den norske sjømaten, næringen og forvaltningen øker – som igjen gir gode grunner til å velge norsk sjømat. I Sjømatrådet er vi opptatt av å stadig videreutvikle hvordan vi skal måle og rapportere effekten og resultatet av arbeidet vi gjør. I 2020 introduserte vi et fornyet målhierarki for å enda bedre dokumentere verdiskaping, resultater og tilfredshet av arbeidet vårt. I 2021 har vi videreutviklet målhierarkiet og satt tydelige mål, hekk med på aktivitetens nivå ute i markedene.

Overordnede ROI (Return On Investment) -målinger står øverst i Sjømatrådets målhierarki. Vi har i en årrekke gjennomført slike øvstasjonsmålinger for å dokumentere hvorvidt Sjømatrådets arbeid har hatt en positiv avkastning, eller ikke. I 2021 inngikk vi en avtale med Oslo Economics om å gjennomføre flere ROI-målinger.

I perioden 2016-2019 ble investeringene på henholdsvis sjømat totalt, hvitfisk og pålegg evaluert. I perioden 2021-2023 vil Sjømatrådet få evaluert avkastningen knyttet til følgende:

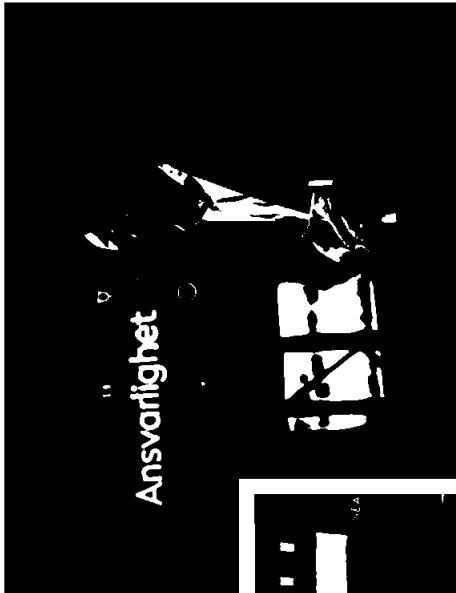
- Investeringen for laks totalt, og investering for laks i minst ett enkeltmarked.
- Investeringen i minst to markeder der Sjømatrådet har aktiviteter knyttet til to eller flere arter/produkter, for eksempel Frankrike, Spania og/eller Tyskland hvor det investeres i både hvitfisk og laks.
- Investering i minst én annen art i minimum to enkeltmarkeder, for eksempel reker i Sverige, kylling/saltfisk i Portugal, makrell i Japan og/eller makrell i Sør-Korea.

Prosjektet varer i tre år. Vi forventer en årlig leveranse hvor punkt 1 har leveranse i 2021, punkt 2 i 2022 og punkt 3 i 2023.

Sjømatrådet ønsker det som vanlig, å kontinuerlig ombede med å evaluere justere og optimisere de metodene som blir benyttet for å vurdere effektiviteten av Sjømatrådets arbeid.

I tillegg til avtale om ROI-målinger har Sjømatrådet inngått en ny avtale om årlig forbrukerundersøkelse, også kjent som SCI (Seafood Consumer Index). Den måler blant annet holdningsendringer til norsk sjømat. SCI måler også endringer i kjøpskap og preferanse for de norske sjømatproduktene vi markedsfører. Bakgrunnen har vært å vurdere i hvilken grad Sjømatrådet klarer å påvirke holdningen til norsk sjømat over tid. Denne undersøkelsen gjennomføres i 15-20 land årlig, og er dermed verdens største sjømatundersøkelse rettet mot forbrukertrender.

Vi jobber også med å forenkle og standardisere reklame-testing og effektivitet på enkeltkampanjer, og i 2021 inngikk vi en ny global avtale innen dette området med Ipsos.



Koronapandemien – påvirkning på Sjømatrådets organisasjon og arbeid

Strengte restriksjoner og nedstengte markeder har satt sitt tydelige preg på Sjømatrådets arbeid også i 2021. Markedsplaner, budsjetter og aktiviteter har gjennomgått mange justeringer for å ta hensyn til situasjonen i de ulike markedene.

Vi har tatt i bruk erfaringene fra fjoråret ved å utvikle måten vi kommuniserer og inspirerer folk til å spise mer sjømat hjemme, ettersom det å spise ute på restaurant og lignende fortsatt har vært vanskelig i flere land. At både sjømatmøting og våre ansatte har klart å tilpasse seg, har gjort at vi har klart å levere i ten krevende og uforutsigbar tid. Sammen har vi sikret at den norske sjømaten sin posisjon fremdeles står sterkt.

Sjømatrådet har vært fullt operativt gjennom hele pandemien, til tross for mye bruk av hjemmekontor og lav reiseaktivitet for ansatte i inn- og utland.

Også i år har det vært begrensninger på reiser. Det har vært få mulighetene for å besøke land hvor vi har aktiviteter. Derfor har det vært ekstra viktig for Sjømatrådet å ivareta jevn informasjonstryk gjennom nyhetssbrev og webcast fra markedene. Erfaringene vi gjorde oss det i det første pandemiaråret, førte til enda smartere bruk av digitale løsninger for møter, konferanser og dialog, både for å effektivisere arbeidet vårt og for å sikre effektiv utnyttelse av midlene.



Organisasjon, arbeidsmiljø og samfunnsansvar

Det operative markedsarbeidet til Norges sjømatråd er organisert i avdelingen for globale operasjoner. Størefunksjonene på hovedkontoret har en avdeling for drift, økonomi og administrasjon og følgende fagavdelinger:

- Markedsføring
- Markedsinsikt og markedsdanning
- Kommunikasjon

Sjømatrådet oppfattes som en attraktiv arbeidsplass. Det er stor interesse fra gode, kvalifiserte kandidater når stillingene våre lyses ut.

Sjømatrådet er en kompetansevirksomhet hvor en stor hovedkraft av de ansatte har høyere utdanning på master- eller doktorgradsnivå. Flere i Sjømatrådet har også erfaring fra internasjonal virksomhet og fra sjømatmøtingen.

Medarbeiderne samlet kompetanse er Sjømatrådets viktigste ressurs for å nå målene våre og levere gode resultater.

Sykefravær

Sykefraværet i Norges sjømatråd var i 2021 på 2,4 prosent av total arbeidstid (mot 2,5 prosent i 2020). Vi arbeider hele tiden for å unngå at våre medarbeidere blir syke, og arbeider derfor systematisk med ledelse og oppfølging av arbeidsmiljø. Sjømatrådet har etablert gode interne rutiner for oppfølging av sykefravær.

I 2021 har det ikke blitt rapportert om alvorlige ulykker som har resultert i personskader eller store materielle skader. Samarbeidet med tilsluttede og de ansattes organisasjoner har vært godt. Det har bidratt positivt til driften.

Likestilling og mangfold

Norges sjømatråd som mål å være en arbeidsplass der det råder full likestilling mellom kvinner og menn. Vår policy skal sikre at det ikke forekommer forskjellsbehandling grunnet kjønn, etnisitet eller seksuell orientering. Sjømatrådet skal over tid tilnærme 50/50 kjønnsfordeling, og mangfold i et vidt perspektiv.

Sjømatrådet tilstreber å ha en kvinne og en mann i finalen i beate, ved nyansetabler. Kvinnandelen var ved utgangen av 2021 på 49 prosent, med 35 kvinner av totalt 72 ansatte. Antall ansatte per 31.12.2021 inkluderer åtte oppklaringsmeldinger (korridskontrakter). Ledergruppen består i 2021 av sju personer, hvorav tre var kvinner (43 prosent kvinnende).

Det er ikke identifisert lønnsforskjeller som kan relateres til kjønn. Sjømatrådet har heller ikke avdekket lønnsmessige forskjeller med hensyn til arbeidsforholdninger eller utviklingsmuligheter.

Av Sjømatrådets ansatte (utenom lokalansatte på urekon-to) var det 29 kvinner og 36 menn per 31. desember 2021. Gjennomsnittlig årslønn (utenom lønninger) for menn var 804,976 kroner, mens den for kvinner var 818,401 kroner. Selskapet har ingen delidsansatte.

Samfunnsansvar

Norges sjømatråd har siden 2009 vært tilkuttet FN's program Global Compact (GC). Dette programmet forplikter oss til å håndtere spørsmål om menneskerettigheter, arbeidsvilkår, miljø og anti-korrupsjon i tråd med de ti internasjonalt anerkjente prinsippene som GC bygger på.

Prinsippene for menneskerettighetsberetninger er en integrert del av Sjømatrådets etiske politikk, og kommuniseres også aktivt i selskapets interne retningslinjer. Vi legger vekt på å bevisstgjøre våre medarbeidere om det ansvar den enkelte har for å ivareta vår integritet og følge selskapets etiske retningslinjer.

Sjømatrådet har en varslingsløsning som gjør det mulig for alle ansatte, forretningspartnere og andre interesserte å rapportere om mulige ulovlige handlinger og brudd på Code of Conduct og menneskerettighetslover. Alle bekymringsmeldinger kan rettes direkte til administrerende direktør og styreleder, eller gjennom den uavhengige Whistleblower Channel administrert av EY (Ernst & Young). Whistleblower Channel tilbyr varsleren muligheten for å rapportere anonymt.

Sjømatrådet rapporterer årlig i tråd med de rutiner som tilslutningen til GC forsetter. Vi har ingen rapporterte avvik når det gjelder selskapets forpliktelser overfor GC.

Norges sjømatråd er sertifisert i henhold til miljøstandard Miljøfyrtårn. Dette er Norges mest brukte sertifikat for virksomheter som vil dokumentere sin miljømessige samfunnsansvar. Norges sjømatråd blir årlig revidert av Miljøfyrtårnet, og det er ikke rapportert om avvik.

Som ledd i vårt arbeid med samfunnsansvar, har vi også i 2021 en ordning med lønninger og lønnsforhold. Det sies året vi har i lønninger i handel- og kontorlag, tillegg til løn på IT. Ved utgangen av 2021 hadde vi fem traineer. I sum vurderer bedriften at disse ansattelevene er både positive og nyttige.



Sjømåtrådet har siden 2007 samarbeidet med Nærings- og fiskeridepartementet, Helse- og omsorgsdepartementet og Fiskerisjefens samarbidsråd om gjennomføring av et nasjonalt kostholdsprogram som heter «Fiskesprell». Dette programmet har som mål å øke sjømatkonsumet blant barn og unge. «Fiskesprell» er et vesentlig bidrag til Sjømåtrådet's samfunnsansvar.

Korupsjon

Sjømåtrådet har vedtatt etiske retningslinjer som klar- gjør at vi har nulltoleranse med hensyn til korrupsjon. Retningslinjene er nedfelt i vårt etiske regelverk, og publisert på Sjømåtrådet's hjemmeside. Etiske retningslinjer og praktisering av disse har jevnlig vært tema ved samlinger for hele organisasjonen. Alle ansatte i Sjømåtrådet må årlig signere elektronisk på at de har lest etiske retningslinjer, og temaet blir behandlet årlig i syret.

Sjømåtrådet har vedtatt en egen antikorrupsjonspolicy. Syret behandler årlig en statusopdatering om vårt antikorrupsjonsarbeid.

Risikostyring

Norges sjømåtråd er eksponert for et sammensatt risikobil- de. God risikostyring er en viktig forutsetning for at selskapet skal kunne nå sine mål på ulike nivåer over tid. Sjømåtrådet har iverksatt en helhetlig risikostyringsmodell, og har som et ledd i dette opprettet en egen risikostyringsfunksjon.

Ytre miljø

Virksomheten til Norges sjømåtråd belaster ikke det ytre miljøet utover det som anses som normalt for vårt arbeids- felt. Selskapet er godkjent som Miljøfyrtårn.

Sjømåtrådet har en ustruktureret reisevirksomhet som følge av sin internasjonale tilstedeværelse, men vi jobber aktivt med å ta ned vårt CO₂-utslipp gjennom økt bruk av digitale møtelø- sninger. Vi gjør en vurdering av nødvendigheten av alle reiser.

Restriksjonene og begrensningene som koronapandemien har ført med seg, har forsterket fokuset og læringen knyt- tet til bruk av digitale løsninger for møter og konferanser. Reisevirksomheten vår har vært betydelig lavere i 2021 enn i normalår, og vi tar med oss erfaringene slik at vi kan sikre at læringen fører til lavere reisevirksomhet og miljøpåvirkning i framtiden.

Økonomi og rammebetingelser

Virksomheten til Norges sjømåtråd er fullfinansiert av sjø- matnæringen gjennom en markedsavgift på eksportverdien av norsk sjømat. Den er fastsatt med hjemmel i fiskeeksport- loven som trådte i kraft 1. juli 1991. Nivået på avgiften varierer mellom ulike klassifiseringer av fisk og fiskeprodukter.

Markedsavgiften i 2021:

- 0,3 % for laks og ørret
- 0,5 % for pelagisk
- 0,75 % for øvrige arter

Årsresultat og disposisjoner

De regnskapsmessige inntektene fra markedsavgiften var i 2021 på 488 millioner kroner, 56 millioner kroner høyere enn i 2020. Operasjonelle investeringer utgjorde 407 mil- lioner kroner (397 millioner kroner i 2020). Administrative kostnader var på 31 millioner kroner (29 millioner kroner i 2020). Finansresultatet for 2021 ble 3 millioner kroner (4 millioner kroner i 2020).

Det var planlagt en betydelig nedbygging av egenkapitalen i 2021, men inntektsprognosene som ble utarbeidet midt i pandemien viste seg å være for pessimistiske. I tillegg medførte pandemien at i noen markeder var det ikke hen- siktsmessig å gjennomføre alle de planlagte aktivitetene, og nedbyggingen av egenkapital ble derfor lavere enn budsjet- tert. Totalt sett fikk Sjømåtrådet et overskudd på 31 millioner kroner i 2021, mot minus 11 millioner kroner i 2020.

Totalkapitalen var ved utgangen av året 420 millioner kroner, sammenlignet med 411 millioner kroner året før. Egenkapitalandelen ved utgangen av året var på 73 prosent. Selskapet kan i henhold til vedtektene ikke dele ut utbytte.

Syret har bestuttet å bygge ned egenkapitalen de kommende årene slik at egenkapitalen normalt utgjør fem måneders drift. Dette kravet kan fravikes dersom det foreligger en relevant faglig begrunnelse, og aksjelovens §3-4 er ivarettatt for selskapet.

Kontantstrøm fra operasjonelle aktiviteter var på 1 millioner kroner. Selskaps likviditetsbeholdning var 125 millioner kroner, mens kortsiktig gjeld utgjorde 115 millioner kroner per 31.12.21. Selskapet har ingen langsiktig gjeld.

Selskaps finansielle investeringer er vist i note til regnska- per. Syret anser det ikke å forelegge markedet, kredit- eller likviditetsrisiko av vesentlig betydning for regnskapsavleg- gelsen, ut over det som kommer frem av noteene. Syret har vedtatt en konservativ plasseringsstrategi med formål å sikre selskaps midler.

Syret mener at årsberetningen gir en rettvise oversikt over Sjømåtrådet's finansielle stilling, utvikling og resul- tat. Resultatregnskaper er like egne til å gi et godt bilde av hva Sjømåtrådet har bidratt til overfor norsk fiskeri- og

havbruksnæring, og det er nødvendig med mer detaljert kunnskap om strategi og markedsinnsats for å evaluere selskapet.

Syret foreslår følgende disposering av årsresultatet

Sjømåtrådet:

- Overført til annen egenkapital kr 31244,015
- Totalt disponert kr 31244,015
- Selskaps egenkapital pr. 31.12.21 var totalt kr 285 millioner

Syret vurderer selskaps egenkapital og likviditet som forsvarelig ut fra risikoen ved, og omfangen av virksomheten i selskapet. I samsvar med regnskapslovens § 3-3a bekrefte- det at forussetningen om forsatt drift er til stede.

Frømtidig utvikling

Koronapandemien påvirket store deler av samfunnet og næringslivet, også sjømatsektoren fra Norge. Vi registrerte en nedgang i eksportverdi fra mars 2020, til februar 2021. Deretter har det snudd. Det har vært en positiv utvikling i ek- sportverdien, og dermed også markedsavgiften som tilfaller Sjømåtrådet. Denne utviklingen har forsatt inn i 2022.

Russlands invasjon av Ukraina påvirker sjømathandelen på flere måter. Krigen i seg selv medfører at eksport til Ukraina er tilhærmert umulig.

Sanksjonene mot Russland gir konsekvenser for handelen med russisk sjømat, som igjen får konsekvenser for blant annet konkurranseinnasjon for norsk sjømat globalt.

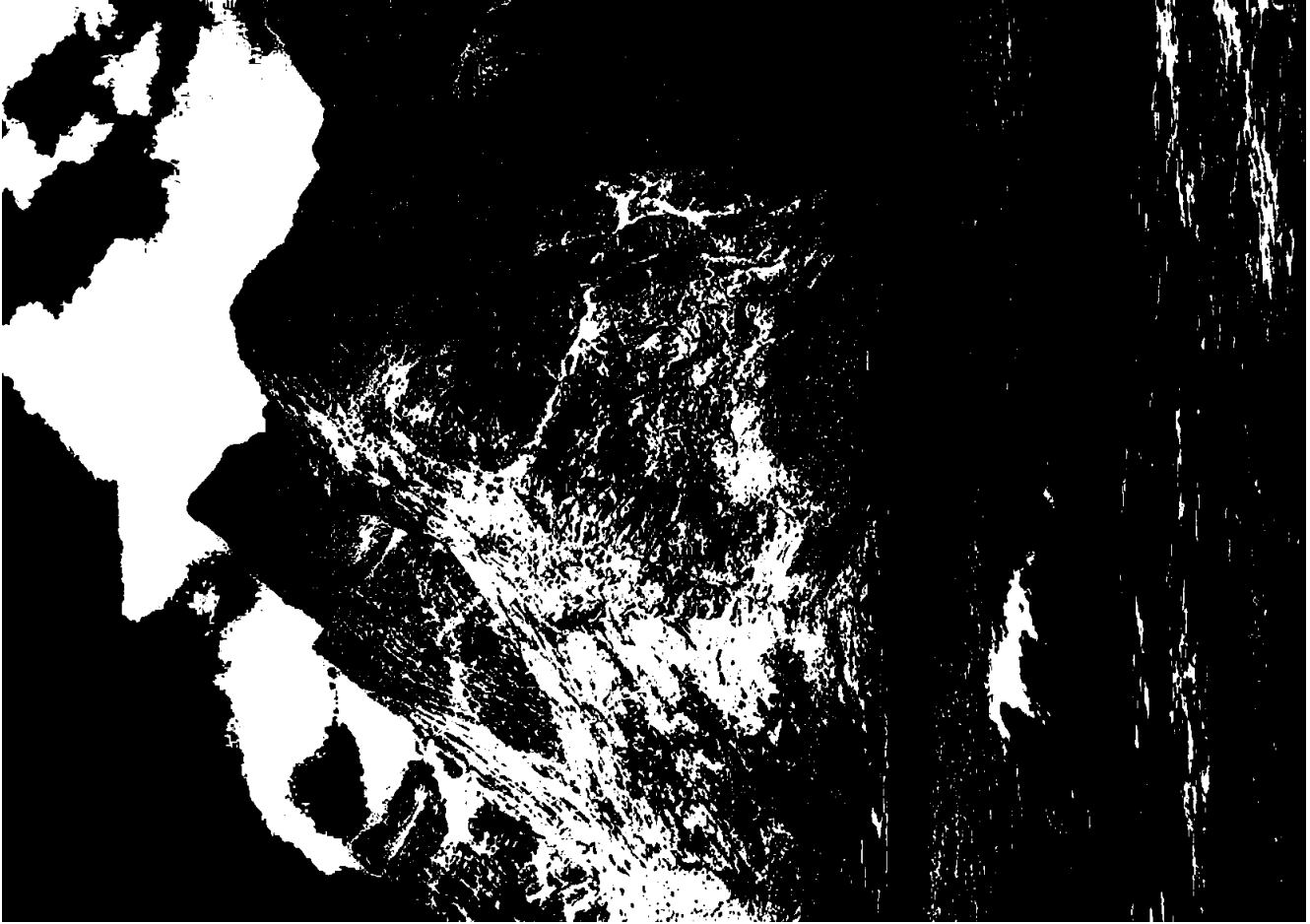
Russlands sanksjoner mot Vesten får direkte og indirekte konsekvenser for handelen med norsk sjømat. Russland har blant annet innført flyforbud over russisk territorium.

Også de høye energipriser har gitt konsekvenser for hele ver- dikjeden, fra fangst til bord. Dette omfatter spesielt drivstoff- prisene knyttet til fangst og produksjon, men også transport av sjømat. Prisene øker for en rekke innsatsfaktorer til fangst og produksjon av sjømat. Både Russland og Ukraina er for eksempel store produsenter av innsatsfaktorer til forproduk- sjon. I sum bidrar alt dette til økte matvarepriser, herunder også økte sjømatpriser.

Sjømåtrådet har fulgt utviklingen tett, og har løpende publi- sert oppdateringer på våre nettsider, seafood.no.

Makrobildet medfører dermed en viss usikkerhet, både med tanke på Russlands invasjon og hvordan Covid-19 har ut- viklet seg i deler av verden, spesielt i Asia. Foreløpige bereg- ninger viser likevel at størrelsen på Sjømåtrådet's egenkapital, kombinert med fleksibiliteten til å opp- og nedskalere aktivi- teter, innebærer at den finansielle risikoen er akseptabel.

Basert på den vedtatte strategien, skal arbeidet med å gjøre Sjømåtrådet enda mer effektivt og relevant som bidragsyter til å øke verdien av norsk sjømat fortsette i 2022.



Styret

Styret i Sjømatrådet utnevnes av Nærings- og fiskeridepartementet. Styret skal være representativt for fiskeri- og havbruksnæringa og bestå av sju til ni aksjonærvalgte representanter.

På generalforsamlingen i 2020 ble følgende styre oppnevnt:

- Marianne E. Johnsen (leder)
- Arund Dvønen Ringedal (nestleder)
- Aino Oloisen
- Anne Hilde Midttveit
- Knut Helge Vestre
- Solveig Strand
- Trond Tuvstein

De ansatte har valgt styremedlemmene:

- Jan Eirik Johnsen
- Øjlan Kjørvik Olsen
- Tine Home

Styret har hatt fem møter og behandlet 55 saker i 2021. Styret legger vekt på å følge statens prinsipper for god eiersstyring og selskapsledelse. Styret gjennomfører årlig egenevaluering og kommuniserer resultatet til eier. Styret fastsetter årlig møteplan med oversikt over hvilke saker som skal drøftes i hvert møte.



De 2. Årberetning

Marianne E. Johnsen
Marianne E. Johnsen
STYRETS LEDER

Arund Dvønen Ringedal
Arund Dvønen Ringedal
NESTLEDER

Aino Oloisen
Aino Oloisen

Anne Hilde Midttveit
Anne Hilde Midttveit

Knut Helge Vestre
Knut Helge Vestre

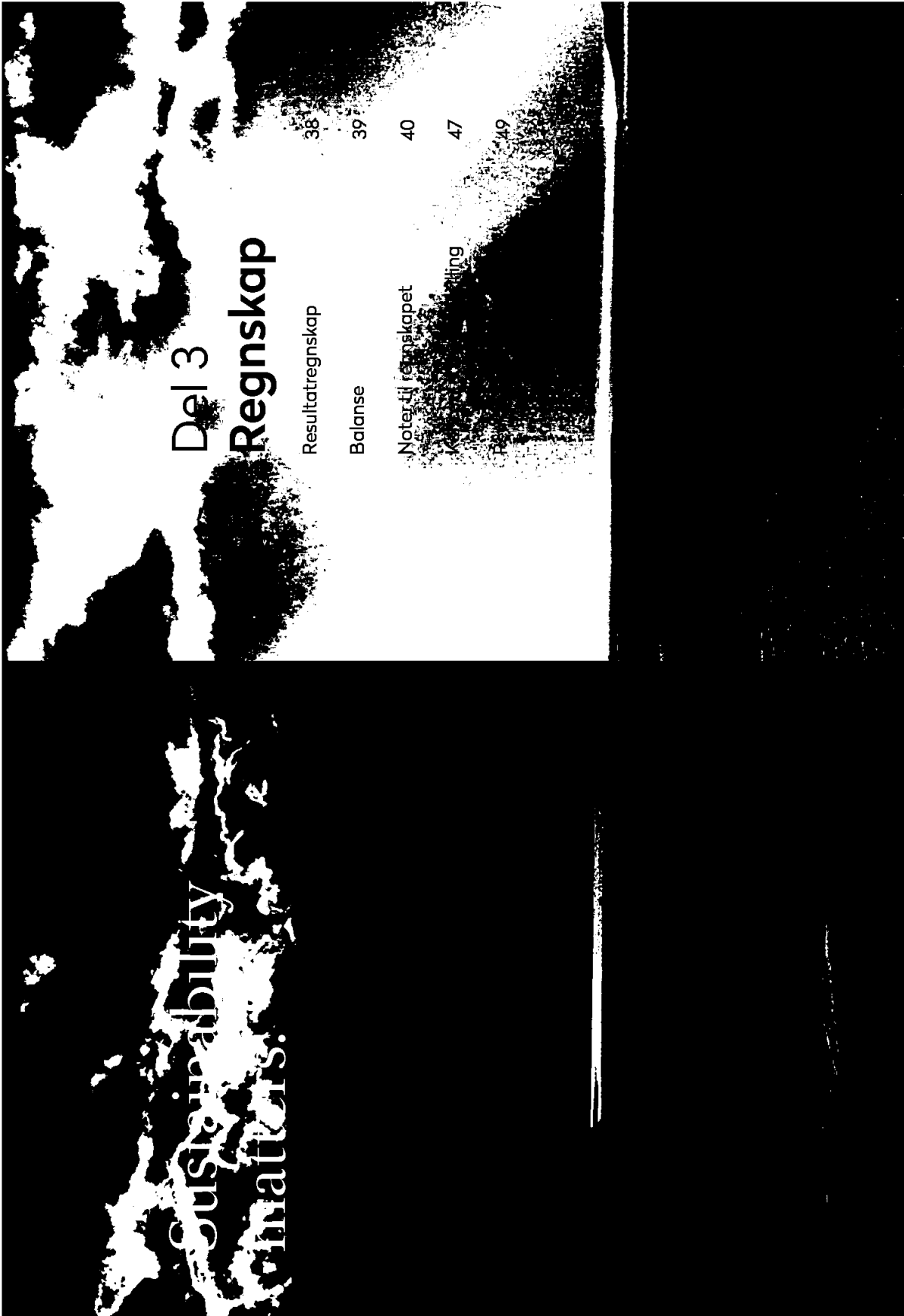
Solveig Strand
Solveig Strand

Trond Tuvstein
Trond Tuvstein

Jan Eirik Johnsen
Jan Eirik Johnsen
ANSATTEVALGT

Øjlan Kjørvik Olsen
Øjlan Kjørvik Olsen
ANSATTEVALGT

Tine Home
Tine Home
ANSATTEVALGT





Del 3 Regnskap

Resultatregnskap

	Note	2021	2020
Inntekter			
Markedsavgift		458 349 771	402 788 631
Årsavgift	4	7 635 000	7 830 000
Øvrige inntekter		827 919	1 208 345
Sum inntekter		466 812 690	411 826 976
Administrasjonskostnader			
Personalkostnader	5	16 301 227	15 445 881
Annens kostnad		13 361 894	12 634 546
Avskrivning varige driftsmidler	2	1 317 993	1 192 570
Sum administrasjonskostnader		30 981 114	29 272 997
Operasjonelle investeringer			
Informasjon og kriseberedskap		7 770 765	9 219 796
Markedsinvesteringer		295 699 588	286 132 202
Markedsinformasjon	6	19 637 806	21 194 051
Markedsadgang		4 163 147	1 290 824
Operasjonelle lønnskostnader	5	34 494 690	33 651 008
Utskottor		45 568 307	45 611 808
Sum operasjonelle investeringer		407 334 302	397 099 689
Driftsresultat		28 497 275	-14 545 711
Finansresultat			
Renteinntekter		2 340 874	4 904 588
Annens finansinntekt		2 737 909	3 220 911
Rentekostnader		79 313	150 932
Annens finanskostnad		2 252 730	4 326 353
Finansresultat		2 746 740	3 648 214
RESULTAT	1	31 244 015	-10 897 497

Balanse

	Note	31.12.21	31.12.20
EIENDELER			
Anleggsmidler			
Varige driftsmidler			
Inventar, kontormaskiner, edb-utstyr	2	1 301 175	2 079 189
Finansielle anleggsmidler			
Investeringer i aksjer	3	14 000	14 000
Sum anleggsmidler		1 315 175	2 093 189
Omløpsmidler			
Pålagt markedsavgift		88 936 320	71 777 167
Obligasjonsfond	3	106 002 486	105 193 466
Til gode offentlige avgifter		8 140 121	18 678 376
Kortsiktige fordringer		9 624 639	6 786 712
Kortsiktige plasseringer (pergemarkedsfond)	3	81 794 330	81 189 668
Bankinnskudd, kontanter	7	124 503 999	125 301 660
Sum omløpsmidler		419 001 894	408 926 448
SUM EIENDELER		420 317 069	411 019 587
EGENKAPITAL OG GJELD			
Egenkapital			
Aksjekapital	1	50 000 000	50 000 000
Overkursfond	1	57 860 794	57 860 794
Annens egenkapital	1	197 383 342	166 139 327
Sum egenkapital		305 244 136	274 000 121
Gjeld			
Kortsiktig gjeld			
Leverandørgjeld		82 541 160	66 219 740
Forskuddbetalt årsavgift fra eksportører		7 185 000	6 975 000
Skyldig offentlige avgifter		3 724 451	3 526 134
Annens kortsiktig gjeld		21 652 322	60 298 591
Sum kortsiktig gjeld		115 072 933	137 019 466
SUM EGENKAPITAL OG GJELD		420 317 069	411 019 587

<i>Monica e. Johnsen</i> STYRETS LEDER	<i>Amund Dønen Ringstad</i> AMUND DØNEN RINGSTAD NESTLEDER	<i>Amund Østergaard</i> AMUND ØSTERGAAARD NESTLEDER	<i>Amund Østergaard</i> AMUND ØSTERGAAARD NESTLEDER	<i>Amund Østergaard</i> AMUND ØSTERGAAARD NESTLEDER	<i>Amund Østergaard</i> AMUND ØSTERGAAARD NESTLEDER
<i>Knut Helge Vestre</i>	<i>Solveig Strand</i> SOLVEIG STRAND	<i>Trond Tuvstein</i> TROND TUVSTEIN	<i>Trond Tuvstein</i> TROND TUVSTEIN	<i>Trond Tuvstein</i> TROND TUVSTEIN	<i>Trond Tuvstein</i> TROND TUVSTEIN
<i>Ørjan Kjørsvik Olsen</i> ØRJAN KJØRVIK OLSEN	<i>Trine Horne</i> TRINE HORNE	<i>Trine Horne</i> TRINE HORNE	<i>Trine Horne</i> TRINE HORNE	<i>Trine Horne</i> TRINE HORNE	<i>Trine Horne</i> TRINE HORNE
<i>Renate Larsen</i> RENATE LARSEN	<i>Renate Larsen</i> RENATE LARSEN	<i>Renate Larsen</i> RENATE LARSEN	<i>Renate Larsen</i> RENATE LARSEN	<i>Renate Larsen</i> RENATE LARSEN	<i>Renate Larsen</i> RENATE LARSEN
<i>Jan Erik Johnsen</i> JAN ERIK JOHNSEN	<i>Jan Erik Johnsen</i> JAN ERIK JOHNSEN	<i>Jan Erik Johnsen</i> JAN ERIK JOHNSEN	<i>Jan Erik Johnsen</i> JAN ERIK JOHNSEN	<i>Jan Erik Johnsen</i> JAN ERIK JOHNSEN	<i>Jan Erik Johnsen</i> JAN ERIK JOHNSEN
<i>Anne Hilde Midttveit</i> ANNE HILDE MIDTTVEIT	<i>Anne Hilde Midttveit</i> ANNE HILDE MIDTTVEIT	<i>Anne Hilde Midttveit</i> ANNE HILDE MIDTTVEIT	<i>Anne Hilde Midttveit</i> ANNE HILDE MIDTTVEIT	<i>Anne Hilde Midttveit</i> ANNE HILDE MIDTTVEIT	<i>Anne Hilde Midttveit</i> ANNE HILDE MIDTTVEIT



Noter til regnskapet

Regnskapsprinsipper

Årsregnskapet er satt opp i samsvar med regnskapslovens bestemmelser og god regnskapspraksis.

Oppstillingen av resultatposter

Ved oppstillingen av regnskapet er det mulig å benytte en presentasjonsform etter art eller funksjon. Sjømatrådet benytter i dag en kombinasjon av disse metodene ved å skille driftskostnadene i administrative- og operasjonelle kostnader. Den valgte presentasjonsformen begrunnes i at dette gir et mer informativt bilde av virksomheten enn tilfellet ville vært ved en nedrykning av arts- eller funksjoninndeling.

Driftsinntekter

Markedsavgift, inntektsføres etter hvert som den påløper. Denne beregnes med grunnlag i SSBs statistikk for handel med norsk sjømat, kombinert med konstante innbetalinger fra Skatteetaten som forestår innkrevingen fra eksportørene. Skatteetaten overfører disse midlene til en lilleskonto mellom Sjømatrådet og HFF som deretter fordeles midlene seg i mellom etter gjeldene handelsstatistikk.

Årsavgift fra eksportører inntektsføres lineært fordelt over regnskapsåret, mens øvrige inntekter inntektsføres etter hvert som de påløper.

Tilskudd

Tilskudd inntektsføres i takt med at vilkårene oppfylles.

Klassifisering og vurdering av balanseposter

Omlopsmidler og kortsiktig gjeld omfatter poster som forfaller til betaling innen ett år etter balansedagen. Øvrige poster er klassifisert som anleggsmidler og langsiktig gjeld.

Kortsiktige plasseringer (pengemarkedsfond) og obligasjonsfond vurderes til virkelig verdi på balansedagen. Øvrige omlopsmidler vurderes til laveste av anskaffelseskost og virkelig verdi. Kortsiktig gjeld balanseføres virkelig verdi, herunder også levdandregjeld.

Anleggsmidler vurderes til anskaffelseskost, men nedskrives til virkelig verdi dersom verdifallet ikke forventes å være forbigående. Nedskrivningen reverseres når grunnlaget for nedskrivningen ikke lenger er tilstede.

Fordringer

Fordringer balanseføres til pålydende etter fradrag for avsetning til forventet tap. Avsetning til tap gjøres på grunnlag av individuelle vurderinger av de enkelte fordringene.

Valuta

Pengposter i utenlandsk valuta er vurdert til kursen ved regnskapsårets slutt. Agbjøustingar er klassifisert som finansposter.

Varige driftsmidler

Varige driftsmidler balanseføres og avskrives lineært over driftsmidlets levetid dersom de har forventet levetid over 3 år og har en kostpris som overstiger kr 15.000. Direkte vedlikehold av driftsmidler kostnadsføres løpende under driftskostnader, mens påkostninger eller forbedringer tillegges driftsmidlets kostpris og avskrives i takt med driftsmidlet.

Pensjoner

Pensjonsforpliktelser og -kostnader er behandlet etter norsk regnskapsstandard om pensjoner. Selskapet har sikret sine forpliktelser via kollektive pensjonsordninger i Livforsikringselskap. Pensjonsordningen er i dag en innskuddsordning. Dette medfører løpende kostnadsføring av selskapets innskudd til pensjonsordningen.

Kontantstrømpoppstilling

Kontantstrømpoppstillingen er utarbeidet etter den indirekte metoden.

Skatt

Selskapet er ikke skattepliktig jf. Skatteboken § 2-30.



Del 3 Regnskap

Note 1 Egenkapital

Aksjekapitalen består av 50.000 (femtitusen) aksjer á kr 1000 (ettusen) og aksjene eies i sin helhet av den norske stat ved Nærings- og fiskeridepartementet.

Årets endringer i egenkapital (tall i 1000)	Overkurs	Ammen EK	Sum EK
Egenkapital 01.01.21	57 861	166 139	224 000
Årets resultat	31 244	31 244	62 488
Egenkapital 31.12.21	57 861	197 383	305 244

Note 2 Varige driftsmidler

Varige driftsmidler (tall i 1000)

	2021	2020
Anskaffelseskost 01.01.	7 610	7 616
Tilgang i året (ansk.kost)	540	365
Avgang i året (ansk.kost)	283	371
Anskaffelseskost 31.12.	7 867	7 610
Akkumulerte av- og nedskrivninger 01.01.	5 531	4 710
Årets avskrivninger	1 318	1 193
Tilbakerførte avskrivninger ved nedleggelse	283	371
Akkumulerte av- og nedskrivninger 31.12.	6 566	5 531
Bokført verdi 31.12.	1 301	2 079

Avskrivningsmetode

Det benyttes lineære avskrivninger for alle varige driftsmidler. Den økonomiske levetiden forventes å være fra 3 til 7 år.

15-33 %

15-33 %

Note 3 Aksjer og øvrige finansielle plasseringer

Selskap

	2021	2020
Den Norske Markfestivalen i Ålesund AS	10	10
Norrøna Barnebøye AS	4	4
Bokført verdi pr. 31.12. (anleggsmidler)	14	14

Øvrige plasseringer

	Realisert 2021	Verdiforandring 2021	Virkelig verdi 2021	Virkelig verdi 2020
Plus Obligasjon	0	559	48 497	47 938
DNB Obligasjon 20 (IV)	0	-89	28 132	28 221
DNB FRN20	0	339	29 373	29 034
Sum obligasjonsfond	0	809	106 002	105 193
Plus Livdelt II (pengemarkedsfond)	0	604	81 794	81 190
Bokført verdi plasseringer pr. 31.12.	0	1 413	187 796	186 383

42

Note 4 Årsavgift eksportører

Pr. 31.12.21 hadde Norges sjømatråd AS godkjente 509 eksportører. Antallet er fastsatt på grunnlag av faktisk registrerte eksportører ved regnskapsårets slutt.

Note 5 Antall ansatte, lån til ansatte, godtgjørelser

Gjennomsnittlig antall ansatte i løpet av året utgjør følgende årsverk:¹⁾

	2021	2020
Ansatte ved hovedkontor	500	509
Utsendinger utekontor	13,0	13,3
Øvrige ansatte ute	9,0	9,3
Sum ansatte	72,0	73,5

¹⁾ Inklusive trainee og lærlinger

	Lønn og andre godtgjørelser ²⁾	Innskudd pensjon ³⁾	Sum 2021	Sum 2020
Adm. dir. (tall i 1000)	2 645	97	2 742	2 705
Markedsdirektør Camilla Beck ³⁾	1 556	97	1 653	832
Direktør Globale operasjoner Børge Grenbech	1 379	97	1 476	1 351
Direktør øk./adm. Steinar Øvergaard	1 352	97	1 449	1 383
Kommunikasjonsdirektør Chris Guldberg	1 320	97	1 417	1 324
Direktør HR Ragnor Abel	1 203	92	1 295	1 230
Direktør markedsadgang/info. Tom Jørgen Gangsø	1 154	86	1 240	1 167

¹⁾ Adm. dir. har pr. 31.12.21 en fastlønn på 2.600.706. Ved tilleggsbetaling 0,09% av fastlønnen 2.412.000 tilsvarende en økning på 1,4% p.a.

²⁾ Selskapet har en innskuddsordning, ingen oppgjøring over 12 G

³⁾ Ansatt fra 01.06.20

Personalkostnader administrasjon (tall i 1000)	2021	2020
Lønn	6 904	7 224
Arbeidsgevavgift	1 062	1 020
Andre personalkostnader (inkl. pensjonsforsikring alle ansatte)	8 336	7 202
Sum	16 301	15 446

Personalkostnader operasjonelle (tall i 1000)	2021	2020
Lønn	29 282	28 653
Arbeidsgevavgift	2 592	2 537
Andre personalkostnader	2 621	2 461
Sum	34 495	33 651

Personalkostnader utskontor (tall i 1000)	2021	2020
Lønn og uteligg	13 252	12 973
Arbeidsgevavgift	1 000	1 019
Andre personalkostnader	20 985	21 336
Sum	35 237	35 329

43



Del 3 Regnskap

Personalkostnader øvrige (tall i 1.000)	2021	2020
Lønn	1 143	940
Arbeidsgeværgift	129	88
Andre personalkostnader	453	291
Sum	1 725	1 319

Personalkostnader, uteløst og øvrige personalkostnader presenteres ikke som egen linje i regnskapet, men inngår i de hovedinvesteringer de tilhører.

Pensjonsordning

Selskapet er pliktig til å ha tjenestepensjonsordning etter lov om obligatorisk tjenestepensjon.

Selskapet har derfor etablert en innskuddsbasert pensjonsordning for sine ansatte som tilfredsstiller kravene i denne lov.

Personalkostnader etter art (tall i 1.000)	2021	2020
Lønn	50 580	49 790
Arbeidsgeværgift	4 783	4 664
Pensjonsforsikring	4 709	3 537
Andre personalkostnader	27 685	27 754
Personalkostnader	87 758	85 744

Honorarseter for styret (tall i 1.000)

	2021	2020
Leder	188,0	185,5
Nestleder	131,8	130,0
Styremedlemmer	89,8	88,5
Sum styrehonorar	1 037,8	1 023,5

Honorar revisor (tall i 1.000)

	2021	2020
Revisjon, eks. mva.	126	135
Annens bistand, attestasjoner mv. eks. mva.	46	10
Sum honorar revisor/KPMG	172	146

Andre driftskostnader spesifisert etter art (tall i 1.000)

	2021	2020
Lønn og personalkostnader	87 758	85 744
Avskrivninger	1 318	1 193
Andre driftskostnader	349 240	339 436
Sum driftskostnader	438 315	426 373

Note 6 Markedsinvesteringer

Løst (tall i 1.000)	2021	2020
Spania	26 531	10 413
Italia	20 110	9 722
Frankrike	18 816	19 770
Tyskland	11 436	23 039
Japan	6 746	9 546
Sør-Korea	6 475	5 673
Thailand	4 956	5 703
Kina	4 214	13 486
USA	4 018	6 621
Taiwan	2 524	1 860
Sverige	2 412	5 744
Polen	43	271
UK	-	155
HONG KONG	-	723
Singapore	-	304
Tyrkia	-	134
Malaysia	-	83
Annend/diverse	15 653	8 292
Sum løst	123 631	121 640

Øret (tall i 1.000)

	2021	2020
Thailand	2 970	731
USA	743	1 416
Malaysia	21	2 189
Sum øret	3 734	4 336

Peligisk (tall i 1.000)

	2021	2020
Japan	10 772	9 356
Sør-Korea	4 545	5 023
Kina	2 764	2 829
Taiwan	1 029	-
Thailand	1 000	-
Annend/diverse	3 339	3 400
Sum peligisk	23 449	20 608



Del 3 Regnskap

Hvitfisk (tall i 1.000)	2021	2020
Spania	8 128	9 311
UK	7 650	7 353
Tyskland	7 333	5 294
Sverige	6 662	7 732
Frankrike	5 086	14 997
Kina	2 663	3 383
USA	2 241	3 339
Annenn/diverse	9 843	8 521
Sum hvitfisk	49 606	59 931

Konvensjonell (tall i 1.000)	2021	2020
Portugal	15 364	14 278
Brasil	8 157	9 684
Italia	7 013	4 980
Dominikanske Republik	2 474	2 158
Spania	2 150	-
Vest/sentral Afrika	1 935	593
Mellom-Amerika	1 058	945
Annenn/diverse	5 671	1 728
Sum konvensjonell	43 773	34 365

Reker/skalldyr (tall i 1.000)	2021	2020
Sverige	6 504	7 909
Sør-Korea	2 449	2 661
Kina	1 507	1 706
Thailand	79	-
Singapore	40	-
Annenn/diverse	3 481	2 516
Sum reker/skalldyr	14 031	14 791

Generisk (tall i 1.000)	2021	2020
Innenlands (inkl. Fiskesprell ⁹ og 3luka)	26 582	18 599
Nye markeder/nye markedsinitiativ	3 628	2 670
Fellesaktiviteter	7 265	9 193
Sum generisk	37 475	30 462

SUM MARKEDSINVESTERINGER	2021	2020
	295 699	286 132

⁹ Fiskesprell er et nasjonalt kostholdsprogram som har som mål å øke sjematilslaget blant barn og unge. Programet administreres av NFD, Fiskesprell og 3luka. Fiskesprell, HOD og Sjematilslaget. Sjematilslaget bokføres til sammen 7 422 244 tilskudd til programmet.

Note 7 Bundne midler

Av totalt innestående bank er kr 5 597 800 bundet til deknning av skattebærek.

Kontantstrømoppstilling

Kontantstrømmer fra operasjonelle aktiviteter (tall i 1.000)	2021	2020
Resultat før skatter	31 244	-10 897
Ordinære avskrivninger	1 318	1 193
Økning (-) / reduksjon i kortsiktige fordringer	-2 838	5 791
Økning (-) / reduksjon i pålept markedsavgift	-17 159	1 213
Økning / reduksjon (-) i leverandørgjeld	16 321	-699
Endringer i andre tidsavgrensningsposter	-27 729	21 708
Netto kontantstrøm fra operasjonelle aktiviteter	1 157	-18 308
A		
Kontantstrømmer fra investeringsaktiviteter (tall i 1.000)	2021	2020
Utbetalinger ved kjøp av varige driftsmidler	-540	-365
Økning (-) / reduksjon i obligasjonsfond	-809	-2 725
Økning (-) / reduksjon i kortsiktige plasseringer	-505	-1 083
Netto kontantstrøm fra investeringsaktiviteter	-4 173	-4 605
B		
A + B		
Netto endring i likvider	-797	14 135
Likviditetsbeholdning 01.01	125 301	111 167
Likviditetsbeholdning 31.12	124 504	125 301



Revisors beretning









NORGES
SJØMATRÅD

Stortorget 1
Postboks 6176
9291 Tromsø

Telefon 77 60 33 33
service@seafood.no
seafood.no

