



ÅRSREGNSKAPET FOR REGNSKAPSÅRET 2020 - GENERELL INFORMASJON

Enheten

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

Regnskapsår

Årsregnskapets periode: 01.01.2020 - 31.12.2020

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: 17.06.2021

Grunnlag for avgivelse

År 2020: Årsregnskapet er elektronisk innlevert
År 2019: Tall er hentet fra elektronisk innlevert årsregnskap fra 2020

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, 27.07.2022



Resultatregnskap

Beløp i: NOK	Note	2020	2019
RESULTATREGNSKAP			
Inntekter			
Markedsavgift		402 789 000	399 429 000
Årsavgift	4	7 830 000	6 885 000
Øvrige inntekter		1 208 000	1 609 000
Eksterne bidrag (Sildelaget)			9 000 000
Sum inntekter		411 827 000	416 923 000
Kostnader			
Personalkostnad adm.	5	15 446 000	15 765 000
Personalkostnad operasjonelle	5	33 651 000	33 816 000
Personalkostnad utekontor	5	35 329 000	32 913 000
Personalkostnad øvrig	5	1 319 000	1 811 000
Avskrivninger	2	1 193 000	936 000
Annen adm. kostnad		12 635 000	17 336 000
Annen kostnad utekontor		10 283 000	9 999 000
Informasjon og beredskap		8 780 000	6 054 000
Markedsinvesteringer	6	286 132 000	289 583 000
Markedsinformasjon		20 534 000	19 046 000
Markedsadgang		1 071 000	3 992 000
Sum kostnader		426 373 000	431 251 000
Driftsresultat		-14 546 000	-14 328 000
Finansinntekter og finanskostnader			
Annen renteinntekt		4 905 000	6 182 000
Annen finansinntekt		3 221 000	1 343 000
Sum finansinntekter		8 126 000	7 525 000
Annen rentekostnad		151 000	188 000
Annen finanskostnad		4 326 000	2 411 000
Sum finanskostnader		4 477 000	2 599 000
Netto finans		3 649 000	4 926 000
Ordinært resultat før skattekostnad		-10 897 000	-9 402 000



Resultatregnskap

Beløp i: NOK	Note	2020	2019
Ordinært resultat etter skattekostnad		-10 897 000	-9 402 000
Årsresultat		-10 897 000	-9 402 000



Balanse

Beløp i: NOK	Note	2020	2019
BALANSE - EIENDELER			
Anleggsmidler			
Immaterielle eiendeler			
Varige driftsmidler			
Driftsløsøre, inventar, verktøy, kontormaskiner og lignende	2	2 079 000	2 907 000
Sum varige driftsmidler		2 079 000	2 907 000
Finansielle anleggsmidler			
Investeringer i aksjer og andeler		14 000	14 000
Sum finansielle anleggsmidler		14 000	14 000
Sum anleggsmidler		2 093 000	2 921 000
Omløpsmidler			
Varer			
Fordringer			
Kortsiktige fordringer		6 787 000	12 578 000
Tilgode offentlige avgifter		18 678 000	10 557 000
Påløpt markedsavgift		71 777 000	72 990 000
Sum fordringer		97 242 000	96 125 000
Investeringer			
Obligasjonsfond		105 194 000	102 469 000
Pengemarkedsfond		81 190 000	80 106 000
Sum investeringer		186 384 000	182 575 000
Bankinnskudd, kontanter og lignende			
Bankinnskudd		125 301 000	111 167 000
Sum bankinnskudd, kontanter og lignende		125 301 000	111 167 000
Sum omløpsmidler		408 927 000	389 867 000
SUM EIENDELER		411 020 000	392 788 000



Balanse

Beløp i: NOK	Note	2020	2019
BALANSE - EGENKAPITAL OG GJELD			
Egenkapital			
Innskutt egenkapital			
Aksjekapital	1	50 000 000	50 000 000
Annen egenkapital	1	166 139 000	177 037 000
Overkurs	1	57 861 000	57 861 000
Sum innskutt egenkapital		274 000 000	284 898 000
Sum egenkapital		274 000 000	284 898 000
Sum langsiktig gjeld		0	0
Kortsiktig gjeld			
Skyldige offentlige avgifter		3 526 000	3 483 000
Leverandørgjeld		66 220 000	66 919 000
Forskuddsbetalt årsavgift		6 975 000	7 500 000
Annen kortsiktig gjeld		60 299 000	29 988 000
Sum kortsiktig gjeld		137 020 000	107 890 000
Sum gjeld		137 020 000	107 890 000
SUM EGENKAPITAL OG GJELD		411 020 000	392 788 000



SJØMATRÅD

Proudly representing ■
Seafood from Norway ■

Årsrapport





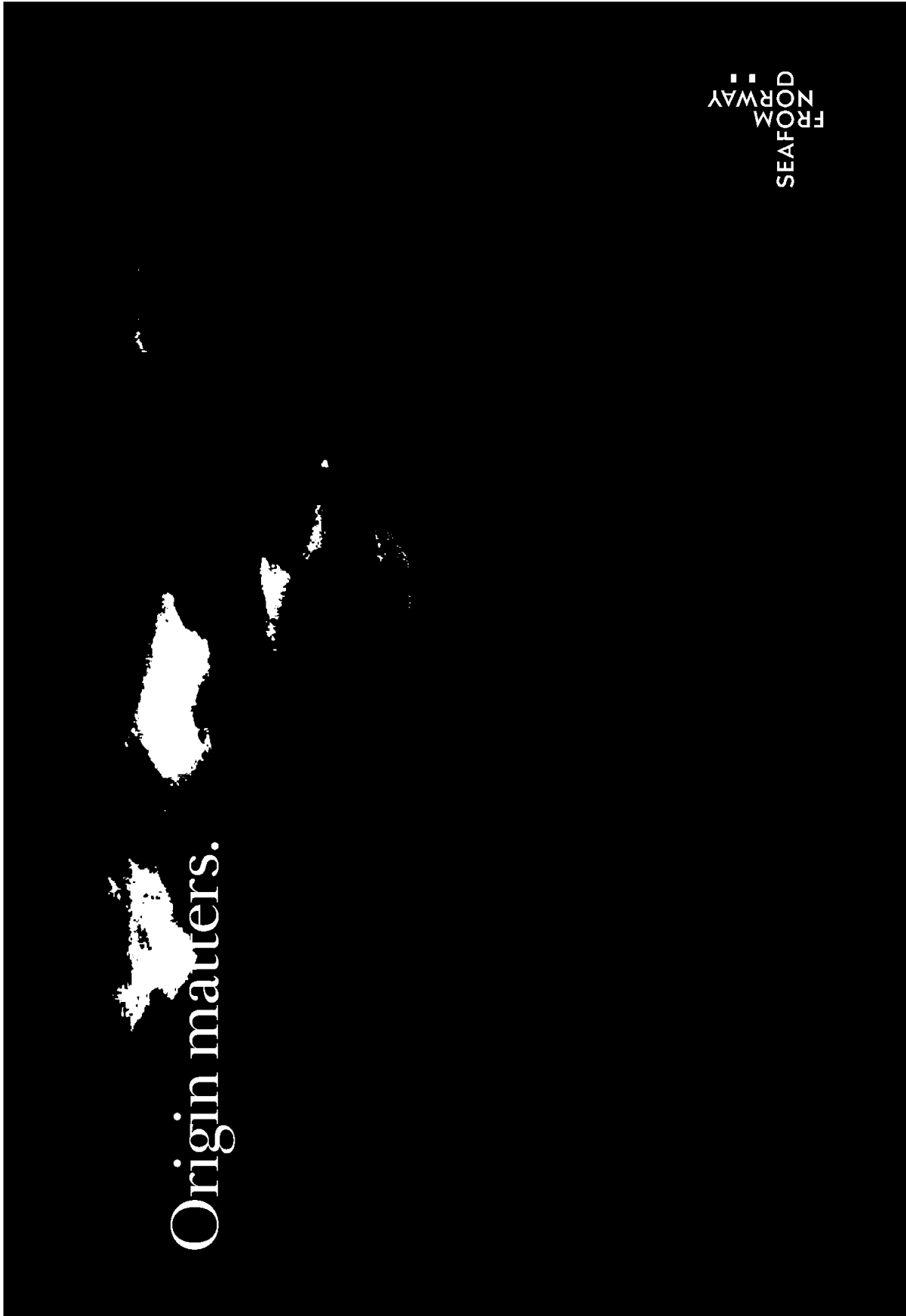
NORGES
SJØMATRÅD

Årsrapport 2020

© Norges sjømatråd AS
Må 2021

Fotografert: John Willhagen, Knut Åsenud,
Norges sjømatråd
Design: Tonk Design, Tronnes AS
Trykk: D/ Media

Omslag: Munkien Polar, 240 g
Innmat: Munkien Polar, 190 g





NORGES
SJØMATRÅD

Innhold

Del 1		
Norges sjømatråd		10
Markedsarbeid i koronens tid		12
Tett på verdensmarkedet		14
Globale markedsinvesteringer og aktiviteter		18
Større markedskampanjer		20
Markedsarbeidet i Norge		23
Fiskesprell		24
Bærekraftig verdiskaping		24
Brulettundersøkelse		28
Del 2		
Årsberetning		34
Sjømatrådets oppdrag		34
Vitksomheten		35
Virksomhetsstrategi og prioriterte områder		38
Koronapandemien – påvirkning på		
Sjømatrådets organisasjon og arbeid		39
Organisasjon, arbeidsmiljø og samfunnsansvar		41
Økonomi og rammebetingelser		41
Styret i Sjømatrådet		43
Del 3		
Regnskap		48
Resultatregnskap		49
Balanse		52
Noter til regnskapet		60
Kontantstrøppstilling		61
Revisors beretning		61





Del 1 Norges sjømatråd

Markedsarbeid i koronens tid	10
Tett på verdensmarkedet	12
Globale markedsinvesteringer og aktiviteter	14
Større markedskampanjer	18
Markedsarbeidet i Norge	20
Fiskesprell	23
Bærekraftig verdiskaping	24
Brukerundersøkelse	28

Del 1 Om Norges sjømatråd

Introduksjon



Renate Larsen
Administrerende direktør

Markedsarbeid i koronaens tid

STOP
00.00.00

Den nye hverdagen med koronapandemi og nedstengte markeder har satt sitt tydelige preg på Sjømatrådets arbeid det siste året.

Det har vært en krevende øvelse, men takket være en tilpassingsdyktig sjømatnæring og en fenomenal innsats fra våre ansatte er posisjonen til norsk sjømat fortsatt sterk.

For å sikre at sjømatnæringen får mest mulig igjen for våre investerte midler, har vi i Sjømatrådet systematisert erfaringer og innsikt fra koronåret 2020.

Hvordan har vi taklet utfordringene, og hva har vi lært? Her er noe av det vi tar med oss videre:

Tett samarbeid: Den tette dialogen med eksportørene og verdikjeden ute i markedet har vært helt essensiell for å lykkes.

Dynamisk tilnærming og evne til rask endring: De store endringene og restriksjonene i markedene har gjort det nødvendig å endre markedsplaner, budsjetter og aktiviteter enda oftere og raskere enn tidligere.

Digital synlighet: Koronapandemien har gjort den nye hverdagen enda mer digital. Nå må vi i større grad nå forbrukerne hjemme på deres eget kjøkken.

Økt netthandel: Koronapandemien har satt fart på netthandelen. I de asiatiske markedene har det vært en enorm utvikling, men vi ser også en stor vekst i Europa.

146
land

105,7
milliarder NOK

13,1
milliarder
målterider

Nøkkeltall for
sjømateksportøren 2020

Bygge preferanse for det norske opphavet: Å formidle historien om hvordan norsk sjømat produseres, forvaltes og fangstes, er fremdeles viktig for å bygge kunnskap om det norske opphavet og differensiere oss fra våre konkurrenter.

Bærekraft og helse blir stadig viktigere. Forbrukere ønsker i enda større grad å gjøre bevisste valg som er bra for seg selv, familien og kloden. Vi i Norges sjømatråd jobber for at enda flere skal få opp øynene for Norge som en ledende sjømatnæring når det kommer til å produsere sunn, smakfull og bærekraftig sjømat.

I en fremdeles turbulent tid ser jeg likevel veldig lyst på fremtiden for den norske sjømaten.



Del 1 Om Norges sjømatråd

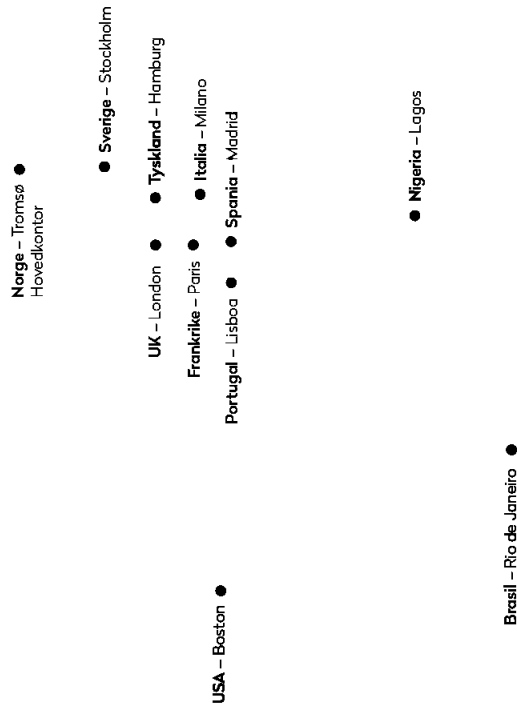
Tett på verdensmarkedet Sammen vinner vi verden for norsk sjømat

NORGES SJØMATRÅD

Norges sjømatråd jobber sammen med norsk fiskeri- og havbruksnæring for å utvikle markeder for norsk sjømat gjennom markedsføring, markedsinnsikt og PR. Selskapet bidrar til økt verdiskaping i fiskeri- og havbruksnæringen gjennom økt etterspørsel og kunnskap om norsk sjømat 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 fagområdene og i viktige støtterfunksjoner til sjømatnæringen og markedene.

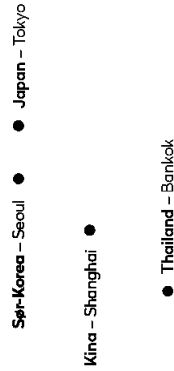
Sjømatnæringen finansierer Sjømatrådets virksomhet gjennom en lovpliktig markedsavgift. Norges sjømatråd er et statssekselskap eid av Nærings- og fiskeridepartementet.



397
millioner i
markeds-
investeringer

27
land

74
ansatte



■ Utekontorer med sjømatutbedring
Markeder vi investerer i

Del 1 Om Norges sjømatråd

挪威三文鱼
原产地至关重要



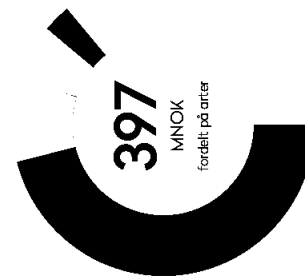
Globale markedsinvesteringer og aktiviteter Markedsinvesteringer i 2020

Hvert år gjør Sjømatrådet markedsinvesteringer på bakgrunn av artsstrategiene, som utarbeides sammen med sjømatnæringen gjennom de rådgivende markedsgruppene. Investeringsnivået avhenger av eksportinntekten, men på tvers av alle markeder og aktiviteter er fokuset å fremme sjømat fra Norge, sjømatnasjonen Norge og opphavsmerket «Seafood from Norway». Her gir vi en oversikt over noe av bredden og omfanget i investeringene, som i stor grad ble justert i løpet av året på grunn av pandemiens innslag.



Fordeling av operasjonelle investeringer per fagområde:

- Markedsføring: 280,8 MNOK
- Medlemsmøte: 75,3 MNOK
- PR og kommunikasjon: 39,8 MNOK



Fordeling av operasjonelle investeringer per art:

- Laks og øret: 131 MNOK
- Hvitfisk: 61 MNOK
- Konversonell: 36 MNOK
- Polagsk: 22 MNOK
- Reiser/ledelyr: 16 MNOK
- Øvrige operasjonelle investeringer, generisk: 131 MNOK

Markedsføring

Pandemien førte til store utfordringer i flere eksportmarkeder, med et hotell-, restaurant- og catering-segment som falt betydelig. Vi har derfor justert vårt markedsmaterieell for å øke synligheten blant forbrukere og for å friste til økt hjemmeconsum av norsk sjømat. Vi har arbeidet for å sikre at vi varetar inspirasjonselementet på en god måte når vi utvikler markedsmaterieell på arsnivå, samt tidlig som opphavsmerkedsføring fortsatt er grunnleggende.

Nytt materiale er utviklet, og gjennom helhetlig kampanjestrategi har vi nå fullverdige verkøykasser med markedsmaterieell for alle arter, som enkelt kan tilpasses til alle markeder. Vi har lansert første utgave av Brand Book, som skal sikre helhetlig uttrykk for merkevaren Seafood from Norway og markedsføring i tråd med artsposisjoneringen.

Kampanjene i 2020 inkluderer annonsering på TV og kino, digitale annonser, magasiner og aviser, «point of sale»-materieell i butikk, samt utendørsannonsering på offentlig transport, i gatemiljø og på kjøpesenter. En stadig økende andel av utendørsreklamen er bevegelige bilder som plasseres på digitale LED-skjermer på metrostasjoner, i butikker og restauranter. Det digitale mediekonsumet øker fortsatt, og digitale kanaler blir derfor stadig viktigere.

85

kampanjer

839

kampanjer med tilstedeværelse på tvers av kanaler

Evalueringemetoder

For å kunne gjøre analyse og kostnadsberegning av markedsføring og andre aktiviteter, må vi ha gode metoder for å måle effektiviteten. Sjømatrådet har utviklet egne metoder for å måle effektiviteten av markedsføring og andre aktiviteter.

Evalueringer gjennomføres i samarbeid med våre partnere og leverandører. Vi har utviklet egne metoder for å måle effektiviteten av markedsføring og andre aktiviteter.

I 2020 ble det gjennomført en evaluering av markedsføring og andre aktiviteter. Dette ble gjort i samarbeid med våre partnere og leverandører. Vi har utviklet egne metoder for å måle effektiviteten av markedsføring og andre aktiviteter.

Del 1 Om Norges sjømatråd

Markedsinnsikt

Sjømatrådet leverer markedsinnsikt til norsk sjømatnæring, norske myndigheter og andre interessenter. I tillegg er det et utvalgt mål for Sjømatrådet å bidra til å sikre eller bedre markedsadgangen for norsk sjømat i enkeltmarkeder. Jobben som gjøres innenfor disse to områdene skal oppleves som et konkurransefortrinn av de norske sjømatbedriftene.

Der er en ambisjon om å øke bruken av disse tjenestene, både gjennom økt frekvens hos eksisterende brukere og rekruttere nye brukere. I sum skal dette sikre høy tilfredshet i den norske sjømatnæringen for jobben som gjøres. I tillegg benyttes innsikten som beslutningsstøtte innenfor: Også i 2020 gjennomføre vi verdens største sjømatundersøkelse, Seafood Consumer Insight (SCI).

Pandemien skapte et stort informasjonsbehov hos de rundt oss, og vi så en stor økning i antallet ad-hoc-analyser, innsiktsforspøisler og møter.

Noen aktuelle temaer i 2020, og våre bidrag til disse, var:

- Brexit**
 - Analyse knyttet til tollbelastning, varesømmer og liknende informasjon om EU-UK-avtalen og konsekvenser for norske eksportører

Kina

- Nye sertifikater, listeføring og inspeksjoner
- Innspill knyttet til artar som i dag ikke har markedsadgang

I tillegg har vi bidratt til listeføring og klassifisering i Brasil.

PR og kommunikasjon

En viktig del av jobben vi gjør ute i verden handler om å forvare og styrke omdømmet til norsk sjømat og sjømatnæringen. Norge gjennom reaktivt og proaktivt PR-arbeid.

Der proaktive PR-arbeider går ut på å fortelle de gode historiene om norsk sjømat, og sjømatnæringen. Norge, primært gjennom fornytt oppmerksomhet i media og kommunikasjon i egne kanaler.

Vi bruker en mix av virkemidler som influencere, global PR-strategi, synlighet i media, seminarer for verdikjeden, messedeletagelse, pressemøter, digital kommunikasjon via nyhetsbrev og sosiale medier.

I 2020 registrerte vi omtrent 17 000 oppslag om norsk sjømat i de 19 markedene vi har under overvåking. Av disse kan 3 241 presseklipp tilskrives Sjømatrådets arbeid i markedene. Drøyt en fjerdedel av klippene stammer fra godt over 40 såkalt «global stories», produsert av Sjømatrådet, i form av pressemøter, nyhessaker, videoer og medlemslag.

Beredskapsarbeider er tett knyttet til det proaktive, og i alle markeder vi er representert har vi effektive systemer for overvåking og varsling av negative mediesaker og uløsende omdømmeutfordringer. Godt samarbeid 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.



30+

presentasjoner på konferanser, seminarer og webinarer

40+

analyser og rapporter

100+

innsiktspresentasjoner til selskaper i sjømatnæringen

13 %

besøksøkning nettsider

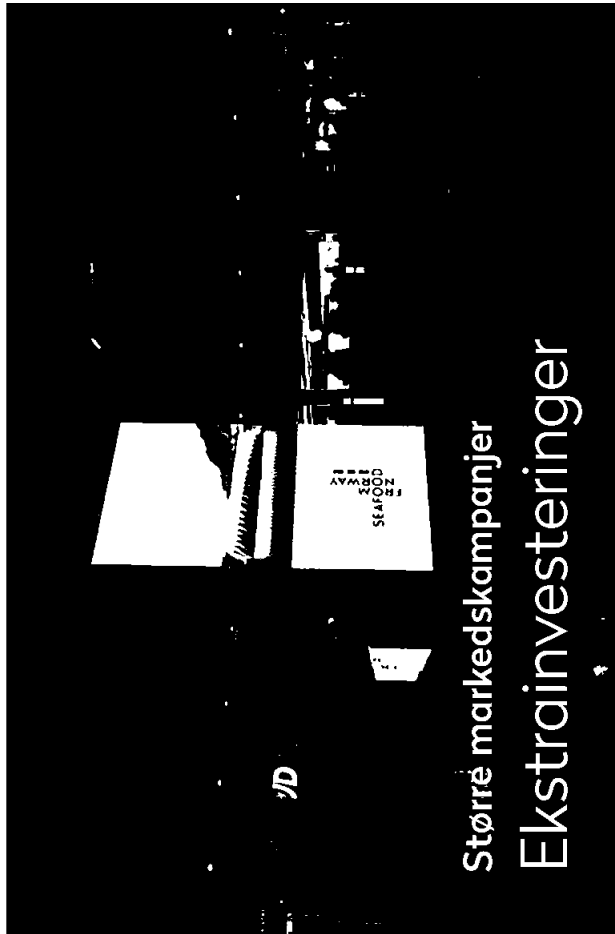
3241

medieoppslag

33

digitale seminarer

Del 1 Om Norges sjematråd



Vi gjorde markedsinvesteringer i 27 land i 2020. I tillegg har Sjematrådet de siste årene valgt seg ut enkeltmarkeder der vi gjennomfører større markeds kampanjer for laks. Tidligere har Spania, Italia og Japan vært satsingsmarkeder, og i 2020 gikk stafettpinnen videre til Frankrike og Tyskland.

Frankrike

Sjatskudder for laksekampanjen gikk i oktober med en printkampanje i flere store, franske nyhets- og livsrisikmagasin, før vi i november sparket i gang reklamekampanjer på TV, digitalt, i sosiale medier, utendørskampanje i og utenfor kjøpesentre og matbutikker. I tillegg gjennomførte vi magasin kampanjer rett etter motbestemmingsvalgene og innkjøpere.

Hovedmålet med kampanjen var å styrke omdømmet til laksen i Frankrike, samt å øke preferanse og konsum.

Laks har en sterk posisjon i Frankrike,ross noen omdømmeturfordringer. I et krevende år har norsk laks i Frankrike vist seg å være et robust produkt, og med strenge restauranter store deler av året har hjemmekonsumet økt.

Kampanjen nådde ut til 87 % av franske husholdninger

Effektmålingene viser at kampanjen har hatt en stor effekt takket være god synlighet mellom de forskjellige mediene. Den har bidratt til å styrke og differensiere de norske opphavet og kvaliteten for laks i Frankrike. I av 3 franskmenn husker å ha sett kampanjen, som nådde ut til 87% av den franske husholdningen. Man har også sett en økning på 13 millioner euro i salg av laks i løpet av kampanjeperioden.

Nøkkeltall fra kampanjen i Frankrike:

- 28 % økning i konsum av laks i oktober, november og desember.
- 11 % økning i antallet som kjøpte, 7 % økning i hvor ofte de kjøper, og 3 % økning i eksportvolum.
- 1 av 3 franskmenn har blitt eksponert og husker å ha sett kampanjen.
- Kampanjen nådde ut til 87 % av franske husholdninger.
- Kampanjen har ført til en 13 % økning i kjøpskap.
- Total Return-on-investment på 9, som vil si at for hver krone som er investert i kampanjen får man 9 ganger effekten tilbake.
- TV kampanjen har bidratt til at flere har en opplevelse av at norsk laks møter deres behov. Viktige parametere som blant annet kvalitet på produkt (30 %) og ferskhets (28 %), har fått fornyet troverdighet.
- Laksekampanjen ble vist på 2292 sjøermer over hele Frankrike, og utgjorde totalt 35,4 millioner visninger.
- 4,5 millioner videoer ble sett på sosiale medier.

Tyskland

Tyskland er et av våre største laksemarkeder, med et stort potensial for vekst. De fleste spiser røkt laks ofte, men kun 1 av 4 spiser fersk eller frys-laks som et måltid hjemme minst én gang i året. Hovedmålet med kampanjen var å øke antall tyske forbrukere, spesielt familier med barn, som spiser fersk og frys-laks til middag hjemme.

Laksekampanjen i Tyskland ble gjennomført fra slutten av september til ut november måned. Den var synlig på tv, på nett, i sosiale medier med utvalgte bloggere og i over 3000 butikker.

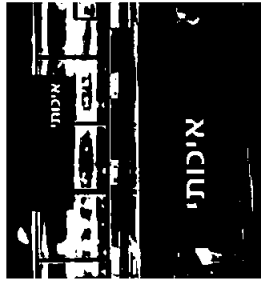
Nøkkeltall fra kampanjen i Tyskland:

- 3.180.000 flere tyskere spiste laks i kampanjeperioden (versus samme periode året før).
- Det er nå 25 % flere som kjøper fersk eller frys-laks, og dai hovedsak fillet.
- TV kampanjen nådde ut til 36 millioner tyske seere.
- 18 % har sett den på TV, 15 % husker å ha sett den digitalt.
- De som har sett kampanjen har en bedre oppfatning av norsk laks.
- Omdømmet til norsk laks som bærekraftig økte med 19,1 prosentpoeng hos seerne.

Nye markeder

Nye markeder er et viktig satsingsområde for Sjematrådet. Blant annet gjennomførte Sjematrådet og den norske nærings sin første kampanje nevensinne i Israel. Målerettede kampanjer i digitale medier, sammen med tilstedeværelse i om lag 160 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 sjematråd i Vietnam. Sjematrådet jobbet også aktivt for å forbedre markedsadgang til Saudi-Arabia og flere asiatiske markeder.



Laksekampanje i Israelisk dagligvarehandel.

Del 1 Om Norges sjømatråd

Markedsarbeidet i Norge Slik jobber vi for å øke sjømatkonsumet i Norge

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

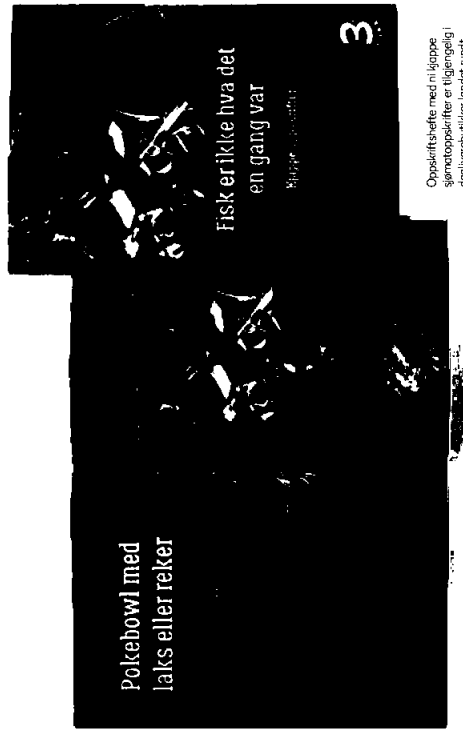
Det norske totalmarkedet er anslått til 10,5 milliarder kroner, noe som gjør Norge til det nest største markedet for norsk sjømat i 2020, kun slått av Polen.⁹

Tatt i betraktning at den totale sjømateksporten i 2020 endte på 10,57 milliarder kroner, er det med andre ord ingen tvil om at Norge er et viktig marked for den norske sjømaten.

Vi jobber for å øke etterspørselen etter sjømat og styrke synligheten gjennom målrettet forbrukermarkedsføring og PR-arbeid. Dette handler om å inspirere og få flere nordmenn til å spise mer sjømat ved å øke synligheten via reklame, mediedekning og innhold i egne kommunikasjonskanaler.

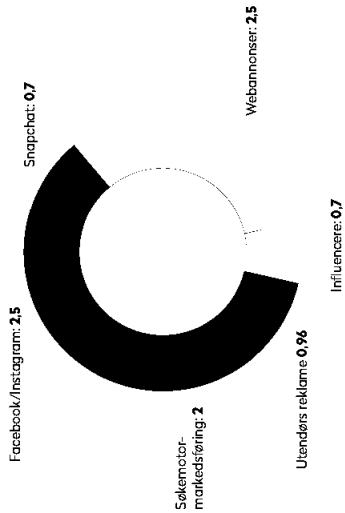
Pandemien har naturligvis ført til endringer i handle- og spisevaner i Norge, som i resten av verden. Stengte restauranter, færre reiser og mer tid hjemme har ført til at den norske befolkningen har spist flere måltider hjemme enn tidligere år, og dagligvarehandelen, netthandelen, take-away og hjemlevering har økt kraftig.

Koronapandemien har også forsterket sjømatnæringens eget ønske om et forsterket fokus i Norge, og derfor jobber vi med å justere kursen og styrke satsingen i hjemmemarkedet vårt.



⁹ Kilde: Feiland, Markedsinformasjon 20

Fordeling av investeringer i Norge:



Nøkkeltall fra reklamekampanjene i Norge

Totalt 59 millioner visninger på sosiale medier.
 På Facebook og Instagram har Sjømatrådet nådd 2,2 millioner nordmenn og hatt 33 millioner visninger.
 Annonsering på Snapchat har nådd 2 millioner nordmenn og 26 millioner visninger.
 Digital reklame har hatt 26 millioner visninger.
 Utendørs digitale visninger har hatt 118 millioner avspillinget.

Måttet bruk av sosiale media har gitt gode resultater.

Del 1 Om Norges sjømatråd

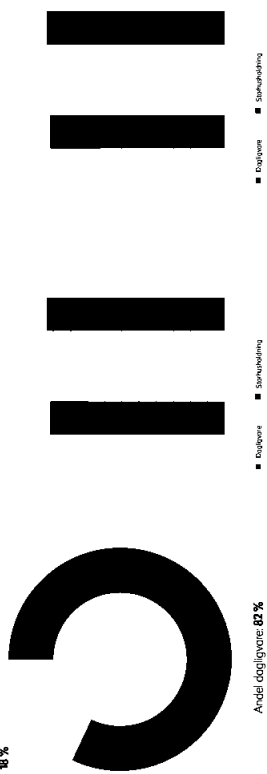
Nøkkeltall på sjømatkonsum i Norge

Fordeling av innkjøpet av sjømat målt i volum

Andel storhusholdning: 82 %

Volum

Værdi



Utvikling i sjømatsetlg til daglig vare og storhusholdning, 2019-2020

Andel dagligvare: 82 %

Andel storhusholdning

Andel dagligvare

Andel storhusholdning



Sjømatkonsum i Norge (2020 sammenlignet med 2019) ²⁾

I 2020 økte det totale sjømatkonsumet med 2,6 prosent i verdi og 0,6 prosent i volum sammenlignet med 2019. For å estimere sjømatkonsumet for 2020, kan vi dele enesetningen 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



Fiskell sprell

Fiskesprell Et nasjonalt kostholdsprogram

Fiskesprell er et nasjonalt kostholdsprogram som har som mål å øke sjømatkonsumet blant barn og unge. Summen med usatte 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 matlagingen.

Fiskesprell er et samarbeid mellom Helse- og omsorgsdepartementet, Nærings- og fiskeridepartementet og Norges sjømatråd, som sammen med fiskesalgslagene finansierer programmet. Tilskottet ble opprettet som en direkte oppfølging av regjeringens Handlingsplan for bedre kosthold i befolkningen 2007-2011. Allt av aktiviteter og innhold er utformet i samarbeid med Helseinstituttet og Havforskningsinstituttet. Alle tilbud fra Fiskesprell er gratis.

2020 har vært et annerledes år for Fiskesprell. Aktiviteter i fylkene rettet mot barnehage har vært spesielt preget av pandemien, da faller midlertidig oppbøret i flere barnehager, samt at fysiske kurs ikke har vært gjennomførbare flere steder i landet. Fiskesprells tilbud til grunnskolen – gratis undervisningsmateriale og råvarenoter til mat- og helsefaget – har forblitt svært populært og opplevd stabil deltakelse.

Fiskesprell lanserte nytt materiale og innhold til barnehage og skole, bestående av nytt hefte til barnehageansatte, ny kokebok og lærerveiledning til mat- og helsefaget, samt en ny nettside med egen undervisningsportal på Fiskesprell.no.

Nærings- og fiskeridepartementet har i 2020 gitt 6,5 millioner kroner i ekstrordinært tilskudd til Fiskesprell. Deler av disse midlene er ørmerket synliggjøring av koblingen mellom økt sjømatkonsum, klima og bærekraft.



Bærekraftig verdiskaping Sjømat er en viktig del av løsningen

Skal verden nå bærekraftsmålene innen 2030, må forbrukere verden over spise mer bærekraftig sjømat. Norge, som en av verdens ledende sjømatnasjoner, går foran for å fremme et skifte i det globale matsystemet. Sjømatrådet bidrar til å sette sunn og bærekraftig mat på dagsordenen.

En voksende verdensbefolkning trenger mat fra bærekraftige kilder, og mat fra havet blir pekt på som en sentral del av løsningen, blant annet av FN's matvareorganisasjon FAO og EU. Men i dag står havet for kun 2 prosent av det globale kaloriinntaket.

Behøver for en omlegging av hvordan vi produserer og konsumerer mat er pekket for å oppnå 1,5-gradersmålet i Parisavtalen og FN's bærekraftsmål.

Med andre ord: Det globale matsystemet må endres, og sjømat er en viktig del av løsningen.

- Sammen bidrar vi til å løfte mat fra havet som en sentral del av løsningen for en bærekraftig og helsefremmende matfremtid.

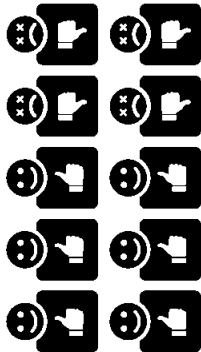
Renate Larsen

Administrerende direktør i Sjømatrådet, Renate Larsen, sammen med Gunhild Stordalen i forbindelse med Sjømatrådets årskonferanse.

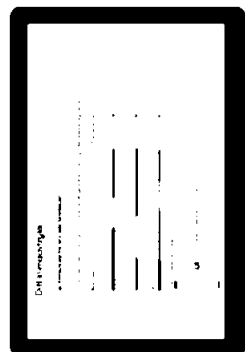
- Norge kan bli en global supermakt på hav. Som kyst- og fiskerinasjon er vi allerede en stormakt, men omleggingen av matsystemet og det økende fokuset på sjømat er en unik mulighet for sjømatnasjonen Norge.

Gunhild Stordalen

Del 1 Om Norges sjømatråd



6 av 10 vil endre kostholdet for å spise mer bærekraftig mat



Netthandelen velger raskt og forbrukere er stadig mer opptatt av klimapåtrykk og sporbarehet og her er sjømaten et godt valg. I fremtiden vil merking av klimapåtrykk bli like viktig som merking av næringsinnhold. Kolonial no gir sjømatne denne oversikten i sin handlingskur.

*Verdens største sjømatundersøvelse SCL Seafood Consumer Insight, tar for seg fødselsholdning, preferanser og trender når det gjelder fisk og sjømat. I hvert år gjennomføres undersøkelsen blant 25 000 respondenter i rundt 20 land på flere kontinenter.

Forbrukerne vil ha mer bærekraftig sjømat

Den største globale megatrenden blant konsumenter er det økende søkelyset på helse og bærekraft, og det er ingen tvil om at forbrukernes valg og krav er avgjørende i jakten på å nå bærekraftsmålene.

Våre data viser at forbrukere i stadig større grad gjør mer værdibaserte valg, og ønsker å velge mat som er bra for seg selv, familien og kloden. Å spise mer bærekraftig sjømat er nemlig et enkelt og effektivt tiltak for å redusere klimapåtrykket.

I gjennomsnitt sier 6 av 10* av de som har deltatt i Sjømatrådets globale forbrukerundersøkelse at de gjør endringer i kostholdet for å spise mer bærekraftig mat, og 8 av 10 sier de ønsker å spise mer sjømat.

Pilar i merkevaren

Bærekraft er en av de tre pilarene i merkevaren Seafood from Norway, og er helt sentral i å forsvare og bygge omdømmet for sjømatnæringen Norge. Denne pilaren henger tett sammen med to andre, som er våre naturlige fortrinns- og menneskene bak sjømaten vår, og det er denne historiefortellingen vi bygger våre markedsføringskampanjer og kommunikasjon på.

Vi ser at forbrukere og våre målgrupper i verdikjeden, som innkjøpere og importører, er stadig mer opptatt av bærekraft. I Tyskland ser vi for eksempel at reklamekampanjene har gode testresultater fordi målgruppene forbinder Norge og vår natur med bærekraft.

Bærekraftig verdiskaping

Hovet er grunnlaget, veiføeren i nord-Norge i dag, og som sjømatnæringen vår vil stå for i årene utrykkes essensen i ordet, og er ansvarlig måte.

For sjømatnæringen Norge handler bærekraftig verdiskaping om:

- Å være en forvokter, mest og produsere på bærekraftige måter.
- Å være et menneske, og styre mot å være et menneske.
- Å være et menneske, og styre mot å være et menneske.
- Å være et menneske, og styre mot å være et menneske.
- Å være et menneske, og styre mot å være et menneske.

For oss går det, økonomi og ansvarighet hånd i hånd. Og som en av verdens egenproduserte sjømatnæringene har vi et ekstra stort ansvar for å gjøre forbrukerne oss og øse utforbringerne.



Del 1 Om Norges sjømatråd



Brukerundersøkelse Hvor fornøyd er brukerne våre?

For å sikre at vårt arbeid og tjenester er mest mulig relevant og gir konkurransefortrinn for den norske sjømatnæringen, har vi gjennomført en brukerundersøkelse blant våre registrerte eksportører. Målet er å gjøre oss bedre, samt å finne ut om arbeidet vårt og tjenestene våre er i samsvar med brukernes forventninger og behov.

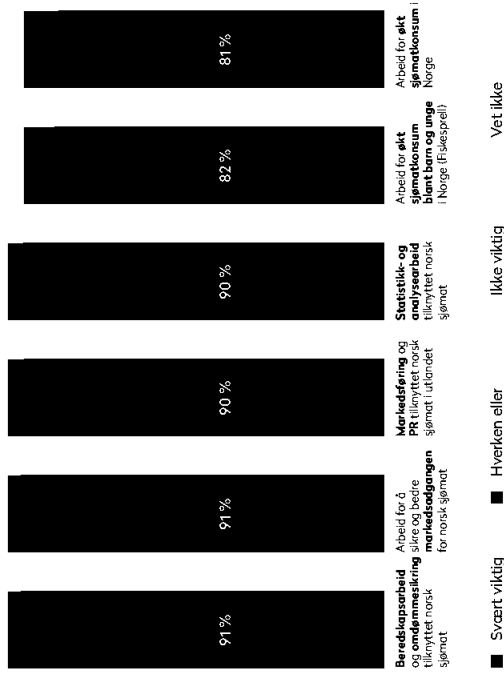
For at Sjømatrådet skal lykkes, er det viktig at aktivitetene vi gjennomfører og tjenestene vi tilbyr oppleves som verdifulle for næringen. Dette er essensielt for å sikre legitimitet til Sjømatrådet, ettersom det er næringen som finansierer oss.

I brukerundersøkelsen, som ble gjennomført i januar-februar 2021, målte vi viktigheten av Sjømatrådets arbeid på et overordnet nivå, i tillegg til kjennskapen, viktigheten og tilfredsheten med markedsarbeidet og tjenestene våre.

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

- Om undersøkelsen
- Midtgruppen var norske eksportører som er registrert i Sjømatrådets CRM-system.
 - Undersøkelsen ble gjennomført av Ipsos i januar-februar, 2021.
 - 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 forberedingsarbeid.

Viktighet av arbeidet til Norges sjømatråd



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

Viktig/svært viktig: **83%**

Hverken eller: **7%**

Ikke viktig: **6%**

Vet ikke: **4%**

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



Nature matt

SEAFOOD
FROM
NORWAY

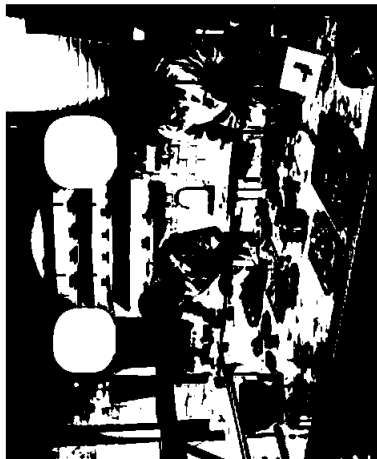


Del 2 Årsberetning

Sjømatrådets oppdrag	34
Virksomheten	34
Virksomhetsstrategi og prioriterte områder	35
Koronapandemien – påvirkning på Sjømatrådets organisasjon og arbeid	38
Organisasjon, arbeidsmiljø og samfunnsansvar	39
Økonomi og rammebetingelser	41
Styret i Sjømatrådet	43



Årsberetning



Virksomheten

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

Statens mål som eier er å maksimere eksportverdien av norsk sjømat. Statens grunnmål er å etablere et sjømatråd som skal bidra til økt etterspørsel etter og kunnskap om norsk sjømat.

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

Sjømatrådet har sjømatutsendinger i 13 land og utfører markedsaktiviteter i ytterligere 15 markeder. Markedene med sjømatutsendinger er: Japan (inkl. Sør-Korea), Kina (inkl. Hong Kong), Thailand (Sørøst-Asia), Brasil (inkl. Karibia), USA, Frankrike, Italia, Portugal, Spania, Sverige (inkl. Finland), Tyskland (inkl. Polen), UK og Vest-Afrika.

I tillegg arbeider Sjømatrådet med nye markeder og hadde i 2020 aktiviteter i Israel, Saudi-Arabia, Sentral- og Vest-Afrika og Finland. Det ble også gjennomført potensialanalyser på markeder i Asia. Sjømatrådets utepersoneier fyller flere roller og leverer på et bredt spekter av oppgaver. Innretningen på markedsarbeidet 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 Trondheim hvor 52 dy skige medarbeidere jobber i fagavdelingene og i viktige støttefunksjoner til sjømatnæringen og markedene. Fire av stillingene på hovedkontoret er opplæringsstillinger.

Sjømatrådets oppdrag

Norges sjømatråd bidrar til økt verdiskaping i fiskeri- og havbruksnæringen gjennom økt etterspørsel og kunnskap om norsk sjømat i inn- og utland. Dette oppnås gjennom markedsføring av Norge som opphavsland og arbeid med markedsinformasjon, markedsadgang og beredskap. Selskapet søker også å utvikle nye og videreutvikle etablerte markeder, samt fremme og trygge omdømmet til norsk sjømat.

Selskapet skal utføre oppgaver pålagt ved lov av 27. april 1990 nr. 9 om eksport av fisk og fiskevarer (fiskerikeksportloven) og forskrifter i henhold til denne loven, herunder være rådgiver for departementet i spørsmål som gjelder eksport eller omsetning og produksjon i sammenheng med eksport. Sjømatrådet arbeider sammen med aktørene i den norske fiskeri- og havbruksnæringen for å utvikle markeder for deres produkter.

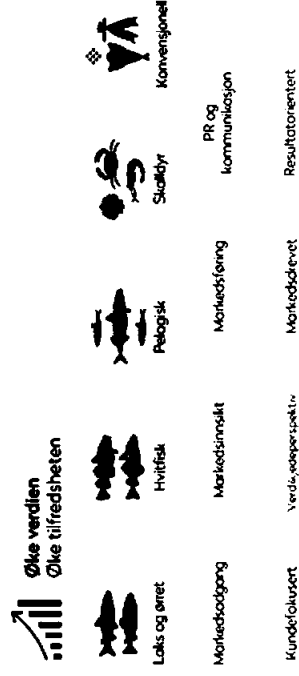
Virksomhetsstrategi og prioriterte områder

Norges sjømatråd har en overordnet strategi som viser retningen og rammen for virksomheten. I tillegg har Sjømatrådet, i tett samarbeid med sjømatnæringen, utviklet ni artsstrategier som viser retningen og rammen for hvordan Sjømatrådet skal skape verdi for den enkelte bransje.

Overordnet selskapsstrategi

Sammen vinner vi verden for norsk sjømat

Øke verdien av norsk sjømat gjennom økt etterspørsel og kunnskap om norsk sjømat i inn- og utland.



Verdiskapende og effektive fellesskapsløsninger



Målhierarki

Øke verdien

Forretningsmål

- Utvide øke eller sikre markedsandeler
- Økt bedringsvillighet

Adferdsmål

- Økt e-mail kjøp
- Øke e-mail kjøpere
- Økt volum/verdi per kjøp

Holdningsmål

- Norge skal være ansett som sjømatregionen
- Norsk sjømat skal være foretrukket
- Norge skal være ansett som en lovende og stabil leverandør av sjømat

Kommunikasjons- og aktivitetsmål

- Kampanjer og/eller over benyttelse
- Økt synlighet i regioner og egne lander

Øke tilfredshet

Forretningsmål

Høy tilfredshet for Sjømatrådets markedsarbeid og tjenester

Adferdsmål

- Økt e-mail brukere
- Økt bruk av våre tjenester

Holdningsmål

- Øke kjennskap til Sjømatrådets markedsarbeid og tjenester
- Sjømatrådets markedsarbeid skal oppleves som et konkurransefortrinn

Kommunikasjons- og aktivitetsmål

- Antall titt i medier med høring (fysisk/kølna), nyhetsbrev, etc.

KPI

Antall tilfredsstemmelser

- Nettverktøytjenester
- Deltekning på konferanser/seminarer og webinarer
- Bruk av E-signaturtjeneste Seafood from Norway - merket, etc.

KPI

Var investeringen lønnsom? Return of Investment

Har skjedd under kampanjeperioden? Økt e-mail kjøpere flere kjøp eller kjøp av større og høyere verdi per kjøp

Pluss/minus i holdninger på KPI? Seafood Consumer Insight - kjennskap, preferanse, holdninger, assosiasjoner

Fungerer kommunikasjon og aktiviteter? Reklameinvestering, sponsersamarbeid, presse-ID, rapportering, markedsføring, medlemskap, medlemskap, nettkjøp

Høy tilfredshet for Sjømatrådets markedsarbeid og tjenester

Høy tilfredshet for Sjømatrådets markedsarbeid og tjenester

- Økt e-mail brukere
- Økt bruk av våre tjenester

- Øke kjennskap til Sjømatrådets markedsarbeid og tjenester
- Sjømatrådets markedsarbeid skal oppleves som et konkurransefortrinn

- Antall titt i medier med høring (fysisk/kølna), nyhetsbrev, etc.

Sjømatrådet ønsker det som viktig å kontinuerlig arbeide med å evaluere justere og optimisere de metodene som blir benyttet for å vurdere effektivitet av Sjømatrådets arbeid.

myndighetene og andre det er naturlig å samarbeide med for å nå vår visjon og for å øke etterspørselen og kunnskapen om norsk sjømat linu- og utland, i nye og etablerte markeder.

Sjømatrådet har ingen egne sjømatprodukter å selge som man kan skape resultat og verdi av. Vi jobber på vegne av andre, det være seg sjømatregionen Norge, sjømatregionen eller enkeltbransjer i sjømatbransjen. Vi skaper verdi ved å bidra til at flere ønsker å kjøpe norsk sjømat, og gjerne 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 effektivitet og resultat av arbeidet vi gjør. I 2020 introduserte vi et fornyet målhierarki for å enda bedre dokumentere verdiskaping, resultater og tilfredshet med sjømatrådets arbeid.

Overordnede ROI (Return On Investment)-målinger står øverst i Sjømatrådets målhierarki, og vi har i en direkte fått gjennomført slike avkastningsmålinger for å dokumentere hvorvidt Sjømatrådets arbeid har hatt en positiv avkastning eller ikke. Ettersom avtalen med forrige leverandør gikk ut i 2019, har Sjømatrådet etter en anbudsrunde inngått avtale med ny leverandør.

I perioden 2016-2019 ble investeringene på henholdsvis sjømat totalt, hvitfisk og pelagisk 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 hvor Sjømatrådet har aktiviteter knyttet til 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, kyllingfisk/saltnisk i Portugal, makrell i Japan og/eller makrell i Sør-Korea.

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

I tillegg til avtale om ROI-målinger har Sjømatrådet inngått ny avtale om årlig forbrukerundersøkelser, også kjent som SCI (Seafood Consumer Index), som blant annet måler holdningsendringer til norsk sjømat. Disse undersøkelsene har blant annet vært brukt til å måle endringer i kjennskap 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 20-30 land årlig.

Sjømatrådet jobber også med å forenkle og standardisere reklametesting og effektivitet på enkeltkampanjer, og har nylig inngått ny global avtale innen dette området.



Koronapandemien – påvirkning på Sjømatrådets organisasjon og arbeid

Streng restriksjoner og nedstrengte markeder har satt sitt tydelige preg på Sjømatrådets arbeid det siste året. Markedsplaner, budsjetter og aktiviteter har vært gjensnådd for mange juseerhinger for å ta hensyn til situasjonen i de ulike markedene. Dette har vært en krevende øvelse, men takket være en tilpassingsdyktig sjømatmøting og en sterk innsats fra våre ansatte, har vi klart å levere i en krevende tid og sikret at norsk sjømatets posisjon fremdeles står sterkt.

Sjømatrådet som organisasjon har vært fullt operativ gjennom hele pandemien, til tross for mye bruk av hjemmekontor og lav reiseaktivitet både for ansatte på hovedkontoret og urekontorene.

I et år der få har hatt mulighet til å reise og besøke markedene, har det vært ekstra viktig for Sjømatrådet å dele relevant innsikt gjennom nyhetsbrev og jevnlig webcast fra markedene.

Erfaringen vi har opparbeidet oss det siste året på bruk av digitale løsninger for møter, konferanser og dialogvillibh tryk fremover, både for å effektivisere arbeidet vårt og for å sikre effektiv utnyttelse av midlene.

Organisasjon, arbeidsmiljø og samfunnsansvar

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

- Markedsføring
- Markedsinsikt og markedsføring
- Kommunikasjon og PR

Sjømatrådet oppfattes som en attraktiv arbeidsplass med stor interesse fra godt kvalifiserte kandidater til stillingene som lyses ut.

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

Medarbeidernes samlede kompetanse er Sjømatrådets viktigste ressurs for å nå fastsatte mål og levere gode resultater.

Sykefravær

Sykefraværet i Norges sjømatråd var i 2020 på 2,5 prosent av total arbeidstid (mot 4,0 prosent i 2019). 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.

Det har ikke forekommet eller blitt rapportert om alvorlige ulykker i 2020 som har resultert i personskader eller store materielle skader. Samarbeidet med tillitsvalgte og de ansatte organisasjoner har vært godt og har bidratt positivt til driften.

Likestilling og mangfold

Norges sjømatråd har 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 tilstrebe 50/50 sjømatfordeling og har fokus på mangfold i et vidt perspektiv.

Sjømatrådet tilstreber å ha en kvinne og en mann i finalenhet ved nyansetabler. Kvinneandelen var ved utgangen av 2020 på 51 prosent, med 38 kvinner av totalt 74 ansatte. Antall ansatte per 31.12.2020 inkludert 4 opplæringslinjinger (korridorsktraktør). Ledegruppen besto i 2020 av syv personer hvorav tre var kvinner (43 % kvinneandel).

Det er ikke identifisert lønnsforskjeller som kan relateres til kjønn. Sjømatrådet har heller ikke avdekket kjønnsmessige forskjeller med hensyn til arbeidsforordninger eller utviklingsmuligheter. Av Sjømatrådets ansatte (urenom lokalanstatter på urekonom) var det 31 kvinner og 35 menn per 31. desember 2020. Gjennomsnittlig årslønn (urenom lønning) for menn var 774.078 kroner, mens den for kvinner var 786.794 kroner.

Samfunnsansvar

Norges sjømatråd har siden 2009 vært tilsluttet 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.

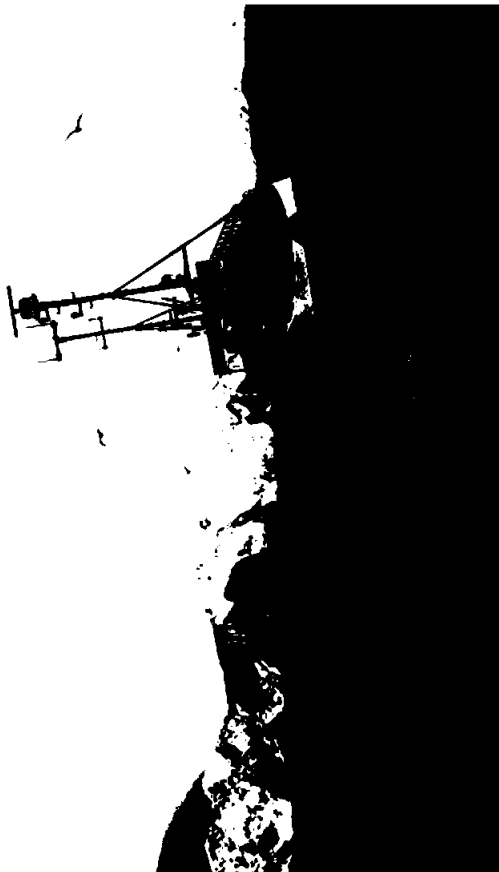
Prinsippene for menneskerettigheter krevring er en integrert del av Sjømatrådets etiske politikk og kommuniseres også aktivt i selskapsinterne retningslinjer. Vi legger vekt på å bevisstgjøre våre medarbeidere om det ansvar den enkelte har for å ivareta vår integritet og følge selskaps etiske retningslinjer.

Sjømatrådet har implementert en varslingsløsning som gjør det mulig for alle ansatte, forretningspartnere og andre interessenter å rapportere om mulige ulovlige handlinger og brudd på Code of Conduct og menneskerettighetslover. Alle beskyldningsmeldinger kan reves 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 forutsetter. Vi har ingen rapporterte avvik når det gjelder selskaps forpliktelser overfor GC.

Norges sjømatråd er sertifisert i henhold til miljøstandarden Miljøfyrtårn. Denne er Norges mest brukte sertifikk for virksomheter som vil dokumentere sin miljøinnsats og vise 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 2020 videreført ordningen med læringoplaser og praktikanter. Det siste året vi har to lærlinger i handel- og kontorlag. Våren 2020 hadde vi seks praktikanter fra universitet og høyskole. På grunn av Covid-19 tok vi inn kun to fra høsten 2020. Vi vurderer disse tiltakene som positive og nyttige sett fra bedriftens side.



Sjømatrådet har siden 2007 samarbeidet med Nærings- og fiskeridepartementet, Helsedepartementet og Fiskerislagenees samarbeidsråd om gjennomføring av et nasjonalt kostholdsprogram som heter «Fiskeprell». Dette programmet har som mål å øke sjømatkonsumet blant barn og unge. «Fiskeprell» er et vesentlig bidrag til Sjømatrådets samfunnsansvar.

Korupsjon

Sjømatrådet har vedtatt etiske retningslinjer som klargjør at vi har nulltoleranse med hensyn til korrupsjon. Retningslinjene er nedfelt i vårt etiske regelverk og publisert på Sjømatrådets hjemmeside. Etiske retningslinjer og praksiser av disse har jevnlig vært tema ved samlinger for hele organisasjonen. Alle ansatte i Sjømatrådet må årlig signere elektronisk på at de har lest etiske retningslinjer, og temaet blir behandlet årlig i styret.

Sjømatrådet har vedtatt en egen antikorrupsjonspolicy. Styret behandler årlig en statusoppdatering om vårt antikorrupsjonsarbeid.

Risikostyring

Norges sjømatråd er eksponert for et sammensatt risikobilde. God risikostyring er en viktig forutsetning for at selskapet skal kunne nå sine mål på ulike nivåer over tid. Sjømatrådet har jobbet aktivt med å implementere og ivareta et helhetlig risikostyringsmodell, og har som kjerne i dette opprettet en egen risikostyringsfunksjon.

Ytre miljø

Virksomheten til Norges sjømatråd belaster ikke de ytre miljøet utover det som anses normalt for denne type virksomhet. Selskapet er godkjent som Miljøfyrtårn.

Sjømatrådet har en utstrakt reisevirksomhet som følge av sin interasjonale virksomhet og jobber aktivt med å ned sitt CO₂-utslipp gjennom økt bruk av digitale møteløsninger samt aktiv vurdering av nødvendigheten av alle reiser.

Restriksjonene og begrensningene som koronapandemien har ført med seg, har forsterket fokuset og læringen knyttet til bruk av digitale løsninger for møter og konferanser. Reisevirksomheten i Sjømatrådet har vært betydelig lavere i 2020 enn i tidligere år, 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 sjømatråd er finansiert fullt ut av sjømatrådets gjennom en markedsavgift på eksportverdien av norsk sjømat, fastsatt med hjemmel i fiskeeksportloven som trådte i kraft 1. juli 1991. Nivået på avgiften varierer mellom ulike klassifiseringer av fisk og fiskeprodukter.

Markedsavgiften var for 2020 0,3 % for laks og ørret, 0,5 % for pelagisk fisk (økning fra 0,3 % fra 01.01.20), og 0,75 % for øvrige arter.

Årsresultat og disponeringer

De regnskapsmessige inntektene fra markedsavgiften var i 2020 på 40,2 millioner kroner, om lag 3 millioner kroner høyere enn i 2019. Operasjonelle investeringer utgjorde 396 millioner kroner (397 millioner kroner i 2019). Administrative kostnader var på 29 millioner kroner (34 millioner kroner i 2019). Finansresultatet for 2020 ble 5 millioner kroner (4 millioner kroner i 2019).

Det var planlagt med en betydelig nedbygging av egenkapitalen i 2020. Inntektene ble til tross for Covid-19 om lag som forventet, men pandemien medførte at det ikke var hensiktsmessig å gjennomføre flere av de planlagte aktivitetene, og nedbyggingen ble lavere enn budsjertret. Totalt sett fikk Sjømatrådet et underskudd på 11 millioner kroner i 2020, mot minus 9 millioner kroner i 2019.

Totalkapitalen var ved utgangen av året 41 millioner kroner, sammenlignet med 393 millioner kroner året før. Egenkapitalandelen ved utgangen av året var på 67 prosent. Selskapet kan i henhold til vedtektene ikke dele ut utbytte. Styret har besluttet å bygge ned egenkapitalen de kommende årene slik at egenkapitalen normalt utgjør 5 måneders drift. Dette kravet kan fravikes dersom det foreligger en relevant faglig begrunnelse, og aksjelovens § 3-4 er ivarett for selskapet.

Kontraktene fra operasjonelle aktiviteter var på 18 millioner kroner. Selskapets likviditetsbeholdning var 125 millioner kroner, mens kortsiktig gjeld utgjorde 137 millioner kroner per 31.12.20. Selskapet har ingen langsiktig gjeld.

Selskapets finansielle investeringer er vist i note til regnskapet. Styret anser det ikke å foreligge markeds-, kredit- eller likviditetsrisiko av vesentlig betydning for regnskapsvurderingen, ut over det som kommer frem av notene. Styret har vedtatt en konservativ plasseringsstrategi med formål å sikre selskapets midler.

Styret mener at årsberetningen gir en rettvise oversikt over Sjømatrådets finansielle stilling, utvikling og resultat. Resultatregnskapet er like egnet til å gi godtbilde av hva Sjømatrådet har bidratt til overfor norsk fiskeri- og havbruksnæring, og det er nødvendig med mer detaljert kunnskap om strategier og markedsinnsats for å evaluere selskapet.

Styret foresår følgende dekning av årsresultatet i Sjømatrådet:

- Overført fra annen egenkapital kr 10.897.497
- Totalt disponert kr 10.897.497
- Selskapets egenkapital pr. 31.12.20 var totalt kr 74 millioner

Styret vurderer selskapets egenkapital og likviditet som forsvarlig ut fra risikoen ved, og omfang av virksomheten i selskapet. I samsvar med regnskapslovens § 3-3a bekrefte det at forutsetningen om fortsatt drift er til stede.

Fremtidig utvikling

I budsjertret for 2021 legges det opp til at Sjømatrådet, også i 2021 vil investere deler av egenkapitalen.

Koronapandemien, som startet i begynnelsen av 2020 og som etter hvert ble en global pandemi, påvirker store deler av samfunnet og næringslivet, også sjømatsektoren fra Norge. For første kvartal 2021 er imidlertid eksportverdi, og dermed også inntektene til Sjømatrådet, som budsjertret, inntektene fra markedsavgiften er om lag 5 millioner kroner lavere, tilsvarende 4,4 % sammenlignet med det meget sterke første kvartal 2020.

Usikkerheten er svært stor, men foreløpige beregninger viser at størrelsen på Sjømatrådets egenkapital, kombinert med fleksibiliteten til å opp og nedskalere aktiviteter, medfører at den finansielle risikoen er akseptabel.

Arbeidet med å gjøre Sjømatrådet enda mer effektivt og relevant som bidragsyter til å øke verdien av norsk sjømat fortsetter i 2021 basert på den vedtatte strategien.



Styret

Styret i Sjømatrådet utnevnes av Nærings- og fiskeridepartementet. Styret skal være representativt for fiskeri- og havbruksnæring og bestå av 7-9 aksjonærvalgte representanter.

På generalforsamlingen i 2020 ble følgende styre oppnevnt:

- Marianne E. Johnsen (leder)
- Arund Drønen Ringdal (nestleder)
- Aino Olaisen
- Anne Hilde Midtveit
- Knut Helge Vestre
- Solveig Strand
- Trond Tuvstein

De ansatte har valgt styremedlemmene:

- Anette Grøttland Zimowski
- Josefine Væra
- Johnny Thomassen

Styret har hatt seks møter og behandlet 58 saker i 2020. Styret legger vekt på å følge sakens prinsipper for god eiersyng 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.



Marianne E. Johnsen
Marianne E. Johnsen
STYRETS LEDER

Arund Drønen Ringdal
Arund Drønen Ringdal
NESTLEDER

Aino Olaisen
Aino Olaisen

Anne Hilde Midtveit
Anne Hilde Midtveit

Knut Helge Vestre
Knut Helge Vestre

Solveig Strand
Solveig Strand

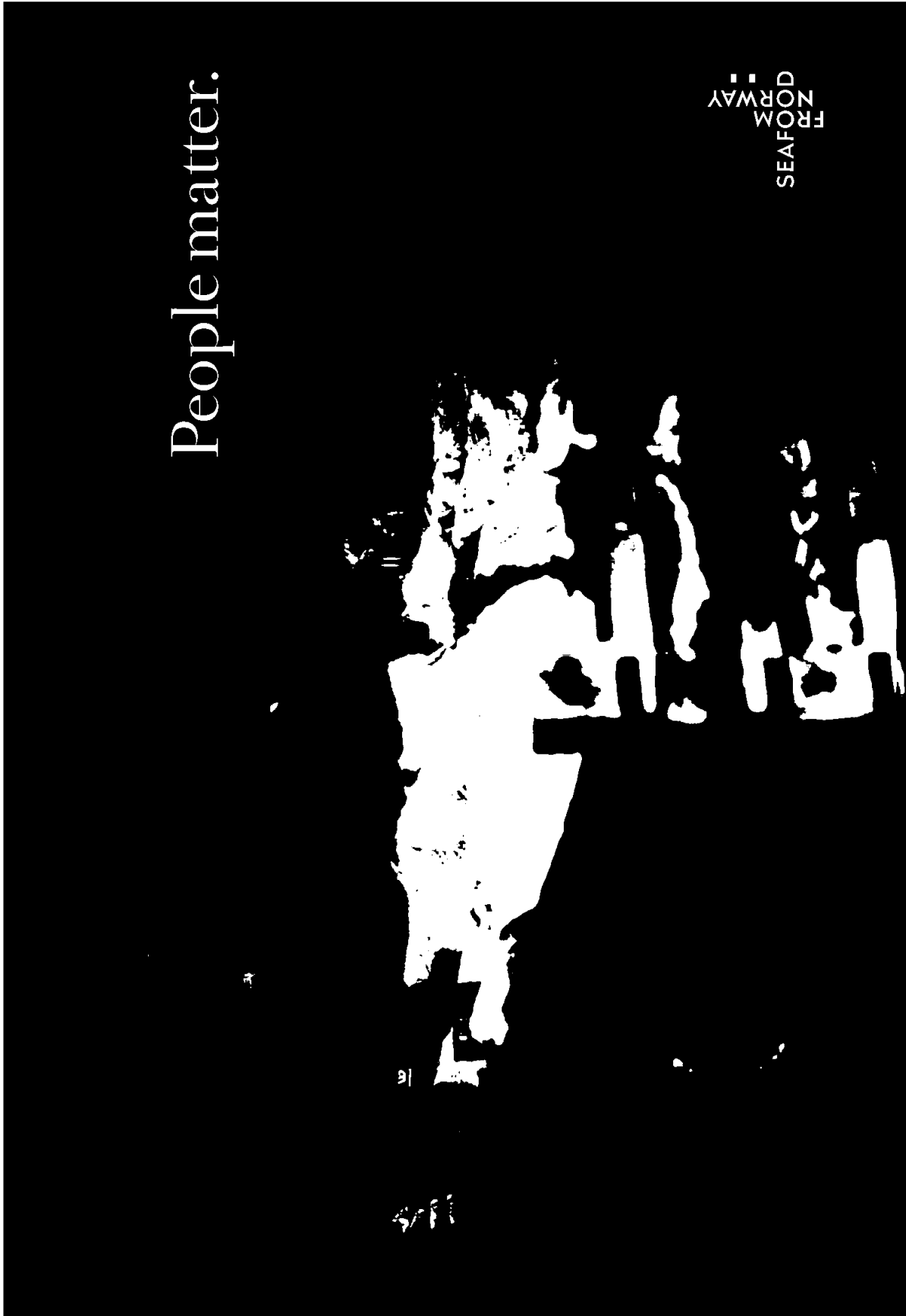
Anette Grøttland Zimowski
Trond Tuvstein

Anette Grøttland Zimowski
Anette Grøttland Zimowski
ANSATTEVALGT

Josefine Væra
Josefine Væra
ANSATTEVALGT

Johnny Thomassen
Johnny Thomassen
ANSATTEVALGT





People matter.

SEAFOOD
FROM
NORWAY



Del 3 Regnskap

Resultatregnskap	48
Balanse	49
Noter til regnskapet	52
Kontantstrømpoppstilling	60
Revisors beretning	61





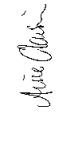



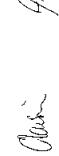
Del 3 Regnskap

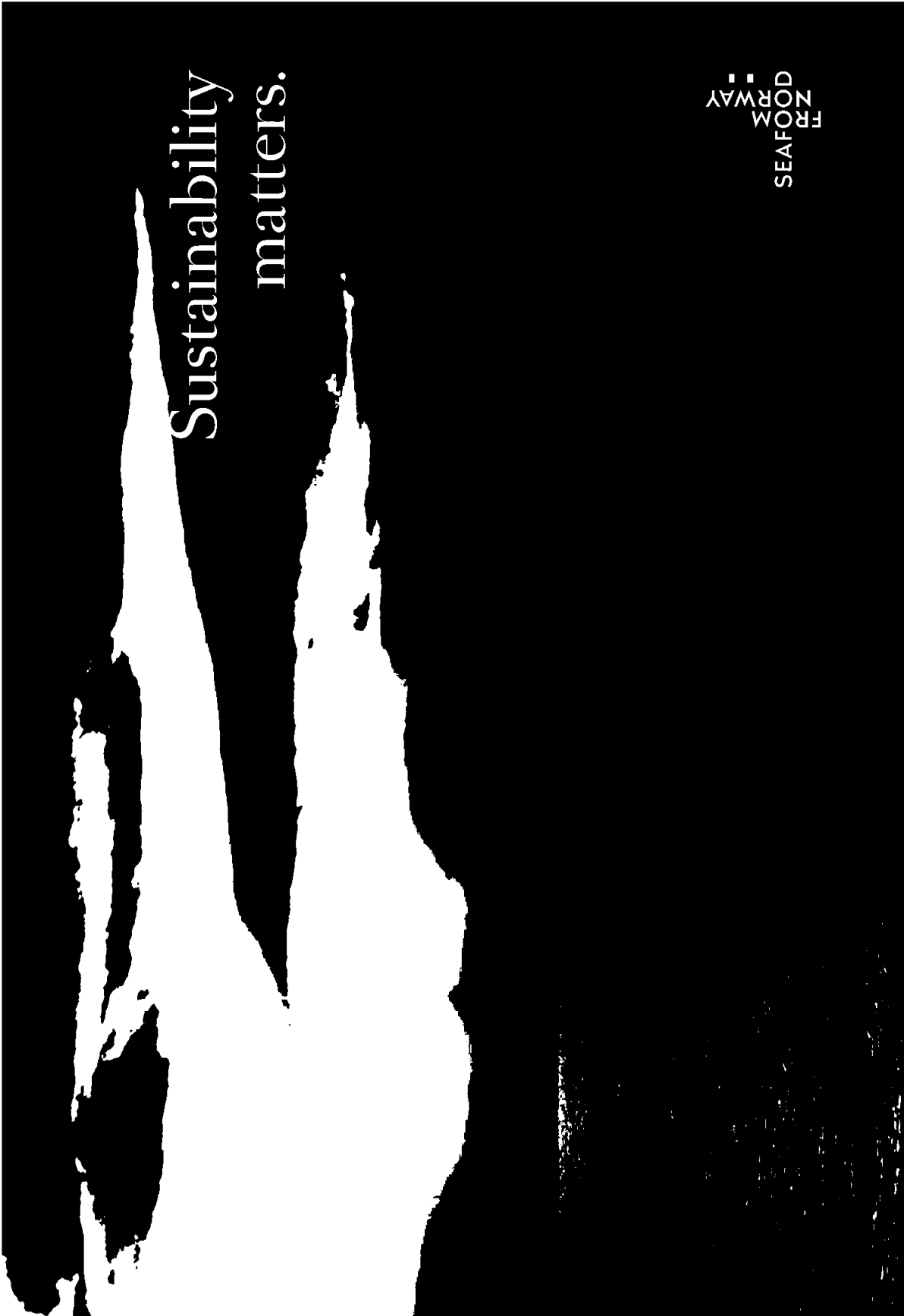
Resultatregnskap

	Note	2020	2019
Inntekter			
Markedsavgift		402 788 631	399 429 667
Eksterne bidrag (Slidlaget)		0	9 000 000
Årsavgift	4	7 830 000	6 885 000
Øvrige inntekter		1 208 345	1 608 709
Sum inntekter		411 826 976	416 922 776
Administrasjonskostnader			
Personekkostnader	5	15 445 881	15 764 858
Annen kostnad		12 634 546	17 336 338
Avskrivning varige driftsmidler	2	1 192 570	935 576
Sum administrasjonskostnader		29 272 997	34 036 772
Operasjonelle investeringer			
Informasjon og kriseberedskap	6	9 219 796	6 757 328
Markedsinvesteringer		284 132 202	289 583 249
Markedsinformasjon		21 194 051	19 749 695
Markedsadgang		1 290 824	4 396 127
Operasjonelle lønnskostnader	5	33 651 008	33 816 232
Urekontor		45 611 808	42 912 350
Sum operasjonelle investeringer		397 099 689	397 214 381
Driftsresultat		-14 545 711	-14 328 377
Finansresultat			
Rentemottøker		4 904 588	6 182 236
Annen finansinntekt		3 220 911	1 343 265
Rentekostnader		150 932	188 240
Annen finanskostnad		4 326 353	2 410 764
Finansresultat		3 648 214	4 926 497
RESULTAT	1	-10 897 497	-9 401 881

Balanse

	Note	31.12.20	31.12.19
EIENDELER			
Anleggsmidler			
Varige driftsmidler			
Inventar, kontormaskiner, EDB-utstyr	2	2 079 139	2 906 656
Finansielle anleggsmidler			
Investeringer i aksjer	3	14 000	14 000
Sum anleggsmidler		2 093 139	2 920 656
Omløpsmidler			
Pålept markedsavgift		71 777 167	72 990 059
Obligasjonsfond	3	105 193 466	102 468 604
Til gode offentlige avgifter		18 678 376	10 556 738
Kortsiktige fordringer		6 786 772	12 577 953
Kortsiktige plasseringer (pergemarkedsfond)	3	81 189 668	80 106 670
Bankinnskudd, kontanter	7	125 301 060	111 665 997
Sum omløpsmidler		408 926 448	389 867 022
SUM EIENDELER		411 019 587	392 787 678
EGENKAPITAL OG GJELD			
Egenkapital			
Aksjekapital	1	50 000 000	50 000 000
Ovekursfond	1	57 860 794	57 860 794
Annen egenkapital	1	166 139 327	177 036 824
Sum egenkapital		274 000 121	284 897 618
Gjeld			
Kortsiktig gjeld			
Leverandørgjeld		66 219 740	66 919 170
Forskuddbetalt årsavgift fra eksportører		6 975 000	7 500 000
Skyldig offentlige avgifter		3 526 134	3 482 956
Annen kortsiktig gjeld		60 298 591	29 987 935
Sum kortsiktig gjeld		137 019 466	107 890 060
SUM EGENKAPITAL OG GJELD		411 019 587	392 787 678

 Marianne E. Johnsen
 STYRETS LEGER
 Amund Døren Ringsdal
 NESTLEDER
 Solveig Strand
 STYRETS LEGER
 Anne Olaisen
 ANNETT LEDELSE
 Anette Grettland Zimowski
 ANSATTVEIVALGT
 Johnny Thomassen
 ANSATTVEIVALGT
 Renate Larsen
 ADMINISTRERENDE DIREKTØR





Noter til regnskapet

Regnskapsprinsipper

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

Oppstillingsplan og klassifisering av resultatposter

Ved oppstillingen av regnskapet er det mulig å benytte en presentasjonsform etter art eller funksjon. Sjømrådet 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 funksjonsinndeling.

Driftsinntekter

Markedsavgift: inntektsføres etterhvert som den påløper. Denne beregnes med grunnlag i SSDBs statistikk for handel med norsk sjømat, kombinert med konstaterte innbestillinger fra Skatteetaten som forestår innkrevingen fra eksportørene. Skatteetaten overfører disse midlene til en felleskonto mellom Sjømrådet og FHF, som deretter fordeler 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

Omløpsmidler 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 omløpsmidler vurderes til laveste av anskaffelseskost og virkelig verdi. Kortsiktig gjeld balanseføres virkelig verdi, herunder også leverandørgjeld.

Anleggsmidler vurderes til anskaffelseskost, men nedskrives til virkelig verdi dersom verdifallet ikke forventes å være forbigående. Nedskrivningen revideres 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. I tillegg gjøres det en uspesifisert avsetning som på generell basis skal dekke forventet tap.

Valuta

Pengeposter i utenlandsk valuta er vurdert til kursen ved regnskapsårets slutt. Agjortstøtninger er klassifisert som finansposter.

Virgje driftsmidler

Virgje 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 til/forsikrings-selskap. 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 skattpliktig jf. Skatteloven § 2, 30.

Note 1 Egenkapital

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

Årets endringer i egenkapital (tall i 1.000)	Aksjekapital	Overkurs	Annen EK	Sum EK
Egenkapital 01.01.20	50 000	57 861	177 037	284 898
Årets resultat	-10 897		-10 897	-10 897
Egenkapital 31.12.20	50 000	57 861	166 339	274 000

Note 2 Varige driftsmidler

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

Varige driftsmidler (tall i 1.000)	2020	2019
Anskaffelseskost 01.01.	7 666	6 962
Tilgang i året (anskaffelse)	365	2 076
Avgang i året (anskaffelse)	371	1 421
Anskaffelseskost 31.12.	7 660	7 616
Akkumulerte av- og nedskrivninger 01.01.	4 710	5 195
Årets avskrivninger	1193	936
Tilbakeførte avskrivninger ved realisasjon	371	1 421
Akkumulerte av- og nedskrivninger 31.12.	5 531	4 710
Bokført verdi 31.12.	2 079	2 907

Avskrivningssatser

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

Seiskap	2020	2019
Den Norske Marifestivalen i Ålesund AS	10	10
Norrøna Barnehave AS	4	4
Bokført verdi pr 31.12. (anleggsmidler)	14	14

Øvrige plasseringer	Realisert 2020	Verdendring 2020	Virkelig verdi 2020	Virkelig verdi 2019
Pluss Obligasjon	0	47 938	47 938	47 080
DNB Obligasjon 20 (IV)	0	1 321	28 271	26 900
DNB FRN20	0	545	29 034	28 489
Sum obligasjonsfond	0	2 774	105 993	102 469

Pluss Likviditet II (pengemarkedsfond)

Bokført verdi plasseringer pr 31.12.	0	1 083	81 190	80 107
		3 807	186 383	182 576

Note 4 Årsavgift eksportører

Pr. 31.12.20 hadde Norges sjømatråd AS godkjente 526 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 årsværk ¹⁾	2020	2019
Ansatte ved hovedkontor	50,9	54,6
Utsendinger utekontorer	13,3	13,4
Øvrige ansatte ute	9,3	9,5
Sum ansatte	73,5	77,5

¹⁾ Inklusive traineer og lærlinger

Lønn og andre godtgjørelser ²⁾	Innskudd pensjon ³⁾	Sum 2020	Sum 2019
Adm. dir. Renata Larsen ⁴⁾	2 645	2 705	2 696
Direktør økonomi/administrasjon Steinar Øvergård	1 322	1 383	1 358
Direktør markedsadgang/informasjon Tom Jørgen Gangsø	1 113	1 167	1 167
Markedsdirektør Camilla Beck ⁵⁾	796	832	832
Direktør HR Rigmor Abel	1 173	1 230	1 214
Direktør Globale operasjoner Børge Grønbech	1 290	1 351	1 330
Kommunikasjonsdirektør Chris Guldberg	1 263	1 324	1 324

¹⁾ Adm. dir. har pr. 31.12.20 en fastlønn på 2.600.796. Ved tilretteleggelse 01.09.20 var fastlønnen 2.402.000 (tilsvarende økning på 18% p.a.)

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

³⁾ Ansett fra 01.06.20

⁴⁾ Ikke relevante/sammenlignbare tall

Personalkostnader administrasjon (tall i 1.000)	2020	2019
Lønn	7 224	7 182
Arbeidsgiveravgift	1 020	991
Andre personalkostnader (inkl pensjonsforsikring alle ansatte)	7 202	7 592
Sum	15 446	15 765

Personalkostnader operasjonelle (tall i 1.000)	2020	2019
Lønn	28 653	28 058
Arbeidsgiveravgift	2 537	2 518
Andre personalkostnader	2 461	3 240
Sum	33 651	33 816

Personalkostnader utekontor (tall i 1.000)	2020	2019
Lønn og utstilllegg	12 973	11 875
Arbeidsgiveravgift	1 019	857
Andre personalkostnader	21 336	20 181
Sum	35 329	32 913



Del 3 Regnskap

Personalkostnader øvrige (tall i 1.000)	2020	2019
Lønn	940	1 496
Arbeidsgevavgift	88	118
Andre personalkostnader	271	177
Sum	1 319	1 811

Personalkostnader, utlektor og øvrige personalkostnader presenteres ikke som egen linje i regnskapet, men inngår i de hovedposteringer 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)	2020	2020
Lønn	49 790	48 672
Arbeidsgevavgift	4 664	4 484
Pensjonsforsikring	3 537	3 430
Andre personalkostnader	27 754	27 780
Personalkostnader	85 744	84 306

Honorarer for styret (tall i 1.000)

	2020	2020
Leder	185,5	173,8
Nestleder	130,0	124,0
Styremedlemmer	88,5	84,5
Sum styrehonorar	1 023,5	973,8

Honorar revisor (tall i 1.000)

	2020	2019
Revisjon eks. mva.	135	144
Annens bistand, attestasjoner mv. eks. mva.	10	41
Sum honorar revisor/KPMG	146	185

Andre driftskostnader spesifisert etter art (tall i 1.000)

	2020	2019
Lønn og personalkostnader	85 744	84 306
Avskrivninger	1 193	936
Andre driftskostnader	339 436	346 010
Sum driftskostnader	426 373	431 251

Lederlønnrklærning

Fest lønn

Ved nyansettelser legges det til grunn at Sjømatrådet skal være konkurransedyktige men ikke lønnsledende. Det innebærer at lønn for en konkret stilling fastsettes med utgangspunkt i det arbeidsmarkedet det rekrutteres fra, men innenfor rammen «ikke lønnsledende». Konkurransedyktighet vurderes ut fra det arbeidsmarkedet den enkelte stilling i Sjømatrådet rekrutteres fra. Dette defineres i kravspesifikasjonen for den enkelte stilling. Sjømatrådet må tilby et lønnsnivå som gjør det mulig å hente relevant kompetanse på ledernivå, uten at Sjømatrådet skal bidra til en heving av lønnsnivået i det aktuelle markedet. Sjømatrådet er avhengig av kompetanse både fra sjømatnæringen og fra de fagområdene selskapet har ansvar for.

Intern lønnsutvikling gjennom årlig lønnsforhandling baseres vanligvis på resultatet av forhandlingene i frontfagene. Dette legges også til grunn for lederes lønnsutvikling.

Dersom ansvarsforholdene i en stilling, også lederstillinger, endres vesentlig justeres lønn i tråd med dette.

Selskapet benytter ikke bonusordninger eller andre økonomiske incentivordninger.

Naturalytelser og andre særlige ordninger
Ledende ansatte vil normalt ha naturalytelser som er vanlige for sammenlignbare stillinger, dvs. fri telefon, bærbar PC, fri bredbåndstilføyning og bruk av data, aviser og bilgodtgjørelse. Selskapet har ingen lederansordning.

Etterlønsordninger

Gjensidig oppsigelsestid for adm. direktør er 6 måneder, for øvrige ledende personell ved hovedkontoret er oppsigelsestiden 3 måneder.

For adm.dir. er følgende avtal:

«Ved Selskapets oppsigelse har Administrerende direktør i tillegg til Fostermø og andre ytelser i oppsigelsestiden, rett til en kompensasjon tilsvarende 6 (seks) måneders Fostermø, slik Fostermøen er på det tidspunktet oppsigelse blir meddelt, heretter «Etterlønnen».

Etterlønnen, fratrukket forskuddstrekk og andre trekklipelige beløp, utbetales til Administrerende direktør månedlig med 1/6 over en 6 (seks) måneders periode på Selskapets ordinære lønnsutbetalingsdager, med første utbetaling i forbindelse med ordinær lønnsutbetaling i den første kalendermåneden etter utløp av oppsigelsestiden. Etterlønnen dannes ikke grunnlag for beregning av feriepenger eller for noen pensjonsbetaling.

Dersom Administrerende direktør i perioden for utbetaling av Etterlønnen får ny, fast stilling, skal inntekten fra den nye stillingen redusere Etterlønnen tilsvarende. Det samme gjelder inntekt fra nasingsvirksomhet som Administrerende direktør er aktivt eller av. Administrerende direktør skal uoppfordret gi Selskapet informasjon om og dokumentasjon over eventuelle løste lønnsinntekter og inntekter fra nasingsvirksomhet som Administrerende direktør er aktivt eller av, som oppbæres i etterlønsperioden. Selskapet er berettiget til å holde tilbake de månedlige utbetalingene av Etterlønnen inntil Administrerende direktør har oppfylt sine forpliktelser etter foregående punktum.»

Pensjonsordning

Sjømatrådet har innskuddspensjon. Det er ikke etablert pensjonsordninger for ledende personell som avviker fra den generelle pensjonsordningen i selskapet.

Gjennomføring av lønnspolitikken i regnskapsåret 2020

Det er på individuell basis gjort mindre justeringer i lønningen for ledende ansatte i tråd med selskapets policy.



Note 6 Markedsinvesteringer

Lands (tall i 1.000)	2020	2019
Lands	23 039	7 077
Tyskland	19 770	8 368
Frankrike	14 209	5 985
Kina	10 413	12 091
Spania	9 722	13 453
Italia	9 546	27 271
Japan	6 621	10 717
USA	5 744	7 285
Sverige	5 703	4 016
Thailand	5 673	5 286
Sør-Korea	1 960	2 999
Taiwan	304	1 047
Singapore	271	366
Polen	155	1 132
UK	134	982
Tyrkia	83	1 272
Malaysia	-	3 402
Portugal	-	267
India	-	143
Midt-Østen	-	12 478
Andre/ikke landsspesifikke investeringer	8 292	173
Lands er viktig	-	-
Sum lands	121 640	125 809
Ørret (tall i 1.000)	2020	2019
Malaysia	2 189	2 335
USA	1 416	3 752
Thailand	731	1 260
Japan	-	542
Andre/ikke landsspesifikke investeringer ørret	-	133
Sum ørret	4 336	8 022
Pelagisk (tall i 1.000)	2020	2019
Japan	9 356	11 666
Sør-Korea	5 022	3 965
Kina	2 829	2 750
Andre/ikke landsspesifikke investeringer pelagisk	2 747	4 146
Sum pelagisk	19 954	22 477

Hvitfisk (tall i 1.000)	2020	2019
Frankrike	14 997	4 621
Spania	9 311	9 088
Sverige	7 732	7 608
UK	7 363	11 126
Tyskland	5 294	4 214
Kina	3 383	2 427
USA	3 339	4 770
Norge	8 521	61
Andre/ikke landsspesifikke investeringer hvitfisk	-	5 733
Sum hvitfisk	59 931	49 648

Konvensjonell (tall i 1.000)	2020	2019
Portugal	14 278	11 103
Brasil	9 683	10 771
Italia	4 980	5 128
Dominikanske Republik	2 158	1 947
Mellom-America	945	-
Sentral/Vest-Afrika	593	1 835
Andre/ikke landsspesifikke investeringer konvensjonell	1 728	3 644
Sum konvensjonell	34 365	34 428

Reker/skalldyr (tall i 1.000)	2020	2019
Sverige	7 909	5 020
Sør-Korea	2 661	1 183
Kina	1 705	-
Andre/ikke landsspesifikke investeringer reker/skalldyr	2 516	6 299
Sum reker/skalldyr	14 791	12 502

Generisk (tall i 1.000)	2020	2019
Innenlands (inkl. Fiskesprell ¹⁾ og 3IUKa)	18 599	20 971
Nye markeder/nye markedsinitiativ	2 670	3 920
Fellesaktiviteter (inkl. evaluering)	9 193	11 804
Sum generisk	30 462	36 695

SUM MARKEDSINVESTINGER	2020	2019
	285 479	289 583

Note 7 Bundne midler

Av totalt innestående bank er kr 5,414,817 bundet til dekning av skattetekk.

¹⁾ Fiskesprell er et nasjonalt kostholdsprogram som har som mål å øke gjemtekonsumet blant barn og unge. Prosjektet finansieres av NFD, Fiskesalgene, HOD og Sjømatrådet. Sjømatrådet bokførte til sammen 6800,000 i tilskudd til programmet.



Revisors beretning

Del 3 Regnskap

Kontantstrømoppstilling

	2020	2019
Kontantstrømmer fra operasjonelle aktiviteter (tall i 1.000)		
Resultat før skatter	-10 897	-9 402
Ordinære avskrivninger	1 193	936
Økning (-) / reduksjon i kortsiktige fordringer	5 791	-5 269
Økning (-) / reduksjon i pålegg, markedsvergit	1 213	-6 839
Økning / reduksjon (-) i leverandørgjeld	-699	7 515
Endringer i andre tidsavgrensningsposter	21 708	6 058
Netto kontantstrøm fra operasjonelle aktiviteter	18 308	-7 001
A		
Kontantstrømmer fra investeringsaktiviteter (tall i 1.000)		
Utbeholdinger ved kjøp av varige driftsmidler	-365	-2 076
Økning (-) / reduksjon i obligasjonsfond	-2 725	-2 779
Økning (-) / reduksjon i kortsiktige plasseringer	-1 083	-1 461
Netto kontantstrøm fra investeringsaktiviteter	-4 173	-4 605
B		
A + B	14 135	-13 317
Netto endring i likvider	111 167	124 484
Likviditetsbeholdning 01.01	125 301	111 167
Likviditetsbeholdning 31.12	111 167	111 167

60



Revisors beretning – 2020
Norges Sjømannsklubb AS

Uttalelse om andre lovmessige krav

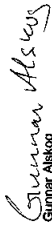
Konklusjon om årsberetningen

Basert på vår revisjon av årsregnskapet som beskrevet ovenfor, mener vi at opplysningene i årsberetningen om årsregnskapet, forutsetningen om forbatt drift og forslaget til resultatdisponering er konsistente med årsregnskapet og i samsvar med lov og forskrifter.

Konklusjon om registrering og dokumentasjon

Basert på vår revisjon av årsregnskapet som beskrevet ovenfor, og kontrollhandlinger vi har funnet nødvendig i henhold til internasjonal standard for attestasjonsoppdrag (ISAE) 3000 «Attestasjonsoppdrag som ikke er revisjon eller forenklet revisorkontroll av historisk finansiell informasjon», mener vi at ledelsen har oppfylt sin plikt til å sørge for ordentlig og oversiktlig registrering og dokumentasjon av selskapets regnskapsopplysninger i samsvar med lov og god bokførings praksis i Norge.

Tommas, 30. april 2021
KPMG AS


Gunnar Alsos
Statsautorisert revisor





SJØMATRÅD

Stortorget 1
Postboks 6176
9291 Tromsø

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

Norwegian Seafood

