



# Årsrapport 2020



NORGES  
SJØMATRÅD

# Årsrapport 2020

© Norges sjømatråd AS  
Mai 2021

Fotografer: Johan Wildhagen, Knut Åserud,  
Norges sjømatråd  
Design: Tank Design Tromsø AS  
Trykk: 07 Media

Omslag: Munken Polar, 240 g  
Innmat: Munken Polar, 130 g



Origin matters.

SEAFROM  
FRONOD  
FRORWAY



# Innhold

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



# Del 1

## Norges sjømatråd

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

## Introduksjon



Renate Larsen  
Administrerende direktør

# Markedsarbeid i koronaens tid



146  
land

105,7  
milliarder NOK

13,1  
milliarder  
måltider

Nøkkeltall for  
sjømateksporten 2020

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 koronaåret 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.

**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 ledestjerne 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.

## 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 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 støttefunksjoner til sjømatnæringen og markedene.

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

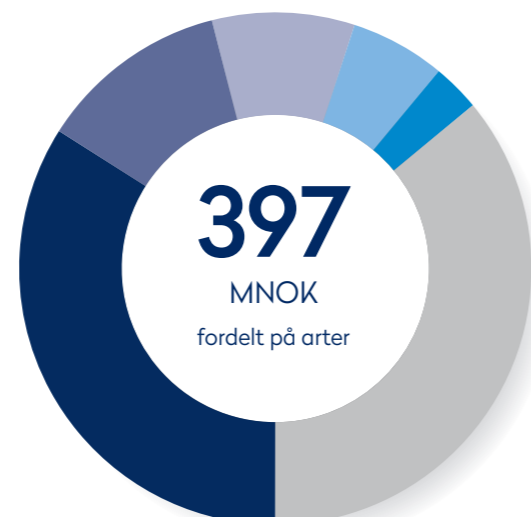




## Globale markedsinvesteringer og aktiviteter

# 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 inntog.



### Markedsføring

Pandemien førte til store utfordringer i flere eksportmarkeder, med et hotell-, restaurant- og catering-segment som falt betydelig. Vi har derfor justert vårt markedsmateriell for å øke synligheten blant forbrukere og for å friste til økt hjemmekonsum av norsk sjømat. Vi har arbeidet for å sikre at vi ivaretar inspirasjonselementet på en god måte når vi utvikler markedsmateriell på artsnivå, samtidig som opphavsmarkedsføringen fortsatt er grunnleggende.

Nytt materiell er utviklet, og gjennom helhetlig kampanjetankegang har vi nå fullverdige verktøykasser med markedsmateriell 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 sales»-materiell 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.

### Evalueringsmetoder

For å kunne gjøre raske og kostnadseffektive evalueringer av mindre mediekampanjer benyttet Sjømatrådet seg av en modell utviklet av det internasjonalt anerkjente analysebyrået Kantar.

Evalueringsmodellen (Ad Now) gir verdifull innsikt i et sett av parametere som gir et godt bilde av kampanjens synlighet og effekt på konsument og målgruppe.

I 2020 ble det gjennomført syv slike evalueringstester fordelt på seks markeder.

#### Fordeling av operasjonelle investeringer per fagområde:

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

#### Fordeling av operasjonelle investeringer per art:

- Laks og ørret: 131 MNOK
- Hvitfisk: 61 MNOK
- Konvensjonell: 36 MNOK
- Pelagisk: 22 MNOK
- Reker/skalldyr: 16 MNOK
- Øvrige operasjonelle investeringer, generisk: 131 MNOK

**85**  
kampanjer

**839**  
kampanjeuker med tilstedeværelse  
på tvers av kanaler



## Markedsinnsikt

Sjømatrådet leverer markedsinnsikt til norsk sjømatnæring, norske myndigheter og andre interessenter. I tillegg er det et uttalt 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.

Det 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 internt. Også i 2020 gjennomførte 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, innsiktsforespørsler og møter.

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

### Brexit

- Analyser knyttet til tollbelastning, varestrømmer og liknende
- Informasjon om EU-UK-avtalen og konsekvenser for norske eksportører

### Kina

- Nye sertifikater, listeføring og inspeksjoner
- Innspill knyttet til arter 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 forsvare og styrke omdømmet til norsk sjømat og sjømatnasjonen Norge gjennom reaktivt og proaktivt PR-arbeid.

Det proaktive PR-arbeidet går ut på å fortelle de gode historiene om norsk sjømat og sjømatnasjonen Norge, primært gjennom fortjent oppmerksomhet i media og kommunikasjon i egne kanaler.

Vi bruker en miks av virkemidler som influencere, «global PR-stories», synlighet i media, seminarer for verdikjeden, messedeltagelse, presseturer, 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 såkalte «global stories», produsert av Sjømatrådet, i form av pressemeldinger, nyhetssaker, videoer og medieinnslag.

Beredskapsarbeidet 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 ulmende 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.

責任ある  
サーモン養殖の  
先駆者。

その先に成功を収めることとなった、世界的なサーモン養殖が、2009年、ノルウェーのヒトランドで作られました。現在、ノルウェーは厳格な保護規制や安全監査システムおよび持続可能な産品を持って、水産物の世界的リーダーとなっています。責任ある水産物産物は現在と未来において、世界の食料需要を満たす重要な役割を担っています。

Origin.matters.



**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



## Større markeds kampanjer Ekstrainvesteringer

Vi gjorde markedsinvesteringer i 27 land i 2020. I tillegg har Sjømatrådet 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

Startskuddet for laksekampanjen gikk i oktober med en printkampanje i flere store, franske nyhets- og livsstilsmagasiner, 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 rettet mot beslutningstakere 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, tross noen omdømmeutfordringer. I et krevende år har norsk laks i Frankrike vist seg å være et robust produkt, og med stengte 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 synergi mellom de forskjellige mediene. Den har bidratt til å styrke og differensiere det norske opphavet og kvaliteten for laks i Frankrike. 1 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 kjennskap.
- 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 parameter, som blant annet kvalitet på produkt (30 %) og ferskhet (28 %), har fått fornyet troverdighet.
- Laksekampanjen ble vist på 2292 skjermer 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 fryst 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 fryst 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 fryst laks, og da i hovedsak filet.
- 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 Sjømatrådet. Blant annet gjennomførte Sjømatrådet og den norske næringa sin første kampanje noensinne i Israel. Målrettede 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 potensialstudier, blant annet for tørrfisk i Sør-Korea og for norsk sjømat i Vietnam. Sjømatrådet jobbet også aktivt for å forbedre markedsadgang til Saudi-Arabia og flere asiatiske markeder.



Laksekampanje i israelsk dagligvarehandel.

## 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. <sup>1)</sup>

Tatt i betraktning at den totale sjømateksporten i 2020 endte på 105,7 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.

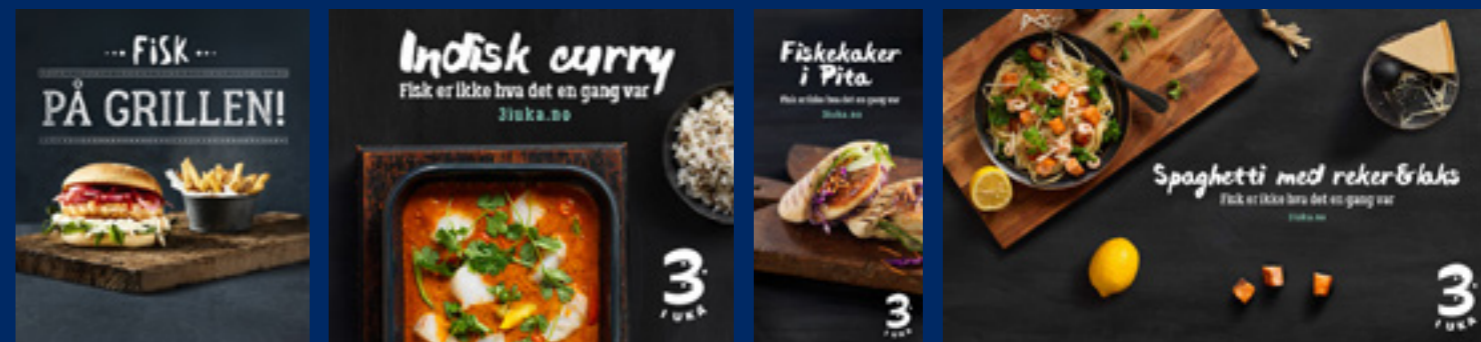
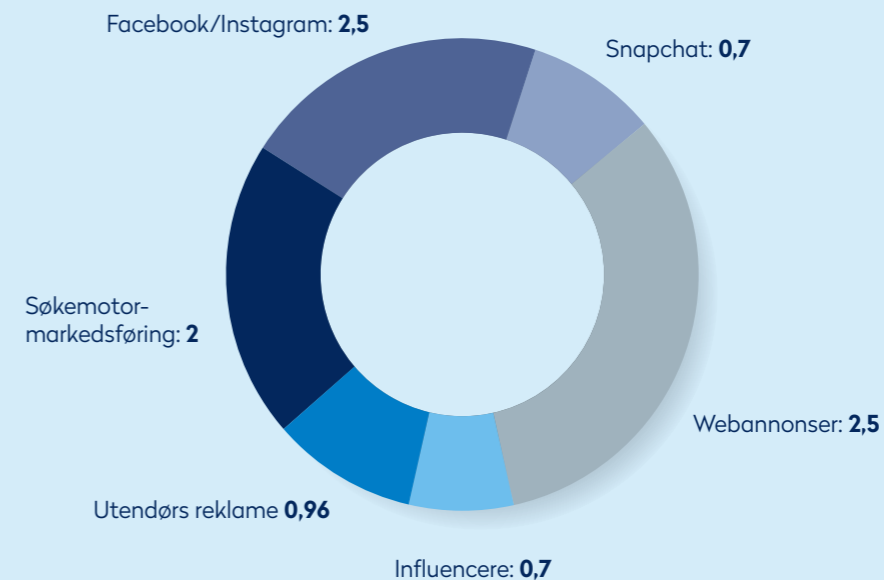
Pandemien har naturligvis ført til endringer i handle- og spisevaner i Norge, som i resten av verden. Stengte restauranter, færre reiser og mer tid hjemme har ført til at den norske befolkningen har spist flere måltider hjemme enn tidligere år, og dagligvarehandelen, netthandelen, take-away og hjemlevering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



Oppskriftshefte med ni kjappe sjømatoppskrifter er tilgjengelig i dagligvarebutikker landet rundt.

## 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 avspillinger.



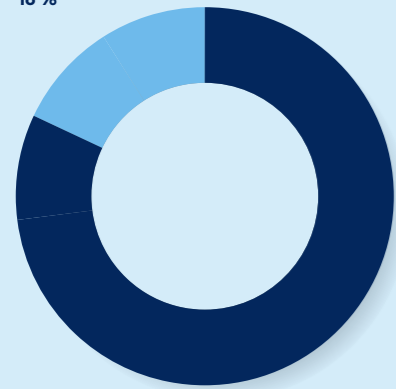
Målrettet bruk av sosiale media har gitt gode resultater.

<sup>1)</sup> Kilde: Flesland Markedsinformasjoner

## Nøkkeltall på sjømatkonsum i Norge

### Fordeling av innkjøpet av sjømat målt i volum

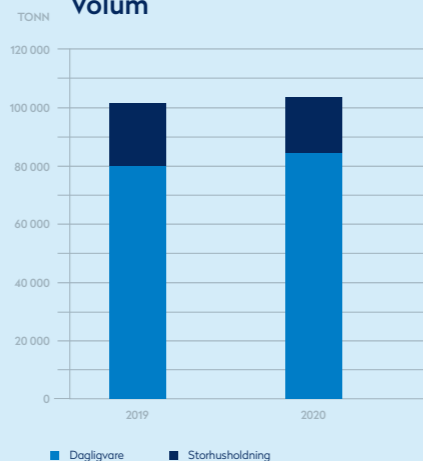
Andel storhusholdning:  
18 %



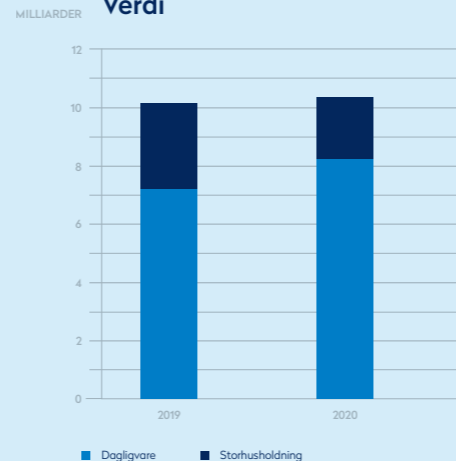
Andel dagligvare: 82 %

### Utvikling i sjømat salg til dagligvare og storhusholdning, 2019-2020

#### Volum



#### Verdi



## Sjømatkonsum i Norge (2020 sammenlignet med 2019) <sup>2)</sup>

- 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 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.

<sup>2)</sup> Kilde: Flesland Markedsinformasjoner 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 matlagingen.

Fiskesprell er et samarbeid mellom Helse- og omsorgsdepartementet, Nærings- og fiskeridepartementet og Norges sjømatråd, som sammen med fiskesalgslagene 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 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 felles måltider midlertidig opphørte i flere barnehager, samt at fysiske kurs ikke har vært gjennomførbare flere steder i landet. Fiskesprells tilbud til grunnskolen – gratis undervisningsmateriell og råvarestøtte til mat- og helsefaget – har forblitt svært populært og opplevd stabil deltakelse.

Fiskesprell lanserte nytt materiell 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 ekstraordinært tilskudd til Fiskesprell. Deler av disse midlene er øremerket synliggjøringen av koblingen mellom økt sjømatkonsum, klima og bærekraft.



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

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

Renate Larsen

## 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 FNs matvareorganisasjon FAO og EU. Men i dag står havet for kun 2 prosent av det globale kaloriinntaket.

Behovet for en omlegging av hvordan vi produserer og konsumerer mat er prekært for å oppnå 1,5-gradersmålet i Parisavtalen og FNs bærekraftsmål.

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

### Bærekraftig samarbeid

Derfor har EAT og Sjømatrådet inngått et partnerskap for å fremme og sette sunn og bærekraftig sjømat på dagsordenen. EAT har som én av fem ledende globale organisasjoner blitt utnevnt av FN til å etablere det som vil bli den viktigste plattformen for endring i matsystemene globalt, med det første FN-toppmøtet om mat som høydepunktet i 2021. EAT skal lede arbeidet med å skape etterspørsel etter sunn, bærekraftig mat og redusere matsvinn.

Partnerskapet mellom EAT og Sjømatrådet innebærer deling av ekspertise og kunnskap som skal bidra til bærekraftige løsninger for sjømat i Norge og verden.



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



Netthandelen vokser raskt og forbrukere er stadig mer opptatt av klimaavtrykk og sporbarhet, og her er sjømaten et godt valg. I fremtiden vil merking av klimaavtrykk bli like viktig som merking av næringsinnhold. Kolonial.no gir kjøperne denne oversikten i sin handlekurv.

### 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 verdibaserte 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 klimaavtrykket.

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 sjømatnasjonen Norge. Denne pilaren henger tett sammen med to andre, som er våre naturgitte fortrinn 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

Havet er grunnen til velferden vi har i Norge i dag, og som havnasjon har vi vist at vi kan utnytte ressursene i havet på en ansvarlig måte.

### For sjømatnasjonen Norge handler bærekraftig verdiskaping om:

- Ansvarlig forvaltning, høsting og produksjon – på planetens premisser.
- Å øke mattilførselen og styrke matsikkerheten i en verden med stor befolkningsvekst.
- Å skape lønnsomme arbeidsplasser og bærekraftige lokalsamfunn.

For oss går miljø, økonomi og ansvarlighet hånd i hånd. Og som en av verdens ledende sjømatnasjoner har vi et ekstra stort ansvar for å gå foran, forbedre oss og løse utfordringer.



\*Verdens største sjømatundersøkelse SCI (Seafood Consumer Index), tar for seg folks holdninger, preferanser og trender når det gjelder fisk og sjømat. Hvert år gjennomføres undersøkelsen blant 25 000 respondenter i rundt 20 land, på flere kontinenter.



## 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.

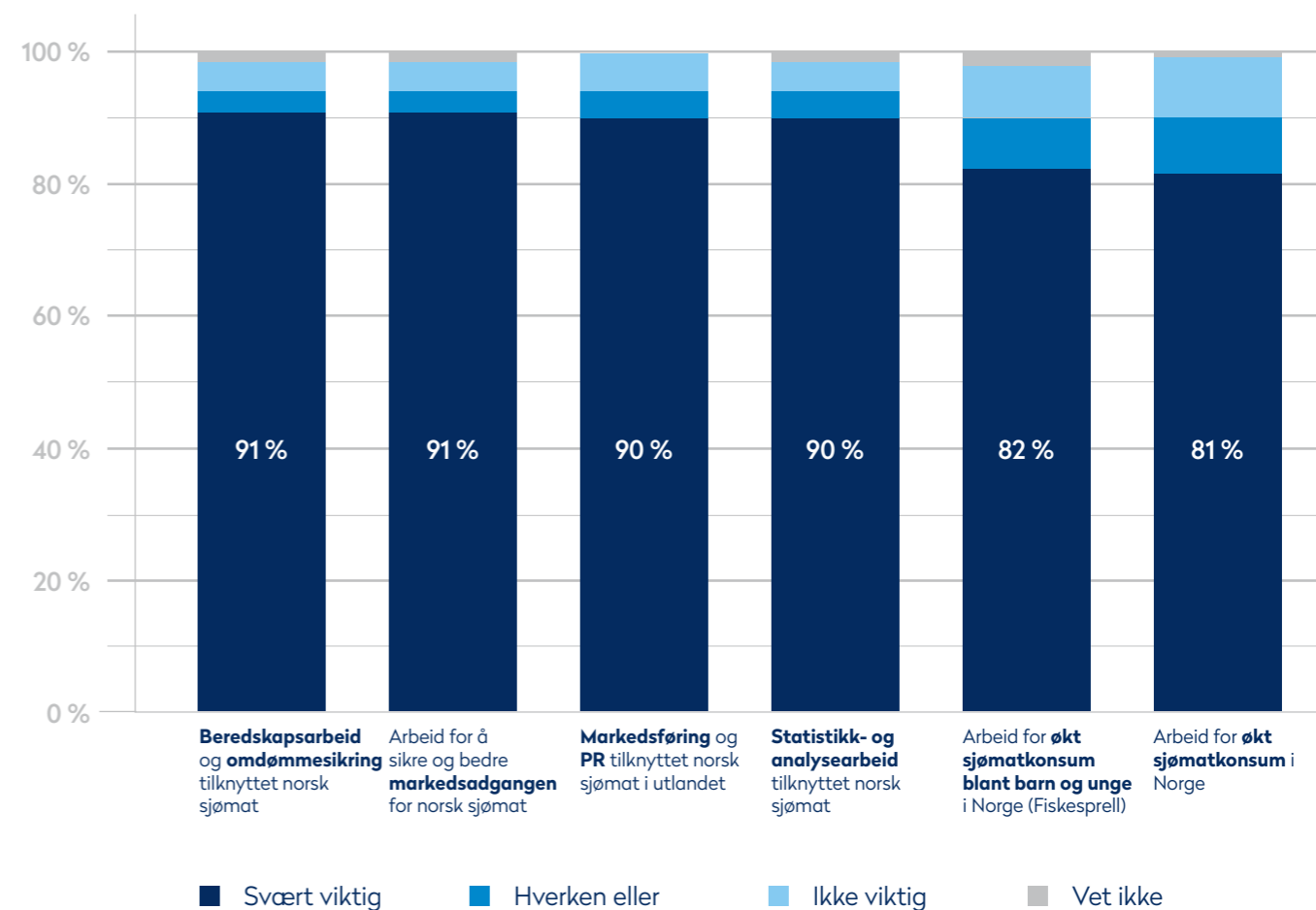
I brukerundersøkelsen, som ble gjennomført i januar-februar 2021, målte vi viktigheten av Sjømatrådets arbeid på et overordnet nivå, i tillegg til kjennskapen, viktigheten og tilfredsheten med markedsarbeidet og tjenestene våre.

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

### Om undersøkelsen

- Målgruppen 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.

## Viktighet av arbeidet til Norges sjømatråd



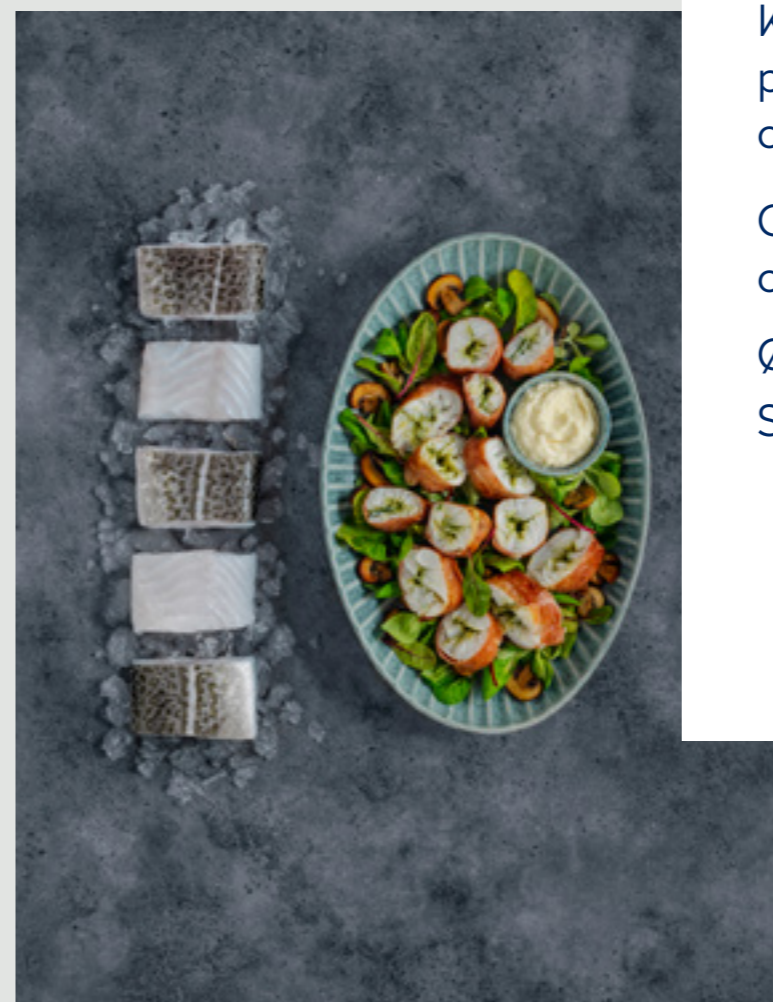
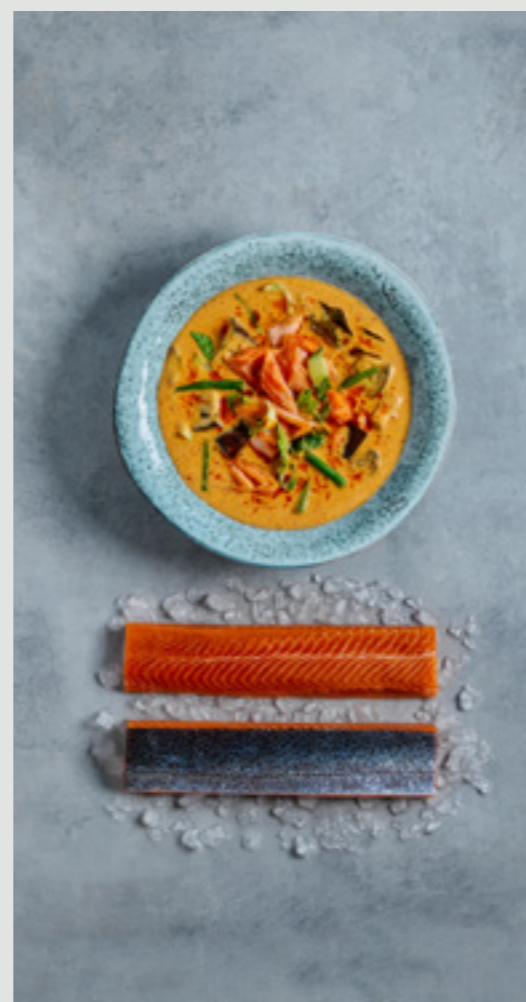
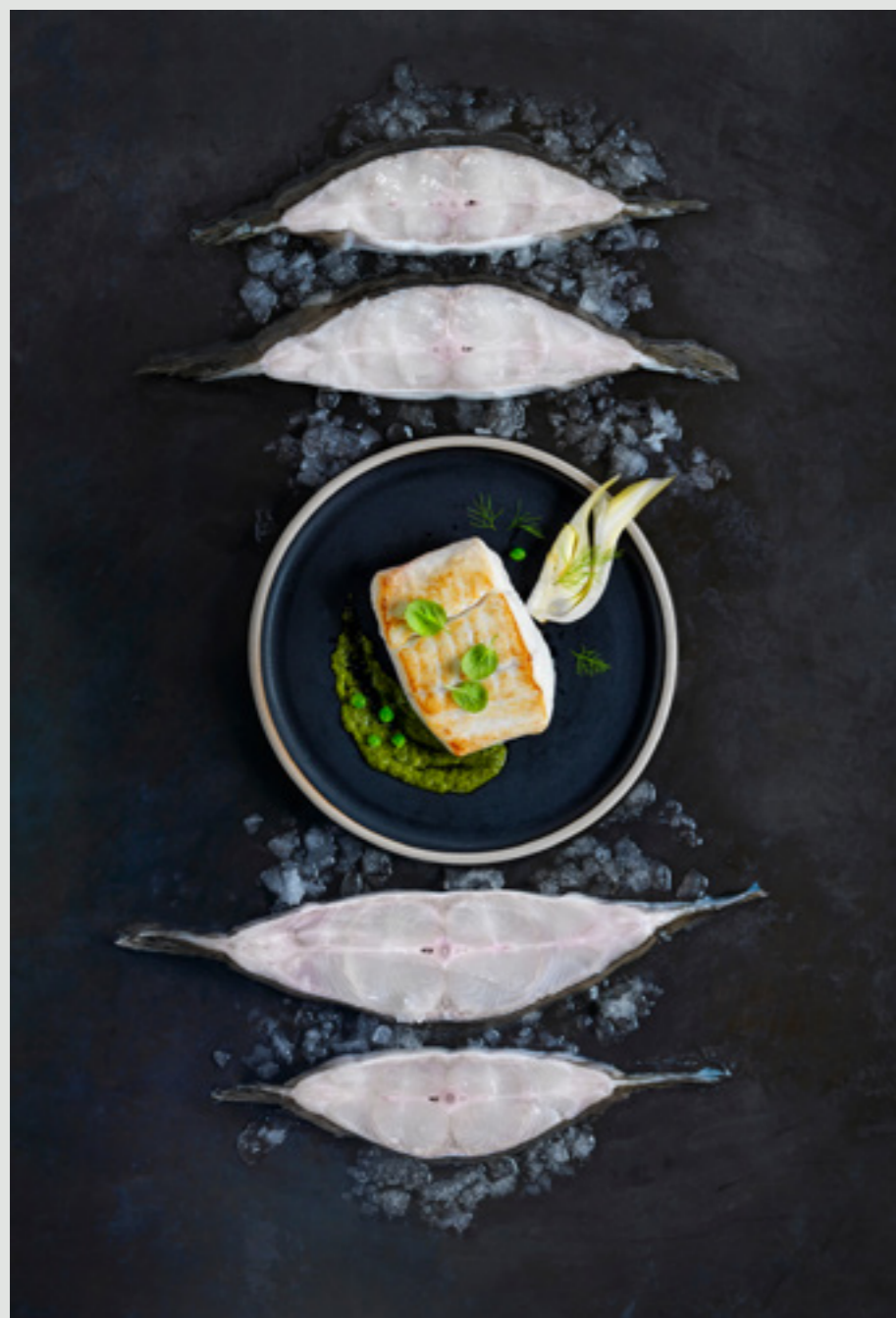
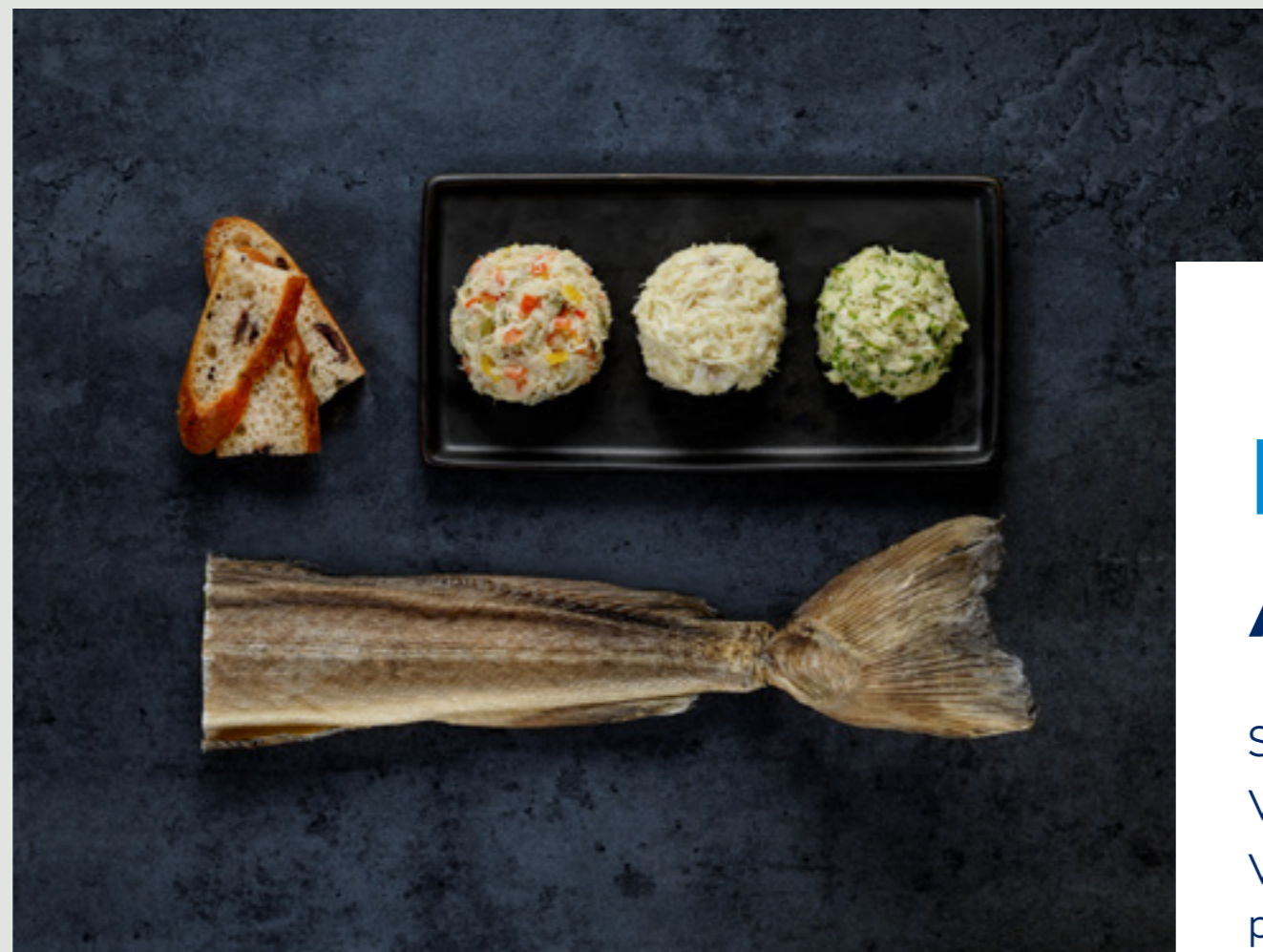
## Hvordan vil du vurdere arbeidet Norges sjømatråd gjør for norsk sjømatnæring?



Nature matters.

SEAFOOD  
FROM  
FRONT  
FRONTWAY





## 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



## 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 (fiskeriekseportloven) 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.

## 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 begrunnelse for eierskapet i Norges sjømatråd er å legge til rette for næringens finansiering av aktiviteter 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 uteoperasjoner 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 utenriktjenesten og/eller Innovasjon Norge.

Selskapets hovedkontor er i Tromsø hvor 52 dyktige medarbeidere jobber i fagavdelingene og i viktige støttefunksjoner til sjømatnæringen og markedene. Fire av stillingene på hovedkontoret er opplæringsstillinger.

## 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.

Sjømatrådets visjon er «sammen vinner vi verden for norsk sjømat». Ordet sammen er et viktig begrep og viser til viktigheten av samhandling. Det sier noe om hvordan organisasjonen skal jobbe internt og eksternt. Vi jobber sammen med våre kollegaer, sjømatnæringen, forvaltningen,

## Overordnet selskapsstrategi

### Sammen vinner vi verden for norsk sjømat



## Målhierarki

### Øke verdien

- Forretningsmål**
- Utvide, øke eller sikre markedsandeler
  - Økt betalingsvillighet

#### KPI

← **Var investeringen lønnsom?**  
Return Of Investment

**Adferdsmål**

- Økt antall kjøp
- Øke antall kjøpere
- Økt volum/verdi per kjøp

← **Hva skjedde under kampanjeperioden?**  
Økt antall kjøpere, flere kjøp eller volum/verdi per handleturn

**Holdningsmål**

- Norge skal være ansett som sjømatnasjonen
- Norsk sjømat skal være foretrukket
- Norge skal være ansett som en troverdig og stabil leverandør av sjømat
- Norsk sjømat skal ha en tydelig identitet som leverer på de viktigste driverne
- Styrke kjennskap til Seafood from Norway- merket.

← **Påvirket vi holdninger positivt?**  
Seafood Costumer Insight – Kjennskap, preferanse, omdømme, assosiasjoner

**Kommunikasjons- og aktivitetsmål**

- Kampanjer på eller over benchmark,
- Økt synlighet i fortjente og egne kanaler

← **Fungerer kommunikasjon og aktivitetene?**  
Reklameerindring, oppmerksomhet, avsender-ID, kjøpsintensjon, motivasjon, involvering, mediedekning, nøkkeltall

### Øke tilfredshet

**Forretningsmål**

Høy tilfredshet for Sjømatrådets markedsarbeid og tjenester

#### KPI

← **Årlig tilfredshetsmåling**

**Adferdsmål**

- Økt antall brukere
- Økt bruk av våre tjenester

← **Nøkkeltall fra nettsider**  
• Deltakelse på konferanser, seminarer og webinarer  
• Bruk av Bedriftsinitiativ, Seafood from Norway- merket, etc.

**Holdningsmål**

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

← **Kontinuerlige målinger digitalt**  
• Questback på enkeltaktiviteter

**Kommunikasjons- og aktivitetsmål**

- Antall 1 til 1 møter med næring (fysisk/online), nyhetsbrev, etc.

← **Customer Relation Management**  
• Åpningsrate

Sjømatrådet anser det som viktig å kontinuerlig arbeide med å evaluere, justere og optimalisere de metoder som blitt benyttet for å vurdere effektene 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 i inn- 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 sjømatnasjonen Norge, sjømatnæringen 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 effekten og resultatet 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 årrekke 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 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, klippfisk/saltfisk 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 forbrukerundersøkelse, 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 effektmålingen på enkeltkampanjer, og har nylig inngått ny global avtale innen dette området.



## Koronapandemien – påvirkning på Sjømatrådets organisasjon og arbeid

Streng restriksjoner og nedstengte markeder har satt sitt tydelige preg på Sjømatrådets arbeid det siste året. Markedsplaner, budsjetter og aktiviteter har vært gjenstand for mange justeringer for å ta hensyn til situasjonen i de ulike markedene. Dette har vært en krevende øvelse, men takket være en tilpasningsdyktig sjømatnæring og en sterk innsats fra våre ansatte, har vi klart å levere i en krevende tid og sikre at norsk sjømatposisjon 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 utekontorene.

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 dialog vil bli nyttig fremover, 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 avdeling for globale operasjoner. Støttefunksjonene på hovedkontoret har en avdeling for drift, økonomi og administrasjon og følgende fagavdelinger:

- Markedsføring
- Markedsinnsikt og markedsadgang
- 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 ansattes 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 kjønnsfordeling, og har fokus på mangfold i et vidt perspektiv.

Sjømatrådet tilstreber å ha en kvinne og en mann i finaleheatet ved nyansettelser. Kvinneandelen var ved utgangen av 2020 på 51 prosent, med 38 kvinner av totalt 74 ansatte. Antall ansatte per 31.12.2020 inkluderer 4 opplæringsstillinger (korttidskontrakter). Ledergruppen 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 arbeidstidsordninger eller utviklingsmuligheter. Av Sjømatrådets ansatte (utenom lokalansatte på utekontor) var det 31 kvinner og 35 menn per 31. desember 2020. Gjennomsnittlig årslønn (utenom lærlinger) for menn var 774.078 kroner, mens den for kvinner var 786.794 kroner.

### Samfunnsansvar

Norges sjømatråd har siden 2009 vært tilsluttet FNs program Global Compact (GC). Dette programmet forplikter oss til å håndtere spørsmål om menneskerettigheter, arbeidsvilkår, miljø og antikorupsjon i tråd med de ti internasjonalt anerkjente prinsippene som GC bygger på.

Prinsippene for menneskerettighetserklæringen 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 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 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 forutsetter. Vi har ingen rapporterte avvik når det gjelder selskapets forpliktelser overfor GC.

Norges sjømatråd er sertifisert i henhold til miljøstandarden Miljøfyrtårn. Dette er Norges mest brukte sertifikat 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 lærlingeplasser og praktikanter. Det siste året vi hatt to lærlinger i handel- og kontor-fag. 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 Fiskesalgslagenes samarbeidsråd 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 Sjømatrådets samfunnsansvar.

#### Korrupsjon

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 hjemmesider. Etiske retningslinjer og praktisering 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 iverksette en helhetlig risikostyringsmodell, og har som ledd i dette opprettet en egen risikostyringsfunksjon.

#### Ytre miljø

Virksomheten til Norges sjømatråd belaster ikke det 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 internasjonale virksomhet og jobber aktivt med å ta ned sitt CO<sub>2</sub>-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 sjømatnæringen 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 402 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 budsjettet. 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 411 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 ivarettatt for selskapet.

Kontantstrøm 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-, kreditt- eller likviditetsrisiko av vesentlig betydning for regnskapsavleggelsen, 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 lite egnet til å gi et godt bilde av hva Sjømatrådet har bidratt til overfor norsk fiskeri- og havbruksnæring, og det er nødvendig med mer detaljert kunnskap om strategi og markedsinnsats for å evaluere selskapet.

- **Styret foreslår 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 274 millioner

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

#### Fremtidig utvikling

I budsjettet 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 sjømateksporten fra Norge. For første kvartal 2021 er imidlertid eksportverdi, og dermed også inntektene til Sjømatrådet, som budsjettet. 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 effektiv 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 havbruksnæringa og består av 7-9 aksjonærvalgte representanter.

### På generalforsamlingen i 2020 ble følgende styre oppnevnt:

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

### De ansatte har valgt styremedlemmene:

- Anette Grøttland Zimowski
- Josefine Vaara
- Johnny Thomassen

Styret har hatt seks møter og behandlet 58 saker i 2020. Styret legger vekt på å følge statens prinsipper for god eierstyring og selskapsledelse. Styret gjennomfører årlig egevaluering 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



*Amund Drønen Ringdal*  
Amund Drønen Ringdal  
NESTLEDER



*Aino Olaisen*  
Aino Olaisen



*Anne Hilde Midttveit*  
Anne Hilde Midttveit



*Knut Helge Vestre*  
Knut Helge Vestre



*Solveig Strand*  
Solveig Strand



*Trond Tuvstein*  
Trond Tuvstein



*Anette Grøttland Zimowski*  
Anette Grøttland Zimowski  
ANSATTEVALGT



*Josefine Vora*  
Josefine Vora  
ANSATTEVALGT



*Johnny Thomassen*  
Johnny Thomassen  
ANSATTEVALGT

People matter.

SEAFOOD  
FRONTIER  
FRONTRUNNER



## Del 3 Regnskap

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



# Resultatregnskap

	Note	2020	2019
<b>Inntekter</b>			
Markedsavgift		402 788 631	399 429 067
Eksterne bidrag (Sildelaget)		0	9 000 000
Årsavgift	4	7 830 000	6 885 000
Øvrige inntekter		1 208 345	1 608 709
<b>Sum inntekter</b>		<b>411 826 976</b>	<b>416 922 776</b>
<b>Administrasjonskostnader</b>			
Personalkostnader	5	15 445 881	15 764 858
Annen kostnad		12 634 546	17 336 338
Avskrivning varige driftsmidler	2	1 192 570	935 576
<b>Sum administrasjonskostnader</b>		<b>29 272 997</b>	<b>34 036 772</b>
<b>Operasjonelle investeringer</b>			
Informasjon og kriseberedskap		9 219 796	6 757 328
Markedsinvesteringer	6	286 132 202	289 583 249
Markedsinformasjon		21 194 051	19 749 095
Markedsadgang		1 290 824	4 396 127
Operasjonelle lønnskostnader	5	33 651 008	33 816 232
Utekontor		45 611 808	42 912 350
<b>Sum operasjonelle investeringer</b>		<b>397 099 689</b>	<b>397 214 381</b>
<b>Driftsresultat</b>		<b>-14 545 711</b>	<b>-14 328 377</b>
<b>Finansresultat</b>			
Renteinntekter		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
<b>Finansresultat</b>		<b>3 648 214</b>	<b>4 926 497</b>
<b>RESULTAT</b>	1	<b>-10 897 497</b>	<b>-9 401 881</b>

# Balanse

	Note	31.12.20	31.12.19
<b>EIENDELER</b>			
<b>Anleggsmidler</b>			
<b>Varige driftsmidler</b>			
Inventar, kontormaskiner, EDB-utstyr	2	2 079 139	2 906 656
<b>Finansielle anleggsmidler</b>			
Investeringer i aksjer	3	14 000	14 000
<b>Sum anleggsmidler</b>		<b>2 093 139</b>	<b>2 920 656</b>
<b>Omløpsmidler</b>			
Påløpt 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		6 786 712	12 577 953
Kortsiktige plasseringer (pengemarkedsfond)	3	81 189 668	80 106 670
Bankinnskudd, kontanter	7	125 301 060	111 166 997
<b>Sum omløpsmidler</b>		<b>408 926 448</b>	<b>389 867 022</b>
<b>SUM EIENDELER</b>		<b>411 019 587</b>	<b>392 787 678</b>
<b>EGENKAPITAL OG GJELD</b>			
<b>Egenkapital</b>			
Aksjekapital	1	50 000 000	50 000 000
Overkursfond	1	57 860 794	57 860 794
Annen egenkapital	1	166 139 327	177 036 824
<b>Sum egenkapital</b>		<b>274 000 121</b>	<b>284 897 618</b>
<b>Gjeld</b>			
<b>Kortsiktig gjeld</b>			
Leverandørgjeld		66 219 740	66 919 170
Forskuddsbetalt 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
<b>Sum kortsiktig gjeld</b>		<b>137 019 466</b>	<b>107 890 060</b>
<b>SUM EGENKAPITAL OG GJELD</b>		<b>411 019 587</b>	<b>392 787 678</b>



Marianne E. Johnsen

STYRETS LEDER



Amund Drønen Ringsdal

NESTLEDER



Aino Olaisen



Anne Hilde Midttveit



Knut Helge Vestre



Solveig Strand



Trond Tuvstein



Anette Grøttland Zimowski

ANSATTEVALGT



Josefine Voraa

ANSATTEVALGT



Johnny Thomassen

ANSATTEVALGT



Renate Larsen

ADMINISTRERENDE DIREKTØR

Sustainability  
matters.

SEAFOOD  
FROM  
FRONT  
FORWARD

# Noter til regnskapet

## Regnskapsprinsipper

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

### Oppstillingsplan og klassifisering 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 rendyrking av arts- eller funksjonsinndeling.

### Driftsinntekter

Markedsavgift inntektsføres etterhvert som den påløper. Denne beregnes med grunnlag i SSBs statistikk for handel med norsk sjømat, kombinert med konstaterede innbetalinger fra Skatteetaten som forestår innkrevingen fra eksportørene. Skatteetaten overfører disse midlene til en felleskonto mellom Sjømatrådet 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 reverseres når grunnlaget for nedskrivningen ikke lengre 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. Agiojusteringer 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 livforsikrings-selskap. Pensjonsordningen er i dag en innskuddsordning. Dette medfører løpende kostnadsføring av selskapets innskudd til pensjonsordningen.

### Kontantstrømoppstilling

Kontantstrømoppstillingen er utarbeidet etter den indirekte metoden.

### Skatt

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

## Note 1 Egenkapital

Aksjekapitalen består av 50.000 (femtitusen) aksjer á kr 1.000 (ettusen) 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
<b>Egenkapital 31.12.20</b>	<b>50 000</b>	<b>57 861</b>	<b>166 139</b>	<b>274 000</b>

## Note 2 Varige driftsmidler

Aksjekapitalen består av 50.000 (femtitusen) aksjer á kr 1.000 (ettusen) 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.	7 616	6 962
Tilgang i året (ansk.kost)	365	2 076
Avgang i året (ansk.kost)	371	1 421
<b>Anskaffelseskost 31.12.</b>	<b>7 610</b>	<b>7 616</b>
Akkumulerte av- og nedskrivninger 01.01.	4 710	5 195
Årets avskrivninger	1 193	936
Tilbakeførte avskrivninger ved realisasjon	371	1 421
<b>Akkumulerte av- og nedskrivninger 31.12.</b>	<b>5 531</b>	<b>4 710</b>
<b>Bokført verdi 31.12.</b>	<b>2 079</b>	<b>2 907</b>

Avskrivningssatser	15–33 %	15–33 %
Det benyttes lineære avskrivninger for alle varige driftsmidler.		
Den økonomiske levetiden forventes å være fra 3 til 7 år.		

## Note 3 Aksjer og øvrige finansielle plasseringer

Selskap	2020	2019
Den Norske Matfestivalen i Ålesund AS	10	10
Norrøna Barnehage AS	4	4
<b>Bokført verdi pr 31.12. (anleggsmidler)</b>	<b>14</b>	<b>14</b>

Øvrige plasseringer	Realisert	Verdiendring	Virkelig verdi	Virkelig verdi
	2020	2020	2020	2019
Pluss Obligasjon	0	858	47 938	47 080
DNB Obligasjon 20 (IV)	0	1 321	28 221	26 900
DNB FRN20	0	545	29 034	28 489
<b>Sum obligasjonsfond</b>	<b>0</b>	<b>2 724</b>	<b>105 193</b>	<b>102 469</b>
Pluss Likviditet II (pengemarkedsfond)	0	1 083	81 190	80 107
<b>Bokført verdi plasseringer pr 31.12.</b>	<b>0</b>	<b>3 807</b>	<b>186 383</b>	<b>182 576</b>

## 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 årsverk <sup>1)</sup>	2020	2019
Ansatte ved hovedkontor	50,9	54,6
Utsendinger utekontorer	13,3	13,4
Øvrige ansatte ute	9,3	9,5
<b>Sum ansatte</b>	<b>73,5</b>	<b>77,5</b>

<sup>1)</sup> inklusive traineer og lærlinger

Lønn adm. dir. (tall i 1.000)	Lønn og andre godtgjørelser	Innskudd pensjon <sup>2)</sup>	Sum 2020	Sum 2019
Adm. dir. Renate Larsen <sup>1)</sup>	2 645	60	2 705	2 696
Direktør økonomi/administrasjon Steinar Øvergaard	1 322	61	1 383	1 358
Direktør markedsadgang/informasjon Tom Jørgen Gangsø	1 113	54	1 167	<sup>4)</sup>
Markedsdirektør Camilla Beck <sup>3)</sup>	796	36	832	<sup>4)</sup>
Direktør HR Rigmor Abel	1 173	57	1 230	1 214
Direktør Globale operasjoner Børge Grønbech	1 290	61	1 351	1 330
Kommunikasjonsdirektør Chris Guldberg	1 263	61	1 324	<sup>4)</sup>

<sup>1)</sup> Adm. dir. har pr 31.12.20 en fastlønn på 2.600.796. Ved tiltredelse 01.09.16 var fastlønnen 2.412.000 (tilsvarende en økning på 1,8 % p.a.)

<sup>2)</sup> Selskapet har en innskuddsordning, ingen opptjening over 12 G

<sup>3)</sup> Ansatt fra 01.06.20

<sup>4)</sup> 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
<b>Sum</b>	<b>15 446</b>	<b>15 765</b>

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

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

Personalkostnader øvrige (tall i 1.000)	2020	2019
Lønn	940	1 496
Arbeidsgiveravgift	88	118
Andre personalkostnader	291	197
<b>Sum</b>	<b>1 319</b>	<b>1 811</b>

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

### Pensjonsordning

Selskapet er pliktig til å ha tjenstepensjonsordning etter lov om obligatorisk tjenstepensjon.

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	48 612
Arbeidsgiveravgift	4 664	4 484
Pensjonsforsikring	3 537	3 430
Andre personalkostnader	27 754	27 780
<b>Personalkostnader</b>	<b>85 744</b>	<b>84 306</b>

Honorarsatser for styret (tall i 1.000)	2020	2020
Leder	185,5	173,8
Nestleder	130,0	124,0
Styremedlemmer	88,5	84,5
<b>Sum styrehonorar</b>	<b>1 023,5</b>	<b>973,8</b>

Honorar revisor (tall i 1.000)	2020	2019
Revisjon, eks. mva.	135	144
Annen bistand, attestasjoner mv. eks. mva.	10	41
<b>Sum honorar revisor/KPMG</b>	<b>146</b>	<b>185</b>

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
<b>Sum driftskostnader</b>	<b>426 373</b>	<b>431 251</b>

## Lederlønnerklæring

### Fast 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 bredbåndstilknytning og bruk av data, aviser og bilgodtgjørelse. Selskapet har ingen lederlånsordning.

### Etterlønsordninger

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

For adm.dir. er følgende avtalt:

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

Etterlønnen, fratrukket forskuddstrekk og andre trekkpliktige 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 kalendermånedet etter utløpet av oppsigelsestiden. Etterlønnen danner 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 næringsvirksomhet som Administrerende direktør er aktiv eier av. Administrerende direktør skal uoppfordret gi Selskapet informasjon om og dokumentasjon over eventuelle faste lønnsinntekter og inntekter fra næringsvirksomhet som Administrerende direktør er aktiv eier av, som oppbevares i etterlønsperioden. Selskapet er berettiget til å holde tilbake de månedlige utbetalingene av Etterlønnen inntil Administrerende direktør har oppfylt sine forpliktelser etter foregående punktum.»

### Pensjonsordninger

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 avlønningen for ledende ansatte i tråd med selskapets policy.

## Note 6 Markedsinvesteringer

<b>Laks</b> (tall i 1.000)	<b>2020</b>	<b>2019</b>
Tyskland	23 039	7 077
Frankrike	19 770	8 368
Kina	14 209	5 985
Spania	10 413	12 091
Italia	9 722	13 453
Japan	9 546	27 271
USA	6 621	10 717
Sverige	5 744	7 285
Thailand	5 703	4 016
Sør-Korea	5 673	5 286
Taiwan	1 960	2 999
Singapore	304	1 047
Polen	271	366
UK	155	1 132
Tyrkia	134	982
Malaysia	83	1 272
Portugal	-	3 402
India	-	267
Midt-Østen	-	143
Andre/ikke landspesifikke investeringer laks	8 292	12 478
Laks er viktig	-	173
<b>Sum laks</b>	<b>121 640</b>	<b>125 809</b>

<b>Ørret</b> (tall i 1.000)	<b>2020</b>	<b>2019</b>
Malaysia	2 189	2 335
USA	1 416	3 752
Thailand	731	1 260
Japan	-	542
Andre/ikke landspesifikke investeringer ørret	-	133
<b>Sum ørret</b>	<b>4 336</b>	<b>8 022</b>

<b>Pelagisk</b> (tall i 1.000)	<b>2020</b>	<b>2019</b>
Japan	9 356	11 616
Sør-Korea	5 022	3 965
Kina	2 829	2 750
Andre/ikke landspesifikke investeringer pelagisk	2 747	4 146
<b>Sum pelagisk</b>	<b>19 954</b>	<b>22 477</b>

<b>Hvitfisk</b> (tall i 1.000)	<b>2020</b>	<b>2019</b>
Frankrike	14 997	4 621
Spania	9 311	9 088
Sverige	7 732	7 608
UK	7 353	11 126
Tyskland	5 294	4 214
Kina	3 383	2 427
USA	3 339	4 770
Norge		61
Andre/ikke landspesifikke investeringer hvitfisk	8 521	5 733
<b>Sum hvitfisk</b>	<b>59 931</b>	<b>49 648</b>

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

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

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

<b>SUM MARKEDSINVESTERINGER</b>	<b>285 479</b>	<b>289 583</b>
---------------------------------	----------------	----------------

## Note 7 Bundne midler

Av totalt innestående bank er kr 5.414.817 bundet til dekning av skattetrekk.

<sup>1)</sup> Fiskesprell er et nasjonalt kostholdsprogram som har som mål å øke sjømatkonsumet blant barn og unge. Prosjektet samfinansieres av NFD, Fiskesalgslagene, HOD og Sjømatrådet. Sjømatrådet bokførte til sammen 6.800.000 i tilskudd til programmet.

## Kontantstrømoppstilling

<b>Kontantstrømmer fra operasjonelle aktiviteter</b> (tall i 1.000)		<b>2020</b>	<b>2019</b>
Resultat før skatter		-10 897	-9 402
Ordinære avskrivninger		1 193	936
Økning (-) / reduksjon i kortsiktige fordringer		5 791	-5 269
Økning (-) / reduksjon i påløpt markedsavgift		1 213	-6 839
Økning / reduksjon (-) i leverandørgjeld		-699	7 515
Endringer i andre tidsavgrensningsposter		21 708	6 058
<b>Netto kontantstrøm fra operasjonelle aktiviteter</b>	<b>A</b>	<b>18 308</b>	<b>-7 001</b>
<b>Kontantstrømmer fra investeringsaktiviteter</b> (tall i 1.000)		<b>2020</b>	<b>2019</b>
Utbetalinger 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
<b>Netto kontantstrøm fra investeringsaktiviteter</b>	<b>B</b>	<b>-4 173</b>	<b>-4 605</b>
Netto endring i likvider	A + B	14 135	-13 317
Likviditetsbeholdning 01.01		111 167	124 484
<b>Likviditetsbeholdning 31.12</b>		<b>125 301</b>	<b>111 167</b>

# Revisors beretning



**KPMG AS**  
Stakkevollvegen 41  
Postboks 6262  
9292 Tromsø

Telephone +47 45 40 40 63  
Fax +47 77 64 30 10  
Internet www.kpmg.no  
Enterprise 935 174 627 MVA

Til generalforsamlingen i Norges Sjømatråd AS

## Uavhengig revisors beretning

### Uttalelse om revisjonen av årsregnskapet

#### Konklusjon

Vi har revidert Norges Sjømatråd AS' årsregnskap som viser et underskudd på kr 10 897 497. Årsregnskapet består av balanse per 31. desember 2020, resultatregnskap og kontantstrømpoppstilling for regnskapsåret avsluttet per denne datoen og noteopplysninger til årsregnskapet, herunder et sammendrag av viktige regnskapsprinsipper.

Etter vår mening er det medfølgende årsregnskapet avgitt i samsvar med lov og forskrifter og gir et rettviseende bilde av selskapets finansielle stilling per 31. desember 2020, og av dets resultater og kontantstrømmer for regnskapsåret avsluttet per denne datoen i samsvar med regnskapslovens regler og god regnskapsskikk i Norge.

#### Grunnlag for konklusjonen

Vi har gjennomført revisjonen i samsvar med lov, forskrift og god revisjonsskikk i Norge, herunder de internasjonale revisjonsstandardene International Standards on Auditing (ISA-ene). Våre oppgaver og plikter i henhold til disse standardene er beskrevet i Revisors oppgaver og plikter ved revisjon av årsregnskapet. Vi er uavhengige av selskapet slik det kreves i lov og forskrift, og har overholdt våre øvrige etiske forpliktelser i samsvar med disse kravene. Etter vår oppfatning er innhentet revisjonsbevis tilstrekkelig og hensiktsmessig som grunnlag for vår konklusjon.

#### Øvrig informasjon

Ledelsen er ansvarlig for øvrig informasjon. Øvrig informasjon omfatter informasjon i årsrapporten bortsett fra årsregnskapet og den tilhørende revisjonsberetningen.

Vår uttalelse om revisjonen av årsregnskapet dekker ikke øvrig informasjon, og vi attesterer ikke den øvrige informasjonen.

I forbindelse med revisjonen av årsregnskapet er det vår oppgave å lese øvrig informasjon med det formål å vurdere hvorvidt det foreligger vesentlig inkonsistens mellom øvrig informasjon og årsregnskapet, kunnskap vi har opparbeidet oss under revisjonen, eller hvorvidt den tilsynelatende inneholder vesentlig feilinformasjon.

Dersom vi konkluderer med at den øvrige informasjonen inneholder vesentlig feilinformasjon er vi pålagt å rapportere det. Vi har ingenting å rapportere i så henseende.

#### Styrets og daglig leders ansvar for årsregnskapet

Styret og daglig leder (ledelsen) er ansvarlig for å utarbeide årsregnskapet i samsvar med lov og forskrifter, herunder for at det gir et rettviseende bilde i samsvar med regnskapslovens regler og god regnskapsskikk i Norge. Ledelsen er også ansvarlig for slik internkontroll som den finner nødvendig for

KPMG AS, a Norwegian limited liability company and member firm of the KPMG network of independent member firms affiliated with KPMG International Cooperative ("KPMG International"), a Swiss entity.

Statautoriserte revisorer - medlemmer av Den norske Revisorforening

Offices in:

Oslo	Elverum	Mo i Rana	Stord
Ålesund	Finnsnes	Molde	Strømme
Arendal	Hamar	Skien	Tromsø
Bergen	Haugesund	Sandnessjøen	Trondheim
Bodø	Knarvik	Sandnessjøen	Tynset
Drammen	Kristiansand	Stavanger	Ålesund



**Revisors beretning - 2020**  
Norges Sjømatråd AS

å kunne utarbeide et årsregnskap som ikke inneholder vesentlig feilinformasjon, verken som følge av misligheter eller utilsiktede feil.

Ved utarbeidelsen av årsregnskapet må ledelsen ta standpunkt til selskapets evne til fortsatt drift og opplyse om forhold av betydning for fortsatt drift. Forutsetningen om fortsatt drift skal legges til grunn for årsregnskapet så lenge det ikke er sannsynlig at virksomheten vil bli avvirket.

#### Revisors oppgaver og plikter ved revisjonen av årsregnskapet

Vårt mål med revisjonen er å oppnå betryggende sikkerhet for at årsregnskapet som helhet ikke inneholder vesentlig feilinformasjon, verken som følge av misligheter eller utilsiktede feil, og å avgi en revisjonsberetning som inneholder vår konklusjon. Betryggende sikkerhet er en høy grad av sikkerhet, men ingen garanti for at en revisjon utført i samsvar med lov, forskrift og god revisjonsskikk i Norge, herunder ISA-ene, alltid vil avdekke vesentlig feilinformasjon som eksisterer. Feilinformasjon kan oppstå som følge av misligheter eller utilsiktede feil. Feilinformasjon blir vurdert som vesentlig dersom den enkeltvis eller samlet med rimelighet kan forventes å påvirke økonomiske beslutninger som brukerne foretar basert på årsregnskapet.

Som del av en revisjon i samsvar med lov, forskrift og god revisjonsskikk i Norge, herunder ISA-ene, utøver vi profesjonelt skjønn og utviser profesjonell skepsis gjennom hele revisjonen. I tillegg:

- identifiserer og anslår vi risikoen for vesentlig feilinformasjon i regnskapet, enten det skyldes misligheter eller utilsiktede feil. Vi utformer og gjennomfører revisjonshandlinger for å håndtere slike risikoer, og innhenter revisjonsbevis som er tilstrekkelig og hensiktsmessig som grunnlag for vår konklusjon. Risikoen for at vesentlig feilinformasjon som følge av misligheter ikke blir avdekket, er høyere enn for feilinformasjon som skyldes utilsiktede feil, siden misligheter kan innebære samarbeid, forfalskning, bevisste utelatelser, uriktige fremstillinger eller overstyring av internkontroll.
- opparbeider vi oss en forståelse av den interne kontroll som er relevant for revisjonen, for å utforme revisjonshandlinger som er hensiktsmessige etter omstendighetene, men ikke for å gi uttrykk for en mening om effektiviteten av selskapets interne kontroll.
- evaluerer vi om de anvendte regnskapsprinsippene er hensiktsmessige og om regnskapsestimatene og tilhørende noteopplysninger utarbeidet av ledelsen er rimelige.
- konkluderer vi på hensiktsmessigheten av ledelsens bruk av fortsatt drift-forutsetningen ved avleggelsen av regnskapet, basert på innhentede revisjonsbevis, og hvorvidt det foreligger vesentlig usikkerhet knyttet til hendelser eller forhold som kan skape tvil av betydning om selskapets evne til fortsatt drift. Dersom vi konkluderer med at det eksisterer vesentlig usikkerhet, kreves det at vi i revisjonsberetningen henleder oppmerksomheten på tilleggsopplysningene i regnskapet, eller, dersom slike tilleggsopplysninger ikke er tilstrekkelige, at vi modifierer vår konklusjon om årsregnskapet og årsberetningen. Våre konklusjoner er basert på revisjonsbevis innhentet inntil datoen for revisjonsberetningen. Etterfølgende hendelser eller forhold kan imidlertid medføre at selskapet ikke fortsetter driften.
- evaluerer vi den samlede presentasjonen, strukturen og innholdet, inkludert tilleggsopplysningene, og hvorvidt årsregnskapet representerer de underliggende transaksjonene og hendelsene på en måte som gir et rettviseende bilde.

Vi kommuniserer med styret blant annet om det planlagte omfanget av revisjonen og til hvilken tid revisjonsarbeidet skal utføres. Vi utveksler også informasjon om forhold av betydning som vi har avdekket i løpet av revisjonen, herunder om eventuelle svakheter av betydning i den interne kontrollen.





## 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 fortsatt 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 bokføringskikk i Norge.

Tromsø, 30. april 2021  
KPMG AS

  
Gunnar Alskog  
Statsautorisert revisor



