

Delrapport AP2_2-1, 08.12.2013.

Prosjekt "Markedsmuligheter for umoden rogn fra nordsjøsilde og NVG-sild"

Delrapport AP2_2-1

Definering og konkretisering av de mest nærliggende mulighetene innenfor produkter, markeder og anvendelsesområder for umoden silderogn.

Markedsmuligheter innen kosmetiske ingredienser

Forfatter

Jon Erik Steenslid, Segel AS





SEGEL AS

Address:
POBox 284,
N-6771 Nordfjordeid
Tel.: +47 57885900
post@segel.no
www.segel.no

Offices:

Borgundv. 340, Ålesund
Fjordenesbygget, Måløy
Øyane 11, Nordfjordeid
Foretaksregister:
NO 953 777 061 MVA

Delrapport AP2_2-1

Markedsmuligheter for umoden rogn fra nordsjøsilid og NVG-sild

VERSJON

1.0

DATO

2013-12-08

FORFATTER

Jon Erik Steenslid
Segel AS

KVALITETSSIKRET AV

KUNDE

FHF/Møreforsking

KUNDE REF.

Wenche Larsen

PROSJEKT NR

FHF: 900844

ANTALL SIDER + VEDLEGG

13

Innhold

1.	Innledning.....	4
2.	Oppsummering.....	4
3.	Om kosmetikk.....	5
4.	Markedet for kosmetikk.....	5
4.1	Trender i kosmetikk.....	5
4.2	Marine ingredienser i kosmetikk.....	6
5	«Caviar» og kosmetikk	6
5.1	Definisjon på «Caviar».....	6
5.2	Næringsinnhold i «Caviar»	8
5.3	«Caviar» i kosmetikk.....	8
5.4	«Caviar extract».....	9
5.5	Produkter med «Caviar extract»	11
5.6	tilbakemeldinger fra industriaktører	11
6.	Muligheter for silderogn som råstoff i kosmetiske ingredienser	12

1. Innledning

Denne rapporten er utarbeidet på grunnlag av «Delrapport AP2_1» datert 14.06.2013, samt vedtak i styringsgruppemøte 17.06.2013, der det ble vedtatt at mulighetene for umoden silderogn til bruk i kosmetikk skulle undersøkes nærmere. Dette arbeidet har blitt gjennomført hovedsakelig ved hjelp av litteraturstudier, søk på internett, deltakelse på fagmesse samt møter og samtaler med industriaktører. Det globale markedet for kosmetikk er stort og omfattende, og preges av hard konkurranse gjennom blant annet merkevarebygging og utvikling av stadig nye produkter og konsepter. Dette fører igjen til at konfidensialitet og hemmeligholdelse er svært fremtredende, noe som gjør det utfordrende å innhente spesifikk markedsinformasjon. Gjennom arbeidet som ligger til grunn for denne rapporten føler vi oss allikevel komfortable med de resultater og anbefalinger som legges frem som grunnlag for videre prosjektarbeid.

2. Oppsummering

Gjennom arbeid tidligere i prosjektet ble markedet for kosmetikk fremhevet som interessant for umoden silderogn med bakgrunn i at rogn fra andre typer fisk allerede brukes til dette formålet. Marine ingredienser er på fremmarsj innen kosmetikk, og da spesielt innen alger. Rogn fra fisk inneholder mange næringsstoffer som er gunstige for huden, men der også utfordringer knyttet til utvikling av harskningsprodukter og uønsket lukt. Kosmetikkingredienser basert på rogn brukes derfor bare i svært små konsentrasjoner. Rogn inneholder heller ingen unike næringsstoffer som ikke kan skaffes fra andre råstoffkilder.

Konklusjoner:

- Det er mer eller mindre kun rogn fra stør, såkalt «caviar», som brukes som råstoff til fremstilling av kosmetikkingrediensen «caviar extract».
- «Caviar» brukes på grunn av at det assosieres med luksus og eksklusivitet, og for å kunne ta ut høye priser i markedet. Det brukes derfor kun i dyre «high end» produkter.
- Årlig produsert kvantum av «caviar extract» er i følge markedsaktører bare noen få hundre kilo på verdensbasis fordelt på 5-6 hovedprodusenter. Dette er allikevel nok til å dekke etterspørselen.
- Kosmetiske ferdigprodukter inneholder kun promiller av ingredienser med opphav i «caviar», og noen få hundre kilo på verdensbasis rekker derfor svært langt.
- Silderogn vil ha svært liten mulighet til å posisjonere seg i et slikt marked på grunn av manglende image og eksklusivitet. Kvantumet som markedet etterspør er også svært lite.
- Det anbefales ikke å satse videre på å innarbeide silderogn på markedet for kosmetiske ingredienser.

3. Om kosmetikk.

I følge Wikipedia er opprinnelsen til ordet kosmetikk gresk og betyr «technique of dress and ornament». De første bevisene på bruk av kosmetikk ble funnet i gravene til de gamle egyptiske faraoene. Kosmetikk betegnes i dag som velværeprодукter som brukes for å fremheve utseende eller tilføre god lukt til menneskekroppen. US Food and Drug Administration (FDA) definerer kosmetikk som følger: «produkter som har som formål å påføres den menneskelige kropp for å rense, forskjønne og fremheve attraktivitet, eller endre utseende uten å påvirke kroppens struktur eller funksjon». I tillegg til kosmetikk finnes det også et begrep som kalles «cosmeceuticals». Dette er produkter som inneholder elementer av både kosmetikk og farmasi, og kjennetegnes ved at de har biologiske aktive ingredienser som skal ha en slags legemiddelvirkning i tillegg til selve kosmetikkdelen. Begrepet «cosmeceuticals» brukes kun på produkter som påføres kroppen utvendig, slik som kremer og lotions. For produkter som skal inntas gjennom munnen (spises), og som dermed skal gi kosmetiske effekter for huden, brukes begrepet «nutricosmetics». Typiske eksempler på dette er c-vitamin og omega-3 fettsyrer.

4. Markedet for kosmetikk.

Det globale markedet for kosmetikk og skjønnhetsprodukter har de siste 20 årene vært utsatt for dramatiske endringer som følge av store økonomiske, sosiale og kulturelle endringer i den moderne verden. Verdensmarkedet for kosmetikk var i 2011 på ca 426 mrd USD. Markedet deles hovedsakelig inn i 5 ulike kategorier; hudpleie, hårpleie, farger (make-up), duft og samleposten toalettartikler. I 2010 utgjorde disse hhv 23%, 17%, 12%, 10% og 30% av totalmarkedet. Av det totale markedet utgjorde massemarkedssegmentet 78% mens premiumsegmentet utgjorde 28%. Hoveddelen av premiumsegmentet finnes i allerede godt utviklede markeder, hovedsakelig USA, Japan og Frankrike. Det er imidlertid utviklingsmarkedene som representerer den største veksten globalt, og da spesielt BRIC-landene. I 2011 stod utviklingsmarkedene samlet for 81% av den globale veksten i kosmetikkmarkedet, mens BRIC-landene alene representerte 54% av dette. Dette skyldes i all hovedsak økt levestandard og høyere kjøpekraft i disse markedene. De siste 20 årene har det globale kosmetikkmarkedet vokst med i snitt 4,5% årlig, og har vist seg stødig til tross for store globale økonomiske problemer de siste årene. De største aktørene er L'oreal, Procter & Gamble, Unilever, Shiseido og Estée Lauder.

4.1 Trender i kosmetikk.

Som følge av de store markedsendringene de siste 20 årene, har også trendene utviklet seg kraftig. Det kommer stadig nye og forbedrede produkter på markedet, noe som setter store krav til markedsaktørene i forhold til FoU, teknologi, innovasjon og markedsbearbeiding for å opparbeide og beholde posisjoner. Det har de siste årene dannet seg spesielt to hovedtrender inne kosmetikk som gjenspeiler behovene til den moderne forbruker. Det ene er tidsbesparende produkter som er hurtigvirkende, hurtigtørrende og flerfunksjonelle. Det andre er langtidsvirkende produkter som man ikke trenger å bruke tid på å påføre flere ganger daglig. Disse oppfattes også som å gi god valuta for pengene fordi produktene varer lengre. Et annet viktig utviklingstrekk er den stadig sterkere dreiningen mot organiske og bærekraftige produkter. Dette henger sammen med den generelle utviklingen mot forbrukere som stadig blir mer opptatt av at produktene de konsumerer ikke skal

være skadelige for dem eller andre, samtidig som de ønsker å bidra til bevaring av naturen og våre felles ressurser. Det blir derfor også viktigere for kosmetikkprodusentene å kunne bevise at deres produkter ikke er skadelige for hverken brukerne eller miljøet.

På grunn av den stadig eldre befolkningen som man spesielt ser i utviklede markeder, vil markedet for «anti-ageing» produkter øke mer i fremtiden. Dette er produkter som skal bidra til å dempe aldringstegn i huden ved å forhindre rynker, glatte ut og fornye. Biologisk aktive ingredienser er sentrale i disse produktene (cosmeceuticals).

4.2 Marine ingredienser i kosmetikk.

Bruken av marin bioteknologi er en del den nye bølgen for å skape nye og avanserte ingredienser til kosmetikkindustrien. I den marine naturen produseres ulike typer molekyler og næringsstoffer som det er mulig å enten ekstrahere og/eller reproducere under kontrollerte forhold.

Som en følge av dette er utvikling og bruk av marine ingredienser i kosmetikk et område i vekst, og da spesielt innen hudpleie. Marine ingredienser tilbyr en rekke fordeler, og blir stadig mer avanserte og miljøvennlige. De tilfører huden vitaminer og mineraler, UV beskyttelse, antioksydanter og «anti-ageing» fordeler. Høsting, produksjon og konservering av marine ingredienser har blitt stadig mer sofistikert de siste ti-årene, og har bidratt til utviklingen av mer effektive og miljøvennlige løsninger. I dag er det spesielt alger, både mikro- og makroalger, som representerer de største fremtidige mulighetene innen hud og kroppspfleie. Dette skyldes den unike næringsmessige sammensetningen i havet som på mange områder er svært lik den som finnes i menneskekroppen. For eksempel har sjøvann og blodplasma en nesten identisk sammensetning i forhold til mineraler og sporstoffer. Sjøvann er så lik kroppens indre miljø at dersom hvite blodceller flyttes fra kroppen og legges i en steril utvannet sjøvannsoppløsning, så vil disse kunne opprettholde normal funksjon. Forskere har også funnet mange likhetstrekk mellom menneskers hud og ymse arter av mikro- og makroalger, og derigjennom utviklet ulike typer ekstrakter som bidrar til å forbedre ulike typer hudproblemer.

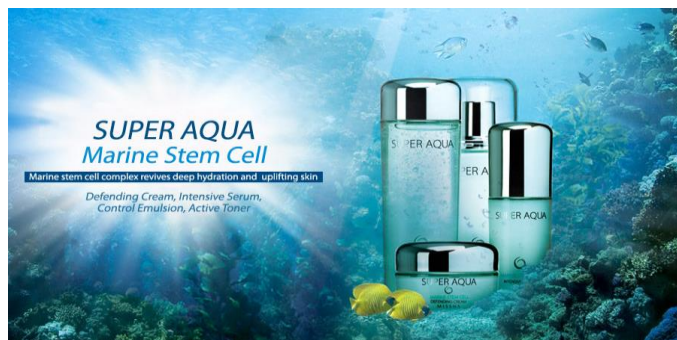


Fig. 4.1, kosmetisk produkt med marine ingredienser.

5 «Caviar» og kosmetikk

5.1 Definisjon på «Caviar»

Begrepet «caviar» brukes ofte som en felles betegnelse på produkter som inneholder rogn av fisk, enten som et rent produkt eller blandet med andre ingredienser. Her i Norge knyttes det vel sterkest til pålegg på tuber og glass av ulike typer, som for eksempel Kavli kaviar. I følge the Food and Agricultural Organization (FAO) er begrepet «caviar» knyttet til saltbehandlet rogn fra stør, nærmere bestemt fra Acipenseridae-familien. Alle andre typer rogn og produkter derav skal kategoriseres som «caviar substitutes». Denne definisjonen er også adoptert av Convention on International Trade in

Endangered Species of Wild Fauna and Flora (CITES), The World Wildlife Fund for Nature (WWF), The United States Customs Service og Frankrike.



Fig. 5.1, illustrasjon av stør.

“Caviar” kom opprinnelig fra stør i det kaspiske hav og svartehavet. Den deles i 3 hovedkvaliteter, Beluga, Ossetra og Sevruga, etter hva slags type stør den er tatt ut av. Den mest eksklusive og sjeldneste er Beluga, etterfulgt av Ossetra og til slutt Sevruga. I 2012 ble «caviar» fra disse omsatt for mellom USD 3000 og USD 5500 per kg. «Caviar» er internasjonalt anerkjent som et av de mest eksklusive og dyre matproduktene som finnes, og assosieres med rikdom, luksus og eksklusivitet. Den internasjonale handelen av «Caviar» har vært, og er, underlagt svært strenge restriksjoner på grunn av overfiske på stør og fare for utryddelse. I Russland ble det forbudt å omsette «caviar» i 2007, mens det ble åpnet for et lite omsetningskvantum i 2010 på 150 kg. USA nedla forbud mot import i 2005 og CITES støttet en internasjonal embargo i 2006.

I dag er det Iran som er den globalt største produsenten og eksportøren av ulike typer «caviar», med ca. 300 tonn i 2009. Omsetning av «caviar» har med andre ord vært utsatt for mange utfordringer og restriksjoner de siste årene, og dette vil fortsette i fremtiden all den tid vill stør er klassifisert som utrydningstruet.

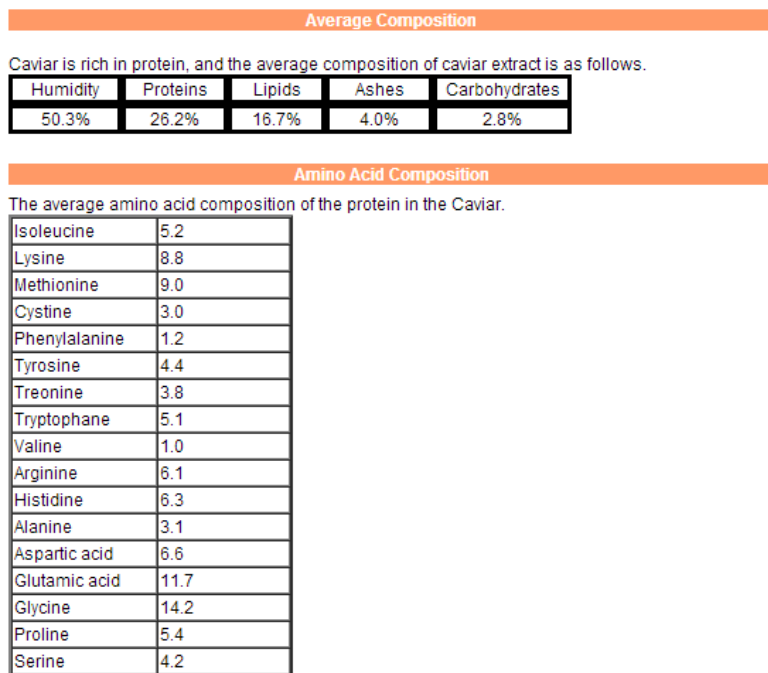


Fig. 5.2, rogn fra stør, «caviar».

Som følge av ressursutfordringene knyttet til vill stør, har oppdrett av stør for kaviarproduksjon blitt etablert som et miljøvennlig og bærekraftig alternativ. Kvantumet er fortsatt begrenset, og prisene ligger noe under villfanget kaviar. Det tar mellom 8-20 år før en stør blir kjønnsmoden og produserer egg, så det sier seg selv at kostnadene ved en slik produksjon blir høye. Italia er blant de største oppdrettsnasjonene for stør, men det forekommer også i Frankrike, Spania, Canada, USA, Kina, Korea og Saudi Arabia.

5.2 Næringsinnhold i «Caviar»

Det hersker ingen tvil om at «caviar» og annen rogn er sunt. Det er en svært god kilde til vitamin A og D, magnesium, selenium og omega-3 fettsyrer. «Caviar» ble tidligere gitt til pasienter som hadde gjennomført operasjoner eller fått cellegift fordi det er en svært god kilde til hemoglobin (protein som frakter oksygen i røde blodceller). Jevnlig konsum av «caviar» kan også bidra til bedre og sunnere hud. Som en kuriositet kan nevnes at det visstnok også skal være bra for «dagen derpå» og at det kan være et effektivt afrodisium. I følge en tilbyder av «caviar extract» viser understående figur et gjennomsnitt av hva dette inneholder.



Caviar also contains vitamins (especially vitamin A, group B, D, and E) and oligo elements.

Fig. 5.3, næringsinnhold i «caviar»

5.3 «Caviar» i kosmetikk.

Såkalt «caviar extract» er brukt som ingrediens i ulike typer kosmetikk, hovedsakelig i hudpleieprodukter som kremer og serumer. Dette skal ha gode rensende og fuktighetsgivende egenskaper samtidig som det høye protein, vitamin og enzyminnholdet bidrar til å bygge opp, fornye og styrke huden. Det er spesielt brukt i «anti-ageing» hudprodukter (kremer) på grunn av dette. Et mye brukt argument for å fremheve fordelene ved «caviar» er at et fiskeegg inneholder alle nødvendige bestanddeler og energi for å skape et liv, og at dette gir unike egenskaper mht. fornyelse og reparasjon av hudceller. I følge produsenter av «caviar extract» som vi har vært i kontakt med er imidlertid den klart viktigste grunnen til at «caviar» brukes i kosmetikk ikke knyttet til dens egenskaper, disse finner man også i mange andre typer rogn, men til forbrukernes oppfatning og assosiasjoner til «caviar» som noe av det ypperste man kan kjøpe. Kombinert med høye priser og påkostet innpakning gir dette brukerne en slags placebo-effekt gjennom sterk følelse av luksus og eksklusivitet, og der i gjennom en overbevisning om at produktene virker bedre enn rimeligere produkter.

I år 2000 gjennomførte Convention on International trade in endangered species of wild fauna and flora (CITES) en vurdering av hvor vidt bruken av «caviar» som ingrediens i kosmetikk hadde noen

negativ påvirkning på artsbevaringen av ulike typer stør. Deres undersøkelser viste at innholdet av «caviar-baserte» ingredienser i sluttprodukter av kosmetikk kun er på mellom 0,01-0,03 gram per kg. Dette betyr at en tube med 50 ml hudkrem kun vil inneholde ca 0,0015 gr med «caviar». Det er nærliggende å anta at produksjonen av kosmetiske produkter som inneholder «caviar» er en del større i dag enn den var i 2000, men at innholdsandelen mer eller mindre er den samme. Dette tilsier at markedet for «caviar extract» er svært begrenset i forhold til kvantum. Dette harmonerer også med tilbakemeldinger fra produsenter av «caviar extract» som prosjektet har vært i direkte kontakt med. I følge dem er det kun 5-6 produsenter av betydning på verdensbasis, og de er blant disse. De bekrefter også at innholdet av «caviar extract» i sluttprodukter sannsynligvis er i henhold til resultatene fra undersøkelsene til CITES, og at det totale årlige kvantumet på verdensbasis kun er på noen få hundre kilo.

5.4 «Caviar extract»

Det finnes ingen definisjon på hva et såkalt «caviar extract» er, eller hvordan det skal fremstilles. Det antas at råvaren i all hovedsak er rogn fra oppdrettet stør som av ulike årsaker ikke har nødvendige kvaliteter til å selges på konsummarkedet, men som allikevel innehar tilfredsstillende egenskaper for å fremstille ekstrakt. Dette gir en lavere pris på råvarene samtidig som hensynet til både miljø og bærekraft ivaretas. Det finnes også ekstrakter basert på lakserogn, men disse betegnes ofte som «salmon caviar extracts» for ikke å komme i konflikt med «caviar» begrepet. På samme måte må det antas at et kosmetisk produkt basert på silderogn også må ha en tilleggsbenevning for å skille det fra «caviar extract» fra stør. Nøyaktig hva slags metoder og teknologier de ulike produsentene av «caviar extract» bruker er ikke kjent, men ut fra informasjon som prosjektet har innhentet er det dannet et inntrykk av at hydrolyseprosesser er mye anvendt. Det hevdes også at noen fremstiller ekstraktet fra vannet som rogn gytes i, og ikke fra selve rogn. For eksempel har det norske selskapet Aqua Bio Technology ASA utviklet produktet Aquabeautine XL® fra klekkevesken til atlantisk laks. Dette er en ingrediens som brukes i hudkremer. Prosjektet har for øvrig vært i kontakt med Aqua Bio Technology ASA med forespørsel om prosjektsamarbeid, men de har ikke kapasitet eller ressurser til dette nå.

En utfordring ved bruk av marine ingredienser i kosmetikk, og som også påvirker bruken av «caviar extract», er utvikling av uønsket lukt på grunn av harskningsprosesser i marine fettsyrer. For å unngå dette må innblandingmengden av slike ingredienser begrenses, og er nok en bidragsytende faktor til at innholdet av «caviar extract» i kosmetiske sluttprodukter er så lite.

Den spanske produsenten Cobiosa SL produserer 10-15 kg med «caviar extract» årlig, og har følgende produktblad for sitt «caviar extract»:

AMINO-GLYCO KVIAR

Gorgeous natural cosmetic supplement

INCI NAME:

Water, Glycerin, Hydrolyzed Roe, Glycosaminoglycans, Glycogen

DOSE OF USE:

FROM 1 TO 2%

SOLUBILITY:

HYDRO-SOLUBLE

COSMETIC USE:

AMINO-GLYCO KVIAR is a natural, marine, luxurious active ingredient to be used at cosmetic preparations with four basic objectives:

- Regeneration
- Skin Repair
- Nutrition
- Moisturization

DESCRIPTION:

Caviar Roe have extraordinary energetic resources to sustain the development and nutrition of the new embryo.

Based on this richness in nutritive and essential elements we have developed a new basic active ingredient for the cutaneous cell regeneration and skin treatment, combining efficacy, luxury and sophistication together.

AMINO-GLYCO KVIAR, is a natural marine active ingredient, manufactured from fish roe (**Caviar** and *Cyclopterus lumpus*).

It has been enriched with Glycosaminoglycans (**Chondroitin Sulfate** and **Hyaluronic Acid**) and **Glycogen**, both from marine origin, making this unique marine compound, a splendid care for the skin.

Its proteins and nutritive elements will be used by the skin cells at its restoring processes. It is then most suitable for repairing night treatments, when the skin restoration developments are at the highest levels.

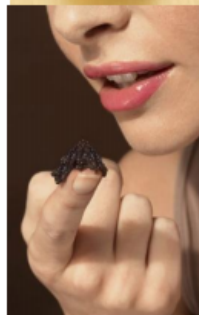
Thanks to its important content in minerals and oligo-elements, we will be supplying precious ingredients vital at the nutritious and regeneration skin's procedures

PROPERTIES:

With this compound the skin is supplied with all nutritive elements needed, plus the energy necessary to process them. The regeneration processes at tired and premature aged skins is now more intense and effective. The skin has with **AMINO-GLYCO KVIAR** a strong ally to fight against its aggressions; helping to restore all natural elements needed for a luminous, soother and soften skin.

AMINO-GLYCO KVIAR is most indicated for the following cosmetic treatments:

- Rough and dried skins, lacking hydro-retaining substances
- Stress and uncomfortable skins
- Aged and premature aged skins. Treatments for face, décolleté and neck areas
- Protective products against environmental aggressions.
- Repairing and nutritive night formulations
- Formulations for aged skins lacking elasticity



N a t u r a l l y E f f e c t i v e

Ctra. Alpedrete, 6
28400 Collado Villalba - Madrid - Spain
E: info@cobiosa.com
W: www.cobiosa.com

Cobiosa
Industrias Asociadas SL

Fig. 5.4, produktark for «caviar extract» fra Cobiosa.

5.5 Produkter med «Caviar extract»

I tråd med imaget til «caviar» er det hovedsakelig dyre og eksklusive high-end hudpleieprodukter som inneholder «caviar extract». Den største og mest kjente produsenten av slike produkter er sveitsiske La Prairie som har en serie med ulike «caviar» produkter (www.laprairie.com). Det hevdes at de ikke bruker selve rognen til fremstilling av ekstrakt, men klekkevannet eller lignende. Det finnes også en del andre, mindre merker som tilbyr «caviar cosmetics».



Fig. 5.5, hudpleieprodukter med innhold av «caviar extract»

Produktet «skin caviar luxe cream» (nr. 2 fra venstre) kan kjøpes i Norge for 2995 kr.

I tillegg til hudpleieprodukter finnes også en del hårpleieprodukter som inneholder «caviar extract». Typiske produkter er sjampo, balsam og ulike typer hårkurer. Som for huden skal disse tilføre håret mer fuktighet, glans og fornyelse (anti ageing).



Fig. 5.6, hårpleieprodukter med innhold av «caviar extract».

5.6 tilbakemeldinger fra industriaktører

I forbindelse med deltakelse på «In-Cosmetics Asia 2013», en messe for kosmetikkingredienser, ble det gjennomført møter med bedriftene The Innovation Company (Frankrike) og Cobiosa (Spania). Begge produserer ulike ingredienser til kosmetikkindustrien, deriblant «caviar extract». Deres tilbakemeldinger når det gjelder markedet for dette produktet var følgende:

- Det finnes bare 5-6 produsenter av betydning i verden av caviar extract, og de er begge blant disse.
- Årlig verdensproduksjon av caviar extract er bare noen få hundre kilo totalt.

- Cobiosa produserer kun 10-15 kg i året, og The Innovation Company sine kunder kjøper bare mindre kvantum på 5-10 kg hver gang. Dette gir i følge dem et inntrykk av hvor små kvantum som omsettes av dette produktet.
- «Caviar extract» brukes kun på grunn av navn og image. Det inneholder ingen spesielle eller unike substanser som ikke kan skaffes fra andre typer rogn eller råvarekilder, og til dels billigere også.
- Ved å bruke order «caviar» ønsker produsentene å gi sine kunder en ekstra høy følelse av eksklusivitet og luksus. Det gir med andre ord en slags placeboeffekt for brukerne.
- Det brukes kun oppdrettet stør på grunn av miljøhensyn og bærekraft. Kosmetikkprodusentene kan og vil ikke selge produkter som er miljøfiendtlige eller ikke bærekraftige.
- Råvarene som de kjøper er biprodukter eller utsortert rogn for å redusere kostnadene.
- Ingredienser som inneholder marine substanser er ofte utfordrende å bruke på grunn av utvikling av uønsket lukt. «Caviar Extract» brukes derfor i små konsentrasjoner på 1-5 prosent.
- Et caviar extract inneholder også en stor andel av andre ingredienser, slik at innholdet som kommer fra rogn kun utgjør noen få prosent. Når det så bare brukes et par prosent ferdig caviar extract i et kosmetikkprodukt (f.eks hudkrem) så utgjør ekstraktet fra selve rogn til slutt bare promiller. Noen få kg «caviar extract» rekker derfor til svært mye ferdigprodukt.
- Det vil være mulig å skape en ny kosmetisk ingrediens basert på silderogn, men en slik satsing må bygges fra grunnen av siden produktet ikke eksisterer fra før av. Dette vil kreve mye finansielle og organisatoriske ressurser, og man vil være avhengig av å etablere langsiktig samarbeid med de riktige industriaktørene.

6. Vurdering av muligheter for silderogn som råstoff i kosmetiske ingredienser

Med utgangspunkt i at ulike typer fiskerogn har forholdsvis lik næringsmessig sammensetning, er det nærliggende å anta at silderogn innehar tilfredsstillende egenskaper og kvaliteter som råstoff til fremstilling av ingredienser til kosmetikk. Det vil tilfredsstillende kosmetikkbransjens krav til miljøvennlighet og bærekraft, og tilgjengelig kvantum er mer en tilstrekkelig med utgangspunkt i dagens marked og etterspørsel. Det er imidlertid langt flere forhold som taler i mot at silderogn vil kunne lykkes i dette markedet:

- At rogn brukes i kosmetikkindustrien i dag skyldes hovedsakelig image og ikke unike egenskaper. Silderogn vil ikke kunne erstatte bruken av «caviar extract», og vil heller ikke kunne bruke kun navnet «caviar» fordi det er knyttet til rogn fra stør-familien.
- Kosmetiske produkter som inneholder «caviar extract» utgjør kun en liten, eksklusiv nisje av kosmetikkmarkedet som er avhengig av å bruke rogn fra stør for å gi sine produkter nødvendig image og troverdighet.
- Silderogn blir ikke oppfattet som dyrt og eksklusivt, og vil nok ha et image problem inn mot kosmetikkmarkedet i forhold til dette.
- Utvikling av uønsket lukt er en utfordring ved bruk i kosmetikk, og setter begrensinger for hvor store konsentrasjoner som kan brukes.

- Kvantumet som markedet etterspør av «caviar extract» er såpass lite (noen få hundre kilo årlig) at det kun vil utgjøre en forsvinnende liten del av den norske silderognproduksjonen.

Basert på resultatene fra prosjektarbeidet som beskrevet i denne rapporten kan vi ikke se tilfredsstillende potensiale for silderogn i markedet for kosmetiske ingredienser, og anbefaler derfor at det ikke satses på dette i det videre arbeidet.