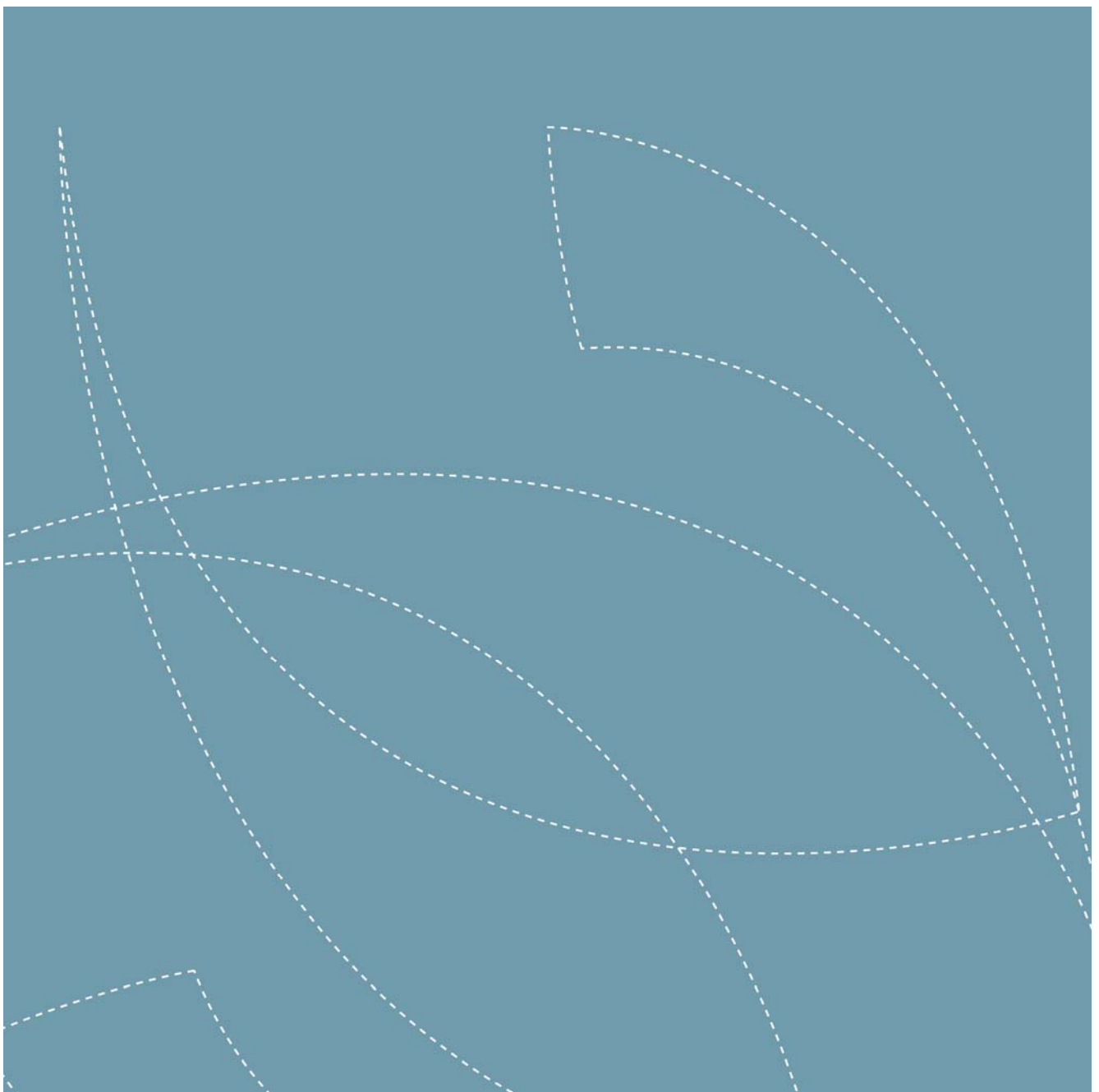


Lettsaltet sei i Spania

Jens Østli





Nofima er et næringsrettet forsknings-konsern som skal øke konkurranse-kraften for matvareindustrien, herunder akvakulturnæringen, fiskerinæringen og landbruksnæringen. Konsernet omfatter tidligere Akvaforsk, Fiskeriforskning, Matforsk og Norconserv, og har ca. 430 ansatte. Virksomheten er organisert i fire forretningsområder; Marin, Mat, Ingrediens og Marked. Konsernet har hovedkontor i Tromsø og virksomhet i Ås, Stavanger, Bergen, Sunndalsøra og Averøy.

Hovedkontor Tromsø
Muninbakken 9–13
Postboks 6122
NO-9291 Tromsø
Tlf.: 77 62 90 00
Faks: 77 62 91 00
E-post: nofima@nofima.no

Internett: www.nofima.no



Nofimas samfunnsvitenskapelige forretningsområde tilbyr økonomiske analyser, perspektiv- og foresight-analyser, forbrukerforskning, markeds-analyse og strategisk rådgivning. Videre arbeides det med informasjons-logistikk og sporbarhet. I tillegg til å betjene industrien vil området jobbe tett opp mot de naturvitenskapelige forretningsområdene i Nofima.

Nofima Marked
Muninbakken 9–13
Postboks 6122
NO-9291 Tromsø
Tlf.: 77 62 90 00
Faks: 77 62 91 00
E-post: marked@nofima.no

Internett: www.nofima.no

Rapport

<i>ISBN:</i> 978-82-7251-644-3	<i>Rapportnr.:</i> 13/2008	<i>Tilgjengelighet:</i> Åpen
<i>Tittel:</i> Lettsaltet sei i Spania		<i>Dato:</i> 27.08.2008
		<i>Antall sider og bilag:</i> 10+2
<i>Forfatter(e):</i> Jens Østli		<i>Prosjektnr.:</i> 20377
<i>Oppdragsgiver:</i> Innovasjon Norge og FHF		<i>Oppdragsgivers ref.:</i> F.-A. Egeness, Bacalao Forum
<i>Tre stikkord:</i> Lettsaltet sei, Spania		
<i>Sammendrag: (maks 200 ord)</i> Lettsaltet fisk er en produktgruppe man finner i svært mange spanske supermarkeder. Den markedsføres ofte på en måte som gjør at den kan forveksles med fullsaltet fisk/torsk, det spanjolene gjerne kaller bacalao. Fordi importstatistikken ikke skiller mellom usaltede og lettsaltede produkter er det ikke mulig å si hvordan produktgruppen utvikler seg, bortsett fra at man kan anta at den er i vekst. Det man oftest observerer er lettsaltede produkter basert på ulike arter av torsk. Sei er en ressurs vi i Norge har mye av og den er til dels underutnyttet og dårlig betalt. Lettsaltet sei er et produktalternativ som kan være interessant for norsk fiskerinæring, og dette prosjektet dokumenterer både hvordan slike produkter kan lages og at slike produkter allerede finnes i spansk dagligvare.		
<i>English summary: (maks 100 ord)</i>		

Innhold

1	Innledning	1
2	Oppsummering	2
2.1	Lettsaltet versus fullsaltet: Navnsetting og produktspesifikasjoner	2
3	Selskap S (med tilhold i La linea de la Concepcion).....	3
4	Besøk hos firma N.....	5
4.1	Butikkbesøk.....	5
5	Innkjøpte produktprøver	7
6	Formidling.....	9
6.1	Foredrag.....	9
6.2	Annet.....	9
6.3	Vedlegg.....	9

1 Innledning

Prosjektet "Fryst lettsaltet seifilet" ble delt inn i tre deler. Den første aktiviteten omhandlet en enkel kartlegging av markedet for frysede lettsaltede produkter i Spania. Hensikten var å tilegne seg markedsinformasjon slik at det ble produsert produkter som i størst mulig grad var tilpasset det spanske markedet for frysede lettsaltede produkter. Arbeidet ble gjennomført av Innovasjon Norge i Madrid.

Med bakgrunn i første delaktivitet ble det produsert en serie med frysede lettsaltede produkter, hvis arbeid ble gjennomført i samarbeid med Fiskeriforskning i Tromsø (nå Nofima Marin) og Møreforskning Ålesund.

Resultatene fra de to første aktivitetene er tilgjengelig fra;

http://www.fiskeriforskning.no/nofima/publikasjoner/rapporter/fryst_lettsaltet_seifilet_del_2_dokumentasjon_av_kvaliteten

Denne rapporten omhandler markedstesten samt aktiviteter som ble utført i forbindelse med reise og besøk hos de spanske mottagerne. Kontakt med mottakerne i Spania ble ordnet gjennom en norsk importør/konsulent.

Den ene hadde tilhold i La Linea like utenfor Gibraltar. Denne importøren har vi kalt S siden de hadde tilhold langt sør i Spania. Den andre importøren er kalt N fordi firmaet hadde tilhold like utenfor San Sebastian nord i Spania. Begge sa seg villige til å motta et mindre kvanta av den lettsaltede og frysede seifiletten for å vurdere kvalitet og markedspotensialet. Vurderingen som ble gjort skulle så diskuteres med oss ved at vi fysisk besøkte de to selskapene.

Besøkene ble gjennomført henholdsvis 18. og 20. februar 2008. Deltagerne var Jens Østli fra Nofima Marked og Finn-Arne Egeness fra Bacalao Forum/FHL

Vi takker Fiskeri- og Havbruksnæringens Forskningsfond samt Innovasjon Norge for velvillig støtte til prosjektet.

2 Oppsummering

Produktkategorien synes å være til stede i store deler av Spania. Vårt besøk på to geografisk begrensede lokaliteter er naturligvis ikke nok til å generalisere status og muligheter for produktkategorien "lettsaltet og fryst fiskefilet" i Spania, men sammen med den screeningen som er utført av Innovasjon Norge og besøk på ulike supermarkedskjeder i Spania, er det grunnlag for å påstå at man finner slike produkter i store deler av spansk dagligvare. Vi har derimot lite grunnlag for å si noe om utbredelsen i storhusholdning og HORECA (hotell/restaurant/catering).

Intervjuene med representanter for de to firmaene avslørte svært ulike holdninger både til produktgruppen generelt og til lettsaltet sei spesielt. Det ene selskapet (S) tilbyr flere varianter av både torsk og sei, mens det andre (N) primært tilbyr tradisjonelle saltfiskprodukter. N var kritisk til fargen på seien, mens S ikke opplevde dette som et problem. Dette kan tyde på at det er større muligheter for lettsaltet sei i den sørlige delen av Spania, men våre data er for tyne til å si dette på generelt grunnlag.

Hos S ble vi presentert for kalkyler på utbytte samt priser på lettsaltet sei levert Spania fra Kina. Vi har ingen mulighet til å vurdere sannhetsgehalten i disse, men det samlede inntrykket fra intervjuer og egne målinger er at glasseringsgrad kan brukes "aktivt" for å "justere" utsalgspris.

2.1 Lettsaltet versus fullsaltet: Navnsetting og produktspesifikasjoner

Bacalao er det offisielle spanske ordet for torsk, men det er grunn til å tro at svært mange spanjoler i dag primært assosierer bacalao med fullsaltet torsk, det vi kaller saltfisk eller saltfilet i Norge. Sei har flere regionale navn, men det offisielle navnet er "fogonero". Under besøket i Spania og ved besøk på hjemmesidene til tilbydere av lettsaltede produkter får man et inntrykk av at man ikke er konsekvent i begrepsbruken. Hvorvidt lettsaltet fisk forsøkes markedsført som om den var tradisjonell (og utvannet) saltfisk, eller om dette er en konsekvens av at ordet bacalao også kan bety torsk, skal være usagt. At det kan bidra til forvirring omkring de to produktalternativene er vi imidlertid ikke i tvil om.

Bacalao er som sagt betegnelsen på en fullsaltet fisk. Hvis denne vannes ut, får produktet gjerne betegnelsen "*desalgado*" (avsaltet). Hvis produktet derimot er lettsaltet, brukes gjerne betegnelsen "*a su punto de sal*" hvilket betyr "passe salt". For ytterligere å understreke at produktet ikke trenger utvanning, informeres det gjerne om at det er "*listo para cocinar*" det vil si gryteklart.

Disse betegnelseene synes å ha vært reservert for lettsaltede produkter, men under et besøk i Spania sommeren 2008 ble det også funnet utvannede produkter med samme betegnelser. Dette var altså fullsaltet fisk som var utvannet og deretter fryst. På pakningen står *det Bacalao tradicional* (tradisjonell saltfisk av torsk), *desalgado*, *a su punto de sal* og *listo para cocinar*. Som skrevet over, så kan denne praksisen bidra til at skillet mellom tradisjonelle produkter og lettsaltede produkter viskes ut.

Eksempler på de ulike produktene finnes lengre bak i rapporten.

3 Selskap S (med tilhold i La linea de la Concepcion)

Hos dette firmaet hadde vi avtale med daglig leder, men han var bortreist og hadde derfor arrangert at det var kvalitetssjefen som skulle ta seg av oss. Han var biolog og viste oss først rundt på anlegget. Firmaet hadde en rekke produksjonslinjer for ulike typer sjømatprodukter og den dagen vi var på besøk ble det eksempelvis produsert konsumpakninger av lettsaltet torsk, tørket tunfisk samt ulike snacksprodukter. Med produksjon menes her ompakking av ferdig innkjøpte produkter, typisk fra bulkemballasje til forbrukerpakking.

Selskap S er visstnok store på lettsaltede og fryste produkter i Spania, men vår kontakt ville ikke kvantifisere dette nærmere. Enkelte måneder påstod han at produksjonen var omkring 90 tonn uten at han ville si hvor mye som var torsk og hvor mye som var sei. Dette tallet må sies å være høyt tatt i betraktning de urasjonelle pakklinjene kombinert med et høyt antall operatører som bedriften opererte med. Kontakten antydte videre at det forelå planer om å flytte produksjonen til et mer tidsmessig og rasjonelt lokale.

Alle de lettsaltede fiskeprodukter ble kjøpt inn som lettsaltet og fryst filet. Filetene ble delt, glassert og så pakket i skinpack med etikett og var dermed klare til å legges ut i supermarkedenes frysedisker. Hvordan oppdelingen foregikk, så vi ikke. Vi så heller ikke om firmaet hadde muligheter for glassering etter oppdeling.

Selskapet var eneleverandør av slike produkter til den spanske supermarkedskjeden "MERCADONA", men vedkommende sa at de tidvis hadde problemer med å kunne levere det som var ønsket. Dette hadde ytterligere aksentuert behovet for å få tilgang til produksjonslinjer med større kapasitet. MERCADONA er for øvrig aktivt med i diskusjonen om hvilke produkter firmaet skal lage.

Siden "MERCADONA" har egen distribusjon kunne han ikke si noe om produktenes fysiske utbredelse, bortsett fra at han ved selvsyn hadde sett de i "MERCADONA" sine butikker i deler av det sørlige Spania. Han hadde ingen informasjon om hvorvidt HORECA-markedet var interessert i slike produkter. Dette kan skyldes at selskapet har "nok" med å tilfredsstille sine nåværende handelspartnere, men det kan også skyldes at HORECA betjenes via andre distribusjonssystemer.

Selskapet tilbød lettsaltede produkter fra torsk og sei og det var naturlig nok seien som hadde størst interesse for oss. Det ble ikke opplyst hvor den lettsaltede torsken kom fra, men informanten sa at den lettsaltede seien som de i dag brukte kom fra Kina og var basert på norsk råstoff. Det var ikke så lenge siden de hadde begynt med sei, men den hadde blitt godt mottatt ute i butikkene. Han trodde dette skyldes at man i sørlige delen av Spania var mer opptatt av pris enn utseende. Dessuten hadde denne delen av landet relativt mange innvandrere som ikke hadde det tradisjonelle forholdet mange spanjoler har til saltfisk/bacalao. For disse var ofte pris avgjørende.

Når det gjaldt de tilsendte produktprøvene fra Norge, så var vurderingen at disse var omtrent som de produktene firmaet i dag kjøpte fra Kina, men at størrelsen på enkelte av filetene var uønsket. Fileten måtte være + 700 gram. Dette skyldes at man deler filetene i biter og liten filet gir for små biter. Visstnok anvendte man ikke den ytterste delen av halen, denne ble kastet.

Fordi det var kvalitetssjefen som viste oss rundt, hadde han beordret en enkel kvalitetsanalyse av produktene fra Norge versus produktene fra Kina. Denne analysen er gjengitt Tabell 1.

Tabell 1 Analyse av lettsaltet seifilet fra Norge (Ålesund) og Kina

	pH	Vanninnhold (%)	Glasseringsgrad (%)	Innhold av Cl (%)
Ålesund	6,88	81 %	9,7 %	2,13 %
Kina	6,19	82,3 %	18,3 %	1,79 %

Se side 15 i rapporten om produksjonen for kommentarer om saltinnholdet og side 13 for kommentarer om pH-målinger.

Som vi ser er det betydelige forskjeller i de to produktene. Saltinnholdet er noe høyere i den norske prøven, men dette er antagelig lite å legge vekt på. Derimot skiller det mye på glasseringsgrad. Iskappa synes å være omtrent dobbelt så tjukk på produktet fra Kina relatert til produktet fra Norge. Det er også stor forskjell på pH-verdiene. Alle tallene er gjennomsnittet av tre målinger, og det er såpass lite at de må brukes med forsiktighet. Det er allikevel grunn til å merke seg at glasseringsgraden på mange av de aktuelle produktene i butikk blir oppgitt til å være ca 10 %, det vil si forskjellen mellom oppgitt netto- og bruttovekt (se senere). Vi ser av tabellen at glasseringen på de norske produktene er innenfor, mens de kinesiske produktene langt overstiger dette.

Dagen etter ble vi oppringt av daglig leder. Han beklaget at han ikke kunne være til stede under besøket, men bekreftet at fisken kom fra Norge og han ga oss en kalkyle på utbytte ved produksjon i Kina:

Utgangspunktet var 100 kg sløyd, hodekappet og fryst sei. Dette gir 100 kg lettsaltet og fryst filet med skinn. Forklaringen var at fisken håndfileteres og dette gir et mye bedre utbytte enn ved maskinfiletering. Deretter legges fileten i lake hvilket resulterer i at fileten tar opp lake, dvs. at vekta øker. Han sa videre at i Kina brukes kun lakebad og ikke nåleinjeksjon slik forsøket som ble utført i Norge gikk ut på. Han mente at nåleinjeksjon var såpass tøft at fileten ble ødelagt! Etter frysing glasseres fileten og man sitter igjen med 100 kg ferdig produkt.

Interessant nok mente vedkommende at det økte utbytte ved håndfiletering i Kina kunne "kompensere" for de utslippene som den lange transporten medførte. Han antydte også at prisen på den ferdige seifiletten lå på ca 2 Euro pr kg levert Spania! Prisen ut i butikk er på 10 Euro pr kg (se Tabell 3). Vi fikk et inntrykk av at S leverte sine produkter direkte til grossistlageret til MERCADONA. De 8 Euroene i forskjell mellom råstoffkostnader og utsalgspris skal da dekke pakking, transport og fortjeneste for S samt distribusjonskostnader, fortjeneste og moms for MERCADONA. Hvordan utgiftssiden og fortjenesten ser ut har vi ingen formening om, men umiddelbart synes lettsaltet sei å være en god forretning for de involverte parter.

Siden vår rolle i dette prosjektet ikke var å forhandle med mulige spanske kjøpere om leveranse av lettsaltede produkter, var det ikke av interesse å gå inn i en diskusjon om kommersielle betingelser rundt lettsaltet sei. En av de norske produsentene som hadde vist interesse for prosjektet mente at en rentabel pris for hans vedkommende ville ligge på ca 3 Euro pr kg pluss frakt.

4 Besøk hos firma N

Firma N har tilhold utenfor San Sebastian i den nordlige delen av Spania. Baskerland har lenge vært en av de viktigste bastionene for tradisjonell saltfisk og firma N handlet bare med denne typen produkter (i tillegg til en rekke andre sjømatprodukter). Vi snakket med far og sønn, eierne av firmaet, og disse uttrykte dyp skepsis til den lettsaltede seifilet. Dette skyldes både fargen og selve produktformen. Fargen på lettsaltet, fryst og glassert seifilet er relativt lys. Dette skyldes antagelig effekten av saltlaken og glassering. Når produktet er tint, ser man tydelig den tradisjonelle, mørke fargen. Informantene hevdet hårdnakket at slike produkter var bortimot uselgelige i de områdene de opererte i fordi folk hadde forventninger om at slike produkter skulle være lyse, enten de var fullsaltede eller lettsaltede. Under vårt besøk prøvde vi, uten hell å finne lettsaltet sei i butikker i området. I så måte kan det være sant det de to sa.

Minst like alvorlig var det, stadig i følge informantene, at lettsaltet fisk prøvde å framstå som en slags saltfisk, en type "bacalao light". Hvis man ser på firmaets produktportefølje er det kanskje ikke så rart at de i veldig sterk grad "forsvarer" den tradisjonelle saltfisken mot den lettsaltede, men de hadde også personlig erfaring med at den lettsaltede varianten var noe annet. Det burde ikke være lovlig å markedsføre slike produkter som bacalao, sa den ene. Grunnen var at konsistens og smak var helt ulik!

Et annet, og kanskje mer bekymringsfullt argument mot lettsaltede produkter var mulighetene til "å jukse". De fortalte at de flere ganger hadde blitt kontaktet av supermarkeder for å levere lettsaltede produkter. Problemet var at prisen supermarkedene var villige til å betale betydde at man både måtte injisere mer lake i fileten og øke glasseringsgraden. Denne typen virksomhet var ikke firmaet interessert i, og de hadde derfor foreløpig slått fra seg tanken om å ha lettsaltet fisk i sin portefølje.

Firmaet betjente en rekke ambulerende utsalg, dvs salgsbiler som hadde faste ruter i distriktene omkring. Saltfisk hadde tidligere vært en betydelig varegruppe for disse utsalgene, men nå var det færre og færre som kjøpte. Og de som kjøpte saltfisk var stort sett eldre mennesker. Denne utviklingen var ikke så klar i de andre distribusjonskanalene de betjente, men nedgangen i tradisjonell saltfisk gjorde at de nok måtte vurdere om lettsaltet allikevel var noe de måtte begynne å jobbe med.

4.1 Butikkbesøk

Mellom besøkene hos de to firmaene fikk vi anledning til å besøke et knippe butikker. Dette gjaldt både supermarkeder og spesialbutikker. I supermarkedene i sør, det vil si i Malaga og Benidorm med omegn fantes både lettsaltet torsk og lettsaltet sei i frysediskene. Flere av butikkene hadde også tradisjonell saltfisk av torsk til salgs, men produktmengden var beskjeden. Typisk for de lettsaltede produktene var at de opptok 60–100 cm bredde i fysedisken og at utvalget bestod av 3-6 produktvarianter.

I området rundt Bilbao og San Sebastian var det ikke mulig å oppdrive fryste produkter av lettsaltet seifilet. På tross av at supermarkedskjeden "MERCADONA" er landsdekkende, lyktes det oss ikke å finne en slik butikk og dermed se om produktutvalget var det samme som i Sør-Spania. I "EROSKI", en større supermarkedsjede med hovedsete i Bilbao, fant vi bare lettsaltet og fryst torsk. Her fantes det til gjengjeld et bedre utvalg av tradisjonell saltfisk og også utvannet saltfisk solgt fra kjøledisk.

I Bilbao besøkte vi en tradisjonell saltfiskbutikk i bydelen "Casco Viejo". Innehaveren fortalte at for en del år tilbake fantes det 14 slike butikker i bydelen, nå var det 2 igjen. Til gjengjeld

var det god forretning for de 2 gjenværende. I butikken fantes en rekke ulike varianter av saltfisk samt saltede tunger, kjaker og kinnmuskel. Selv om emballasjen tydet på at fisken kom fra Norge, var ordet "Faroe" noe butikken brukte aktivt i forbindelse med saltfisk. Innehaveren visste at dette betydde Færøyene, som også leverer saltfisk til Spania, men han trodde at for kundene var det mer snakk om et merkenavn enn bevissthet om at fisken eventuelt kom fra Færøyene. Vi trodde at kundegrunnet for butikken ville bestå av i hovedsak eldre mennesker, men dette ble avkreftet. I følge innehaveren handlet alle aldersgrupper saltfisk og det var heller ikke mulig å se noen klare mønstre i salget når det gjaldt ukedag eller årstid. Vi spurte han om de lettsaltede produktene, men han oppfattet ikke at disse var en trussel mot de tradisjonelle produktene. Hans erfaring var også at de ikke gikk an å sammenligne og appellerte antagelig til ulike forbrukere.

5 Innkjøpte produktprøver

I Malaga kjøpte vi inn noen produkter som inngikk i en enkel kvalitetstest. Produktene ble veid etter at de var tatt ut av emballasjen, de ble så tint, tørket av og veid igjen. Det ble også foretatt en enkel kvalitetsvurdering av utseende og lukt etter tining. Resultatene summeres opp i tabellene under.

Tabell 2 Vekt og vekttap hos ulike lettsaltede produkter i det spanske markedet

Produkt	Oppgitt brutto vekt	Målt vekt	Oppgitt netto vekt	Vekt etter tining	%-vis vekttap etter tining*
Bacalao Lomo	550 gram	556 gram	500 gram	362 gram	- 35 %
Lomos de Bacalao	300 gram	292 gram	270 gram	194 gram	- 33 %
Lomos de Bacalao	330 gram	336 gram	300 gram	264 gram	- 21 %
Porciones de Bacalao	400 gram	408 gram	360 gram	324 gram	- 21 %
FTE Bacalao	440 gram	446 gram	400 gram	356 gram	- 20 %
Filete de Fogonero	440 gram	430 gram	400 gram	352 gram	- 18 %

* Beregnet som forholdet mellom målt vekt før og etter tining

Kolonne 1 er navnet på produktet. De tre første produktene skulle alle være stykker av loins eller tjukkfisken. Pakke 1 inneholdt ett stykke mens pakke 2 og 3 bestod av 3 stykker. Porciones var mindre biter (ca 10 pr pakning), mens FTE antagelig er en sammentrekking av FILETE, det vil si filet. Dette produktet bestod av 4-5 mindre og tynnere biter enn produkt 2 og 3. Alle de nevnte produktene ble påstått å være torsk (*Gadus spp.*). Siste produkt var lettsaltet seifilet (filete de fogonero) og dette bestod av 3 biter.

Produktene så veldig bra ut i fryst tilstand og seifiletten var overraskende lys i fargen. Etter tining var kvaliteten på torsken fortsatt akseptabel bortsett fra "Porciones". Her var bitene av meget dårlig kvalitet med sterkt avvikende lukt og farge. Seifiletten var også overraskende svak, tatt i betraktning det gode inntrykk den gav i fryst tilstand. Blodutredelser og gulfarging bidro til den negative oppfatningen. et må understrekes at kvaliteten på disse produktprøvene ikke kan generaliseres. De er innkjøpt i en butikk, det var bare et eksemplar av hver prøve, det var to ulike produsenter og de er derfor ikke representative. Alle prøvene ble behørig fotografert med elektronisk kamera før og etter tining, men ved en feiltagelse ble alle disse bildene slettet.

Væsketapet varierte mye. Som vi ser av tabellen kan ca 10 % av væsketapet tilbakeføres til glasseringen (forskjellen mellom oppgitt bruttovekt og oppgitt nettovekt). Det øvrige skyldes tinevæske, saft som renner ut av fileten fordi cellestrukturen etter frysing binder mindre væske). Noe av dette væsketapet er umulig å unngå, men det må antas at en del av den væsken som tilføres under laking/injisering også tapes ved tining. Vi ser at i det "verste" tilfelle sitter man igjen med bare 2/3 av produktvekta etter tining.

Tabell 3 Priser på ulike produkter

Produkt	Pris	Pris per kilo	Pris per kilo etter tining
Bacalao Lomo	€ 9,49	€ 18,98	€ 26,22
Lomos de Bacalao	€ 5,55	€ 18,50	€ 28,60
Lomos de Bacalao	€ 4,85	€ 14,96	€ 18,37
Porciones de Bacalao	€ 3,49	€ 8,73	€ 10,77
FTE Bacalao	€ 5,05	€ 11,47	€ 14,19
Filete de Fogonero	€ 3,99	€ 10,00	€ 11,34

I Tabell 3 finner vi de ulike produktprisene, før og etter tining. Vi ser at det i utgangspunktet er veldig store forskjeller på prisen pr kg, selv for torsk. Ser vi på prisen etter tining (det vil si at prisen er for avtørret produkt), blir prisene naturlig nok, enda høyere. Faktisk er prisene på enkelte av produktene da på nivå med hva beste kvalitet saltfisk/bacalao kan kjøpes for.

6 Formidling

Kunnskapen som er generert i denne delen av prosjektet er spredd på følgende måter:

6.1 Foredrag

- Saltfisk i Spania. Bacalao Forum sitt medlemsmøte i Ålesund 3. juni
- Saltfisk i Spania. Bacalao Forum sitt medlemsmøte i Tromsø i oktober 2008 (under planlegging)

6.2 Annet

Østli, J. og F-A. Egeness (2008): Fryst, lettsaltet seifilet til Spania – produktmulighet for norsk fiskerinæring. *Fisk, industri og marked* nr 3 pp 48-49.

Østli, J. og F-A. Egeness (2008): Fryst, lettsaltet seifilet til Spania. Infobrev planlagt utsendt fra Bacalao Forum i september.

6.3 Vedlegg

- Bilder av noen aktuelle produkter
- Kopi av artikkel i Fisk, Industri og Marked



Bilde 1 Fra frysedisk i spansk supermarked. Lettsaltet sei, "Filetes de Fogaño" og lettsaltet torsk "Filetes de Bacalao" ligger side om side. Som man ser er fargen på seien veldig lys (Foto: Lieneke Fjørtoft, Innovasjon Norge)



Bilde 2 Emballasjen til den lettsaltede seien. "EN SU PUNTO DE SAL" betyr "passe salt" og "LISTOS PARA COCINAR" betyr gryteklar (Foto: Jens Østli, Nofima Marked)



Bilde 3 Eksempel på utvannet saltfisk solgt i kjøledisk i supermarkedskjeden EROSKI. LISTO PARA COCINAR viser at produktet er gryteklart. Desalado (på 4 språk/dialekter) viser at det er utvannet, dvs at det opprinnelig har vært en saltfisk (Foto: Jens Østli, Nofima Marked)

FRYST, LETTSALTET SEIFILET TIL SPANIA:

Produktmulighet for norsk fiskerinæring

Det spanske markedet for fryste, lettsaltede produkter er antagelig voksende, og det er ikke urimelig å anta at disse produktene av mange oppfattes som et substitutt til mer tradisjonelle/fullsaltede produkter.

AV | Jens Østli, Nofima Marked & Finn-Arne Egeness, Bacalao Forum

Bacalao Forum har i samarbeid med Nofima Marin (tidligere Fiskeriforskning) og Møreforskning produsert lettsaltede og fryste seifileter og testet disse i det spanske markedet. Hva forteller våre undersøkelser og hvilke konklusjoner er det mulig å trekke?

To mottakere

De fryste seifiletene ble sendt til to mottakere i Spania, en i sør (kalt S) og en i nord (kalt N). Ved å intervjuer mottakerne fikk vi så høre deres mening om produktet. Siden mottakerne omsetter mange produkter i denne kategorien, var det også mulig å få informasjon om seifiletene relative posisjon: Hvordan ble produktet vurdert i forhold til eksisterende og mulig substitutter, det være seg tradisjonelle (fullsaltede) og lettsaltede produkter?

Både S og N uttrykte bekymring for at prisen på saltede torskprodukter de seinere år hadde økt relativt mer enn løn-

ningene. Tradisjonell, hel saltfisk, i de butikkene vi besøkte i Spania, koster 17-25 Euro avhengig av kvalitet/størrelse. Sett i forhold til veldig mye annen mat, er slike produkter blant de dyreste man kan kjøpe i spansk dagligvare! I Spania har man lange tradisjoner med saltete produkter fra havet og i en slik situasjon er det åpning for å omsette produkter som ligner på de tradisjonelle, og som framstår som prismessig attraktive.

«Fyrbøter»

Sei har en rekke navn på spansk, men en mye brukt (og legal) betegnelse er «fogonero» (navnet forbindes gjerne med «fogón» som betyr «den som passer ildstedet/fyrbøter») og anvendt i matsammenheng har det antagelig negative assosiasjoner. Våre kilder uttrykte at de hadde sett mange eksempler på produkter av sei som ble markedsført med betegnelser som ikke ga assosiasjoner til «fogonero». Eksempler på dette var

«Saithe» eller Bacalao Cod – Saithe.

Når det gjaldt produktvurderingen var den mest slående reaksjonen hos de to mottakerne at N ikke så noen muligheter i lettsaltet og fryst sei, mens S allerede omsatte betydelige mengder slike produkter. S sa at seifilet hadde en attraktiv pris, og at befolkningen i sørlige del av Spania var mer opptatt av pris enn farge. I nord var fargen på seien hovedgrunnen til at de ikke trodde på produktet.

I nord skal lettsaltede og fullsaltede produkter være hvite, sa N. Butikkbesøk viste at lettsaltet seifilet eller «fogonero» ble solgt i blant andre supermarkedskjeden «MERCADONA» i sør, mens «EROSKI» i nord ikke førte produktet. Her var det kun lettsaltede torskprodukter i frysedisken. Begge kjedene er landsdekkende, men produkttilbudet viser at det finnes betydelige regionale forskjeller innad i Spania. Dette ble bekreftet av våre informanter.

Todelt tilnærming

Som nevnt har fullsaltet torsk blitt dyrt. Både S og N sa at supermarkedenes tilnærming til dette var todelte: Tilbyder/ produsent må enten bruke et billigere råstoff for produksjon av «bacalao» eller så må man gjøre noe med eksisterende produkter slik at utsalgsprisen forblir «lav» eller attraktiv. Vi har satt «bacalao» i hermetegn fordi det i følge N og S hersker betydelig forvirring blant forbrukerne om hva bacalao (saltfisk) egentlig er. For «tradisjonelistene» er bacalao synonymt med en fullsaltet torsk. For mange andre betyr bacalao et saltet fiskeprodukt, det være seg lett- eller fullsaltet, lagd av torsk, sei eller et annet fiskeslag. Vi har også satt «lav» i hermetegn fordi kiloprisen på de fryste produktene kanskje ikke er så lav allikevel. Når man kutter og pakker konsumprodukter, kan man tilpasse produktvekta slik at sluttprisen pr pakke (ikke pr kg) er attraktiv. Når produktet i tillegg er fryst, kan både lakeinnhold og glasing bety at du som konsument blir «lurt». Etter tining og avrenning blir faktisk produktvekt betydelig lavere enn vekta i fryst tilstand. Vesketapet er om mulig enda større etter varmebehandling. Det finnes pr i dag ingen bestemmelser om glasinggrad på fryste produkter, slik at en måte å gjøre prisen



SALTFISKBUTIKK. Finn Arne Ege-ness fra Bacalao Forum på besøk i en tradisjonell saltfiskbutikk i Bilbao. (Foto: Jens Østli)

fryst og glasert filet litt over NOK 10 pr kg. En del kostnader påløper naturligvis for å få produktet fram til forbruker og det skal også inkluderes fortjeneste til butikk pluss moms på sluttbeløpet. Selv om utgangspunktet bare er et enkelt og tilfeldig kjøpt produkt, samt noen «lettbente» økonomiske kalkyler, synes det å være nok slingringsmonn til at lettsaltet og fryst seifilet framstår som et kommersielt interessant produkt for det sørlige Spania.

Øker interessen

Avslutningsvis vil vi si at det er rimelig å anta at de lettsaltede produktene vedlikeholder (og øker?) interessen for bacalao i Spania, selv om produktporteføljen har endret seg betydelig. Et annet moment er at billigere varianter av bacalao antagelig er det eneste alternativet for store deler av storkjøkkenmarkedet. Distribusjonskanalene til militære, sykehus, skoler og andre store offentlige virksomheter lå utenfor våre informanternes område, og også siktemålet med markedstesten. I Spania som i Norge er det begrenset hvor mye det offentlige bevilger til institusjonene, men kanskje kan bacalao av lettsaltet sei være en akseptabel erstatning for den ekte vare?

Rapport 12/2007, som beskriver produksjonen av lettsaltet seifilet kan hentes på Nofima Marin (tidligere Fiskeriforskning) sin hjemmeside. Arbeidet er finansiert av Fiskeri- og havbruksnæringens forskningsfond og Innovasjon Norge. ■

«attraktiv» på, er å glasere mer. Noe som også skjedde i følge våre informanter.

Kommersielt interessant

I følge N kunne produksjon av lettsaltet og fryst sei foregå på følgende måte: Man kjøper sløyd, hodekappet og fryst sei som blir sendt til Kina. Håndfiletering, væskeoptak via lakebehandling pluss glaserings etter frysing gir et utbytte på

100 prosent. Man sender altså 1 tonn H/G sei til Kina og får tilbake 1 tonn lettsaltet og fryst filet! Vi kjøpte et slikt produkt hos supermarkedskjeden MERCADONA og tinte det over natta. Vekt i fryst tilstand (uten emballasje) var 430g gram (pakken sa 440 gram) hvorav 400 gram skulle være fisk. Vekt etter tining og avrenning var 352 gram. Vi hadde imidlertid ikke muligheter til å måle hvor

mye som var glaseringsvæske og hvor mye som var drypptap. Produktet ble solgt for Euro 3,99 pr pakke tilsvarende Euro 9,30 pr kg. Grunnet væsketapet stiger prisen til ca Euro 11,30 pr kg etter tining og avrenning. Hvis vi enkelt regnet sier at sløyd, hodekappet og fryst sei 0/2,3 kg koster kr 10 pr kg og bruker samme beregning som skrevet over, er råstoffkostnadene for 1 kg lettsaltet,

