



Rapport

Tørrfisk-satsing i Oslo 2011

Innledning

Spindelfisk har med støtte fra Eksportutvalget for Fisk (EFF) og Fiskeri- og havbruksnæringens Forskningsfond (FHF) arbeidet med tørrfisksatsing i Østlandsområdet i 2011. Målet var å øke forbruket av tørrfiskfilet på innlandsmarkedet. Prosjektet har rettet seg mot Oslo, for å få spisesteder og fiskehandlere til å ta i bruk ferdig utvannet, skinn og beinfri tørrfiskfilet. Tørrfisk har blitt presentert som en sesongvare, på linje med vin. Det vil si en råvare som er preget av vær og vind, produsert under naturgitte forhold, og derfor ulike fra år til år. Samtidig har det blitt tydeliggjort at tørrfisk er en urnorsk råvare, men som i stor grad har gått til eksport.

Prosjektet har hatt to hovedarrangement: Oslo Sjømatfestival/Kystens Dag i juni og arrangementet "Tørrfisk til begjær" i august. I tillegg har det vært arbeidet med å motivere og rekruttere bransjen til å få ett tørrfisk-engasjement i form av oppsøkende besøk, informasjon etc.

Oslo Sjømatfestivalen / Kystens Dag

Sjømatfestivalen / Kystens Dag ble arrangert på Rådhusplassen i Oslo 9. – 13. juni 2011 av Inder Oslofjord Fiskarlag. Årets arrangementet strakk seg over fem dager, der tørrfisk ble profilert på fredag og lørdagen. Spindelfisk ønsket i utgangspunktet å ha med en egne nordnorsk tørrfisk-kokk. Da dette skar seg i siste liten, inngikk Spindelfisk ett samarbeid med Kokkelaugget i Oslo og kjøpte kokketjenester derifra. Laugssjef Harald Kvist og kokk Bjørn Morten Johansen var ansvarlig for tilberedning av tørrfiskretter.

Til sammen ble det laget retter av vel 40 kg tørrfisk. Fredag ble det servert stekt tørrfisk med tomatsalsa fra kl 15.00 -19.00 og lørdag ble det servert tørrfiskgryte med tomat og løk fra kl 12.00 – 17.00 og paella med tørrfisk fra kl 17.00 – 18.30.

Fredag ble rettene servert inne fra teltet, mens lørdagen ble tørrfiskserveringen flyttet delvis utendørs, der tørrfisken fikk stor oppmerksomhet. I forkant av arrangementet var det trykket opp tørrfiskplakater, og det ble delt ut infobrosjyrer med tørrfisk. Interessen var veldig stor, og rettene fikk mye positiv oppmerksomhet. Men fortsatt er tørrfisk et produkt, som både i kokkebransjen og blant ”folk flest” blir oppfatta som ”den tørre fisken”. Det å få ut informasjon om muligheten for å kjøpe ferdig bløytet, skinn og beinfri tørrfisk-filet, er svært nytt for mange.

Arrangementet ”Tørrfisk til begjær”

Tørrfisk til begjær ble arrangert tirsdag 23. august på Tjuvholmen Sjømagasin. Arrangementet ble lagt til august, i og med at det er da årets tørrfisk er klar for bruk, etter å ha hengt på hjell og ligget til etterlagring på loft.

EFF annonserte arrangementet i juni første gang, med noen purringer i løpet av sommeren. Antall påmeldte 40. Av disse tok 35 turen innom, noe som er veldig bra. Deltakerne fordelte seg i gruppen journalister/media, restauranter og fiskehandlere/grossister. Arrangementet ble lagt opp som et intensivt mini-seminar med tre innleder; Halvor Hansen fra Halvors om tørrfiskproduksjon, Ansgar Pedersen fra Glea om tørrfisksesongen 2011, og Gunnar Andersen fra Vertshuset Skarven om hvordan tørrfisk har blitt en suksess i restaurantverdenen i Tromsø. Deretter demonstrerte kjøkkensjef Tobias Gustaffson fra Tjuvholmen Sjømagasin hvordan en tørrfiskrett kan lages, før deltakerne fikk smake på syv ulike tørrfiskretter. Disse rettene var også presentert i en brosjyre.

Oppsummering

- Vellykkede arrangement som står godt til hverandre; Kystens Dag i juni er ett publikums arrangement som gir Oslo-folk mulighet til å smake tørrfisk, mens ”Tørrfisk til begjær” er ett bransje arrangement rettet mot spisesteder, fiskehandlere og grossister. Begge deler er viktige målgrupper for å øke forbruket av tørrfisk i Norge.
- Sjømatfestivalen/Kystens Dag er viktig i forhold til å skape ett kundegrunnlag i Oslo. Det er tross alt forbrukeren som til slutt velger om tørrfiskfileten skal kjøpes, enten det er i butikk eller på restaurant. Sjømatfestivalen har en deltakergruppe som i utgangspunktet er glad i sjømat, og derfor også nysgjerrig og åpen for nye produkter.

- Ideen om å presentere årets tørrfisk i august er god. Men det er viktig at arrangementet har noen stunt i forveien, i forhold til å få noen flere spisesteder til å sette tørrfisk på høstens menyer. Interessen blant fiskehandlerne og grossistene er stor, men de er avhengig av å få en jevn avsetning på sine produkter, om de skal være villig til å ha tørrfisk i sitt sortement over tid.
- Tørrfisk er å finne flere steder i Oslo, men har ennå ikke "tatt helt av". Rorbua og Engebret Cafe har tørrfisk fast på menyen, og flere steder er i startgropa med tørrfisk, som Baltazar. Svært positivt er det at Tjuvholmen Sjømagasin satser tungt på tørrfisk høsten 2011, med å sette tørrfisk på dagens femretter. Dette utgjør store volum, de har nettopp bestilt ¼ tonn med tørrfiskfilet fra en av leverandørene.
- Oslo-markedet krever tid å få inn tørrfisk. Den gryteklare tørrfisken er fortsatt en relativt ukjent råvare. Kompetansheving er viktig i det profesjonelle leddet, da mye tyder på at kunnskapen om produktene boknafisk, tørrfisk og klippfisk er bekymringsfull lav. Økt kunnskap gir økt forbruk, noe som også vil kunne skape flere produsenter som satser på bløyting av tørrfisk.
- Spindelfisk vil arrangere en oppfølgingssamling på "Modnede torskeprodukter" for 10 utvalgte kokker og fiskehandlere i Oslo, i Tromsø oktober 2011, med finansiering fra Norges Råfisklag og Innovasjon Norge. Dette for å øke kompetansen på modnede torskeprodukter. Se eget vedlegg.
- Muligens kunne man gjort mer ut av tørrfisk i forhold til grillsesongen, eventuelt satsa tyngre på tørrfisk og grill på Sjømatfestivalen? Og kanskje kan presentasjon av årets tørrfisk, også følges opp med noen mindre lokale arrangement; Bergen, Trondheim, Tromsø.

Annbjörg Reiersen

Spindelfisk

Tromsø 7. september 2011