

**Publisher:**  
Pål Korneliussen

**Redaktør:**  
Øystein Hage

**Desksjef:** Ann Eileen Ditlevsen Nygård

**Redaktør:** Nils Torsvik

fiskeribladetfiskaren.no fbfi.no

pressens faglige utvalg  
PFU

Fiskeribladet Fiskaren arbeider etter Vær varsomplakatens regler for god presseskikk. Mener noen seg rammet av urettmessig omtale, oppfordres disse til å ta kontakt med redaksjonen. Pressens faglige utvalg behandler klager mot pressen i presseetiske spørsmål. Adressen til PFU er: Prinsens gate 2, pb. 48, Sentrum, 0101 Oslo. Tlf: 22415680, faks: 22411980.

## Fiskeribladet Fiskaren

En uavhengig avis for Kyst-Norge

### Cowboypraksis

Det står ille til i fiskemottakene på kysten. Ikke bare jukes det med mengde, fisk og kvalitet, nå tyder også alt på at arbeidsforholdene i industrien er under enhver kritikk. Arbeidsminister Robert Eriksson gir fiskeindustrien klar melding om å skjerpe seg og kvitte seg med cowboy-kulturen. Men problemene burde ikke komme overraskende, for allerede i fjor sommer meldte Arbeidstilsynet om situasjonen i fiskeindustrien.

Det var i NRK tidligere denne uken at det ble kjent at et vikarbyrå prøvde å få utenlandsk arbeidskraft til å godta langt lavere lønninger enn det de har rett på. Dette er ikke bra, og verst er alle unnskyldningene industrien bruker. Dårlige bortforklaringer gir bare næringen et enda verre stempel.

Situasjonen til fiskeindustrien er utfordrende, og også tidligere har det vært gjennomført tilsyn i fiskeindustrien. Omtrent hver eneste gang er konklusjonen like nedslående. Det har toppet seg de siste to årene, parallelt med at volumene fisk som skal på land har skutt i været. Fiskekvotene økte i fjor med 250.000 tonn. Samtidig sank prisene, og det har knapt vært betalt så lite

for torsken som de to siste årene. Det sier seg selv at industrien gjør alt for å sikre seg noen marginer, men det som avsløres nå er likevel under enhver kritikk. Det

Det er helt uakseptabelt å bryte reglene år etter år

er uakseptabelt at bransjen bryter spillereglene som gjelder i norsk arbeidsliv. På toppen av det får fiskeindustrien et verstingstempel de skal få problemer med bli å kvitt.

Dessverre ser det heller ikke ut som om bransjen lærer. I fjor på denne tid ble det gjennomført tilsyn i hvitfisknæringen, og da viste resultatene at 41 av 43 kontrollerte anlegg i Lofoten og Vesterålen brøt loven på en eller annen måte. Rapporten tok spesielt for seg hms-situasjonen, men så blant annet også på brudd i arbeidstidsreglementet. I fjor forklarte arbeidsgiversiden avvikene med ekstremsesongen. Det blir spennende å høre hva unnskyldningen er i år. Når noe slikt skjer to år på rad er det ikke lenger et unntak fra regelen.

Verken norsk fiskeindustri eller Fiskeri- og havbruksnæringens landsforening (FHL) kan leve med stempelet næringen har fått. Å få rykte på seg som versting bør få alle til å våkne - og ikke minst er det på tide at FHL tar et skikkelig tak sentralt. Industrien bør blant annet ikke samarbeide med bemanningsbyråer som opererer i disse gårsonene. Dette er noe FHL må være klar på overfor sine medlemmer.

Ryktet ødelegger for de pliktoppfyllende, og FHL må jobbe for at bedriftene følger spillereglene. Det nytter ikke å bortforklare lovbruddene med vanskelige sesongendringer og store fiskevolum. Slike saker gjør flere enn LO flau over Norge som fiskerinasjon.

# Utvikling i saltet fisk

Kina fortsetter å utvikle nye saltede produkter av Alaska pollock.

## KRONIKK



FINN-ARNE EGENESS

Finn-Arne Egeness er forsker ved Nofima.

Produktene eksporteres til de største markedene for norsk klippfisk. Det betyr økt konkurranse for norsk industri. Kina har blitt en stadig større konkurrent for norsk klippfiskindustri. Nofima har derfor studert vareutvalget til, og snakket med en rekke kinesiske hvitfiskprodusenter på den internasjonale sjømatmessen Boston Seafood Expo i Massachusetts, USA. Det gir oss en oversikt over både nåværende og framtidige produktvarianter fra de kinesiske bedriftene som var representert på messen. Fryste filetprodukter var i flertall, men flere aktører viet betydelig plass til ulike videreforedlede produkter av saltet Alaska pollock. Produsentene fortalte at produktene eksporteres til tradisjonelle markeder for norsk klippfisk som Brasil, Portugal, Italia, Karibia og Afrika. Norsk industri produserer klippfisk av både torsk, sei, lange og brosme. I tillegg til nordøstatlantisk torsk importerer industrien et varierende volum av stillehavstorsk som de tiner, flekker, salter og tørker. Observasjoner på sjømatmessen i Boston antyder at kineserne primært bruker Alaska pollock i sin produksjon av konvensjonelle produkter, men noen produkter av stillehavstorsk ble også vist fram. Representantene vi møtte fortalte at russiske båter stod for en relativ stor andel av råvareleveransene, både når det gjaldt torsk og Alaska pollock.

Sammenlignet med norsk klippfisk er kinesernes produkter mer foredlet og oftest både skinn og beinfrie. Et annet poeng var at en stor andel av de kinesiske produktene var pakket i emballasje tilpasset forbruker. Alaska pollock-produktene kom i mange ulike varianter og ble solgt under forskjellige navn



som; «salted alaska pollock migas», «salted alaska pollock fingers» «salted long alaska migas», «salted alaska pollock fillets», «salted pollock bits and pieces» og «salted alaska pollock loins». I tillegg til de nevnte produktene tilbydde enkelte bedrifter også flekket Alaska pollock, et produktformat vi kjenner godt til fra norsk industri. Disse produktene hadde fått navnet «alaska pollock butterfly fillets». I størrelse lignet de mest på en liten sei.

Lave lønnskostnader gjør at kineserne har bedre forutsetninger for en lønnsom produksjon av slike arbeidsintensive produkter enn mange av konkurrentene. Det var derfor mer overraskende å finne flekket fisk enn videreforedlede produkter hos de kinesiske utstillerne i Boston.

**” Fleire ti år med forskning, produktutvikling og ein utrøyttelig stå-på vilje har endelig gitt resultat**

Markedsobservasjoner i brasilianske supermarkedskjeder forteller at kineserne har solgt videreforedlede produkter av saltet hvitfisk hit i flere år. Nofima har likeledes observert Alaska pollock-produkter i Karibia og Afrika. Et relevant poeng er imidlertid at produktbredden som ble presentert på messen i Boston er mye større enn det Nofima har observert i markedet. Det kan antyde at kinesiske bedrifter enten eksporterer disse produktene til andre markeder eller at de ser et ytterligere markedspotensial i eksisterende markeder og at utvikling av nye produkter kan være en strategi for å utnytte dette potensialet. Et annet interessant moment er at kineserne presenterte hel

flekket Alaska pollock. Det har vi kun sett i Angola. I forbindelse med markedsobservasjoner i Angolas hovedstad Luanda fant vi saltet og flekket Alaska pollock både inne i de store supermarkedene og utendørs på markedene.

Nofima sine analyser antyder at kineserne vil kunne fortsette veksten med videreforedlede produkter av Alaska pollock. Først og fremst fordi forbruker i flere markeder ønsker produkter som er raske og enkle og tilberede. Pollocken har, forutsatt at den er optimalt behandlet i hele verdikjeden, en lys og attraktiv farge som er et viktig kjøpskriterium i flere markeder. De videreforedlede produktene er likeledes tilpasset supermarkedskjedene som ikke behøver å bruke tid og ressurser på produkttilpassning. Parallelt får kineserne utnyttet fortrinnsene sine med lave lønnskostnader når de produserer arbeidsintensive produkter.

Alaska pollock er en av de hvitfiskartene som det fiskes mest av globalt. Mye av fisken er imidlertid av liten størrelse og passer derfor bedre som råstoff i videreforedlede produkter enn som flekt fisk hvor størrelsen er viktig i mange markeder. På grunn av begrenset tilgang er prisen for Alaska pollock av stor størrelse og god kvalitet høy. Vi tror derfor ikke at flekket Alaska pollock produsert i Kina kommer til å bli noen stor suksess. Skulle produktet lykkes kan både norsk og portugisisk industri raskt anvende Alaska pollock som råvare i sin produksjon. Norsk klippfiskindustri har tidligere vist at den kan tjene penger på importert råstoff. Importen av fryst stillehavstorsk er kanskje det beste eksemplet på det.

Kina følger trendene i det globale matvaremarkedet og tilbyr mer videreforedlede produkter. I Brasil har vi sett at de nye produktene har bidratt til at det totale markedet har vokst. Konsekvensene kan imidlertid bli mye større dersom forbruker på sikt velger de nye produktene på bekostning av norske produkter.