

Innlegg sendes Fiskeribladet Fiskaren
E-post: redaksjonen@fbfi.no
Telefaks: 55 21 33 01
Adresse: Sandbrogaten 5-7, 5003 Bergen

Hovedinnlegg/kronikk: Maksimalt 5.000 tegn (ca. 750 ord).
 Underinnlegg/replik: Maksimalt 1.500 tegn (ca. 250 ord).
 Fiskeribladet Fiskaren forbeholder seg retten til å forkorte alle innlegg som mottas. Likeledes forbeholder vi oss retten til å lagre innlegg i

elektronisk form, samt publisere dem på internettet. Innlegg honoreres ikke. Bidragsyttere oppfordres til å sende innleggene med epost til redaksjonen@fbfi.no
 Vi tar også i mot lagringsmedia av alle typer.

Forskerne **Finn-Arne Egeness & Ingelinn Eskildsen Pleym**, Nofima har på oppdrag for FHF sett nærmere på mulighetene for norsk klippfisk i Angola. Dette er del to i en serie av tre kronikker.

Muligheter for klippfisk av torsk i Luanda, Angola

Innlegg MARKED

Angola er det største afrikanske markedet for klippfisk av torsk. Markedet er i vekst og domineres av portugisiske aktører med sosiale og strukturelle bindinger til den tidligere kolonien. Økt etterspørsel etter torsk i supermarkedskjedene og nye innkjøpsrutiner, gir større muligheter for norske bedrifter.

Konsumet av klippfisk av torsk eller «bacalhau» i Angola kan forklares med portugisisk påvirkning av angolansk matkultur og tilstedeværelsen av nærmere 200 000 portugisere i Angola. Jula er høytid for konsum og nærmere halvparten av torsk konsumeres i forbindelse med julefeiringa. Klippfisk av torsk finnes i butikkhyllene i hovedstaden Luanda hele året. Rundt 80 prosent av klippfisk av torsk selges i hovedstaden Luanda.

De viktigste kjøpskriteriene for klippfisk av torsk på industrielt nivå er kvalitet, størrelse og pris. Lys farge ble i stor grad brukt for å operasjonalisere begrepet kvalitet. Markedsobservasjoner viser torsk både med og uten svarthinne. Angola importerte i fjor 2 169 tonn klippfisk av torsk fra Portugal og 135 tonn fra Norge. Det er en økning på hele 500 tonn sammenlignet med året før. I tillegg kommer ett par hundre tonn med frysede utvannede produkter fra Portugal.

Supermarkeder

Klippfisk av torsk fås både i supermarkedene, på restauranter og er vanlig som bedriftsgave til jul. Salgs- og distribusjonskanalene reflekterer at klippfisk av torsk er et dyrt produkt. Rundt 70 prosent av salget



Finn-Arne Egeness er forsker ved Nofima



Ingelinn Eskildsen Pleym er forsker ved Nofima

” Nye innkjøpsrutiner kan øke etterspørselen etter norsk klippfisk. Tiden er derfor inne for å gripe mulighetene for norsk klippfisk av torsk i Angola

skjer i supermarkedene, hvor en kilo klippfisk av torsk typisk koster mellom NOK 130-200. Supermarkedene har en rekke produktvarianter av klippfisk av torsk, herunder hel fisk, fileter, porsjonsstykker og ferdige utvannede produkter. Hel flekket klippfisk uten embal-

lasje er fortsatt det vanligste synet. Hos en av kjedene var den hele klippfisk pakket inn i plast, hvis hensikt var å forbedre lagringsstabiliteten. Emballering av produktene skjer enten i Portugal eller på utsalgsstedet. Svært billig arbeidskraft er en av forklaringene på at mange kjeder velger å skjære opp og emballere klippfisk selv. Produksjonen av frysede utvannede produkter er langt mer ressurs- og kunnskapskrevende og skjer derfor i Portugal. Produktspekteret for frysede utvannede produkter er stort og spenner seg fra skinn- og benfrie loinsprodukter i pene gaveesker, til porsjonsstykker med skinn og bein, emballert i enkel plastfilm.

I tillegg til salg av torsk i supermarkedene fant vi noen få eksemplere på klippfisk av torsk på markedene utendørs. Kvinnene som solgte fisken hadde handlet den i supermarkedene, og solgte den videre med en liten fortjeneste. I tillegg til kvinnene som handlet mindre partier med klippfisk, kunne det komme enkeltpersoner eller bedrifter til hovedstaden Luanda og handle 10-15 kartonger med klippfisk for videre salg i et annet geografisk område.

Restauranter

Bacalhau finnes også på menyen til finere restauranter i Luanda. Måltidene har høy standard og er priset deretter. En lunsjrett med bacalhau kan koste mellom NOK 300 og 450. Prisnivået forklarer hvorfor restaurantmarkedet er begrenset.

Tre av de fire restaurantene med bacalhau på menyen som vi besøkte i Luanda, serverte klippfisk med skinn og bein. Ledelsen i restaurantene forklarte at dette ga best resultat. En av eierne fortalte at de fikk levert ferdig oppskåret klippfisk i porsjonsstykker som var klar til utvanning. De andre restaurantene delte



VIKTIG: Supermarkedskjedene har en viktig funksjon for distribusjon av matvarer generelt og klippfisk av torsk spesielt i Angola. FOTO: NOFIMA

den opp selv før utvanning. Restaurantene benyttet ferdig utvannede produkter i perioder med større etterspørsel enn forventet.

Julekurver

Klippfisk av torsk er populært i julekurver eller «Cabaze de Natal», som har utgangspunkt i portugisiske tradisjoner. I Angola gir mange bedrifter slike julegaver til sine ansatte, til sine kunder eller til sine leverandører. Kurvene pakkes enten i Portugal eller Angola. Supermarkedskjedene lager egne kurver for salg. Her har klippfisk av torsk sin naturlige plass sammen med blant annet Parma-skinke og Champagne. Økt fokus på bekjempelse av korrupsjon kan redusere betydningen av denne salgskanalen.

Framtiden

Tette bånd mellom Portugal og Angola fra kolonitiden, felles språk og tilstedeværelse av portugisiske bedrifter er de viktigste forklaringene på hvorfor Portugal er største eksportør av klippfisk torsk til Angola. God logistikk mellom de to landene gjør at portugiserne kan skipe mindre partier med klippfisk av torsk enn en hel container. Det gir portugiserne ett for-

trinn. Økonomiske utfordringer i Portugal og mangel på kvalifisert arbeidskraft som følge av et dårlig utdanningssystem i Angola, har gjort at mange portugisere har prøvd lykken her. Lederne i mange angolanske bedrifter er derfor portugisere.

Supermarkedskjedene forteller at de ønsker å importere klippfisk av torsk direkte fra Norge. Hensikten er å redusere antall ledd i verdikjeden og øke konkurransen i leverandørleddet. Det øker mulighetene for norske bedrifter, fordi kjedene så langt i stor grad har handlet fra portugisiske aktører med lokal tilstedeværelse. En utfordring for norsk industri kan være et større ønske om å handle på kreditt og at portugiserne har bedre betingelser for handel med Angola enn norske bedrifter.

Supermarkedskjedene har en viktig funksjon for distribusjon av matvarer generelt og klippfisk av torsk spesielt. Nye innkjøpsrutiner kan øke etterspørselen etter norsk klippfisk. Tiden er derfor inne for å gripe mulighetene for norsk klippfisk av torsk i Angola.