

«Kvaliteten på norsk saltfisk i Portugal»

En studie av hvilke faktorer som oppfattes som viktigst for kvaliteten på saltfisk, sett fra norsk og portugisisk ståsted, samt vurderinger av hvorvidt dagens leverte kvalitet kan tilpasses nye produktkategorier.

Konstanse Karlsen

Masteroppgave i fiskeri og havbruksvitenskap (60stp)

Mai 2018



Forord:

Fem studieår går mot slutten og en masteroppgave som representerer en av mine interesser gjennom studietiden markerer dette. Jeg har lært utrolig mye i løpet av tiden ved Norges fiskerihøgskole, både faglig, sosialt og om meg selv. Overgangen fra studielivet til arbeidslivet har vært etterlengtet, men nå som den nærmer seg føles det både rart og skummelt.

Først vil jeg rette en stor takk til min hovedveileder Margrethe Esaiassen for uvurderlig hjelp gjennom hele prosessen. Alltid tilgjengelig, med hjelp til både oppgaven og alt annet. Takk for all tiden du har brukt i telefon med meg og for at du ble med på laget selv om oppgaven er på siden av ditt fagfelt. Denne oppgaven ville ikke vært den samme uten deg! Til min biveileder Bjørg Helen Nøstvold, takk for hjelpen, for at jeg fikk låne bøker hos deg, og for at du tok det med et smil da jeg hadde sølt kaffe på en av dem!

Videre vil jeg takke Rita Karlsen og Brødrene Karlsen for bidrag som gjorde det mulig for meg å gjennomføre oppgaven. Økonomisk, men også med valg av tema og hjelp og støtte underveis i arbeidet. Jeg vil også takke BFE-Fakultetet og Norges fiskerihøgskole for reisestøtte og for fem fine år som student.

En ekstra stor takk rettes til alle respondenter og informanter. Dette ville faktisk ikke vært mulig uten dere. Takk for at dere tok dere tid og for at dere så villig delte av deres kunnskap og erfaringer med meg. Jeg vil også takke Johnny Thomassen og Norges sjømatråd for alt dere har bidratt med.

Jeg vil også takke mine medstudenter for at dere har bidratt til at studietiden har vært så bra. En spesiell takk til Kristin og Karina for godt samarbeid og vennskap, og Aslaug for gode samtaler og at du viste meg gleden ved jogging.

Sist, men ikke minst vil jeg takke samboeren min og familien for alt dere har bidratt med i alle disse fem årene. For oppmuntring og støtte i opp og nedturer.

Senja, Mai 2018

Konstanse Karlsen

Sammendrag:

Saltfisk og klippfisk har vært viktige produkter for den norske fiskeindustrien omtrent like lenge som metoden for å lage klippfisk har vært kjent i Norge. Portugal er i dag det viktigste markedet for disse produktene, og klippfisken har en spesiell posisjon i dette markedet knyttet til kultur, tradisjon og religion.

Globalt har trenden med bekvemmelighet fått større betydning for matindustrien. Produkter som sparer konsumentene for tid og energi har fått økt etterspørsel i en hektisk hverdag. Denne trenden har også nådd det portugisiske markedet, noe som har ført til en utvikling mot mer ferdig utvannet fryst klippfisk.

Målet med denne undersøkelsen var å finne ut hvilke faktorer norske og portugisiske aktører mener er viktigst for kvaliteten på saltfisk, og hvordan dagens leverte kvalitet kan tilpasses nye produktkategorier. Oppgaven bygger på intervjuer med totalt 15 personer med ulik tilknytning til saltfisk og klippfisk i Norge og Portugal.

Resultatene av undersøkelsene viste at de norske og portugisiske aktørene legger vekt på ulike ting når de snakker om kvalitet på saltfisk og klippfisk. Mens de portugisiske aktørene er opptatt av vasking, blod eller farge, salting, tykkelsen på fisken og spalting er de norske mest opptatt av feil på råstoffet. For produkter som fryst utvannet klippfisk er det enighet blant norske og portugisiske aktører om at det kreves en bedre kvalitet på saltfisken.

For på best mulig måte å tilpasse seg markedet bør norske saltfiskprodusenter prioritere produksjon av saltfisk, og arbeide for å levere en stabilt god kvalitet over tid. Dette kan på sikt føre til at de oppnår bedre priser i det portugisiske markedet.

Innholdsfortegnelse

1	Innledning	1
2	Teori.....	4
2.1	Produksjon av saltfisk og klippfisk.....	4
2.2	Hva er kvalitet?	7
2.2.1	Kvalitet på råstoff.....	8
2.2.2	Kvalitet på saltfisk/klippfisk.....	10
2.3	Markedssituasjon.....	11
2.3.1	Det portugisiske markedet	12
2.3.2	Utviklingstrekk globalt.....	13
3	Material og metode	15
3.1	Valg av forskningsdesign og metode	15
3.2	Innsamling av data	15
3.2.1	Utvalg	16
3.2.2	Intervjatype og intervjuguide.....	20
3.3	Analysemetode.....	20
4	Resultat og diskusjon	22
4.1	Kvalitetsoppfatninger	22
4.1.1	Kvalitet på råstoffet.....	22
4.1.2	Kvalitet på saltfisken.....	25
4.2	Det portugisiske markedet – framtidutsikter.....	29
4.2.1	Det tradisjonelle markedet.....	29
4.2.2	Utviklingstrekk og trender.....	30
4.2.3	Utfordringer og muligheter i markedet	33
4.2.4	Framtidutsikter	35

5	Metodisk diskusjon og veien videre	37
5.1	Valg av metode	37
5.2	Utvalg	38
5.3	Metodisk kvalitet.....	39
5.4	Forslag til videre forskning.....	40
6	Konklusjon	41
	Referanser	42
	Vedlegg.....	48
	Vedlegg 1 – Intervjuguide, Portugal.....	48
	Vedlegg 2 – Intervjuguide, Norge	50

Tabelliste

Tabell 1. Oversikt over vanlige fangstskader. Basert på Akse & Joensen (2004).....	9
--	---

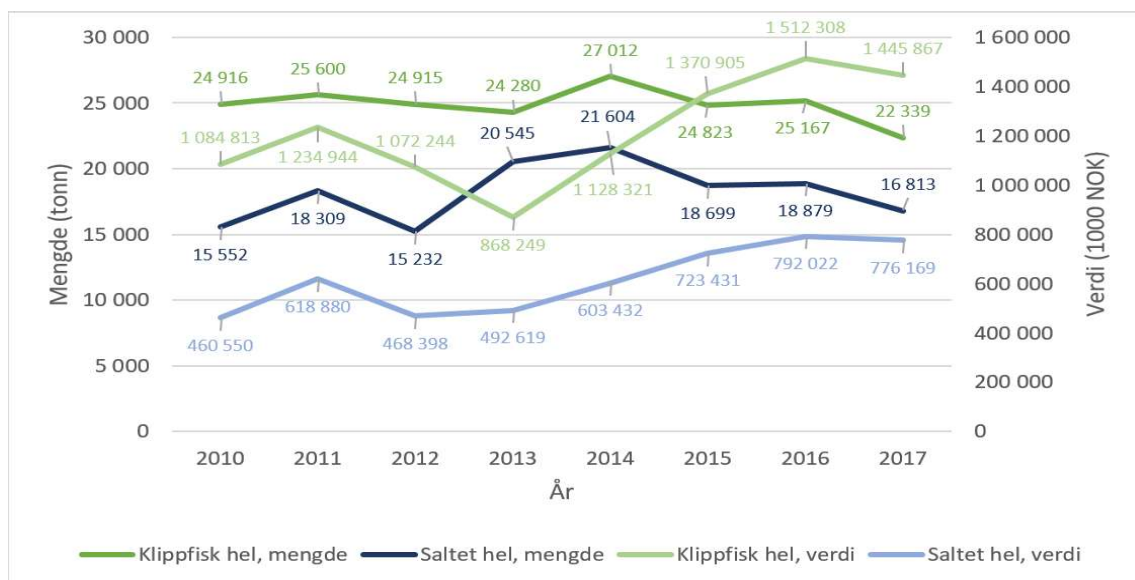
Figurliste

Figur 1. Eksport av klippfisk og saltfisk fra Norge til Portugal. (I.K. Pettersen, Norges sjømatråd, personlig kommunikasjon, 24.04.2018)	1
Figur 2. Flytskjema produksjon av saltfisk, klippfisk og fryst utvannet. Basert på flytskjema fra Oliveira, mfl. (2012).....	5
Figur 3. Hva er kvalitet? Utdrag av figur hentet fra Olafsdóttir mfl. (1997).....	7
Figur 4. Klippfisk kuttet i biter. Stykkene i midten er de som kalles «den portugisiske loinen». (Foto: Terra do Bacalhau).....	30

1 Innledning

Fisk har trolig blitt utnyttet som mat like lenge som det har bodd folk langs kysten, og fisken var også den første norske eksportvaren av betydning både økonomisk og i volum. Grunnet at fisken ble en så betydelig eksportvare var lofotfisket etter skrei. Og helt siden den første eksporten av torsk har dette vært et av de viktigste fiskeslagene for norsk fiskerinæring. Tørrfisker var lenge det viktigste produktet, men da teknikken for klippfiskproduksjon ble utviklet, trolig på 1500-tallet, og da den utover 1600-tallet nådde Norge fikk tørrfisker konkurranse. Klippfiskproduksjonen ble sentrert i området rundt Kristiansund, men råstoffet stammet i hovedsak fra lengre nord i Norge (Christensen, 2009, s. 4-16). Siden den gang har klippfisk- og saltfiskproduksjon vært viktige anvendelser for torsk. I dag er det 145 bedrifter som er godkjent av Mattilsynet til å foredle saltfisk og klippfisk i Norge (Mattilsynet, 2018) og 28 bedrifter som er registrert som eksportører av saltfisk og/eller klippfisk i eksportregisteret til Norges sjømatråd (Norges sjømatråd, 2018a).

Norge eksporterte i 2017 2,6 millioner tonn sjømat til en verdi av 94,5 milliarder norske kroner. Noe som tilsvarer 36 millioner måltider hver dag (Norges sjømatråd, 2018c). Konvensjonelle produkter som saltfisk og klippfisk utgjorde i 2017 hele 40,1 % av eksporten av torsk. Totalt ble det eksportert 28 198 tonn saltfisk og 89 158 tonn klippfisk i 2017 (Norges sjømatråd, 2018b). Portugal er regnet som det viktigste markedet for saltfisk og klippfisk. Totalt ble det eksportert 193 869 tonn med norsk torsk til Portugal i 2017, og av det totale konsumet av torsk



Figur 1. Eksport av klippfisk og saltfisk fra Norge til Portugal. (I.K. Pettersen, Norges sjømatråd, personlig kommunikasjon, 24.04.2018)

i Portugal hadde 70 % norsk opprinnelse (Ø. Olsen, 2018). I 2017 var det en nedgang i eksport av saltfisk og klippfisk til Portugal både når man ser på kvantum og verdi sammenlignet med 2016 (Figur 1).

Portugal har lange tradisjoner knyttet til klippfiskkonsum og er det landet i EU som spiser mest sjømat per innbygger med om lag 56 kg per person per år (Cardoso, Lourenço, Costa, Gonçalves & Nunes, 2013). Rodrigues, Ho, López-Caballero, Vaz-Pires & Nunes skriver følgende om klippfisk og Portugal (2003, s. 471):

«The particular flavor and texture makes it highly appreciated and if a food could represent a country, undoubtedly Portugal could be historically and socially typified by its hundreds of salted cod recipes created in every corner of the country.»

Portugal har lenge vært et viktig marked for den norske torsken og det er gjort en rekke studier i dette markedet. Nofima har publisert flere studier om konsumentene i Portugal (Nøstvold & Østli, 2009; Reiertsen & Østli, 2006) og har i tillegg gjort en rekke studier knyttet til kvalitet på råstoff, kvalitet på saltfisk og klippfisk og en rekke andre temaer som råstoff, lagring, misfarging, økonomiske konsekvenser og lignende knyttet til saltfisk og klippfisk (Joensen, Akse, Bjørkevoll & Mathisen, 2004; Joensen mfl., 2005; Svorken, Hermansen & Karlsen, 2015). Samfunns- og næringslivsforskning (SNF) har i dag et pågående prosjekt, «Competition, cluster and market analyses for the salted cod and salted and dried cod industry», hvor det er gjort flere studier om den portugisiske fiskeindustrien (Bjørndal, Brasão, Ramos & Tusvik, 2015, 2016; Bjørndal & Ellingsen, 2015; Bjørndal, Lappo & Ramos, 2015).

Til tross for at det er gjort mye forskning både på saltfisk/klippfisk og det portugisiske markedet har det ikke vært mulig å finne noen studier om forventet eller ønsket kvalitet på saltfisk og klippfisk i den portugisiske industrien. Den forskningen som er vist til ovenfor som handler om det portugisiske markedet og konsumentene er rundt ti år gammel. Når det gjelder undersøkelsene som er knyttet til kvalitet ser disse i hovedsak på hva som skjer i Norge. Mens studiene i prosjektet til SNF i hovedsak er relatert til de økonomiske aspektene ved saltfisk og klippfisk.

Internasjonalt er det gjort en rekke studier knyttet til bekvemmelighet (Convenience). Blant annet når det kommer til bekvemmelige produkter og bekvemmelig shopping. Det at man i dagens samfunn har mangel på både tid og kunnskap rundt matlaging har ført til en endring når det kommer til valg av mat (S. O. Olsen, Scholderer, Brunsø & Verbeke, 2007). Internasjonalt

har man sett at en av de viktigste trendene innenfor matindustrien har vært skiftet mot mer bekvemmelige produkter (Brunner, van der Horst & Siegrist, 2010). Vanligvis blir fisk regnet som et lite bekvemmelig produkt blant forbrukerne (S. O. Olsen mfl., 2007), og klippfisk og saltfisk som gjerne må vannes ut i flere døgn kan vel sies å være med å forsterke denne oppfatningen. Dreiningen i etterspørsel til lettvinde og gryteklare produkter har blitt møtt med ferdig utvannet fryst klippfisk (Oliveira, Pedro, Nunes, Costa & Vaz-Pires, 2012). Oliveira (2013) konkluderte i sin avhandling «*Studies on salt-curing and desalting processes of salted cod (Gadus morhua)*» blant annet med at torsk alltid vil ha en plass i markedet, men at det er behov for å lage mer bekvemmelige produkter. Dette skiftet i etterspørsel har gjort det interessant å se på om det er andre krav til kvaliteten på råstoffet til produksjon av ferdig utvannede produkter sammenlignet med den tradisjonelle produksjonen av tørket klippfisk.

Med bakgrunn i dette er problemstillingen i oppgaven:

«Kvalitet på norsk saltfisk i Portugal»

- En studie av hvilke faktorer som oppfattes som viktigst for kvaliteten på saltfisk, sett fra norsk og portugisisk ståsted, samt vurderinger av hvorvidt dagens leverte kvalitet kan tilpasses nye produktkategorier.

Opgaven er avgrenset til kun å se på norske saltfiskprodusenter, samt bedrifter som både produserer saltfisk og klippfisk. Bedrifter som i hovedsak arbeider med tørking og eksport av klippfisk er ikke en del av studien. Oppgaven ser på bedrifter som har Portugal som et av sine viktigste markeder for saltfisk. I Portugal har fokuset vært på bedrifter som kjøper norsk saltfisk og klippfisk.

2 Teori

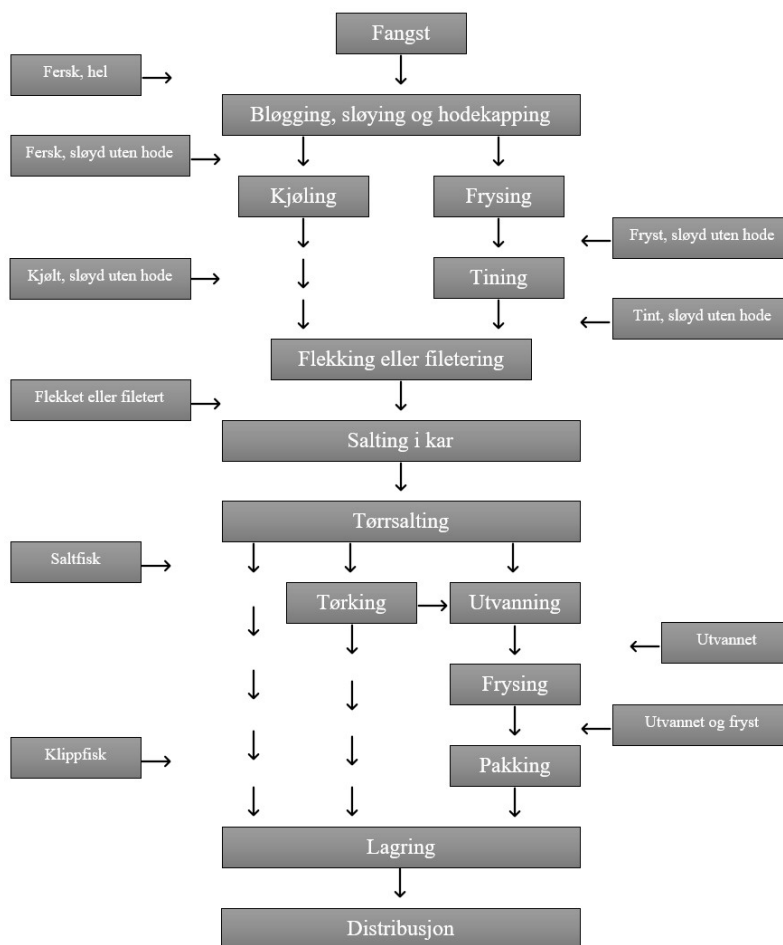
I dette kapitlet vil det først bli presentert hvordan produksjon av saltfisk og klippfisk gjøres. Deretter vil det bli sett på hva kvalitet er generelt, kvalitet på råstoff til saltfisk- og klippfiskproduksjon, samt kvalitet på saltfisk og klippfisk. Til slutt vil det bli gitt en presentasjon av markedssituasjon, herunder bakgrunn om det portugisiske markedet og hvilke utviklingstrekk globalt som kan sies å påvirke dette markedet.

2.1 Produksjon av saltfisk og klippfisk

En saltfisk er en torskefisk som er saltmodnet, og tørker man saltfisken får man det som kalles klippfisk. Saltfisk produseres vanligvis av ulike arter av torskefisker. De vanligste artene er torsk, sei, hyse, brosme og lange (Lynum, 2005, s. 262-278). Til det portugisiske markedet selges det i hovedsak saltfisk og klippfisk laget av arten *Gadus morhua*, altså det vi kjenner som atlantisk torsk (Oliveira, 2013, s. 6-7). Det meste av denne produseres i torskesesongen fra januar til april, men noe produseres også fra fryst råstoff og på andre tider av året (Þórarinsdóttir, Bjørkevoll & Arason, 2010).

Produksjon av saltfisk, klippfisk og ferdig utvannet klippfisk utføres relativt likt, uavhengig av hvilken bedrift eller hvilket land man ser på (Figur 2);(Oliveira mfl., 2012). I Norge er det i hovedsak to typer råstoff som går til produksjon av saltfisk og klippfisk; ferskt råstoff fra kystflåten og fryst råstoff fra trålere. Det meste av det ferske råstoffet fiskes utenfor kysten av Senja, Vesterålen og Lofoten i perioden fra januar til april, mens det fryste fiskes med trål i Barentshavet i andre deler av året. Etter fangst må fisken bløgges, sløyes og hodekappes før den går videre til saltfiskproduksjon. Dette kan enten gjøres om bord på fiskebåtene eller på fiskebrukene (Þórarinsdóttir mfl., 2010).

Når fisken er sløyd er det vanlig å legge fisken til kjøling før den går til flekking. Hvor lenge fisken ligger mellom sløyning og flekking varierer fra bedrift til bedrift. Men det er vanlig at den ferske fisken blir produsert *post rigor* etter 2-5 dager kjøling (Þórarinsdóttir mfl., 2010). Ved produksjon av saltfisk fra fryst må fisken tines før den flekkes (Oliveira mfl., 2012). Under flekking fjernes 2/3 av ryggbeinet, og det er viktig at nakkeblod og blodstubb fjernes. Det er også viktig at flekkingen er gjort slik at man unngår rundspor (Forskrift om kvalitet på fisk og fiskevarer, 2013, § 21). I dag har bedriftene flekkemaskiner som flekker fisken for dem. Hvis kverken ikke er skjært under sløyning må denne skjæres før flekking. Dette kan være integrert i



Figur 2. Flytskjema produksjon av saltfisk, klippfisk og fryst utvannet. Basert på flytskjema fra Oliveira, mfl. (2012).

flekkmaskinen. Etter flekking blir nakkeblod og blodstubb fjernet. Nakkeblod kan fjernes med børster tilhørende flekkemaskin eller med vakuumsug. Mens blodstubb enten fjernes manuelt eller med vakuumsug (Hellevik, Bjørkevoll & Ystgaard, 2008). Saltfisk kan også produseres av filet, men dette er ikke vanlig i Norge. Etter flekking skylles fisken ofte før den går videre til salting (T. Sørensen, personlig kommunikasjon, 04.05.2018).

I dag foregår saltingen i hovedsak i to steg. I første steg er det tre ulike metoder som benyttes: injisering, lakesalting og pickelsalting. Injisering brukes i liten grad i Norge og er dårlig egnet for produksjon av klippfisk fordi den fører til bedre vannbinding og derfor blir vanskelig å tørke. Lakesalting blir også brukt sjeldent (Hellevik mfl., 2008). Ved pickelsalting legges fisken lagvis med salt mellom lagene i tette kar. Siden karene er tette vil vannet som trekkes ut av fisken danne en lake. Fisken lagres så på temperaturer mellom 2 °C og 15 °C i minimum fire dager (Þórarinsdóttir mfl., 2010).

Etter første salting er det ulik praksis mellom bedriftene for hvordan de gjør det neste steget. Noen tipper karene over på paller for videre modning. Mens andre har omlegging på pall med tørrsalting mellom lagene (Hellevik mfl., 2008). Når fisken omlegges fra kar til palle sorteres ofte fisken etter størrelse og kvalitet. Dette kan også gjøres etter at fisken har blitt tørket (Þórarinsdóttir mfl., 2010). For all salting er det viktig at fisken er jevnt saltet og at hele fisken/fileten er dekket med salt (Forskrift om kvalitet på fisk og fiskevarer, 2013, § 22).

Når fisken er ferdig saltmoden vil den videre håndteringen variere ut fra hvilken produksjon fisken skal inn i. Ved salg av saltfisk vil denne distribueres etter at den er lagt på pall og lagret. Hvor lang lagringstid fisken har før distribusjon vil variere. Ved produksjon av klippfisk fjernes overflødig salt fra fisken og den saltmodne fisken legges på rammer som blir kjørt inn i tørka (tunneltørke). Fisk som tørkes til klippfisk blir vanligvis sortert etter at den er ferdig tørket og pakkes deretter i esker før den distribueres (Hellevik mfl., 2008).

Før konsum av saltfisk og klippfisk må produktet vannes ut. Ofte kuttes fisken opp i serveringsstykker før den legges i vann, enten i rennede vann i romtemperatur eller i en bolle i kjøleskapet. Ved utvanning i en bolle eller lignende, må vannet byttes i løpet av utvanningen (Oliveira, Gonçalves, Nunes, Vaz - Pires & Costa, 2015). Utvanning kan ta en til to dager avhengig av antall bytter av vann og temperaturen i vannet (Þórarinsdóttir mfl., 2010). Utvanning har tradisjonelt blitt gjort hjemme hos konsumentene, men fra rundt år 2000 og frem til i dag har industriell utvanning blitt utviklet i flere land (Akse, Joensen, Olsen, Carlehög & Skjerdal, 2000) I utvanningsprosessen vil saltkonsentrasjonen reduseres til 2-3 % og holdbarhetstiden reduseres til under en uke ved lagring ved kjølige temperaturer (Þórarinsdóttir mfl., 2010). Grunnen til at holdbarhetstiden reduseres er rask mikrobiologisk vekst som ødelegger produktene. Dette er grunnen til at ferdig utvannede produkter i dag i hovedsak selges fryst (Akse mfl., 2000).

Ved produksjon av ferdig utvannede fryste produkter kan disse lages enten fra saltfisk eller klippfisk. Akse mfl. (2000) gjennomførte i forbindelse med et prosjekt kaldt DESCOD forsøk med ulike utvanningsmetoder for å sammenligne disse ut fra hvor jevnt saltinnholdet i tykke og tynne biter ble, sensorisk kvalitet, mikrobiologisk kvalitet og vektøkning. I samme prosjekt ble det gjennomført flere studier om hvordan utvanning i industriell skala best gjennomføres (J.-V. Olsen, Bjørkevoll & Akse, 2003; J.-V. Olsen, Bjørkevoll, Akse & Skjerdal, 2001). I dag gjøres utvanning i industrien stort sett likt som når forbrukerne vanner ut fisken hjemme. I industrien kuttes fisken opp i biter som er tilpasset markedet. De varierer i form og størrelse og

utgjør ulike deler av fisken som loin, halestykke og vinger (Oliveira mfl., 2015). Fisken vannes ut i store tanker. Under utvanning i stor skala er det mange faktorer som må kontrolleres. Det er viktig å ha kontroll på blant annet bevegelse og temperatur i vannet, kvalitet på råvaren, mengden fisk i vannet og tykkelsen på fisken for å oppnå et godt utvannet produkt. Under utvanning vil fisken ta opp vann og slippe salt. På denne måten vil fisken få en lavere saltkonsentrasjon og en høyere vekt (Oliveira mfl., 2012). Etter utvanning er det vanlig å fryse fisken. I den portugisiske industrien gjøres dette med singel-frysing av den ferdig utvannede klippfisken. I tillegg benyttes ofte glasering etter første innfrysning (Personlig kommunikasjon, bedriftsbesøk i Portugal, 02.02.18).

2.2 Hva er kvalitet?

Det finnes utallige forskningsprosjekter som omhandler kvalitet. Men det er de færreste som faktisk gir en god definisjon på hva kvalitet er og hvordan man måler kvalitet.

Olafsdóttir mfl. (1997) viser sammenhengen mellom kvalitet og ferskhet. De har brukt en figur som illustrerer dette, hvor de blant annet skriver hvilke ulike faktorer som påvirker kvalitet (Figur 3). I følge denne kan man forstå

kvalitet som summen av mange ulike ting. Hvordan vi opplever kvalitet påvirkes av tilgjengelighet, lettvinhet, sikkerhet, pakkens farge, ferskhet, ernæringsmessig kvalitet, pris og verdi, jevnhet og sensorisk kvalitet. Ferskhet er for eksempel essensiell for den opplevde kvaliteten, men er ikke det eneste som har betydning for kvaliteten på et produkt.



Figur 3. Hva er kvalitet? Utdrag av figur hentet fra Olafsdóttir mfl. (1997).

Lynum & Rustad (1997) viser til tre ulike definisjoner av kvalitet som de mener er de mest vanlige. 1: «Med kvalitet til et produkt menes produktets evne til å tilfredsstille brukernes behov, ønsker, krav og forventninger», 2: «Kvalitet er den sum av egenskaper og kjennetegn et produkt har, som vedrører dets evne til å tilfredsstille fastsatte krav eller behov som er antydnet», 3: «Kvalitet betyr å levere varer i overensstemmelse med kundens krav og spesifikasjoner» (s. 199). En lignende definisjon finner vi i Store norske leksikon: «Enkelt sagt er kvalitet evnen til å tilfredsstille kundenes eller brukernes krav og forventninger» (Gundersen & Halbo, 2018).

I artikkelen «What is quality» skriver Shewfelt (1999) om hva kvalitet er med bakgrunn i frukt og grønnsaker. Han skriver at selv om mange har definert kvalitet på ulike måter er det liten enighet om hva det er og hvordan det skal måles. Man kan altså konkludere med at betydningen av kvalitet varierer ut fra hvilket perspektiv man ser det fra.

2.2.1 Kvalitet på råstoff

Det vil alltid være innslag av ulike kvalitetsfeil når man driver med villfanget fisk. Kvalitetsfeil på råstoff deles vanligvis inn i to hovedkategorier, naturgitte feil og fangst- og håndteringsfeil. De naturgitte feilene er feil som åte og parasitter i fisken og feil som følge av gytestatus. Mens fangst- og håndteringsfeil oppstår i fangstredskap eller ved håndtering, under fangst eller på land (Joensen, Nøstvold, Tobiassen, Bendiksen & Nilsen, 2017). Uavhengig av hvordan skadene oppstår har undersøkelser vist at råstoffkvaliteten har stor betydning for kvaliteten på ferdig saltfisk (Joensen mfl., 2004; Svorken mfl., 2015). Det er vanskelig å si noe om utvikling i kvalitet, men ut fra undersøkelsene som er gjort på fangstkvalitet er det generelt ingen endring i kvaliteten fra 2014 til 2017, med unntak av hvis man ser på linefisk som har blitt bedre (Joensen mfl., 2017).

Fangstskader er de skadene som oppstår under fangst og frem til fisken er bløgget og blodtappet. For garn, line og jukse oppstår skader mens fisken står fast i redskapene og under ombordtaking, mens for redskaper som trål og snurrevad oppstår skader fra fisken kommer i kontakt med redskapet til fisken er tatt om bord. De vanligste skadene på råstoff levert fra kystflåten, altså fisk fanget med garn, snurrevad, line og juksa, er sjøddød fisk, dårlig blodtappet fisk, blodsprenget fisk, hoggs-kader, redskapsmerker, slitasje på skinn, klemskader og bittskader (Tabell 1). Eksempler på skader som skyldes håndtering er feilskjæring under sløyning, slogrester, dårlig vasking, feil grunnet dårlig kjøling og spaltet muskel. Disse feilene blir ikke regnet som fangstskader og er ikke en del av fangstskadeindeksen (Akse & Joensen, 2004; Joensen mfl., 2017).

Joensen mfl. (2004) undersøkte betydningen av fem av skadekategoriene ved produksjon av saltfisk. De undersøkte konsekvensene av sjøddød fisk, fisk med redskapsmerker, blodsprenget fisk, fisk med hoggs-kader og dårlig blodtappet fisk på saltmodnet fisk. De fant at alle blodfeil i råstoffet også vises på fisken som ferdig saltfisk og som utvannet saltfisk.

Tabell 1. Oversikt over vanlige fangstskader. Basert på Akse & Joensen (2004).

<i>Skadekategori:</i>	<i>Beskrivelse:</i>
<i>Sjødød fisk</i>	Fisk som er død i redskapet
<i>Dårlig blodtappet</i>	Fisk som ikke er bløgget, er død før bløgging, feil bløgget, eller er blodtappet under ugunstige betingelser.
<i>Blodsprenget fisk</i>	Ses som blodfarge på skinnen. Kommer av kraftige klemskader.
<i>Hoggskader</i>	Skade forårsaket av høtt, langkrok, lineangel eller juksakrok
<i>Redskapsmerker</i>	Merker på skinnen forårsaket av garn, snurrevad, linerygg/forsyn ol.
<i>Slitasje på skinn</i>	Skjelltap og slitasje på skinn grunnet gnissing mot bunn eller fangstredskap
<i>Klemskader</i>	Klemt eller knust i redskap eller om bord på båten.
<i>Bunndyr og bittskader</i>	Skader som følge av bunndyr. Kan ses som alt fra ubetydelige merker på skinn til at man finner bunndyr i buk og filet.

Sjødød fisk er fisk som døde i redskapet før den ble tatt om bord i båten (Akse & Joensen, 2004). En sikker indikasjon på at fisken er sjødød er når man kan se muskelsegmenter gjennom skinnen. Dette ses ved et lyst stripepreg. Fisk som er sjødød er de som er vurdert å ha flest skader. Den har ofte en rødfarget og bløt muskel. Dette er den feilen som blir vurdert å gi den dårligste kvaliteten som saltfisk (Joensen mfl., 2004).

Dårlig blodtappet fisk har blodfylte årer i buken og blod i fiskemuskelene ved sløyesnitt og nakkekutt (Joensen mfl., 2004). Dette kan skyldes manglende bløgging, feil bløgging, at fisken var død før den ble bløgget eller at blodtapping ikke ble gjort i gunstige omgivelser (Akse & Joensen, 2004). Fisk som var dårlig blodtappet gav generelt en dårlig kvalitet som saltfisk (Joensen mfl., 2004).

Blodsprenget fisk har kraftige blodutredelser på skinnen og alvorlighetsgraden av skaden blir vurdert ut fra hvor på fisken skaden er. Blodutredelser i området hvor loin befinner seg vurderes som de mest alvorlige. Denne typen kvalitetsfeil blir vurdert til å gi dårlig kvalitet på saltfisk. Spesielt etter at skinnen ble fjernet var denne typen feil fremtredende (Joensen mfl., 2004).

Hoggskader ses som merker i skinnen etter høtt, langkrok eller krok. Alvorlighetsgraden blir også for hoggskader vurdert etter hvor på fisken de sitter, og skader i loin og midtstykke blir vurdert som de mest alvorlige. Dette er den typen kvalitetsfeil som er minst alvorlig og som saltfisk ble fisk med denne typen feil vurdert som god kvalitet. Det er bemerket at det i undersøkelsene var få fisk i denne kategorien (Joensen mfl., 2004).

Redskapsmerker ses som striper på skinnsiden av fisken. Ut fra antall og dybde på merkene blir alvorlighetsgraden av skadene vurdert. Dype merker over tykkfisken blir vurdert som de mest alvorlige skadene. Som saltfisk ble fisk med disse skadene vurdert som ganske dårlig, og skadene kom ekstra frem etter fjerning av skinn (Joensen mfl., 2004).

Undersøkelsene til Joensen mfl. (2004) viste at fisk som var sjødød var dårligst egnet til saltfiskproduksjon. Nest dårligst var blodsprenget fisk. Så kom fisk med redskapsmerker, og etter det dårlig utblødd fisk. Av de fangstskadene som ble vurdert var det fisk med hoggskader som var best egnet for produksjon av god kvalitets saltfisk. De skadene som oppgis å være den største utfordringen er blod i fiskemuskelen, og skadene som forekommer hyppigst er dårlig utblødning og blodsprenget fisk (Joensen mfl., 2017). Rødfarget muskel og blodutredelser er kvalitetsfeil som sjømatindustrien oppgir som «kostbare» feil knyttet til valgmuligheter og nedklassing av produktkvalitet (Akse, Joensen, Tobiassen & Olsen, 2013).

2.2.2 Kvalitet på saltfisk/klippfisk

Når man selger saltfisk og klippfisk til Portugal er det vanlig å sortere den etter størrelse og kvalitet. Det er mange faktorer som spiller inn når man snakker om kvalitet på saltfisk og klippfisk. Blant annet vil kvaliteten på råstoffet, mengde og kvalitet på salt og metoden som brukes ved salting påvirke kvaliteten på endeproduktet (Oliveira mfl., 2012). Saltfisk sorteres i hovedsak i to kvaliteter, for Portugal er navnene på disse primeira og sortido (Iversen, 2016, s. 139). Primeira er førsteklasses fisk, mens sortido er fisk med redusert kvalitet. I tillegg sorteres fisk som er av veldig dårlig kvalitet i en egen kategori som ofte kalles vrak (Svorken mfl., 2015).

Som nevnt har råstoffkvaliteten stor betydning for kvaliteten på saltfisk. Men kvalitetsfeil kan også oppstå etter at fisken har kommet på land. Her kan blant annet lagring, sløyfeifeil, tid mellom hodekapping og flekking, flekkefeil, dårlig vasking/reising og feil under salting påvirke hvordan kvaliteten på den ferdige saltfisken blir (Joensen mfl., 2011; Joensen mfl.,

2005). I følge Heide og Henriksen (2013) er de vanligste feilene på ferdig saltfisk misfarging, spalting og løse ørebein. Misfarging skyldes ulike blodfeil og leverflekker, mens løse ørebein kan oppstå som en konsekvens av sløyefeil eller feil hodekapping.

Sløyefeil innebærer feil som oppstår under sløyning av fisken. Dette er oftes skjærefeil som innebærer snitt i muskel, tarm eller galleblære (Forskrift om kvalitet på fisk og fiskevarer, 2013, §8). Tiden mellom hodekapping og flekking vil påvirke fargen i nakken på fisken (Joensen mfl., 2011). Flekkefeil oppstår som regel hvis fisken er dødsstiv, ikke blir matet inn i flekkemaskinen på riktig måte eller hvis flekkemaskinen er feil stilt inn eller har uskarpe kniver. Eksempler på feil som kan oppstå under flekking er feil kuttessnitt, rundspor og at man tar for mye eller lite av ryggbeinet. Dårlig vasking/rensing innebærer at nakkeblod og blodstubb ikke er tilstrekkelig fjernet, eller rester av lever henger igjen på fisken (T. Sørensen, personlig kommunikasjon, 04.05.2018).

Valg av saltemetode kan påvirke både kvalitet og utbytte, og de ulike saltemetodene har alle sine fordeler og ulemper. Feil under salting innebærer som regel at fisken ikke er lagt riktig i kar eller at fisken blir for lite eller for ujevnt dekket av salt. Et eksempel på feil legging kan være at ene «vingen»/buen er brettet inn og at fisken derfor blir liggende dobbel eller at to fisker blir liggende over hverandre (T. Sørensen, personlig kommunikasjon, 04.05.2018).

For Portugal vil en nedklassing fra primeira til sortido innebære en relativt stor reduksjon i pris. Det er vanlig at kunden betaler 20 % mindre for sortido enn for primeira (Dreyer mfl., 2016). I tillegg er det ofte en avtalt andel av sortido på pallene med primeira.

2.3 Markedssituasjon

Hva folk spiser formes av mange ulike ting blant annet produksjon, verdikjede, tradisjoner, geografi, demografi, globalisering, religion og kultur. I Portugal har de lange tradisjoner knyttet til klippfisk og konsumet av Bacalhau er nært knyttet til både religion og kultur (Almeida, Karadzic & Vaz, 2015). Men på tross av at klippfiskkonsumet er nært knyttet til både tradisjon, religion og kultur, har etterspørselen etter mer lettvinde produkter som er klar til tilberedning og som tar mindre tid økt (Oliveira mfl., 2012). Bekvemmelighet er en global trend som også påvirker det portugisiske markedet (Brunner mfl., 2010; Oliveira mfl., 2012).

2.3.1 Det portugisiske markedet

Torsken har en spesiell posisjon i Portugal og blir ofte kalt «*O Fiel amigo*» som betyr «den trofaste venn». Navnet kommer av at klippfisk var en billig råvare som var lett tilgjengelig. Siden klippfisk har lang holdbarhet kunne de fattige kjøpe fisken i gode tider og spare den til de trengte den (Reiertsen & Østli, 2006, s. 146). For selv om torsk ikke finnes i portugisiske farvann har dette blitt den viktigste arten for konsum av fisk i Portugal (Almeida mfl., 2015). Hvorfor torsken har fått en så unik plass i det portugisiske kjøkkenet og kulturen finnes det ikke et enkelt svar på. Trolig er det flere ting som har ført til dette, og den katolske kirken har trolig mye av æren for det. I middelalderen innførte de en rekke dager med faste. Under fasten var det ikke lov til å spise kjøtt, men fisk var lov og det ble etter hvert mer og mer vanlig å spise klippfisk i fasten. Men selv om fasten ikke er like streng i dag som den en gang var har konsumet av klippfisk holdt seg høyt, spesielt i forbindelse med jul og påske (Reiertsen & Østli, 2006).

En annen grunn til at torsken har blitt så viktig er Portugals deltakelse i torskefiskeriene rundt Newfoundland (Reiertsen & Østli, 2006). Tradisjonelt fisket portugiserne mye av fisken langt fra egen kyst og var mer eller mindre selvforsynt med fisk (Bjørndal, Brasão, mfl., 2015). Men dette endret seg, og i tiåret fra 1976 til 1986 måtte Portugal forholde seg til to store endringer; innføring av 200 miles økonomisk sone som førte til tap av fiskerettigheter, og innmelding i den europeiske unionen som førte med seg felles fiskeripolitikk. Dette fikk flere konsekvenser for fiskeriene i Portugal, og i løpet av 90-tallet mistet Portugal om lag 35% av kvantaene de tidligere hadde fisket. Men konsumet av fisk gikk ikke ned av den grunn, og Portugal gikk fra å være selvforsynt av fisk til å måtte importere fisken fra andre land i verden (Ferreira, Coelho, Lopes & Filipe, 2011). I dag importeres nærmere 2/3 av forsyningen av sjømat i Portugal, og importen er fire ganger høyere enn eksporten (Almeida mfl., 2015).

Torsk er den mest spiste fisken i Portugal og står for om lag 38 % av sjømatkonsumet i landet. I hovedsak importeres torsken fra Norge, Island og Russland, som fersk, fryst, saltfisk eller klippfisk (Almeida mfl., 2015). I 2017 kjøpte 3,5 millioner portugisiske husholdninger klippfisk minst en gang. Den viktigste distribusjonskanalen for klippfisk er supermarkedene som står for 3/4 av markedet. Sammenlignet med tidligere år er salget i supermarkedene stabilt, mens det var en økning i salget av klippfisk i de tradisjonelle butikkene i 2017. Det totale markedet for torsk i Portugal økte litt i 2017 både i volum og verdi. Volumene for tørket torsk er stabil fra 2016 til 2017, men verdien økte med 1%. Den fryste torsken økte i 2017 og ente på en verdiøkning på 7 % og en volumøkning på 3% sammenlignet med 2016. Generelt har det

vært en nedgang i konsumet av torskefisk hjemme hos forbrukerne, men de spiser mer torsk ute. I Hotell, Restaurant og Catering (HoReCa) kanalen var etterspørselen og veksten større for tørket torsk enn for fryst i 2017 (Thomassen, 2018). Men portugiserne spiser ikke bare torsk, ferskfisk står også for en viktig andel av sjømatkonsumet, og ser vi på alle ferskfisk under ett er den totalt sett viktigere enn torsken. I Portugal serveres den ferske fisken hel med skinn og bein, noe som ikke er vanlig i andre land (Almeida mfl., 2015).

Den økonomiske situasjon i Portugal ser ut til å være bra. Arbeidsledigheten i 2017 var på under 9 % og portugisiske konsumenter viser økende optimisme. Portugal har også sett en økning i turisme de siste årene og i 2017 var økningen på mellom 10 % og 14 % (Thomassen, 2018).

Statsstøtte til investeringer gis i noen land i ulike form. I EU gis det investeringsfond for å fremme tiltak til vekst og sysselsetting. For torskeindustrien i Portugal gis dette i form av direkte subsidier til foredling og markedsføring av fiskeprodukter. Målet med støtten er å styrke konkurranseevenen til bedriftene i landet. Støtten varierer ut fra størrelsen på prosjektet, og for prosjekt med en kostnadsramme på mellom 100 000 og 2,5 millioner euro er støtten 80 % av kostnaden. Mange av bedriftene i klippfiskindustrien i Portugal har mottatt investeringsstøtte. I tillegg til investeringsstøtte finnes det også støtteordning knyttet til eksport i Portugal (Bjørndal & Ellingsen, 2015).

2.3.2 Utviklingstrekk globalt

Det er spesielt et globalt utviklingstrekk som påvirker det portugisiske markedet og saltfisk- og klippfiskbransjen; convenience, eller bekvemmelighet. Når man snakker om bekvemmelighet i denne sammenhengen er det ofte koblet til at noe sparer en for tid eller energi (Scholderer & Grunert, 2005). Konsumentene bruker mindre tid på å lage mat hjemme og etterspør derfor mer lettvinde og gryteklare produkter (J.-V. Olsen mfl., 2003).

Bekvemmelighet i sammenheng med mat kan forklares ut fra to dimensjoner. Den ene er hva bekvemmeligheten er ment å spare forbrukerne for. Sparer man tid eller sparer man fysisk eller psykisk energi. Det andre er i hvordan del av prosessen fra planlegging til ferdig måltid sparingen eller reduksjonen i innsats forekommer. Er det i forbindelse med valg av mat, handel, tilberedning, under måltidet eller i oppryddingen etterpå (Scholderer & Grunert, 2005).

2.3.2.1 Markedstrender

Det finnes ikke en allmenngyldig definisjon av ordet trend, men mange har definert begrepet. Holland og McCool (1994) presenterer flere definisjoner av ordet trend. En av disse definerer trend på denne måten: «The general movement in the course of time of a statistically detectable change». En annen definisjon de presenterer definerer en trend som «A definite, predictable direction or sequence of event». En annen definisjon finner man i A Dictionary of Marketing hvor en trend defineres som «A new direction, habit, market dynamic, driven by the consumer and their behaviour. Also, the prevailing direction of a market, which can be caused by macroeconomic factors, over short, medium, or longer terms» (Doyle, 2011).

I 1982 ble begrepet megatrend introdusert av John Naisbitt. En megatrend har ifølge Naisbitt et større omfang, varer lengre og stikker dypere enn en vanlig trend eller mote. Megatrender kan variere i omfang, men når de først er skapt kan de være vanskelig å styre eller påvirke. De får sitt eget liv. Ofte er megatrender komplekse kombinasjoner av ulike aspekter i samfunnet som økonomi, politikk, kultur og lignende (Mittelstaedt mfl., 2014).

Globalt kan man blant annet finne en trend som trolig påvirker det portugisiske markedet for norsk saltfisk. Conveniente, eller bekvemmelige produkter, er en av de store trendene i matbransjen. Dette er produkter som sparer konsumentene for tid og energi når det kommer til tilberedning, konsum og oppvask. I tillegg kan bekvemmelige produkter føre til en mindre fysisk og psykisk belastning forbundet med planlegging og gjennomføring av måltider (Brunner mfl., 2010). Grunnen til at man kan si at dette er en trend som påvirker det portugisiske markedet for norsk saltfisk er den store utbredelsen av saltfiskprodukter som er ferdig utvannet og fryst.

I tillegg til at det finnes trender som gjør seg gjeldene i markedet er interessant, er det å følge med på trender viktig for bedrifter som skal levere til et marked. Bedrifter som kjenner markedet og kundene har en bedre mulighet til å tilpasse seg endringer og lage produkter som konsumentene etterspør. Ved å kjenne til dynamikker i markedet også utover trender og mote blir det lettere for bedriften å tilpasse seg forbrukerne av produktene (Kardes, Cronley & Cline, 2010, s. 11).

3 Material og metode

I dette kapitlet blir det gjort rede for valg av metode og forskningsdesign, herunder metoden for innsamling av data, utvalget og analysemetode.

3.1 Valg av forskningsdesign og metode

Temaet for oppgaven er kvalitet på norsk saltfisk i Portugal, og problemstillingen i oppgaven er hvilke faktorer som norske og portugisiske aktører opplever som viktigst for kvaliteten på saltfisk. For å undersøke dette er det valgt en kvalitativ tilnærming. Kvalitative metoder egner seg når man har lite informasjon om temaet man er interessert i å undersøke, det egner seg også godt når man er interessert i dybde og nyanser i det man undersøker (Jacobsen, 2015, s. 133). Målet for oppgaven er å oppnå en grundig kjennskap til hvordan kvaliteten på norsk saltfisk i Portugal er, og med bakgrunn i dette å se på hvorvidt dagens leverte kvalitet er tilpasset nye produktkategorier og på den måten et marked i utvikling.

3.2 Innsamling av data

Metoden som er brukt for å samle inn data til oppgaven er i hovedsak åpne intervjuer. Åpne intervjuer passer best når man skal undersøke relativt få enheter og man er interessert i hva det enkelte individet mener (Jacobsen, 2015, s. 146). I oppgaven er det valgt å bruke semistrukturerte intervjuer hvor det er benyttet to ulike intervjuguider med ulike tema tilpasset gruppene som er undersøkt, én for Norge og én for Portugal. Ved å benytte semistrukturerte intervjuer har man mulighet til få utdypende informasjon om temaet som blir undersøkt. Semistrukturerte intervjuer gjør det mulig for intervjuobjektet å snakke fritt ut fra temaet, samtidig som det er lett å holde intervjuet innenfor temaet og følge opp dersom intervjuet stopper opp. I tillegg har man en fordel av at man har mulighet til å stille oppfølgingsspørsmål når noe er uklart, eller når man ønsker å få mer informasjon om noe som blir sagt (Saunders, Lewis & Thornhill, 2016, s. 391).

Det er gjennomført intervjuer med personer både i Portugal og Norge. Intervjuobjektene består i hovedsak av respondenter, altså personer som representerer fenomenet som skal undersøkes. Men blant intervjuobjektene det ble snakket med i Portugal var det tre som kan regnes som informanter, altså personer som har god kunnskap om fenomenet, men som ikke direkte

representerer fenomenet (Jacobsen, 2015, s. 178). Totalt er det gjennomført 15 intervjuer, hvor ni var i Portugal og seks var i Norge.

3.2.1 Utvalg

Når man benytter kvalitative metoder er det vanlig med små utvalg. En av grunnene til dette er at det vil være svært ressurskrevende å operere med et stort utvalg. I tillegg vil et lite utvalg ofte være godt egnet fordi dataene som blir samlet inn er rike på detaljer og opplysninger og man vil ikke har kapasitet til å analysere datamateriale fra et stort utvalg (Jacobsen, 2015, s. 178). Siden dette prosjektet er en masteroppgave som er begrenset både av tid og ressurser har omfanget derfor blitt begrenset.

Utvalget er gjort med bakgrunn i ulike kriterier. Det var et mål å få et mest mulig representativt utvalg for hele den portugisiske industrien og den norske saltfiskindustrien. Dette er gjort i den grad det har vært mulig å få til. I tillegg er det lagt vekt på tilgjengelighet, både geografisk og hvem som har hatt mulighet og har takket ja til å stille opp. Som nevnt har utvalget blitt begrenset på grunn av tids- og kostnadsrammen i oppgaven. Samt at enkelte aktører har vært vanskelig å få tilgang på, mens andre har vært lettere.

Det ble startet med utvalg av aktører i Portugal. For å få en oversikt over hvilke aktører som er i det portugisiske markedet for saltfisk ble det brukt et dokument fra Norges sjømatråd med informasjon om «Who's who - cod industry in Portugal» fra 2016. I tillegg ble det snakket med flere i den norske saltfiskindustrien om hvilke aktører som kunne være aktuell.

Da oversikten over hvilke aktører i Portugal som kunne være aktuell var på plass ble det opprettet kontakt med en som arbeider med saltfisk og klippfisk i Portugal for å høre om han var tilgjengelig for et intervju, og om han kunne hjelpe til med intervjuavtaler hos andre aktører der. Han ordnet tre avtaler med bedrifter hvor det totalt ble gjennomført 4 intervjuer. Da disse avtalene var i orden ble det opprettet kontakt med en annen aktør i det portugisiske markedet og inngått en intervjuavtale med dem også. Gjennom denne kontakten ble det også ordnet en intervjuavtale med en annen aktør. I tillegg til disse avtalene var det hele tiden løpende kontakt med Norges sjømatråds Johnny Thomassen som hjalp til med ytterligere to intervjuavtaler.

På denne måten ble utvalget både et resultat av et strategisk forsøk på å få kontakt med aktører fra ulike deler av den portugisiske torskindustrien, og tilfeldigheter grunnet tilgjengelighet

både når det kom til tid og formidling av kontakter. Oppholdet i Portugal var på totalt 10 dager i perioden hvor intervjuene ble gjennomført, og på grunn av den begrensede tiden ble antallet intervjuer også begrenset.

Blant utvalget av intervjuobjekter i Portugal er seks av intervjuene med personer som arbeider i bedrifter som importerer saltfisk og/eller klippfisk til det portugisiske markedet, og på den måten både kjenner kvaliteten på råvarene og hva kundene og konsumentene ønsker. De tre siste intervjuene som ble gjennomført i Portugal var med henholdsvis en kokk som har arbeidet mye med klippfisk, en aktør som arbeider med salg av klippfisk og saltfisk til den portugisiske industrien, og en person som arbeider med generisk markedsføring.

På samme måte som for Portugal ble det for de norske aktørene satt opp en liste over ulike saltfiskprodusenter i Norge. Så ble det tatt kontakt med aktørene etter tur. Det ble gjennomført i alt 6 intervjuer med aktører i Norge. Av de som ble kontaktet var det en som ikke hadde mulighet til å delta i undersøkelsen og en som aldri svarte.

På grunn av begrenset tid ble utvalget av norske aktører ikke like stort som utvalget av aktører i Portugal, men utvalget representerer bedrifter av ulik størrelse, alt fra rene produsenter, eksportører og bedrifter som både produserer og eksporterer.

3.2.1.1 Respondentene/informantene

Som nevnt består utvalget av 15 aktører med tilknytning til det portugisiske markedet for saltfisk. Hvilken tilknytning de har til markedet varierer alt fra å være ansatt i store bedrifter i den portugisiske fiskeindustrien til å arbeide med markedsføring eller å arbeide for rene produsenter av saltfisk i Norge. De har ulike posisjoner i bedriftene de arbeider for. I det videre presenteres litt bakgrunnsinformasjon om de ulike personene.

Produsent 1 representerer en mellomstor familiebedrift i den portugisiske klippfiskindustrien. Bedriften produserer både den tradisjonelle klippfisken som er tørket og utvannet fryst. De kjøper både saltfisk og hel fisk, både fersk og fryst. **Produsent 1** var representert av to respondenter hvor den ene er kvalitets- og produksjonssjef og den andre arbeider i administrasjonen med markedsføring og kjøp/salg. Kvalitets- og produksjonssjefen har lang fartstid i bedriften og er en del av familien. Respondenten som arbeider i administrasjonen er en relativt ung mann som kun har arbeidet i kort tid i industrien.

Produsent 2 og **3** representerer begge en mellomstor bedrift i den portugisiske klippfiskindustrien. Bedriften er familieeid og driver med både tørking til klippfisk og utvannet fryst fisk. De kjøper både saltfisk og hel fisk, både fersk og fryst. De siste årene har bedriften utvidet kapasiteten på utvannet fryst. **Produsent 2** arbeider som kvalitetssjef ved bedriften. Hun er en relativt ung kvinne som har arbeidet for bedriften i rundt 5 år. **Produsent 3** arbeider i ledelsen i bedriften. Han er en godt voksen mann og er en del av familien som eier selskapet.

Produsent 4 er en stor bedrift i den portugisiske fiskeindustrien. Bedriften produserer både tradisjonell klippfisk og utvannet fryst. De kjøper både saltfisk, klippfisk og hel fisk, både fersk og fryst. Bedriften har gjennom årene kjøpt opp og fusjonert ulike bedrifter og merkevarer, og opererer med flere av merkevarene i dag. Representanten for denne bedriften er en relativt ung mann som arbeider som produksjonssjef på en av fabrikkene til selskapet. Han har arbeidet i bedriften i om lag to år, men har tidligere arbeidet i bransjen for andre selskap.

Produsent 5 er et stort selskap i portugisisk klippfiskindustri. De arbeider i hovedsak med torsk. Både med den tradisjonelle produksjon av klippfisk og med fryst utvannet. De kjøper saltfisk, klippfisk og hel fisk både fersk og fryst. Dette er en familiebedrift og respondenten arbeider i ledelsen i bedriften og er en del av familien.

Produsent 6 er en liten og ung bedrift i den portugisiske klippfisknæringen. Bedriften har opphav i Norge og opererer med små kvantum og nisjeprodukter. Bedriften leier produksjon hos andre fabrikker, men markedsfører og selger produktene under egen merkevare. Bedriften arbeider både med klippfisk og utvannet fryst, og produserer bare for høykvalitetssegmentet i Portugal. Respondentene var en kvinne og en mann som ble intervjuet samtidig. De er begge en del av ledelsen i bedriften.

Kokken har arbeidet som kokk for ulike restauranter og eier i dag flere restauranter i Portugal. Han har arbeidet mye med norsk klippfisk i samarbeid med Norges sjømatråd og er også kokk for det portugisiske landslaget i fotball. Han har lang erfaring i kokkeyrket og kan mye om hva som er viktig for kvaliteten på fisk i restauranter. Han snakker dårlig engelsk.

Selgeren har eget selskap som arbeider med salg og service for produsenter på Island og i Norge. Han er en mann som har arbeidet i klippfiskindustrien tidligere, og som nå arbeider som bindeledd mellom portugisiske aktører og islandske og norske produsenter. Ofte er han med på gjennomgang av fisken når de portugisiske bedriftene mottar saltfisk fra Norge og Island. Han har 27 års erfaring i det portugisiske markedet for klippfisk.

Markedsføreren har arbeidet med markedsføring av sjømat i en årrekke i et kommunikasjonsbyrå. Byrået har blant annet arbeidet med Sjømatrådet med markedsføring av norsk sjømat. Han er portugisisk og kjenner det portugisiske markedet for klippfisk godt.

Saltfiskprodusent 1 er en stor aktør i norsk fiskerinæring og produserer både saltfisk og klippfisk. Respondenten er en mann i slutten av 30-årene som arbeider som salgssjef. Han arbeider i hovedsak med salg av klippfisk og saltfisk, men også litt ferskfisk. Selskapet selger saltfisk til både Spania og Portugal, men med Portugal som det viktigste markedet.

Saltfiskprodusent 2 har arbeidet med salg av saltfisk og klippfisk i over 20 år. Han er en voksen mann som har god kjennskap til fiskerinæringen og som har arbeidet i ulike firma i bransjen. I dag arbeider han i hovedsak med salg av fersk fisk, men også annen sjømat.

Saltfiskprodusent 3 er et middels stort selskap i norsk fiskerinæring. Deres hovedsatsningsområde er ferskfisk, men de produserer også saltfisk. Respondenten er en voksen mann som har arbeidet i fiskerinæringen i mange år.

Saltfiskprodusent 4 er en ren produsent av saltfisk. Respondenten er en voksen mann som har arbeidet i sjømatnæringen hele yrkeskarrieren. Han har arbeidet i bedriften i to år og arbeider i dag som driftsleder.

Saltfiskprodusent 5 er en middels stor fiskeribedrift. Bedriften er familieeid og produserer både saltfisk og klippfisk. Respondenten er en mann som både er medeier i bedriften og arbeider som daglig leder av bedriften. Bedriften selger saltfisken gjennom et eget eksportselskap som de er medeier i.

Saltfiskprodusent 6 er et middels stort selskap som produserer saltfisk. Bedriften selger til både det spanske og det portugisiske markedet. Respondenten er en mann i slutten av 30-årene som har arbeidet som salgsansvarlig for Spania og Portugal. Han selger både saltfisk og ferskfisk til disse markedene.

Alle produsentene vil i det videre bli omtalt som respondenter fordi de har direkte tilknytning til torskindustrien i Portugal. Det samme gjelder saltfiskprodusentene. Kokken, selgeren og markedsføreren vil bli omtalt som informanter.

3.2.2 Intervjuetype og intervjuguide

For å samle inn data for å belyse temaet i oppgaven ble det valgt intervju som metode. Det ble laget en intervjuguide for aktørene som ble intervjuet i Portugal (vedlegg 1) og en intervjuguide for de som ble intervjuet i Norge (vedlegg 2). Begge intervjuguidene inneholdt tema for intervjuet med mulig underspørsmål og et forslag til rekkefølge.

Intervjuguidene ble laget med bakgrunn i litteratur om blant annet saltfisk, klippfisk, det portugisiske markedet og om kvalitet. I tillegg ble det benyttet egen bakgrunnskunnskap og samtaler med både veiledere og personer i næringen for at guidene skulle være best mulig tilpasset tema.

Det ble i alle intervjuer lagt opp til at intervjuobjektene kunne snakke fritt ut fra tema kvalitet på norsk saltfisk i Portugal. Alle intervjuene ble startet med å fortelle om hva intervjuene skulle brukes til, hva oppgaven skulle handle om og spørre om det var greit at det ble gjort opptak av samtalen til egen bruk. I tillegg ble det avtalt at alle personer ville bli anonymisert i oppgaven slik at man ikke skal kunne koble utsagn eller meninger til enkeltpersoner.

De fleste intervjuene i Portugal ble gjennomført i lokalene til bedriftene. Med unntak av et av intervjuene som ble gjennomført på en kafe, da det ikke var mulig å møtes i deres lokaler. For intervjuet med kokken ble det brukt tolk. Tolken stilte spørsmål og førte samtalen med bakgrunn i spørsmål som var avtalt på forhånd. I dette intervjuet ble det ikke benyttet intervjuguide fordi denne ikke var tilpasset hva man kan forvente at en kokk skal kunne svare på. Det ble i dette intervjuet stilt spørsmål om hvilken type produkter av klippfisk som var å foretrekke, og hvordan dette påvirker kvaliteten.

I to av intervjuene var det to personer fra bedriften til stede samtidig og som sammen svarte på spørsmål. Det var i hovedsak en av personene som svarte, mens den andre kun svarte i de tilfeller der det var noe å tilføye.

3.3 Analysemetode

Det er få klare svar i litteraturen på hvordan man skal analysere intervjudata. I dette arbeidet ble det valgt å transkribere alle intervjuene. Dette fordi det er lettere å få oversikt over tekst enn intervjuopptak. I transkriberingen er det tilstrebet å skrive ned det som blir sagt så ordrett som mulig. Pauser, latter, tenkelyder og lignende er utelatt. I alle intervjuene som er gjennomført på

engelsk er både spørsmål og svar oversatt til norsk i transkriberingen. I hovedsak har det da blitt oversatt så direkte som mulig, men i noen tilfeller har det vært nødvendig å gjøre justeringer for at meningsinnholdet skulle være det samme i tekst som på opptaket.

Transkriberingen er gjort med viten om at det på et hvilket som helst tidspunkt i analysen av datamaterialet vil være mulig å ta opp filene og lytte til det som ble sagt på nytt. Derfor har det flere plasser i transkripsjonen blitt skrevet ned hvilket tidspunkt i lydklippet ting har blitt sagt. I noen få tilfeller er deler av intervjuet utelatt fra transkriberingen, dette er tilfeller hvor samtalen har vært helt eller delvis utenfor tema. I de tilfellene er det notert ned hvilken del av lydopptaket som har blitt utelatt og i stikkordsform skrevet hva det blir snakket om.

Analysen av de transkriberte intervjuene har blitt gjort med bakgrunn i intervjuguiden, hvor svarene fra respondentene og informantene på de ulike temaene er samlet. Der hvor det har kommet frem noe som har vært interessant for oppgaven, men som ikke var en del av intervjuguiden og som dermed ikke nødvendigvis sammenfaller i de ulike intervjuene har dette blitt tatt med som egne punkter. På grunn av at intervjuene ikke har vært helt satt på forhånd er det noen spørsmål fra intervjuguiden som ikke har blitt besvart av alle respondentene. Samtidig er det andre spørsmål som har blitt stilt i et intervju og ikke et annet på grunn av retningen intervjuet har tatt.

4 Resultat og diskusjon

Hensikten med studien er å finne ut hvordan ulike aktører i Norge og Portugal oppfatter kvaliteten på saltfisk fra Norge, og hvordan dagens leverte kvalitet kan tilpasses nye produktkategorier. For å undersøke dette har det vært gjennomført intervjuer om kvalitet på fisk og saltfisk og det portugisiske markedet.

I de neste delene presenteres ulike tema fra intervjuene for å belyse problemstillingen. Det vil bli sett på hvordan de ulike intervjuobjektene har svart i forhold til hverandre, og hvordan respondentene i Norge har svart i forhold til respondentene og informantene i Portugal. I første delen av resultatene presenteres det hvilke kvalitetsoppfatninger som kom frem i intervjuene. I andre delen blir presenteres tema som kom frem om det portugisiske markedet og framtidsutsikter. Diskusjon rundt resultatene vil skje løpende etter hvert som resultatene presenteres.

4.1 Kvalitetsoppfatninger

Både i Norge og i Portugal var fokuset i intervjuene kvalitet på saltfisk og hvilke faktorer som påvirker kvaliteten. I Portugal var fokuset på hvordan kvaliteten på saltfisken er, og hvordan dette påvirker deres videre produksjon, enten de produserer tørket klippfisk eller ferdig utvannet fryst. Under intervjuene i Norge var spørsmålene fokusert på hvordan kvaliteten på saltfisken har vært de siste årene, men mer i retning av hva som påvirker og er årsaken til at kvaliteten er som den er.

4.1.1 Kvalitet på råstoffet

I denne delen presenteres det hva de som ble intervjuet i Norge mente om kvalitet på råstoffet og om ulike kvalitetsfeil som er vanlig på råstoff. I intervjuene i Norge ble det stilt spørsmål om råstoffkvalitet som omhandlet hvordan de mener råstoffkvaliteten har vært de siste årene, hvilke kvalitetsfeil de ser oftest, og hvilke konsekvenser ulike råstofffeil har for deres produksjon. De ulike respondentene har ulik bakgrunn og har derfor ulikt grunnlag for å svare på spørsmålet, men alle virket å ha ganske klare meninger om dette temaet.

Det er ikke et entydig og samstemt svar fra de norske respondentene når de blir spurt om hvordan råstoffkvaliteten har vært de siste årene. Svarene varierer blant annet fra en som mener den har blitt bedre, en som mener den var dårligere i fjor enn tidligere år og en som sier at kvaliteten har vært ganske stabil så lenge han har vært i bransjen. Men alle respondentene er enige om en ting når det kommer til kvaliteten på råstoffet: Det er varierende. De trekker frem ulike ting for å illustrere variasjonen i kvalitet og hva det skyldes. Blant annet blir det nevnt at kvaliteten kan variere fra fangst til fangst eller sted til sted. Det kan skyldes jobben fiskerne gjør, forholdene om bord på den enkelte båten, været, hvilken type redskaper som bli benyttet og andre naturgitte forhold som mye åte i fisken.

En forklaring på hvorfor det er uenighet knyttet til hvorvidt råstoffkvaliteten har blitt bedre eller ikke de siste årene kan være tidsperspektivet de ulike respondentene hadde da de svarte på spørsmålet. Respondenten som mente at kvaliteten har blitt bedre er blant de som har vært lengst i bransjen og på den måten kan han ha et lengre tidsperspektiv. Respondenten som viste til at kvaliteten var dårligere i fjor enn året før har bare arbeidet i kort tid i bedriften, og har trolig derfor et kort tidsperspektiv. En annen forklaring kan være at kvalitet er subjektivt og at de ulike respondentene har ulike kriterier knyttet til kvalitet på råstoffet.

Den ene respondenten forteller at variasjoner mellom de ulike anleggene som kan skyldes den geografiske posisjonen til anleggene i forhold til fiskeforholdene i området. En annen nevner redskapstype som viktig for at et av anleggene deres har en veldig god kvalitet. En av respondentene sier at hvordan kvaliteten på råstoffet har utviklet seg kommer an på hvem du spør. Han viser til at noen sier den har blitt bedre, mens andre sier at det har blitt dårligere. Videre sier han at hvordan konkurransen om råstoffet er i området også har betydning for hvordan kvaliteten er.

Det at konkurransen påvirker råstoffkvaliteten i et område kan forklares ved at tøff konkurranse om råstoffet presser prisen til fiskerne opp. Dette er igjen med på å gjøre det vanskeligere for fiskemottakene å differensiere pris i forhold til kvalitet, da prisen ofte er så presset at de ikke har mulighet til å betale mer for god kvalitet. Dette kan igjen føre til at fiskerne ikke ønsker å legge ned den ekstra innsatsen det kreves for å levere god kvalitet. I de områdene hvor det ligger flere fiskemottak er sannsynligheten større for at det oppstår priskrig, men ofte påvirker en eventuel priskrig et større område enn bare en havn.

En annen av respondentene forteller at kvalitet er vanskelig, men sier at det er tydelig at fiskerne prøver å forbedre kvaliteten. Han sier:

«Alle fiskerne prøver jo, det skjer jo hele tiden litt. Noen bygger nye båter og har litt flere containere og litt bedre skyllekar. Verden går jo fremover, den gjør jo det. Men den går jo bakover også. Altså konkurransen har jo ikke blitt noe mindre, vi har jo overkapasitet i fiskeindustrien».

I flere av intervjuene blir det snakket om hva man kan gjøre annerledes for å oppnå en bedre kvalitet. Her trekker fire frem at fiskekjøperne er for dårlige til å premiere fiskerne for god kvalitet og til å straffe dem når de leverer dårlig kvalitet. De samme fire respondentene sier også at konkurransen mellom de ulike fiskebrukene gjør det vanskelig å gi fiskerne riktig pris basert på kvalitet. En av de som ikke nevner dette sier at de betaler fiskerne to forskjellige priser ut fra kvaliteten på fisken. Videre forteller han at de mistet båter forrige sesong, båter som mente de fikk bedre betalt uten å måtte levere god kvalitet hos andre fiskemottak. Et annet tiltak to av respondentene mener ville gitt bedre kvalitet på råstoffet er fangstbegrensninger. Her snakker de om begrensninger i størrelsen på fangsten hver båt kan fange på hver tur på havet, men også i hvert hal for de redskapene det er aktuelt for. Ved å innføre fangstbegrensninger vil det både gi mulighet for bedre behandling av fisken ombord på båten og det vil føre til mindre press ved mottak på fiskebrukene. Noe som kan gi fiskemottakene bedre tid til å sortere fisken etter kvalitet og på den måten gi mulighet for mer prisdifferensiering med bakgrunn i dette.

Det kan være flere grunner til at fiskekjøperne er for dårlig til å premiere god kvalitet og straffe dårlig kvalitet. Dette kan som nevnt ovenfor skyldes at det er hard konkurranse i området. Men det kan også være andre ting. En av respondentene sier at minsteprissystemet er et av de største hindrene for at man klarer å diskriminere de som leverer dårlig kvalitet. Han argumenterer for at minsteprisen settes for høyt, og mener at denne burde være satt så lavt at det kun virker som et sikkerhetsnett for fiskerne, det absolutt laveste de kan få. Han sier videre at han mener at mange av fiskekjøperne er for lite kritisk til dette systemet. Han får støtte av en annen som mener at minstepriser er så høy at man ikke har mulighet til å betale bedre for god kvalitet.

På spørsmål om hvilke kvalitetsfeil som oppstår hyppigst på det råstoffet de får på land er det litt variasjon i hva de ulike trekker frem. De feilene som to eller flere av respondentene nevner når det kommer til feil på råstoffet er:

- Blodfeil
- Fisk som er dårlig utblødd
- Klem-/slagskader
- Sjødød fisk
- Naturgitte feil, åte og bløt fiskemuskel
- Redskapsmerker

En av respondentene forteller:

«Det er i hovedsak blod, fisk som ikke er utblødd, gjerne garnfisk, nattstått bruk med mye strøm. Fisken som kommer over ripa er allerede død så du får ikke blodet ut av den. Det ser vi ofte».
 En annen forteller *«Det som oftest gjør stor skade på fisken er jo pumpeskader, at fisken er klemmt. Ellers er det jo, hvis det er gammel garnfisk eller hvis det er store hal på snurrevad at den kan bli bløt og alt det der».*

Blodfeil er den feilen som blir trukket frem av flest av respondentene. Dette sammenfaller også med funnene til Joensen m.fl. (2017) som viser at de vanligste skadene er dårlig utblødd fisk og blodsprenget fisk og at den store utfordringen på kvalitet er blod i fiskemuskelen. Dette sammenfaller også med det Akse m.fl. (2013) fant da de undersøkte råstoffkvalitet på torsk, hvor rødfarget muskel og bloduttredelser ble vurdert som kostbare feil av fiskeindustrien.

Det er bare tre av respondentene som svarer direkte på spørsmål om konsekvensene av kvalitetsfeil. Men en av de tre svarer enkelt på spørsmålet: *«Skit inn blir skit ut»*. Noe som beskriver svarene til de andre to respondentene også. Av konsekvenser er det spesielt det at saltfisken blir nedgradert til en dårligere kvalitetsklasse som blir nevnt. Noe som betyr dårligere betalt for fisken. For kvalitetssorteringen sortido forteller en av respondentene at de får 20 % redusert pris. Grunnen til at det bare er tre av respondentene som svarer på dette spørsmålet skyldes at spørsmålet ikke ble stilt i de andre intervjuene.

4.1.2 Kvalitet på saltfisken

Spørsmål om kvalitet på saltfisk ble stilt både i Norge og i Portugal. Det ble blant annet stilt spørsmål om hvordan den har vært, hva som kan gjøres for å forbedre den og hva som har betydning for kvaliteten på saltfisk. I Norge ble det i tillegg spurt spørsmål om hva som er de største utfordringene når det kommer til kvalitet på saltfisk.

På samme måte som for råstoffkvaliteten kom ikke de norske saltfiskprodusentene med like svar om kvaliteten på saltfisken heller. Her dro de ulike respondentene frem ulike ting, og det var gjennomgående lite enighet på spørsmål om kvaliteten på saltfisken. Felles for alle respondentene i Norge og to av respondentene og en av informantene i Portugal var at de poengterte at ferskfiskmarkedet hadde betydning for kvaliteten på saltfisken. Dette fordi den beste fisken blir sendt fersk. En av grunnene til at de norske produsentene velger å selge den fineste og beste fisken i ferskfiskmarkedet er knyttet til prisen de får i dette markedet. Usikkerhet rundt utviklingen i prisen på saltfisk og det faktum at de får inn pengene hurtigere når de selger fisken som fersk, siden saltfisken ofte selges lenge etter at råstoffet er kjøpt, er også viktig når valg om anvendelse tas. Samtidig kan man si at en del av fisken som ikke kan selges som god kvalitets ferskfisk fortsatt kan bli en god kvalitets saltfisk. En av respondentene i Portugal forteller at konsumet av størrelsen *cresido* har gått ned fordi den ikke har vært tilgjengelig, og forklarer dette med at de norske produsentene selger mer til ferskfiskmarkedet, samtidig som det har vært lite fisk av den størrelsen i fangstene. Det er spesielt kvaliteten på fisken mellom 2,5 og 6 kg som går inn i saltfiskproduksjon de mener har blitt dårligere. Dette samsvarer med størrelsene som de forteller at hovedsakelig selges i ferskfiskmarkedet.

At den beste fisken går til ferskfiskmarkedet stemmer også med Joensen m.fl. (2017) som skriver at det er vanlig at førstesorteringen går til de som kjøper blankpakket torsk og skrei, og at resten går som industrifisk. De skriver også at noen aktører i Norge tar ut redusert kvalitet til salting eller henging.

En av respondentene fortalte at kvaliteten på saltfisk generelt har gått ned de siste årene fordi saltfisk har blitt en overskuddsproduksjon for mange bedrifter. Altså at mange bedrifter kun produserer saltfisk når kvaliteten er for dårlig til at de kan bruke den til noe annet. Dette bekreftes også av en annen som sier at det meste av fisken mellom 2,5 og 5-6 kg blir sendt ut som ferskfisk, og at de derfor ikke har den beste kvaliteten på saltfisken i disse størrelsene. Samtidig trekker en produsent frem at det varierer mellom bedriftene i hvor stor grad de fokuserer på ferskfisk, og av den grunn vil kvaliteten på saltfisken variere mellom bedriftene. Tre av de norske produsentene som ble intervjuet forteller at de ønsker å satse på saltfisk, og at de derfor ikke vil godta veldig små marginer i ferskfisk markedet. De sier at de har sterk tro på saltfisken i fremtiden og to av dem nevner at de tror at både de og andre vil produsere mer saltfisk fremover.

Variasjon i kvalitet mellom ulike bedrifter kan trolig forklares ut fra hvilken strategi bedriftene har når det kommer til saltfiskproduksjon og ferskfisk. To av respondentene som er fra samme område forteller at bedriftene i det området i stor grad prioriterer ferskfiskmarkedet og at derfor har dårligere kvalitet på saltfisken i de størrelsene som i hovedsak selges som fersk.

En av respondentene mente at kvaliteten på saltfisken generelt sett har blitt bedre. Dette begrunnet han i at produsenter i hele landet har gjort store investeringer når det kommer til produksjonslinjer for saltfisk. De har kjøpt nye og bedre flekkemaskiner, har vakuumsug og rensing etter flekking og har skyllekar hvor fisken blir skylt godt før den går i salt. I tillegg trekker han frem at noen av produsentene også har begynt med å legge fisk i en lettlake før den flekkes.

Også her kan det tenkes at uenighet til en viss grad kan forklares med tidsperspektivet til de ulike respondentene. De som mener kvaliteten på saltfisken har blitt dårligere sammenligner trolig de siste årene, mens respondenten som mener at kvaliteten har blitt bedre trolig har et lengre tidsperspektiv.

I Portugal er det også en del uenighet om kvaliteten på saltfisk. Mens noen virker som de generelt sett er fornøyd med kvaliteten, er det andre som mener at kvaliteten er for dårlig. To av respondentene forteller at kvaliteten varierer fra bil til bil, slik at en bil kan ha god kvalitet, mens de har kvalitetsproblemer med en annen. En respondent mener klart at kvaliteten generelt sett har blitt bedre, mens en av de andre sier at kvaliteten helt klart har blitt verre. Det er ikke bare respondentene som er uenige om kvaliteten. En av informantene mener at kvaliteten på saltfisken generelt har blitt bedre over år, mens en annen informant mener at kvaliteten har vært stabil, men at det virker som om noen nordmenn sender den dårligste fisken de har til saltfisk.

Uenigheten mellom respondentene i Portugal kan ha sammenheng med hvilken posisjon de har i bedriften de arbeider i. Begge respondentene som mener at kvaliteten varierer fra bil til bil arbeider begge tett på produksjonen i sine bedrifter. Trolig kan uenighetene mellom respondentene i Portugal også til dels forklares ut fra hvilket tidsperspektiv de ulike respondentene hadde da de svarte på spørsmålet. Respondenten som mener kvaliteten generelt sett har blitt bedre arbeider i ledelsen i sin bedrift og er blant de med lengst erfaring. Mens han som mener kvaliteten er blitt dårligere arbeider med produksjon og er blant de som har arbeidet kortes i bransjen.

Uenigheten mellom informantene kan forklares med at de har ulik tilknytning til markedet. Informanten som mener kvaliteten har blitt bedre arbeider tett med saltfisk og er ofte med på gjennomgang av fisk som kommer fra Norge og Island. Informanten som mener at fisken har holdt en stabil kvalitet, men at noen sender den dårligste fisken, arbeider med generisk markedsføring og ikke direkte med saltfisk. Dette kan bety at han mindre kjennskap til den faktiske kvaliteten på saltfisk.

På spørsmål om hvilke kvalitetsfeil de ser mest av er heller ikke respondentene og informantene i Portugal enige. Her spriker svarene fra at det varierer ut fra hvilken produsent de kjøper fisken fra til spesifikke feil på fisken som de ofte ser. De kvalitetsfeilene som to eller flere har nevnt er:

- For dårlig vasking/rensing
- Farge/blod
- Salting (tiden i salt)
- Tykkelse
- Spalting

Det er seks av de som ble intervjuet i Portugal som sier at manglende vasking og rensing av fisken er et problem. Alle seks er enige om at det er svært viktig at fisken blir godt nok vasket før man legger den i salt. Leverflekker og gjeller som henger igjen er eksempler en av respondentene drar frem. En annen sier at problemet er at fisken ikke er godt renset og viser til «*blod og sånn*» som problemet.

Det er vanskelig å si om de ulike respondentene mener det samme når de snakker om vasking av fisken. Spesielt kan det virke som om enkelte av respondentene snakker om blodfeil når de snakker om dårlig vasket fisk. Det er spesielt en av respondentene som arbeider tett på produksjon dette gjelder for. De som arbeider i ledelsen i bedriftene og som har vært lenge i bransjen synes å skille mellom blodfeil og feil som skyldes dårlig vasking og rensing.

To respondenter sier at tykkelsen på fisken er viktig for kvaliteten på saltfisk og at en kvalitetsfeil de ser ofte er at fisken ikke er tykk nok. En av respondentene sier her at det ikke er den sterkeste og tykkeste fisken som går inn i saltfiskproduksjon og at dette er et problem for dem. Den andre er også enige i at det er et problem at fisken ikke er tykk nok. Han sier at kundene ikke vil ha en tynn fisk og det derfor er utfordrende for dem når fisken ikke er så tykk som markedet etterspør. Hva som er grunnen til at fisken ikke er tykk nok er uvisst.

Salteprosessen er også svært viktig for de portugisiske produsentene. At fisken har vært tilstrekkelig dekket av salt og at den har ligget lenge nok blir dratt frem av fire av respondentene på spørsmål om hvilke kvalitetsfeil de ser oftest. Dette er et problem som blir nevnt flere ganger i løpet av intervjuene også i andre sammenhenger.

I tillegg til dette er seks av dem enige om at blod er et problem på saltfisken. Dette går igjen ved at de trekker frem mørke og røde flekker eller farge som problemer. Blodskader er også det som de norske produsentene trekker frem som den typen skader de ser hyppigst på råstoffet de får på land og som går til saltfiskproduksjon. Noe som henger sammen med at flere av de norske produsentene sier at kvaliteten på saltfisken i stor grad påvirkes av hvordan kvaliteten på råstoffet er.

4.2 Det portugisiske markedet – framtidsutsikter

For å kunne si noe om hvorvidt kvaliteten på saltfisken er god nok til å møte nye produktkategorier, var det naturlig å snakke med de ulike aktørene om det portugisiske markedet. Hvordan har utviklingen vært, hva er utfordringene, hva er nytt og hva kan de norske saltfiskprodusentene gjøre for å tilpasse seg dette markedet bedre. Hvordan er framtidsutsiktene i det portugisiske markedet og hva må til for at de norske produsentene klarer å forsvare den posisjonen som Norge gjennom tidene har hatt i det portugisiske markedet.

I det videre vil det først bli gjort rede for det tradisjonelle markedet, så presenteres utviklingstrekk og trender de norske og de portugisiske aktørene forteller om i det portugisiske markedet. I den tredje delen blir meninger om utfordringer og muligheter i markedet presentert, og til slutt hvilke framtidsutsikter intervjuobjektene ser. I den siste delen vil det også bli gjort rede for hva de portugisiske aktørene mener at norske saltfiskprodusenter kan gjøre for å tilpasse seg markedet bedre i framtiden.

4.2.1 Det tradisjonelle markedet

I alle intervjuene i Portugal og i noen av intervjuene i Norge ble det snakket om det portugisiske markedet utover de spørsmålene som var med i intervjuguiden. I mange av intervjuene ble det gitt bakgrunnsinformasjon om det portugisiske markedet før de fortalte noe annet, eller at det kom bakgrunnsinformasjon som forklaring på noe som ble sagt. En av tingene som ofte ble nevnt var at Portugal er et tradisjonelt land, og at torsken er en viktig del av den portugisiske

kulturen. I tillegg er dette et av de tradisjonelle markedene for saltfisk og klippfisk fra Norge. Med bakgrunn i dette presenteres noe av det som kom frem i intervjuene om det tradisjonelle portugisiske markedet og tilknytningen til kulturen i denne delen.

Flere av respondentene snakker om at torsken er en viktig del av den portugisiske kulturen og at man må forstå det for å kunne forstå det portugisiske markedet. En av informantene sier følgende om dette:

«We call Bacalhau the faithful friend. Bacalhau in Portugal is like a cultural thing, not just a business. If you want to do something in Portugal with cod, don't do just business. Because then you will be killed».

Den samme informanten forteller videre at den norske torsken, blant portugisere bedre kjent som Bacalhau da Noruega, har en unik posisjon i det portugisiske kjøkkenet, både som en vanlig råvare og som symbol for den nasjonale identiteten deres.

En av respondentene forteller at portugiserne er svært opptatt av at ting skal være autentisk. Derfor ønsker de en fisk med skinn fordi dette oppleves som en ekte fisk. Han forklarer videre at de selger det de kaller den portugisiske loinen, dette er et fiskestykke hvor beinene er med (Figur 4), noe som igjen er med på å gjøre fisken mer autentisk. En annen av respondentene er opptatt av at man ikke må endre for mye på



Figur 4. Klippfisk kuttet i biter. Stykkene i midten er de som kalles «den portugisiske loinen». (Foto: Terra do Bacalhau)

en gang, fordi dette er et veldig tradisjonelt produkt. Han snakker her om at det alltid vil være et marked for klippfisk i Portugal, og at vi må bevare tradisjonen.

4.2.2 Utviklingstrekk og trender

En viktig utvikling i det portugisiske markedet for saltfisk og klippfisk har de siste årene vært overgangen fra tørket klippfisk som hovedprodukt til den ferdig utvannede fryste klippfisken. Dette er en endring som 14 av 15 av intervjuobjektene, både i Portugal og Norge, har vært inne på i løpet av intervjuene og de er enige om at det er en viktig endring i det portugisiske markedet.

Det er en av de norske respondentene som ikke nevner overgangen fra tradisjonelt tørket klippfisk til den fryste utvannede klippfisken. En forklaring på hvorfor dette ikke blir nevnt kan

være at denne respondenten representerer en saltfiskprodusent som ikke selv selger saltfisken de produserer. Det ble spurt spørsmål om fryst utvannet klippfisk i intervjuet, men spørsmålet ble misforstått som fryst råstoff til saltfiskproduksjon.

De ulike respondentene og informantene forteller ulike ting om produktkategorien fryst utvannet klippfisk. I Portugal forteller fire av respondentene og to av informantene direkte at den fryste utvannede klippfisken øker og at markedet for denne typen produkter vokser. I tillegg fortalte en av de andre respondentene at hans bedrift fokuserer på produkter av fryst utvannet klippfisk. Kokken som ble intervjuet bekrefter også at dette er et interessant produkt da han fortalte at han kun bruker klippfisk som er ferdig utvannet i sin restaurant.

De fleste av de som ble intervjuet har sagt noe om hvorfor segmentet fryst utvannet klippfisk har vokst i Portugal. Svarene varierer fordi det i noen intervjuer ikke ble stilt spørsmål om dette temaet i det hele tatt. I flere tilfeller ble dette bare nevnt i forbindelse med andre spørsmål. Det ble heller ikke stilt oppfølgingsspørsmål knyttet til hvorfor kategorien fryst utvannet klippfisk har vokst. Likevel kan man si at forklaringene på hvorfor fryst utvannet klippfisk har blitt så populært i Portugal varierer etter hvem man spør, men det er noen ting flere av respondentene og informantene trekker frem. De grunnene som blir nevnt av tre eller flere av de som ble intervjuet, både i Portugal og i Norge, er:

- Bekvemmelighet og tid
- Lite eller manglende kunnskap om utvanning
- Lovgivning/regulering
- Turisme

Det var sju respondenter og en informant som sa at forbrukerne ønsker mer **bekvemmelige** produkter, produkter som er klar til tilberedning og som sparer dem for **tid**. Manglende **kunnskap om utvanning** blant forbrukerne ble nevnt av seks av respondentene. I tillegg antydte en av respondentene i Norge at dette var tilfelle, uten at han sa det direkte. Det var flere som hevdet at yngre forbrukere ikke har tilstrekkelig **kunnskap** om hvordan de skal vanne ut klippfisk, og at de av den grunn heller ønsker å kjøpe en fryst utvannet loin. Noen mente også at plassmangel og ønsket om å slippe og planlegge langt frem i **tid** talte for ferdig utvannet klippfisk.

Fire av respondentene, to i Norge og to i Portugal, og en av informantene forteller at **lovgivningen** knyttet til utvanning av klippfisk har vært med å hjelpe veksten i markedet for utvannet fryst. De viser til at det har kommet som et resultat av en ny **regulering** som ble innført

av det portugisiske mattilsynet for noen år siden. **Reguleringen** sier at restaurantene må ha kontroll på utvanningen og fryse fisk som er vannet ut hvis den ikke skal benyttes samme dag. Ved frysing må man benytte industrielle innfrysingsmetoder som tilsier store investeringer for restaurantene som ønsker å vanne ut fisken sin selv. For å ha kontroll på utvanningen må de sikre at utvanningen skjer ved riktig temperatur og at de har kontroll på mengden salt i vannet til enhver tid.

Kokken har en annen forklaring på hvorfor hans restaurant benytter seg av fryst utvannet klippfisk i stede for hel klippfisk. Han sier at utvanning tar plass og at kvadratmeterprisen for å leie lokaler til restauranten er høy. Derfor mener han det er bedre å bruke fryste utvannede produkter som både sparer tid og plass. Han sier videre at han foretrekker å kjøpe ferdig utvannede loiner av klippfisk til bruk i restauranten. Og at han ikke ønsker å bruke klippfisk fordi de han i så fall måtte hatt flere «billigere» retter på menyen for å få brukt de andre delene av fisken, som vingene og halepartiet.

Alle industribedriftene som ble intervjuet i Portugal fortalte at fryst utvannet klippfisk står for en betydelig andel av deres omsetning og at det er dette de ønsker å satse på fremover. Mange av bedriftene i den portugisiske industrien har investert mye penger i nye fabrikker for å møte den økende etterspørselen etter fryst utvannet. En av respondentene i Norge fortalte i denne sammenhengen om at tilskudd fra EU for å bygge fabrikker i Portugal har vært svært høyt de siste årene og at dette er en av grunnene til at flere av bedriftene har hatt mulighet til å gjøre så store investeringer. Dette samsvarer med det Bjørndal og Ellingsen (2015) skriver om investeringsstøtte som gis for foredling og markedsføring av fiskeprodukter.

Blant de norske respondentene er det enighet om at utviklingen i det portugisiske markedet handler om at de store blir større og at det satses i større og større grad på fryst utvannet klippfisk. Fire av respondentene forteller at det har blitt flere som satser på ferdig utvannet fryst. Flere forteller at det har blitt færre og færre tørkerier i Portugal og at de minste aktørene som tidligere produserte klippfisk enten har gått konkurs eller har blitt kjøpt opp. Når det kommer til konsumet er det enighet om at konsumet holdes høyt av lave priser i supermarkedene og at den nye trenden med fryst utvannet sannsynligvis vil fortsette å vokse.

En annen utvikling som flere av intervjuobjektene i Norge og Portugal har snakket om er økningen i **turisme**. Spesielt er det tre som har nevnt at **turismen** er med på å øke konsumet av klippfisk. Portugal har ifølge dem hatt en voldsom økning i **turismen** til hele landet de siste

årene. En av respondentene i Portugal snakket om en økning på så mye som 30 % årlig. En annen respondent i Norge snakket om en årlig økning på 10-15 % de tre siste årene. Alle tre forteller at **turistene** ofte prøver Bacalhau minst en gang i løpet av et opphold i Portugal og at de står for en betydelig andel av konsumet av klippfisk i restaurantene. En av respondentene forteller også at salget av klippfisk hos en av de store distributørene til HoReCa i Portugal har økt med mellom 30-40 prosent de siste årene.

Kokken nevnte også turistene da han fortalte om en restaurant i Lisboa som serverer to ulike råstoff i Bacalhaurettene sine. Den ene typen er tilpasset de lokale og inneholder mer salt. Den andre serveres til turister og er mindre salt.

I tillegg til at turistene blir nevnt som en viktig konsument av klippfisk i restaurantene forteller to av respondentene, en i Norge og en i Portugal, at emigrantene som kommer tilbake til Portugal på ferie også er viktige forbrukere av klippfisken. En av dem forteller:

«... så har vi i august når emigrantene kommer tilbake, det er veldig mange portugisere som bor utenfor Portugal som kommer tilbake hit på sommerferie. Og de skal gjerne ha ordentlig – de skal ha stor fisk – som de skal ha med seg tilbake dit de bor og så videre».

4.2.3 utfordringer og muligheter i markedet

Det er spesielt en problemstilling som bli nevnt når det kommer til utfordringer i det portugisiske markedet, og det er prisene på klippfisk i supermarkedkjedene. Totalt fortalte 12 av de som ble intervjuet, åtte i Portugal og fire i Norge, at prisene i supermarkedene er en utfordring. En av de portugisiske respondentene fortalte:

«But we know the prices of the raw material, we know the producers, we know all the market and the..., every people who knows the prices of cod, know that they are downsizing the prices».

Seks av aktørene fra den portugisiske industrien fortalte at underprising i supermarkedene var et stort problem for dem. Tre av dem fortalte at dette var det største problemet for den portugisiske industrien og en sa at dette er et kjempestort problem.

I følge to av respondentene i Portugal er det ikke lovlig i Portugal å selge varer billigere enn det man har betalt for dem. En annen av respondentene forteller om hvordan supermarkedene ordner regningene for at de skal kunne selge under kostpris. Selv om det ikke er lovlig forteller

alle respondentene og to av informantene i Portugal og fire av de norske respondentene at supermarkedene selger klippfisk billigere enn det de kjøper fisken for. I noen tilfeller kan man også se at klippfisk blir solgt i supermarkedene til en pris som er lavere enn den industrien i Portugal betaler for saltfisk fra både Norge og Island. De lave prisene i supermarkedene representerer derfor en stor konkurranse for den portugisiske industrien og gjør det vanskelig å oppnå noen fortjeneste på tørket klippfisk i dette markedet.

De lave prisene i supermarkedene er trolig en av forklaringene på hvorfor den portugisiske industrien i stor grad satser på fryst utvannet produksjon av klippfisk. Dette er et produkt hvor de fortsatt har fortjeneste, mens den tradisjonelle klippfisken er vanskelig å tjene penger på.

En av informantene forteller at klippfisk er den største trafikkgeneratoren for supermarkedene i Portugal. Han sier videre at mange av de store kjedene har prøvd andre produkter for å få folk inn i butikkene, men at det ikke er noen varer som kan måle seg med klippfisken. Han mener videre at det er en stor utfordring for bedriftene som produserer klippfisk fordi konkurransen blir større og prisene blir lavere. Samtidig viser han til at dette kan ses på som en mulighet fordi det fører til at volumet holdes oppe.

I Norge er det fire av respondentene som uttrykker bekymring for denne utfordringen i det portugisiske markedet. En sier at høy konkurranse på pris i supermarkedene fører til dårligere kvalitet på den fisken som selges billig fordi produsentene går ned på kvalitet når de får en lavere pris for produktene sine. En annen mener at de ikke merker spesielt mye til dette, men sier samtidig at supermarkedene er tøffe forhandlere og at han derfor regner med at det legger press på leverandørene. En av grunnene til at en av respondentene ikke merker priskrigen i supermarkedene kan være at han representerer en saltfiskprodusent som selger saltfisken sin gjennom et eget eksportselskap og dermed har mindre kontakt med markedet enn flere av de andre.

En annen utfordring som blir trukket frem av de norske respondentene er å kunne tilpasse seg overgangen fra at saltfisken går til tørking til at den i hovedsak går til produksjon av fryst utvannet. Fem av respondentene trekker frem at dette betyr at man i større grad blir avslørt hvis fisken har feil, feil som tidligere ikke ville blitt oppdaget før den nådde slutt forbrukeren. I tillegg drar tre frem at industrien i Portugal trenger en større forutsigbarhet når de skal produsere fryste utvannede produkter enn når de tørket fisken. De trenger både forutsigbarhet når det kommer til kvantum, fordi de må forsvare investeringene som er gjort i nye fabrikker, og

forutsigbar kvalitet, fordi de ønsker et homogent produkt og en standardisert produksjon. Fem av respondentene mener også at overgangen til fryst utvannet vil gjøre at de etterspør en bedre kvalitet på saltfisken fra Norge, og noen av dem sier også at de på sikt kanskje vil betale mer til leverandører som kan levere god kvalitet. En sier at man for å få en merverdi i markedet må levere god kvalitet over tid og at de norske produsentene er for utålmodig og forventer at de skal få en bedre pris med en gang for at de skal gjøre en ekstra innsats.

Det er i hovedsak disse to utfordringene som blir nevnt blant både respondenter og informanter, både i Portugal og Norge. En av de norske respondentene som har vært i bransjen i over 20 år fortalte følgende om utviklingen og utfordringene med saltfisk:

«Det blir færre saltfiskprodusenter og det blir færre saltfiskkjøpere og det har blitt mye større fabrikker, mye mer profesjonaliserte fabrikker i Portugal og sånn. Utviklingen putrer og går, men utfordringene er de samme. Sesongsvingninger, kvalitet, forutsigbarhet, hvis du sier at du har 8 % salt og palle, så skal det være 8 % salt og palle. Og sesongen er minst like hektisk og kort som før, og så videre».

4.2.4 Framtidsutsikter

At saltfisk vil være en viktig råvare for den portugisiske industrien i fremtiden er det stor enighet om blant både respondenter og informanter. Med fremveksten av industrien som produserer fryst utvannet klippfisk har saltfisken fått enda en anvendelse i det portugisiske markedet, og flere av respondentene i Portugal fortalte at de ville trenge mer saltfisk i årene som kommer. En av respondentene fortalte at de utvider lagerkapasiteten for saltfisk slik at de kan ta kjøpe enda mer i årene fremover. En annen forteller at det allerede er et stort marked for dette produktet og at han tror det alltid vil være det.

En av informantene mener at fremtiden for saltfisken henger tett sammen med konsumet av klippfisk, og at dette igjen påvirkes av flere faktorer. Han mener at markedsføringsstrategien for klippfisk i fremtiden vil ha stor betydning for hvordan klippfiskkonsumet vil utvikle seg. Samtidig nevner han at kvaliteten på produktene også er viktig for å holde konsumet på et høyt nivå. Her nevner han spesielt kvaliteten på produkter av fryst utvannet klippfisk og viser til det som har skjedd i det spanske markedet hvor det har vært en dreining over mot lettsaltede produkter.

Alle produsentene i Portugal vil satse videre på ferdig utvannet fryst klippfisk og trenger råstoff til denne produksjonen. Flere av dem satser på eksport av disse produktene i tillegg til salget i Portugal. Her forteller en av respondentene at de på sikt tror at turister som smaker Bacalhau når de er på ferie i Portugal vil komme til å etterspørre produktet også i deres eget hjemland. Derfor arbeider de med eksport av ferdig utvannet fryst til andre markeder enn det portugisiske. En annen respondent forteller at de allerede har etablert fabrikker i andre land, blant annet Brasil, for å produsere produkter av klippfisk for å utvide etterspørselen.

Flere av produsentene i Portugal har også valgt å satse på å bygge opp flere ulike merkevarer som de selger produktene sine under. Dette gjør det mulig å differensiere produktene ut fra kvalitet og pris slik at de kan nå til ulike segmenter. En av produsentene forteller at de arbeider inn mot kundene sine med å få frem at de ikke selger Bacalhau de selger merkevarenavnet sitt. På den måten ønsker de å skille seg ut fra andre produsenter og sørge for at konsumentene gjør gjenkjøp av akkurat deres produkter.

De norske saltfiskprodusentene svarer alle at de ønsker å satse mer på saltfisk i kommende sesong, men at dette selvfølgelig vil være avhengig av hvilken pris de må betale til fiskerne og hvilken pris deres kunder er villig til å betale for saltfisken. De har stor tro på saltfisken i fremtiden, men flere forteller om stor konkurranse mellom de ulike anvendelsene, noe som gjør at kvantumet som går til saltfisk kan bli mindre i fremtiden.

På spørsmål om hva de norske produsentene kan gjøre for å tilpasse seg bedre til det portugisiske markedet var det flere ulike svar hos de som ble intervjuet i Portugal. Fire av respondentene svarte at de ønsket en bedre vasket fisk og at salteprosessen blir gjort bedre. En av dem sier at han ønsker at de norske produsentene skal velge den tykkeste og sterkeste fisken til saltfiskproduksjon for å tilpasse seg markedet bedre i fremtiden. To av respondentene legger også vekt på at fisken kan bli bedre flekket.

En av informantene mener at de norske produsentene vil tilpasse seg markedet etter hvert fordi dette er et så viktig marked. Han mener at hovedfokuset bør være på å levere en jevn kvalitet. En annen informant mener at nordmennene bør slutte å se seg selv som rene råvareprodusenter og heller prøve å utvikle nye produkter. En av respondentene mener også at de norske produsentene bør involvere seg mer helt frem til konsumenten. Han sier at man enten bør følge mer med på hva som skjer med produktet i markedet, eller så kan man i samarbeid med portugisisk industri prøve å lage noe eget.

5 Metodisk diskusjon og veien videre

I denne delen presenteres vurderinger rundt valg av metode, utvalg, gjennomføring av undersøkelsen og oppgavens metodiske kvalitet. I tillegg vil oppgavens begrensning og forslag til videre arbeid presenteres.

5.1 Valg av metode

Metodevalget ble tatt med bakgrunn i temaet og målet for oppgaven. Det ble valgt kvalitativ metode og intervjuer fordi dette gir mulighet for å undersøke et tema i dybden og på den måte få en dypere og bedre forståelse av det man undersøker. Metoden ble også valgt fordi det var gjort lite på akkurat dette feltet tidligere og på den måten var det vanskelig å få tilstrekkelig kunnskap til å gjøre en kvantitativ studie. I tillegg ville en kvantitativ undersøkelse kreve et større utvalg noe som kunne blitt en utfordring, spesielt i Portugal.

I ettertid ville det å supplere intervjuene med en spørreundersøkelse som de samme respondentene svarte på vært hensiktsmessig, fordi dette ville gitt mulighet for et mer utfyllende datamateriale. Ved bruk av en supplerende spørreundersøkelse kunne man spurt spørsmål om hvor viktig ulike feil ut fra en skala og på den måten kunne man sett om noen feil er viktigere en andre. Med en slik supplerer kunne man også undersøkt om noen kvalitetsfeil på råstoff eller saltfisk er viktig selv om de av ulike årsaker ikke blir nevnt i intervjuene. En ekstra spørreundersøkelse ville gjort arbeidet større, og med tanke på disponibel tid og størrelsen på oppgaven kunne dette blitt for omfattende.

Når man gjennomfører en studie basert på semistrukturerte intervjuer er det alltid en fare for at ikke alle spørsmålene blir stilt i alle intervjuene. Det kan være spørsmål fra intervjuguiden som av ulike årsaker blir utelatt i enkelte intervjuer. Det kan også være at intervjuobjektene ikke svarer på det de blir spurt om. I noen tilfeller dukker det også opp spørsmål og tema underveis i intervjuene som viser seg å være mer interessant enn man visste på forhånd.

For å sikre at alle spørsmål blir stilt til alle intervjuobjektene kan man benytte gjentatte intervjuer. Dette innebærer at man gjennomfører flere intervjuer med de samme respondentene. Ved å gjøre det kunne man spurt spørsmål som ikke ble spurt i første intervju. I tillegg kunne oppklarende og supplerende spørsmål gitt et bedre og mer detaljert datasett. Intervjuer krever både tid i forkant, under og i etterarbeidet, og på grunn av tilgjengelig tid og ressurser var det

ikke mulig å gjennomføre gjentatte intervjuer i denne omgang. Trolig ville det være en bedre prioritering å utvide antallet respondenter enn å benytte gjentatte intervjuer.

5.2 Utvalg

Utvalget er i hovedsak gjort ut fra et ønske om å oppnå en mest mulig representativ samling av respondenter og informanter. I tillegg ble det lagt vekt på tilgjengelighet når respondentene og informantene ble valgt. Med bakgrunn i tid, kostnad og tilgjengelighet ble utvalget begrenset til ni respondenter og informanter i Portugal og seks respondenter i Norge.

I Portugal representerte respondentene fem ulike bedrifter. Bedriftene varierer i størrelse og lokalisering. To av de største bedriftene i den portugisiske fiskeindustrien er representert, en er lokalisert nord i Portugal og en er lokalisert midt i Portugal. En av bedriftene er en liten nisjeprodusent som er lokalisert midt i Portugal, mens de to siste er midels store produsenter. Ved å velge bedrifter av ulike størrelse og med ulik geografisk spredning i Portugal ble det forsøkt å få et så representativt bilde av det portugisiske markedet og kvalitet på torsk som mulig. I tillegg til at respondentene kom fra ulike bedrifter hadde de også ulike ansvarsområder i bedriftene. På denne måten får man et innblikk i om personer som representerer ulike deler av bedriftene er enig eller uenig i de ulike utsagnene.

Informantene som ble intervjuet i Portugal representerer tre ulike tilknytninger til det portugisiske markedet for saltfisk og klippfisk. Disse ble valgt for å få flere innfallsvinkler for bedre å forstå det portugisiske markedet og kvalitet på saltfisk.

I Norge er utvalget av bedrifter mindre, men representerer likevel både store og små aktører og alt fra rene produsenter til eksportører, og de som både produserer og eksporterer. Utvalget består også av bedrifter som representerer store deler av Nord-Norge. På denne måten kan man si at utvalget er representativt for nordnorske saltfiskprodusenter. Ut fra avgrensningen i oppgaven er de norske klippfiskprodusentene ikke tatt med i oppgaven, og de som i hovedsak produserer saltfisk til denne industrien er av samme grunn ikke inkludert. Ved å inkludere klippfiskprodusentene og saltfiskprodusentene utenfor Nord-Norge ville man fått et mer representativt utvalg for hele den norske fiskeindustrien.

5.3 Metodisk kvalitet

Når man gjør kvalitative studier er målet å oppnå en dyp og inngående kunnskap om et tema heller enn å kunne generalisere med bakgrunn i de funnene man gjør. Likevel kan man si at man ved stor enighet og et representativt utvalg kan anta at noen funn er gyldige for flere personer og situasjoner enn de man har undersøkt.

For å sikre kvaliteten til studien er gjennomføringen beskrevet på en slik måte at det skal være mulig for andre å gjenta undersøkelsene. Intervjuguiden er utarbeidet med tanke på at spørsmålene ikke skal være ledende, og i intervjuene har intervjuobjektene fått snakke fritt ut fra temaet. I transkriberingen har det så langt det lot seg gjøre blitt brukt en direkte oversetting fra engelsk til norsk og fra tale til ord. I noen tilfeller har setninger blitt omformulert for at meningsinnholdet skulle bli riktig. I analysen har svarene fra de ulike respondentene og informantene blitt samlet under hvert av spørsmålene slik at man på best mulig måte fikk oversikt over hvor mange og hvem som mente hva. I skriveprosessen er det forsøkt å få en så riktig som mulig fremstilling av de ulike oppfatningene og meningene, her har det i flere tilfeller blitt lyttet til og lest gjennom intervjuene flere ganger for å sikre at meningsinnholdet ikke blir endret.

Det er liten grunn til å tro at noen av intervjuobjektene har holdt tilbake informasjon eller med vilje gitt en uriktig fremstilling av temaet for studien. Siden studien ikke ser på bedriftsspesifikke ting, men heller undersøker generelle oppfatninger og fordi alle respondentene og informantene, samt bedriftene de representerer, er anonymisert er det all grunn til å tro at de opplysningene som har kommet frem i intervjuene stemmer med deres oppfatning av virkeligheten.

En svakhet ved undersøkelsen er at intervjuene med portugiserne med fordel kunne vært gjennomført på portugisisk, men intervjuers manglende ferdigheter i språket gjorde dette vanskelig. I noen tilfeller kunne det virke som om intervjuobjektene hadde problemer med å forklare det de ønsket å si på engelsk fordi de ikke fant de riktige ordene. Dette gjaldt spesielt de yngre respondentene som arbeidet med produksjon.

For å styrke oppgaven ville det vært interessant å inkludere fiskerne i undersøkelsen. Dette ville gitt undersøkelsen et bredere verdikjedeperspektiv som ville gitt et mer helhetlig bilde på hvordan de ulike leddene tenker om det samme temaet.

5.4 Forslag til videre forskning

Det er spesielt to tema som viste seg å være mer interessant en man var klar over på forhånd; turisme og fryst utvannet klippfisk. Innenfor temaet om turisme ville det være spesielt interessant å se på hvilken betydning turismen har for konsumet av klippfisk i Portugal. For den fryste utvannede klippfisken ville det vært interessant å undersøke hva konsumentene mener om kvaliteten på disse produktene, og hva som må til for at de skal gjøre gjenkjøp av produkter av fryst utvannet klippfisk. Det ville også vært interessant å se på hvilke faktorer som påvirker salget av fryst utvannet klippfisk, for å se om reguleringer er viktig for denne utviklingen. Det ville også vært interessant å sett på om unge forbrukere, kokker og supermarkedskjedene har samme forhold til klippfisken som den portugisiske industrien.

I tillegg til turisme og fryst utvannet klippfisk ville det vært interessant å inkludere den norske klippfisknæringen i en lignende undersøkelse for å se om det er de samme faktorene som påvirker kvaliteten på klippfisk, og om de har samme utfordringer på saltfisk som den portugisiske industrien oppgir at de har.

6 Konklusjon

Studien har vist at noen av de viktigste faktorene for kvaliteten på norsk saltfisk ut fra portugisisk ståsted kan sies å være; vasking, blod/farge, salting, tykkelse og spalting. For de norske respondentene er det i hovedsak råstoffet som blir nevnt som viktig for kvaliteten på saltfisken. Det er liten enighet om hvorvidt kvaliteten har blitt bedre eller verre de siste årene både når det gjelder saltfisk og råstoff, noe som trolig kan forklares av tidsperspektivet de ulike respondentene og informantene har hatt når de har svart på dette.

Utviklingen i det portugisiske markedet går som i andre markeder mot mer bekvemmelige produkter, og for torsken betyr det mer fryst utvannet klippfisk. For denne produktkategorien er det stor enighet både i Norge og Portugal om at det kreves en bedre kvalitet på råstoffet enn når fisken skal tørkes. Trolig må kvaliteten på saltfisken forbedres for å møte nye krav fra nye produktkategorier.

For å oppnå en bedre kvalitet på saltfisken er det viktig for de norske produsentene å prioritere produksjon av saltfisk fremfor å sende den beste fisken som ferskfisk. Men for de norske produsentene vil dette i stor grad avhenge av økonomi. I Portugal var det stor enighet om at de trenger en bedre vasket/renset fisk i fremtiden og at man må passe på at salteprosessen blir gjort på en god måte for å sikre god kvalitet. Ved å levere stabilt god kvalitet over tid er det trolig en mulighet for å oppnå en bedre pris for saltfisken i det portugisiske markedet.

Referanser

- Akse, L. & Joensen, S. (2004). *Fangstskader på ferskt råstoff (torsk) levert fra kystflåten - Fangstskadeindeks til bruk i mottakskontroll og kvalitetssortering* (Rapport 10/04). Tromsø: Fiskeriforskning.
- Akse, L., Joensen, S., Olsen, J.-V., Carlehög, M. & Skjerdal, T. (2000). *Utvanning av klippfisk - Sammenligning av utvanningsmetoder* (Rapport 16/00). Tromsø: Fiskeriforskning.
- Akse, L., Joensen, S., Tobiassen, T. & Olsen, S. H. (2013). *Råstoffkvalitet torsk - gruppert i kvalitetsklaser basert på fangstskader* (Rapport 36/13). Tromsø: Nofima.
- Almeida, C., Karadzic, V. & Vaz, S. (2015). The seafood market in Portugal: Driving forces and consequences. *Marine Policy*, 61, 87-94. 10.1016/j.marpol.2015.07.012
- Bjørndal, T., Brasão, A., Ramos, J. & Tusvik, A. (2015). *The Portuguese fish processing industry from the 1960s to the present* (Rapport 13/15). SNF.
- Bjørndal, T., Brasão, A., Ramos, J. & Tusvik, A. (2016). *Fish Processing in Portugal: An Industry in Expansion* (Rapport 04/16). SNF.
- Bjørndal, T. & Ellingsen, C. A. (2015). *Ramevilkår for klippfisknæringa* (Rapport 04/15). Høgskolen i Ålesund.
- Bjørndal, T., Lappo, A. & Ramos, J. (2015). An economic analysis of the Portuguese fisheries sector 1960–2011. *Marine Policy*, 51, 21-30. 10.1016/j.marpol.2014.06.004
- Brunner, T. A., van der Horst, K. & Siegrist, M. (2010). Convenience food products. Drivers for consumption. *Appetite*, 55(3), 498-506. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2010.08.017>
- Cardoso, C., Lourenço, H., Costa, S., Gonçalves, S. & Nunes, M. L. (2013). Survey into the seafood consumption preferences and patterns in the portuguese population. Gender and regional variability. *Appetite*, 64, 20-31. 10.1016/j.appet.2012.12.022
- Christensen, P. (2009). *Den norsk-arktiske torsken og verden. Torskefiskets historie: ABM-utvikling ; Kystverket ; Riksantikvaren ; Fiskeridirektoratet.*

Doyle, C. (2011). trend. I *A Dictionary of Marketing*. Oxford University Press. Hentet 08.03.2018 fra

<http://www.oxfordreference.com/view/10.1093/acref/9780199590230.001.0001/acref-9780199590230-e-1779>

Dreyer, B., Bendiksen, B. I., Henriksen, E., Hermansen, Ø., Holm, P., Iversen, A., . . . Sør Dahl, P. B. (2016). *Økt lønnsomhet i torskesektoren* (Rapport 50/16). Tromsø: Nofima.

Ferreira, M. A. M., Coelho, M. P., Lopes, R. J. & Filipe, J. A. (2011). Cod and Tradition. Cultural Effects of Cod Fisheries in Portugal. *Roczniki Socjologii Morskiej. Annals of Marine Sociology*, (XX/11), 27-39.

Forskrift om kvalitet på fisk og fiskevarer. (2013). Hentet fra

<https://lovdata.no/dokument/SF/forskrift/2013-06-28-844/>

Gundersen, D. & Halbo, L. (2018, 20. februar). Kvalitet. I *Store norske leksikon*. Hentet 27.02.2018 fra <https://snl.no/kvalitet>

Heide, M. & Henriksen, E. (2013). *Variabel kvalitet i verdikjeden : hvordan påvirker kvalitet lønnsomhet?* (Rapport 3/13). Tromsø: Nofima.

Hellevik, A. H. G., Tone B., Bjørkevoll, I. & Ystgaard, P. (2008). *Kartlegging av muligheter for økt automatisering i norsk saltfisk- og klippfiskindustri* (Rapport Å0809). Ålesund: Møreforskning.

Holland, M. A. & McCool, A. C. (1994). Cross-Cultural Cuisine: Long-Term Trend or Short-Lived Fad. *Hospitality Review*, 12(1), 17-30. Hentet fra

<http://digitalcommons.fiu.edu/hospitalityreview/vol12/iss1/3>

Iversen, A. (Red.). (2016). *Fisken og folket*. Stamsund: Orkana, Nofima.

Jacobsen, D. I. (2015). *Hvordan gjennomføre undersøkelser? Innføring i samfunnsvitenskapelig metode* (3. utg. utg.). Oslo: Cappelen Damm akademisk.

Joensen, S., Akse, L., Bjørkevoll, I. & Mathisen, I. (2004). *Kvalitetsforbedring av råstoff til saltfiskproduksjon - Fangstskader på råstoffet og konsekvenser for kvaliteten på saltfisken* (Rapport 16/04). Tromsø: Fiskeriforskning.

Joensen, S., Akse, L., Gundersen, B., Tobiassen, T., Wang, P. A. & Breiland, M. S. W. (2011). *Misfarging av saltfisk og klippfisk (torsk) når råstoffet blir lagret med eller uten hode* (Rapport 29/11). Tromsø: Nofima.

Joensen, S., Carlehög, M., Lauritzsen, K., Dahl, R. E., Guro, Sivertsen, A. H., Akse, L. & Bjørkevoll, I. (2005). *Sensorisk kvalitet på modnet saltfisk og klippfisk: effekter av råstoff, saltemetoder og lagringstid* (Rapport 11/05). Tromsø: Fiskeriforskning.

Joensen, S., Nøstvold, B. H., Tobiassen, T., Bendiksen, B. I. & Nilsen, H. (2017). *Råstoffkvalitet på torsk fra kystfartøy. Evaluering av effekten av kvalitetstilsynet i regi av Norges Råfisklag* (Rapport 31/17). Tromsø: Nofima.

Kardes, F. R., Cronley, M. L. & Cline, T. W. (2010). *Consumer behavior* (1st ed. utg.). USA: Cengage Learning.

Lynnum, L. (2005). *Videreforedling av fisk*. Trondheim: Tapir akademisk forl.

Lynnum, L. & Rustad, T. (1997). *Fisk som råstoff : holdbarhet og kvalitetssikring* (2. utg. utg.). Trondheim: Tapir.

Mattilsynet. (2018). Virksomheter som håndterer fiskerivarer - Fishery establishments. Hentet 16.04.2018 fra

https://www.mattilsynet.no/om_mattilsynet/godkjente_produkter_og_virksomheter/

Mittelstaedt, J. D., Shultz, C. J., Kilbourne, W. E., Peterson, M., McDonagh, P. & Prothero, A. (2014). Sustainability as Megatrend. *Journal of Macromarketing*, 34(3), 253-264.

10.1177/0276146713520551

Norges sjømatråd. (2018a). Eksportørregister. Hentet 24.04.2018 fra

<http://seafood.no/eksportorer/eksportorregister/>

Norges sjømatråd. (2018b). Pressemelding: Nok et rekordår for hvitfisk. Hentet 17.04.2018 fra <http://www.mynewsdesk.com/no/seafood/pressreleases/nok-et-rekordaar-for-hvitfisk-2361511>

Norges sjømatråd. (2018c). Pressemelding: Sjømateksport for rekordhøye 94,5 milliarder i 2017. Hentet 17.04.2018 fra <http://www.mynewsdesk.com/no/seafood/pressreleases/sjoemateksport-for-rekordhoeye-945-milliarder-i-2017-2361514>

Nøstvold, B. H. & Østli, J. (2009). Bacalhau in Portugal: The Importance of Information at Point-of-Sale. *Journal of Aquatic Food Product Technology*, 18(1-2), 135-145. 10.1080/10498850802583860

Olafsdóttir, G., Martinsdóttir, E., Oehlenschläger, J., Dalgaard, P., Jensen, B., Undeland, I., . . . Nilsen, H. (1997). Methods to evaluate fish freshness in research and industry. *Trends in Food Science & Technology*, 8(8), 258-265. [https://doi.org/10.1016/S0924-2244\(97\)01049-2](https://doi.org/10.1016/S0924-2244(97)01049-2)

Oliveira, H. (2013). *Studies on salt-curing and desalting processes of salted cod (Gadus morhua)* (ProQuest Number:10596381). ProQuest Dissertations Publishing.

Oliveira, H., Gonçalves, A., Nunes, M. L., Vaz - Pires, P. & Costa, R. (2015). Quality changes during cod (*Gadus morhua*) desalting at different temperatures. *Journal of the Science of Food and Agriculture*, 95(13), 2632-2640. 10.1002/jsfa.6995

Oliveira, H., Pedro, S., Nunes, M. L., Costa, R. & Vaz-Pires, P. (2012). Processing of Salted Cod (*Gadus* spp.): A Review. *Comprehensive Reviews in Food Science and Food Safety*, 11(6), 546. 10.1111/j.1541-4337.2012.00202.x

Olsen, J.-V., Bjørkevoll, I. & Akse, L. (2003). *Ny metode for raskere utvanning av saltfiskfilet. Utvanning ved bruk av stikkinjisering og vakuumentromling* (Rapport 3/03). Tromsø: Fiskeriforskning.

Olsen, J.-V., Bjørkevoll, I., Akse, L. & Skjerdal, T. (2001). *Nye utvanningsmetoder for saltfisk* (Rapport 16/01). Tromsø: Fiskeriforskning.

Olsen, S. O., Scholderer, J., Brunsø, K. & Verbeke, W. (2007). Exploring the relationship between convenience and fish consumption: A cross-cultural study. *Appetite*, 49, 84-91. doi:10.1016/j.appet.2006.12.002

Olsen, Ø. (2018). *A dive into the global trade flow of Norwegian cod*. Foredrag holdt ved The Future of Clipfish, Lisboa. Hentet fra Hentet 12.02.2018 fra <https://seafood.no/aktuelt/konferanser-og-seminarer/the-future-of-codfish/>

Reiertsen, M. & Østli, J. (2006). *Klippfisk i Portugal: Litt historie og resultater fra 4 fokusgrupper* (Rapport 16/06). Tromsø: Økonomisk fiskeriforskning.

Rodrigues, M. J., Ho, P., López-Caballero, M. E., Vaz-Pires, P. & Nunes, M. L. (2003). Characterization and identification of microflora from soaked cod and respective salted raw materials. *Food Microbiology*, 20(4), 471-481. 10.1016/S0740-0020(02)00086-2

Saunders, M. N. K., Lewis, P. & Thornhill, A. (2016). *Research methods for business students* (7th ed. utg.). Harlow: Pearson.

Scholderer, J. & Grunert, K. G. (2005). Consumers, food and convenience: The long way from resource constraints to actual consumption patterns. *Journal of Economic Psychology*, 26(1), 105-128. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2002.08.001>

Shewfelt, R. L. (1999). What is quality? *Postharvest Biology and Technology*, 15(3), 197-200. 10.1016/S0925-5214(98)00084-2

Svorken, M., Hermansen, Ø. & Karlsen, K. M. (2015). *Råstoffkvalitet og salgsverdi : estimert tap for torsk i 2013* (Rapport 4/15). Tromsø: Nofima.

Thomassen, J. (2018). *The Portuguese clipfish market 2017*. Foredrag holdt ved The Future of Clipfish, Lisboa. Hentet fra Hentet 12.02.2018 fra <https://seafood.no/aktuelt/konferanser-og-seminarer/the-future-of-codfish/>

Þórarinsdóttir, K. A., Bjørkevoll, I. & Arason, S. (2010). *Production of salted fish in the Nordic countries. Variation in quality and characteristics of the salted products.* (Skýrsla Mátis). Hentet fra <http://www.matis.is/media/matis/utgafa/46-10-Production-of-salted-fish-in-the-Nordic-countries.pdf>

Vedlegg

Vedlegg 1 – Intervjuguide, Portugal

Introduce the master thesis and the University of Tromsø. Guarantee for confidentiality and ask for tape recording.

To start:

1. Can you tell me about yourself?
 - a. How long have you been working with wet salted cod? (Bacalhau).
2. Can you tell me about the firm?
 - a. Which position do you have?
 - b. How big is the company? (turnover/ how much fish they buy?)
 - c. How many employees work here?
 - d. Which products do you make?
 - e. What is the most important factor when you buy wet salted cod?

Origin:

3. In your opinion, do the Portuguese consumer have any preference when it comes to origin?
4. Do you think that the Norwegian origin in wet salted cod have any status relative to other countries?

Quality:

5. How will you say that the quality on the wet salted cod have been the last few years?
 - a. What about the wet salted cod from Norway?
 - b. Is the quality changing? Better/ worse?
6. Which quality issues do you see most often on the wet salted cod?
 - a. blod in meat (blod stains or pink meat)/ gaping
7. What consequences do quality issues have for your production?
 - a. Can you use raw material (wet salted fish) with quality issues?
8. Which quality issues is most often the problem on the wet salted fish from Norway?

Future:

9. What do you think about wet salted cod in Portugal in the future?
10. Which trends do you see in the Portuguese marked for wet salted fish?
 - a. Which challenges do these trends represent?
11. Which products from wet salted fish will in your opinion be the most important in the future?
 - a. Frozen, whole, soaked.
 - b. Is the quality in the raw material good enough to meet new product categories?
12. What can the Norwegian producers of wet salted cod do to better adapt to the Portuguese marked in the future?

Bacalhau as a product to get people in to the store (som lokketilbud)

13. I have heard that the supermarkets use the Bacalhau to get people in to the store?
 - a. Sell cheaply
14. Do you see that as a problem?
15. How long do you think they will do that?
16. What do you think will happen if the price goes back to normal?
 - a. Do you think the sales will go down?

Restaurants

17. Do you know if the restaurants soak their own Bacalhau?
 - a. If not, what do they do?
 - b. Does that represent any challenges?

Other:

18. Are there other things that is important for the quality in the wet salted cod?
19. Are there other things that is important for the Portuguese marked for wet salted cod?

20. Are there any questions I should have asked – that you think is important?

Vedlegg 2 – Intervjuguide, Norge

Starter med å presentere oppgaven, garantere for konfidensialitet og at svarene vil bli anonymisert. Spør om å få lov til å gjøre opptak av intervju.

Til å begynne med:

1. Kan du fortelle om deg selv?
 - a. Hvor lenge har du arbeidet med fisk?
2. Kan du fortelle litt om firmaet?
 - a. Hvilken stilling har du?
 - b. Hvor stort er firmaet? (omsetning? / hvor mye fisk kjøper dere?)
 - c. Hvor mange ansatte har dere?
 - d. Hvilke produkter lager dere?

Kvalitet:

3. Hvordan vil du si at kvaliteten på råstoffet (torsken) har vært de siste årene?
 - a. Ser du noen endringer? (Bedre/dårligere)
4. Hvilke kvalitetsproblemer ser du oftest på råstoffet?
 - b. Blodskader, bløt filet, spalting?
5. Hvilke produkter produserer dere?
6. Hvilke konsekvenser har kvalitetsfeil for deres produksjon?
7. Hvordan har kvaliteten på saltfisen vært de siste årene?
 - c. Ser du noen endringer? (Bedre/dårligere)
8. Hva er de største utfordringene når det kommer til kvalitet på saltfisk?

Marked:

9. Hvilke markeder selger dere saltfisk/klippfisk til?
10. Hva er de største utfordringene i det Portugisiske markedet?
11. Er det noen spesielle utviklingstrekk du ser i det Portugisiske markedet?
12. Hvordan ser fremtiden ut for saltfisk?

Annet:

13. Er det andre ting som er viktig for kvaliteten på saltfisk?
14. Er det andre ting som er viktig når det kommer til marked for saltfisk?

15. Er det andre spørsmål jeg burde stilt – som du tenker er viktig?