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

Hovedinnlegg/kronikk: Maksimalt 5.000 tegn (ca. 750 ord).
Underinnlegg/replikk: Maksimalt 1.500 tegn (ca. 250 ord).
FiskeribladetFiskaren forbeholder seg retten til å forkorte alle innlegg som mottas. Likeledes forbeholder vi oss retten til å lagre innlegg i elektronisk form, samt publisere dem på internettet. Innlegg honoreres ikke. Bidragsytere oppfordres til å sende innleggene med epost til redaksjonen@fbfi.no
Vi tar også i mot lagringsmedia av alle typer.

Angola er det største afrikanske markedet for klippfisk. Nofima-forskerne **Finn-Arne Egeness** og **Ingelinn Eskildsen Pleym** skriver i denne kronikken at forskjellene i salgs- og distribusjonskanalene for norsk klippfisk av torsk og sei illustrerer noen av de enorme økonomiske forskjellene, ikke bare i Angola, men også på det afrikanske kontinentet.

Klippfisk i Angola

FORSKJELL: Kontrastene mellom de enkle og til dels primitive markedene eller gatehandlerne hvor seien selges og til supermarkedskjedene og restaurantene hvor en finner klippfisk av torsk er enorme.FOTO: NOFIMA

Innlegg
MARKED

Finn-Arne Egenes er forsker ved Nofima.

Ingelinn Eskildsen Pleym er forsker ved Nofima

> **Norsk klippfiskindustri må tilpasse sine produkter til ulike salgs- og distribusjons-kanaler**

På oppdrag fra Fiskeri- og havbruksnæringens forskningsfond (FHF) har Nofima kartlagt muligheter og utfordringer for norsk klippfisk i det angolanske markedet. Her har vi blant annet sett nærmere på er salgs- og distribusjonskanalene for klippfisk av torsk og sei. Forskjellene i salgskanalene for disse to artene illustrerer på en god måte de enorme økonomiske ulikhetene i landet.

Etterspørselen etter klippfisk av både torsk og sei øker i Angola. Til tross for at landet er det største afrikanske klippfiskmarkedet, er konsumet blant de «lokale» angolanere begrenset. Klippfisk av sei eller «makayabu» konsumeres primært av folkegruppen «Bakongo», som er en etnisk folkegruppe som lever langs vestkysten av Afrika, fra Point-Noire i Republikken Kongo til Luanda i Angola. Produktet selges primært i uformelle salgskanaler som markeder og gatehandlere og konsumeres hele året. Jula er høytid for klippfisk av torsk eller «bacalhau» og rundt halvparten av «bacalhauen» i Angola konsumeres til jul. De mest velstående angolanerne har «bacalhau» som ett av flere måltider i forbindelse med julefeiringen. Utenom høytidene står portugiserne som bor og arbeider i Angola for betydelige deler av konsumet. «Bacalhau» serveres på finere restauranter og selges i de store supermarkedene i hovedstaden Luanda. Produktet er kun unntaksvis tilgjengelig på markedene og hos gatehandlerne.

Klippfisk av sei

Klippfisk av sei er det største klippfiskproduktet målt i både mengde og verdi i det angolanske markedet. Norske bedrifter pakker klippfisken av sei (ryggsei) i 9-kiloskartonger før den går videre i container med båt til Angola. Det er gjerne en importør som kjøper klippfisk av sei, enten direkte fra Norge eller via handelshus eller agenter i EU. Når containeren ankommer Angola fraktes den etter toll- og sanitærkontroll i havna til importørens lager. Lageret fungerer også som et utsalgssted hvor primært kvinner bruker relativt store deler av familieformuen på å kjøpe en kartong med klippfisk. Fisken selges videre til forbruker stykkevis, enten på markeder eller på gata. En slik «bulk-breaking strategy» er typisk for en rekke produkter i flere markedssegmenter på det afrikanske kontinentet. Fordi kvinnene (selgerne) handler per kilo og selger i stykkpris til forbruker, er det avgjørende at fisken er relativ liten av størrelse. For stor fisk gir for høy enhetspris. Omsetningsformen setter derfor begrensninger på salg av klippfisk av sei av store størrelser i uformelle salgskanaler. Folkegruppen «Bakongo» som er det største markedssegmentet for klippfisk av sei utgjør cirka 13 prosent av landets befolkning på rundt 25 millioner. Til sammenligning er folkegruppen den største etniske gruppen i Republikken Kongo, det største afrikanske markedet for klippfisk av sei. Det kan være en av forklaringene på at en gjerne sier at det er kongoleserne som har lært angolanerne å spise klippfisk av sei. Ett viktig poeng er at klippfisk av sei først og fremst velges på grunn av smak og tradisjon. Det er for eksempel langt dyrere enn mange lokale arter.

Klippfisk av torsk

Kontrastene mellom de enkle og til dels primitive markedene eller gatehandlerne hvor seien selges og til supermarkedskjedene og restaurantene hvor en finner klippfisk av torsk er enorme. Skjevfordelingen av de økonomiske ressursene i Angola forklarer hvorfor bare 20 prosent av detaljhandelen skjer i supermarkedene. I de store supermarkedskjedene finner en mange produktvarianter av «bacalhau», som for eksempel hel klippfiskfisk, filetprodukter, porsjonsstykker og ferdige utvannede produkter. Produktene har ulik grad av emballering. «Bacalhau» er dyrt i Angola og i supermarkedene koster hel klippfisk av torsk mellom NOK 130 – 200 per kilo, langt mer enn i Portugal og Brasil.

Forbrukere finner også bacalhau på menyen i en rekke eksklusive restauranter i Luanda. Måltidene holder høy internasjonal standard og er priset deretter. En lunsjrett med bacalhau koster mellom NOK 300 – 450. Til sammenligning er minstelønnen i det angolanske landbruket NOK 1 200 per måned. Klippfisk av torsk er også populært i julekurver (cabaze de Natal), som bedrifter enten gir i gave til sine ansatte, til sine kunder eller til sine leverandører. Her har klippfisk av torsk sin naturlige plass sammen med en lang rekke eksklusive mat- og drikkeprodukter.

Veien videre

Det har vært en enorm økonomisk vekst i Angola etter at borgerkrigen i landet ble avsluttet i 2002. Stadig flere supermarkedskjeder har derfor etablert seg her, allikevel står de uformelle salgskanalene fortsatt for rundt 80 prosent av detaljisthandelen. Til tross for etablering av stadig nye supermarkedskjeder med ulike forbrukersegmenter som målgrupper, vil det ta lang tid før de formelle salgskanalene passerer de uformelle salgskanalene i størrelse. Forskjellene i salgs- og distribusjonskanalene til norsk klippfisk gjenspeiler noen av de enorme økonomiske forskjellene og forteller at norsk klippfiskindustri må tilpasse sine produkter til ulike salgs- og distribusjons-kanaler.