

Saltfisk i det spanske kjøkken: En case studie av bruk av saltfisk i katalonske restauranter.

1. Delprosjektleder og medlemmer

Arild Røkenes og Knut Bjørn Lindkvist, Høgskolen i Finnmark. Bachelorstudenter ved HiF.

2. Prosjekt mål

- Etablere en kunnskapsbase om bruk av saltfisk (produkter, retter, oppskrifter, anledninger etc) i katalonske restauranter.
- Sammenligne tilbudet av saltfiskretter basert på filet og tradisjonelle saltfiskprodukter.
- Sammenligne restaurantgjesters preferanser for retter basert på saltfisk versus annen sjømat og ikke-sjømat.
- Forsøke å analysere det fremtidige markedet for saltfisk i katalonske restauranter.

3. Bakgrunn

Saltfiskretters råmaterialer har forandret seg mye i løpet av årene fra tradisjonell og gul 'Typo Inglese', til fileter og splittfisk med tilsatt fosfatoppløsninger. De forskjellige typene blir gjerne brukt i forskjellig grad i det spanske kjøkken. Nordmenn eksporterer i stor grad tradisjonelt saltet splittfisk som tilsynelatende er av dårligere kvalitet enn de islandske saltfisk variantene. Resultatet er en nedgang av norsk saltfisk i det spanske kostholdet. Dette delprosjektet vil studere grunnlaget for en mulig omlegging av preferansene for saltfisk i restauranter i en dominerende region i Spania.

4. Problemstillinger

- Hvilke forandringer i bruk av saltfisk er å registrere i katalonske restauranter i Barcelona de siste ti årene?
- Hvilke drivkrefter stimulerer eller stagnerer mulige forandringer angående bruk av og konsumering av saltfisk i disse restaurantene?
- Hvilke konvensjoner for bruk av saltfisk av restauranter er dominerende og bør dermed influere norsk saltfisk produksjon?
- Hvor dominant er islandske produkter i Barcelona? Hvor tilfreds er aktørene med islandske produkter?
- Hvilke kvaliteter er foretrukne blant restaurant gjester (med referanse til blind tester blant gjester og kokker)? Er det mulig å inkludere restaurant preferanser som konvensjoner i den norske produksjonen av saltfisk?

5. Teori og metode

Delprosjektet analyserer behovs og tilbudssidene av restaurantmarkedet i Barcelona. I analyser av etterspørselssiden vil "konsumentoppførsel" teorier, pris teorier, og perspektiver på betydning av kultur og tradisjon være sentrale. Analyser av etterspørselen vil benytte teorier om markedsføring i et bredt perspektiv, men de fire p'ers (distribuering, pris, promotering og produkt) vil danne det teoretiske grunnlaget.

Metodologisk vil delprosjektet produsere to kvalitative datasett (med restauranter og gjester). De fleste intervjuer vil bli utført av studenter ved Høgskolen i Finnmark med felt i Barcelona et semester. Studentene vil produsere semesteroppgaver basert på sine undersøkelser. Disse oppgavene vil bli oppsummert av delprosjektets ledere.

6. Tilknytting til hovedprosjektet

7. Tidsskjema

Våren 2009