

Å vende tilbake til det Spanske saltfisk markedet

1. Navn på prosjektleder og prosjektdeltakere

Heidi Bjønnes Larsen, PhD-kandidat

2. Prosjekt mål

1. Gi en oversikt over forskning gjort i tilknytning til norsk deltakelse i det spanske saltfisk markedet og foreslå mulige veier videre.
2. Undersøke mulige strategier for norske saltfiskprodusenter til å forbedre sin konkurransevne ved å tilegne seg konvensjonene som finnes i det Spanske markede.
 - o Identifisere spanske konvensjoner og preferanser knyttet til saltfisk og da med spesielt fokus på norsk saltfisk.
3. Gjennomføre en teoretisk diskusjon i tilknytning til begrepene konvensjoner, opplevelse økonomi og regional markedsføring.
4. Undersøke hvilke insentiver norske saltfiskprodusenter har for å etterkomme konvensjonene til de spanske forbrukerne.
5. Utforske muligheten for å anvende fokus grupper som en metode innenfor økonomisk geografi og nettverksteori. Samt undersøke om metoden kan benyttes innenfor markedsføring og for å skape forståelse for norsk saltfisk.

3. Bakgrunn

Det spanske markedet for saltfiskprodukter har gjennomgått en fundamental omstrukturering. Totalt volum av importert saltfisk til Spania mer enn doblet seg mellom 1991 og 2005. Spania representerer et av de største markedene for sjømat i verden. Fra 1998 til 2005 har det vært nedgang i den norske markedsandelen i det Spanske markedet fra henholdsvis 34.7 % til 9.6 %. Denne nedgangen skyldes delvis Islands inntog i markedet. I Finnmark, har fiskeindustrien vært den dominerende formen for sysselsetting. Eksportreduksjon til Spania har derfor sannsynligvis påvirket regionen og kan delvis være en forklaring på arbeidsledighet og fraflytting.

4. Problemstillinger

Er det mulig for Norske saltfiskprodusenter å reversere nedgangen i markedsandel og øke sin konkurransevne i det spanske markedet ved å tilpasse seg de spanske konvensjonene? Hva er de spanske konvensjonene og persepsjonen knyttet til saltfisk generelt? Hva er de spanske konvensjonene og persepsjonen knyttet til norsk saltfisk? Finnes det en "saltfisk opplevelse" blant spanske konsumenter? Er det mulig å overføre konvensjoner fra markedsleddet i produksjonskjeden til råvareleddet og produksjonsleddet i produksjonskjeden. Vil norske saltfisk produsenter forholde seg til Spanske konvensjoner. Er de villige til å restrukturere produksjonen hvis det viser seg nødvendig?

5. Teori og metode

Prosjektet baserer seg på teori fra økonomisk geografi, produksjonskjedeteori, konvensjonsteori, opplevelse økonomi, samt teori knyttet til merkevarebygging og markedsføring. Metodisk vil prosjektet fokusere på det siste leddet i produksjonskjeden, forbrukeren og leddet som forsyner forbrukeren med saltfisk, slik som butikker (bacalaobutikker og markeder) og 'horeca' sektoren (hotell, restaurant, catering). Fokus grupper vil bli gjennomført som en panelstudie i Baskerland. Fokusgruppene skal bidra til å skape nettverk for å øke forståelsen for norsk saltfisk. I tillegg skal fokusgrupper vurderes som en mulig metode i regional markedsføring. Supplerende metoder blir dybde intervju, observasjon og spørreskjema.

6. Tidsskjema: Mars 2009 til mars 2012

7. Totalt tidsforløp: Tre år