

Beint frá bryggju

- er ekki kominn tími til að stofna fiskmarkaði fyrir almenning á Íslandi?

Ilmurinn af sjávarréttasúpunni leiðir mann inn á fiskmarkaðinn þar sem gestir og gangandi geta kynnst óþrjótandi möguleikum íslensks sjávarfangs. Komist í tæri við afurðirnar og keypt sér spennandi hráefni til matargerðar þegar það er af bestum gæðum. Heill humar og rækja frá vori fram að jólum, fersk sól og makrill í ágúst, krabbi, steinbítur og síld fram að jólum, rauðmagi, grásleppa, hrogn og lifur fram í mars, beltisþari um vorið, ýsa frá júlí fram í september, þorskur frá hausti fram í mars – keila, lúða, langa – þegar mann langar.

Af hverju tíðkast ekki hér á landi að almenningur geti keypt ferskan fisk á hafnarbakkanum eða á fiskmarkaði? Ísland er þekkt fyrir mikil og góð fiskimið og fiskafurðir af miklum gæðum. Af hverju er ekki gert meira út á upplifun í tengslum við fiskinn, bæði fyrir landsmenn og fyrir ferðamenn (sem margir hverjir gera ráð fyrir slíkum kultúr hérna út frá mikilvægi fiskveiða fyrir landið)?

Sem afleiðing af þeim efnahagsbreytingum sem eiga sér stað í dag hefur sjónum fólks aftur verið beint að raunverulegum auði Íslands og þeim undirstöðuávinninggreinum sem þjóðin hefur byggt á. Það er því lag að auka áhuga og neyslu á sjávarfangi. Það verður hinsvegar að gera með þarfir fólks í dag að leiðarljósi. Fiskmarkaður þar sem áhersla er lögð á ferskt og gott hráefni, nýjar fisktegundir sem ekki fást í hinum hefðbundnu fiskbúðum og góða og fræðandi þjónustu endurspeglar þarfir og kröfur neytenda í dag.

Fiskmarkaðir á Íslandi í dag og aðgengi að fiski

Fiskmarkaðir á Íslandi eru uppboðsmarkaðir, þ.e. ein-

göngu heildsölumarkaðir með óunninn og mikið til óflokkaðan fisk. Stór hluti aflans sem kemur á fiskmarkaðina er seldur áður en honum er landað. Eftir að fiskinum hefur verið landað er hann flokkaður, veginn, ísaður að nýju og loks afgreiddur til kaupenda, yfirleitt að kvöldi veiðidags. Uppboðið sjálf fer fram á netinu í uppboðskerfi sem kallast Fisknet (mínnir á e-bay). Eitthvað af fiski er selt sem gámafiskur og fer sala á honum í gegnum annað uppboðskerfi. Engin smásala á fiski eða öðrum sjávarafurðum fer því fram á fiskmörkuðum á Íslandi. Smásala á fiski fer nær eingöngu fram í gegnum fisksala eða almennar matvöruverslanir. Eingöngu í undantekningartilfellum er fiskurinn keyptur af þeim sem veiddi hann eða einhverjum nákomnum honum. Upplýsingar um afurðina eru því oft á tíðum takmarkaðar eða í það minnsta ekki mjög aðgengilegar.

Rannsóknir á fiskneyslu benda til þess að neysla og aðgengi almennings að fersku sjávarfangi sé mjög mismunandi eftir búsetu (Kolbrún Sveinsdóttir ofl., 2007). Þrátt fyrir almennt meiri fiskneyslu eru sölustaðir með ferskan fisk fáir utan höfuborgarsvæðisins. Mun færri stunda sjómennsku en áður og því eru færri sem geta fengið ferskt í soðið. Þetta leiðir af sér að erfitt getur reynst að útvega ferskt sjávarfang, jafnvel í sjávarþorpunum! Þessi staðreynd hefur komið flatt upp á margan ferðamanninn.

Þekking almennings á sjávarafurðum

Þrátt fyrir að fólk sé almennt meðvitað um jákvæð áhrif fiskneyslu hefur hún minnkað töluvert undanfarin ár (Félagsvísindastofnun 1999; Lauf-

ey Steingrimsdóttir ofl., 2003). Einnig hefur komið fram að yngri fólk borðar sjaldnar fisk en fólk í eldri aldurshópum. Í nýlegum rannsóknum hjá Matis hefur komið í ljós að ungt fólk á aldrinum 18 til 25 ára borðar sérstaklega lítið af fiski (Gunnþórunn Einarsdóttir ofl., 2007). Þá er þekking ungs fólks á fisktegundum almennt mjög lítil, margir í þeim hópi eiga jafnvel í erfiðleikum með að greina á milli þorsks og ýsu. Þetta þekkingarleysi endurspeglast í því að ungt fólk treystir sér ekki til þess að kaupa og elda fisk sjálf. Því finnst það ekki hafa næga þekkingu til þess að meðhöndla fiskinn og elda hann. Það er deginum ljósara að mikilvægt er að sporna við þessari þróun. Það er mjög alvarleg staða fyrir okkur sem sjávarútvegsþjóð að meirihluti ungs fólks hér á landi þekkir ekki og treystir sér ekki til þess að kaupa og elda fisk. Það að efla og styrkja innanlandsmarkað fyrir sjávarafurðir er mikilvægur þáttur í að snúa þessari þróun við. Nauðsynlegt er að hefja upp og skapa sterka menningu og ímynd í kringum fiskneyslu. Með því að setja upp markað fyrir almenning þar sem neytendur eru í nánum og beinum samskiptum við fisksalann, í áhugaverðu og gefandi umhverfi þar sem lögð er áhersla á hágæða hráefni og þekkingarflæði, má skapa sterkan grundvöll fyrir breyttum viðhorfum.

Mikilvægi smásölu-fiskmarkaða fyrir Ísland

Helstu sjávarútvegsfyrirtæki selja mikinn meirihluta vara sinna á erlendum markað, innanlandsmarkaðurinn skiptir litlu sem engu máli. Þá hafa fiskframleiðendur engin sameiginleg hagsmunasamtök innanlands sem auglýsa vörur



Þóra Valsdóttir

Höfundur er verkefnastjóri á sviði Nýsköpunar og neytenda hjá Matis.



þeirra, líkt og sauðfjár- og grænmetisbændur. Afleiðingin er að markaðssetning íslensks fíks á Íslandi er í mýflugumynd. Þá er umfjöllun um íslenskan sjávarútveg yfirleitt á neikvæðum nótum (kvótinn o.p.h.). Það gerir að verkum að almenningur og þá sérstaklega ungt fólk lítur hvorki á sjávarútveginn sem spennandi atvinnugrein né á afurðirnar sem eftirsóknarverðar.

Uppruni og framleiðsluáferðir matvæla skipta fólk í dag miklu máli. Fólk vill vita hvaðan maturinn kemur. Krafan um heilnæmi og hollustu mun ekki minnka heldur þvert á móti aukast með aukinni meðvitund um ýmsa lífstillissjúkdóma. Ferskt sjávarfang er ein hollasta afurð sem unnt er að fá. Með því að setja á stofn og starfrækja „fiskmarkað“ á hafnarbökkum víða um land þar sem aðaláhersla er lögð á hreinleika, gæði og rekjanleika er hægt að koma með nýjan vinkel í fiskneyslu fólks. Þarna er ný leið kynnt, fólk fer niður á höfn og hittir þann sem veiddi fiskinn, það upplifir nánd við afurðina og upprunann sem gefur vörurni virðisauka og sérstöðu.

Úrvalsmatvæli er ekki megin ástæðan fyrir velgengni margra matvælamarkaða, heldur er það upplifunin sem þeir veita viðskiptavinum sínum. Það að geta spurt framleiðandann beint að því hvornig varan varð til er aðeins einn hluti af upplifuninni. Sumir markaðir bjóða



Þannig má sjá fyrir sér markað við sjávarsíðuna.

t.a.m. upp á framreiðslu á hráefninu sem viðskiptavinurinn hefur valið sér eða „touch & taste tours“ fyrir börn þar sem þau geta fræðst um ákveðnar vörur, komið við þær og bragðað. Það að getað séð og snert heila fiska og fengið t.d. upplýsingar um hvar þeir lifa í sjónum og hvað þeir éta, gerir heimsókn á fiskmarkað að meiri upplifun en ella.

Smásölufiskmarkaðir auka sýnileika sjávarútvegsins og sé rétt staðið að þeim ættu þeir að stuðla að jákvæðri

markaðssetningu íslensks sjávarfangs, styrkja og draga betur fram tengsl þjóðar við sjávarútveginn almennt. Ávinningurinn af stofnun smásölufiskmarkaða víðs vegar um landið gæti m.a. orðið sá að ný störf verða til við sölu á sjávarafurðum, eftirspurn og eftirvænting í tengslum við sjávarafurðir eykst og aðgengi almennings að fersku hráefni á viðráðanlegu verði eykst. Þá geta slíkir markaðir skapað tækifæri fyrir aukna verðmætasköpun innan hér-ads og þar með virðisaukn-

ingu til hráefnisframleiðanda með beinni sölu til neytanda. Loks eru slíkir markaðar tilvalinn vettvangur fyrir staðbundnar sjávarafurðir sem hafa ekki verið aðgengilegar í smásölu s.s. siginn fiskur, ýmsar tegundir skeldýra, fersk söl, hertur fiskur úr óhefðbundnum tegundum ofl.

Að lokum

Skípulagðir fiskmarkaðir fyrir almenning eru nýjung hér á landi. Margir hafa mikinn áhuga á hugmyndinni um fiskmarkað, en af hverjum ástæðum hefur henni ekki verið komið í framkvæmd. Árið 2009 var gerð samantekt um möguleika á starfrækslu fiskmarkaðs fyrir almenning á Íslandi. Samantektin var hugsuð sem kveikja fyrir ólíka hagsmunaðila s.s. frumkvöðla, bæjarfélög og ferðaþjónustuaðila til að stuðla að því að fiskmarkaðir verði stofnaðir víðsvegar um landið og þar með styrkja tengingu neytenda við sjávarafurðir. Mikill áhugi hefur verið á verkefninu og stefnir allt í að fljótlega verði slíkur markaður stofn-

aður í Reykjavík. Þá hafa önnur sveitarfélög lýst áhuga sínum.

Draumurinn er að eftir nokkur ár geti fólk keypt sér nýtt og ferskt sjávarfang víðs vegar um landið; nálgast það sem aflast í nærumhverfinu, lært að meta gæðin, tegundafjölbreytnina, að meðhöndla og framreiða sjávarafurðir á margvíslegan hátt. Mikilvægt er að auka almenna vitund, virðingu og þekkingu á auðlindinni til að tryggja arðbærni og sjálfbæra nýtingu hennar í framtíðinni.

Heimildir

Félagsvísindastofnun, 1999. Kannanir gerðar fyrir dagblöð á árunum 1994-1998. Skriflegar upplýsingar.
Gunnþórunn Einarsdóttir, Kolbrún Sveinsdóttir, Emília Martinsdóttir, Friðrik H. Jónsson, Inga Þórsdóttir, Fanney Þórsdóttir, 2007. Viðhorf og fisknecysla ungs fólks á aldrinum 18 til 25 ára - Lýsandi tölræðiúrvinnsla. Skýrsla Matis 05-07
Kolbrún Sveinsdóttir, 2007. Fisknecysla 17 til 49 ára Íslendinga á mismunandi fisktegundum og -afurðum. Skýrsla Matis 37-07.
Laufey Steingrimsdóttir, Hólmfríður Þorgeirsdóttir, Anna S. Ólafsdóttir, 2003. Hvað borða Íslendingar? Könnun á mataræði Íslendinga 2002, Rannsóknir Manneldisráðs Íslands V, Reykjavík 2003.

Í Þóri SF og Skinney SF eru netavindur og annar tækjabúnaður til netaveiða frá okkur.

www.fossehf.is

Vélsmiðjan Foss ehf.
Ófeigstanga 15 - 780 Hornafirði
Sími 478 2144 - foss@fossehf.is