

*This is an electronic reprint of the original article. This reprint may differ from the original in pagination and typographic detail.*

*Please cite the original version:*

Smeds Engström, M. (2022). Varifrån kommer din fisk? Vasabladet 5.3.2022.

## Novias forskning



Konsumenterna har ett växande intresse för fisk som är fångad eller odlad i närområdet. På bilden strömming som är fiskad längs den österbottiska kusten. FOTO: JONAS HARALD

# Varifrån kommer din fisk?

● Hur kan vi bli bättre på att lyfta den lokala fisken? I Novias projekt Fiskeboost coachas entreprenörer inom fiskeribranschen för att profilera sig som närvarsproducenter.

Uppmaningen att äta inhemsk mat har knappast undgått någon och den globala närvarostrenden syns också i våra trakter i bland annat REKO-ringar och gårdsförsäljning hos bönder, odlare och fiskare. Argumenten för att välja inhemskt torde också vara kända för de flesta. Den finländska matens kvalitet är i världsklass och att välja inhemskt är en ansvarsfull handling oavsett om man utgår från matens kvalitet, sysselsättning, etik eller matkultur.

I fråga om närmat blir dessa argument ännu starkare. Med närmat avses lokal mat som främjar den lokala ekonomin, sysselsättningen och matkulturen i den egna regionen. Maten är producerad och förädlad av råvaror från den egna regionen och den marknadsförs och konsumeras där.

Orsakerna till att man vill köpa närmat är bland annat att man vill stötta närområdets producenter, man vill ha färskare produkter, man litat på kvaliteten och renheten och uppskattar korta distributionskedjor.

Konsumenternas intresse för närproducerad mat syns också i en ökad efterfrågan på fisk som är fångad eller odlad i närområdet. Fisk hör tillsammans med spannmål, grönsaker

**”Frågan är hur vi kan få ihop ekvationen med konsumenternas intresse för att köpa och äta närmat och tillgång på den lokala fisken i Österbotten.”**

och rotsaker, mjölk, kött, frukt och skogsbär till de närvarsprodukter som köps mest. Faktum är att finländarna äter alltmer fisk. Enligt uppgifter från Naturresursinstitutet Luke har efterfrågan på fisk närapå fördubblats de senaste 40 åren.

**MEN TILLVÄXTEN** på den finländska fiskmarknaden baserar sig inte på att vi köper mera av den lokala fiskhandlaren eller själva fiskar upp vår middag, utan huvudsakligen på att vi börjat importera fisk som under årens lopp har kommit att ersätta den inhemska naturfisken. Den ökade importen är problematisk ur ett hållbarhetsperspektiv och klingar dåligt ihop med att man samtidigt i vårt lands matpolitik poängterar att närproducerad mat är ett prioriterat område.

Det är i den här kontexten som den österbottiska fisken och närvarskonsumenten befinner sig. I Österbotten är fiskerinäringen stor, drygt

en fjärdedel av landets yrkesfiskare finns här. Samtidigt minskar antalet yrkesfiskare och nyetableringen av unga fiskare är svag, vilket i framtiden kan påverka möjligheten att få tag på lokal fisk och att kunna möta det växande intresset för kustfiskets produkter.

**ÖSTERBOTTEN MED SIN LÅNGA KUST** ger otaliga möjligheter till att fånga upp och förädla den rejäla råvaran som den lokala fisken utgör. Frågan är hur vi kan få ihop ekvationen med konsumenternas intresse för att köpa och äta närmat och tillgång på den lokala fisken i Österbotten. Var kan man köpa lokal fisk? Hur vill konsumenten köpa sin fisk? Hur få flera att köpa lokal fisk, både för egen tillredning, och som alternativ på restaurangmenyer?

Projektet Fiskeboost närmar sig de här frågorna med syftet att synliggöra den lokala fiskerinäringen och fisken. Projektets huvudsakliga aktiviteter är att hjälpa fiskdiskar, fiskrökerier, fiskrestauranger och andra fiskeförädlingsproducenter i svenska Österbotten att profilera sig som närvarsproducenter gentemot konsumenterna genom att erbjuda dem

en individuell affärsutvecklingsprocess. Projektet genomförs av Yrkeshögskolan Novia och finansieras av Europeiska havs- och fiskerifonden (EHFF) genom Leader Aktion Österbotten/Kustaktionsgruppen.

För deltagarna i projektet erbjuds föreläsningar, workshopar samt individuell handledning. De får lära sig mer om hur man kan stärka sin profil som närvarsproducent, sitt koncept och kundens upplevelse med hjälp av både rumsliga och grafiska uttryck, berättelser och bilder. Fokus läggs även på att lära sig mer om viken av kundrelationer, kundförståelse och vad det finns för strategier kring kommunikation, försäljning, service, bemötande och intryck.

**FISKEBOOST PÅGÅR** till maj 2022 och erbjuder också nätverks träffarna ”Fisketräffen – från havet till gaffeln”. Träffarna riktar sig till yrkesfiskare, fiskförädlare och restauranger i Österbotten, som vill nätverka och diskutera olika frågor kring den lokala fisken. Dessa tillfällen görs i samarbete med två andra ”fiskeprojekt”, Smartfiskens historiska perspektiv och Fiskeinfluencer.

Projektet satsar även på kunskapsutbredning och att skapa nyfikenhet via projektets Facebooksida som lyft fram både fishy facts, månadsens fisk, olika fisktips, Fish & Friends och Fishy Friday-konceptet, för att nämna ett par saker.

Närvarostrenden är ett grafiskt och

den håller i sig. Det finns ett växande intresse för fisk som är fångad eller odlad i närområdet. Om man med närmat avser lokal mat som främjar den lokala ekonomin, sysselsättningen och matkulturen i den egna regionen. Mat som produceras och förädlas av råvaror från den egna regionen, som har korta distributionskedjor och som marknadsförs och konsumeras i den egna regionen – då har den lokala fisken alla förutsättningar för att profileras som närmat och fiskare och fiskförädlare som närvarsproducenter.

**SÄTTER MAN** ännu till att närmat är ett svar på flera stora konsumenttrender, såsom hållbarhet, spårbarhet, äkthet, etik och relevans och tar man i beaktande att konsumenterna vill veta vem som har producerat maten och hur den har producerats – då har den österbottiska fisken allt att vinna.

Det gäller bara att bli bättre på att berätta om produkten, den lokala fisken, med alla dess fördelar. Det krävs också att konsumenten och fisken har tillgång till och hittar varandra. Det behövs också att konsumenten börjar fråga efter lokal fisk och ställa frågan varifrån fisken kommer, i de sammanhang det inte framgår, i affärer och på restauranger. Allt i ledet för att den lokala fisken uppnår den närvarsstatus den förtjänar.

**Maria Smeds Engström**

projektledare vid Yrkeshögskolan Novia

**”Det behövs också att konsumenten börjar fråga efter lokal fisk och ställa frågan varifrån fisken kommer.”**