

HØSTEN 2010

EKSPORTUTVALGET FOR FISK

Verden og vi



Kjære leser!

Slik ser altså Verden og Vi ut i det vi legger bak oss nok et rekordår for den norske sjømateksporten.

I Eksportutvalget for fisk (EFF) vet vi at fremgangen ikke beror på tilfeldigheter. Suksessen sjømatnæringen opplever rundt om i verden er bygget på at mange gode krefter trekker lasset sammen. Alle deler av sjømatnæringen gjør sitt for at sjømaten i og fra de norske farvann forvaltes med forstand, behandles med respekt, fraktes med effektivitet og – når den tilberedes med produktkunnskap og kjærlig omtanke – ender opp som velsmakende og helsebringende måltider verden over.

Det er vårt håp at de aktiviteter og tiltak vi gjennomfører i de forskjellige markedene; slike som det er referert noen av i denne publikasjonen, bidrar til å bygge og befeste den norske sjømatens gode omdømme, øker etterspørselen og bidrar til verdiskapningen i fiskeri- og havbruksnæringen i Norge.

Vi håper du finner interessant lesing på de følgende sider, enten din sjømatinteresse er universal, eller du er opptatt av bestemte fiskearter eller fenget av spesielle markeder eller markedsføringskanaler. Med omtale av aktiviteter i våre viktigste sjømatmarkeder bør det være noe å hente for enhver.

Det er en glede å drive markedsarbeid for så flotte produkter som de norske sjømatprodusentene bringer til torgs. Det er derfor med stort pågangsmot og høye ambisjoner vi gyver løs på 2011, året for EFFs 20-årsjubileum. Vi skal gjøre vårt ypperste for at dette skal kunne feires som et nytt høydepunkt i den over tusenårige historien om norsk sjømat-eksport.

Tromsø 21.12.2010

Christian Chramer
Kommunikasjonsdirektør



Første halvår 2010

Her presenteres – helt kort – noen høydepunkter fra et begivenhetsrikt første halvår 2010 på den norske sjømatfronten, hjemme og ute.



Vi startet året i Beijing.



I februar var vi også innom Sverige og Norge.



Mars bød på rapporter fra Frankrike...



... for ikke å snakke om Russland.



I april markerte vi oss i Brussel.



I mai gjorde vi stas på russiske barn ...



... men hadde også aktiviteter i Singapore, Japan og Italia ...



... mens Marit Bjørgen frontet oss hjemme i Norge.



Og i juni var vi tilbake i Kina, på Expo 2010 i Shanghai.



FIGKESTRELL

i multikulturelle barnehager

Folkehelseprosjektet Fiskesprell og Urtehaven barnehage på Grønland i Oslo har gitt ut et oppskriftshefte på hele fem språk: norsk, engelsk, arabisk, somalisk og urdu. Når norske råvarer møter fremmede mattradisjoner blir resultatet et spennende oppskriftshefte, der fisken er felles.

Fisk og sjømat nytes av alle, uavhengig av kultur, religion og etnisitet, og er dermed den felles råvaren for de fire oppskriftene i heftet: Skattekiste, lakseburger, laks curry og fiskerett med dill.

Heftet blir distribuert til alle foreldre med barn i barnehagen, via helse- og velferdsetaten i Oslo kommune. Slik bidrar Fiskesprell ikke bare til å øke konsumet av sjømat i skoler og barnehager, men også til at hjemmene får del av tiltakene i folkehelseprosjektet.



Sosiale forskjeller

Oppskriftsheftet er nemlig ikke bare en samling gode og spennende oppskrifter, det er også en konkret oppfølging av regjeringens handlingsplan for bedre kosthold i befolkningen. Et av hovedmålene i denne planen er nettopp å redusere sosiale forskjeller i kostholdet. Blant annet sier rapporten at «enkelte innvandrergupper har gått bort fra et variert og høyt inntak av helsemessig gunstige matvarer som grønnsaker, frukt, linser og bønner, til fordel for matvarer med mye fett og sukker».

Fiskesprell møter utfordringen

Konsekvensen av disse matvanene er at overvekt, diabetes og mangel på D-vitamin er vanligere i enkelte minoritetsgrupper enn i resten av befolkningen. Derfor sier også regjeringens handlingsplan at «det er med andre ord viktig å ta hensyn til vårt flerkulturelle samfunn i utvikling og gjennomføring av befolkningsrettede så vel som individrettede ernærings tiltak».

Det nye oppskriftsheftet fra Fiskesprell er et tiltak som nettopp tar slike hensyn, og som kan bidra til å realisere planens hovedmål om færre sosiale forskjeller i det norske kostholdet.



Fotos: Urtehaven barnehage/EFF



EFFs markedssjef for pelagisk sektor, Ingelill Jacobsen og adm. dir. Terje E. Martinussen er tydelig stolte over den høyt-hengende prisen.

Juryen for Sildelagets Markedspris besluttet nylig at prisen for 2010 går til EFF for organisasjonens innsats gjennom etter hvert ganske mange år "med å skaffe markeds kunnskap som Sildelaget kan nyttiggjøre seg hjemme og ute, og være en kontakflate mot de markeder som vi i Norge er såre avhengig av."

Norsk Pelagisk ute i verden

- Det er ingen tvil om at det legges ned særdeles mye godt arbeid i pelagisk sektor både på land og sjø. Det er formidable volumer Sildelaget omsetter og som til sist ender opp på verdens tallerkener jorden rundt. Bare for sild eksporterte vi fra Norge over 4 milliarder måltider i 2009. Det er et måltid sild til innpå 70 % av jordens befolkning! Det er nesten ikke til å fatte, innledet Kåre Ludvigsen, nestleder i Sildelagets styre, under tildelingen av prisen i Tromsø forleden.

- For at dette skal bli mulig er det mange enkeltledd som skal fungere, og i år har juryen valgt å hedre ett av fellesleddene som gjennom lang-siktig satsing sammen med næringen i en årrekke nå har jobbet for at det skal bli mulig å få eksportere mest mulig sild, makrell og andre pelagiske fiskeslag ut i verden, Eksportutvalget for fisk! Vi gratulerer og håper på at EFFs "pelagikere" fortsatt står på der hvor de befinner seg på kloden, avsluttet Kåre Ludvigsen sin tildelingstale.

Juryens begrunnelse

I juryens betenkning heter det ellers: Eksportutvalget har gjennom iherdig innsats fra sine "pelagiske" medarbeidere i nesten 20 år, utrettet et systematisk arbeid verden rundt for å fremme de pelagiske fiskeslagene. Staben av "pelagikere" har riktignok skiftet over år, men arbeidet som er gjort for norsk eksport av pelagiske fiskeslag fortjener en honnør. Det gjelder blant annet innsats i Asia, Øst-Europa og Vest-Europa, og det har betydd svært mye for norsk pelagisk næring og eksport å ha EFFs ivrige og innsatsvillige medarbeiderne der ute i verden, noen stasjonert, andre "pendlende" for pelagisk fisk.

Juryen vil gjennom Markedsprisen 2010 få uttrykke sin tilfredshet med dette arbeidet - et arbeid juryen regner med vil fortsette. Vi ønsker gjennom pristildelingen å takke ALLE som har bidratt til å opprettholde Norges renommé som pelagisk hovedleverandør verden over.

Juryen mener EFF gjennom mange år har levd opp til det som i statuttene heter: "bidratt til å fremme pelagiske fiskeslag markedsmessig på en fortjenstfull måte for næringen blant annet gjennom innsats for å åpne og bearbeide nye markeder."

En synlig stolt og hørbart takknemlig Terje E. Martinussen mottok prisen på EFFs vegne.

Det EFF anså som ulovlig markedsføring fra **Lifes** side i "Bedratt?"-kampanjen tidligere i år ble prompte påklaget til Forbrukerombudet, og brakt inn for Oslo tingrett med krav om umiddelbar stans av markedsføringskampanjen.

Prinsipielt viktig

- Saken mot Life har vært prinsipielt viktig både for oss som jobber med å få nordmenn til å spise mer sunn sjømat i tråd med offentlige ernæringsråd og for den norske sjømatnæringen, sier Bjørn-Erik Stabell, EFFs markedssjef for laks og ørret.

- Saken er først og fremst viktig fordi vi ser en trend for at helsevaskede produkter og kosttilskudd markedsføres stadig mer aggressivt ut mot forbrukerne. Det er mye penger i helsekost, og flere av de som står bak disse produktene er store selskaper som med betydelig markedsføringskraft måler seg med sjømat gjennom sammenlignende reklame.

Alvorlige konsekvenser

- På sikt er vi urolig for at uredlig og villedende reklame fremsatt med tunge markedsføringsbudsjetter får forbrukerne til å tro at de f. eks. ikke får nok omega-3 ved å spise sjømat. På sikt vil dette kunne få dem til å erstatte det å spise sjømat og



Faksimile av Bedratt-annonsen, hvis misvisende budskap ble gjentatt på plakater og i brosjyrer i Lifes om lag 100 utvalg over hele landet.

Life på retrett

annen sunn mat med kosttilskudd eller andre helsevaskede produkter. Det vil være alvorlig i forhold til de offentlige anbefalingene og ambisjonene for et bedre kosthold i befolkningen, sier Stabell.

For sjømatbransjen er saken viktig fordi den har målsatt seg en vekst i markedet for sjømat i Norge. EFF følger utviklingen nøye, og vil gjøre det som er nødvendig for å sikre at sjømatprodukter ikke taper omdømme eller blir redusert i verdi gjennom villende sammenlignende reklame.

Lifes retrett

Etter at Life-annonseringen ble brakt inn for retten etterkom Life EFFs absolutte krav om straks å stanse den ulovlige annonseringen og trekke tilbake markedsføringsmaterialet i butikkene.

- Lifes ubetingede tilbaketog kan vanskelig forstås på annen måte enn som en erkennelse av at markedsføringskampanjen

var i strid med markedsføringslovens bestemmelser og således avverge en dom/beslutning fra Forbrukerombudet som fastslo lovbruddet, sier advokat Trond Skogly i Advokatfirmaet Steenstrup Stordrange DA som håndterte denne saken for EFF.

- At EFF ble tilkjent saksomkostninger, til tross for at saken ble trukket, bidrar til å bekrefte at retten mener EFFs oppfatning av annonseringens manglende lovliggheit har formodningen for seg. Inntrykket av at Life erkjenner at kampanjen er lovstridig understrekes av at de i dialogen med det svenske Konsumentverket finner det nødvendig å presisere at det engasjerte reklamebyrå hadde ansvaret for å sikre lovmessigheten av kampanjen, avslutter advokat Skogly.

Når Life etterkom de fremsatte krav var EFF avskåret fra å kunne få lovbruddet fastslått av retten/Forbrukerombudet. Hovedformålet om å få stanset kampanjen og den villende informasjon denne inneholdt har man imidlertid oppnådd.



Fra en grilldemostrasjon med utdeling av smaksprøver i sjømatavdelingen i et Carrefour hypermarked i Paris.

Eksportutvalget for fisk har nettopp lansert en kampanje for å åpne franskmenns øyne for hvor FANTASTISK godt det er med Norsk Laks på grillen. I Frankrike er det en lang og stor barbecue-tradisjon, men de fleste begrenser repertoaret til kjøtt og pølser i diverse varianter.



Nysgjerrige matjournalister prøver å lære noen knep av Christopher Haatuft, den norske ambassadørens kokk.

Norsk Laks på franske griller i sommer

Grilling for pressen

I eksport- og konsumstatistikken er det klar nedgang for laks i sommermånedene, og utfordringen er derfor å bevise at Norsk Laks på grillen er utmerket sommermat med mange fordeler: det er GODT, ENKELT, SUNT/LETT og ALLE I FAMILIEN LIKER DET!

Tidlig i juni organiserte EFF to barbecue-events i Ambassadørens residens (for anledningen dresset opp med ekte gress, trær, hagemøbler og stearinlys! Det første samlet gastronomi- og lifestylepressen, det andre var tilpasset kvinne-, helse- og familiepressen.

Til sammen fikk ca. 60 journalister en unik opplevelse av Norsk Laks og norske sommertradisjoner, og tilbakemeldingene har vært overveldende positive.

Béatrice Delamotte fra La Tribune (67 295 daglige eks. lest av 454 000, 8. største dagsavis i Frankrike, opinionsdannende øko-/finansavis.) hadde denne spontane kommentaren:

- Laksen jeg har smakt her i kveld er virkelig overbevisende: råvaren i seg selv er virkelig av strålende kvalitet, men det som absolutt overrasker er den store variasjonen i mulige tilberedelsesmetoder (grillspyd, marinert, loins...). Alt var nydelig godt og virker svært lett å lage hjemme.

Grillkampanje i butikkene

I tillegg til PR-arbeidet ruller det også en omfattende grillkampanje for Norsk Laks i tre store, franske supermarkedkjeder i sommer; Carrefour, Auchan og Leclerc. Butikkene er dekorert med girlander, plakater og annet POS-materiale, og demonstrasjoner av Norsk Laks på grillen gjennomføres i stort omfang.

Når det gjelder volumet av butikk-innsatsen, så kjøres grillkampanjen f. eks. i 1000 supermarked og 220 hypermarked i Carrefourkjeden og 1500 Intermarche-butikker.

Og så står Auchans rundt 120 butikker for tur. Den 26. mai distribuerte vi dessuten også pakker med markedsføringsmaterielt til 1 200 til uavhengige fiskehandlere, også dette fokusert mot Norsk Laks på franske griller.



Faximile Leclecs forbrukerbrojsyre.

Norsk Laks og Sild – sommerslagere i Russland

I Moskva, i slutten av mai arrangerte EFF prøvesmaking av sommerlige retter med norsk sild i samarbeid med avisen Vash Vysoky Vkus, Women's Wine Club og Accademia del Gusto (Italia). Journalistene, kokkene og forbrukerne som deltok, ble inndelt i ekspertlag, og prøvesmakingen omfattet tre silderetter og tre italienske viner.

Norsk sommersild med russisk smak

Formålet med dette prosjektet er å skape nye retter med norsk sild og finne nye anledninger for å nyte sild, i tråd med markedsposisjoneringen:

Norsk sild: En fisk for alle anledninger!

Rettene ble tilberedt av kjøkkensjef Jonas Grip fra Restaurant Scandinavia i Moskva, som ga ekspertlagene sin egen visjon for hvordan man kan bruke norsk sild: - Den tradisjonelle russiske måten å spise sild på – spekesild med poteter eller rødbeter i "tunge" salater med vodka til – er omtrent den eneste måten det russiske kjøkkenet bruker sild på. Men jeg synes det er et fattigslig valg, jeg mener at de marinadene eller lakene som brukes til sild i Skandinavia, og som er enkle å lage hjemme, kan friske opp bildet og tilføre nye smaksnyanser til norsk sild, mente Grip.

"Tyttebær- og peppersild på sprø rugkjeks med karse og pinjekjerner" fikk 1. plassen med klar margin.

Denne retten vant på flere parametre, som kombinasjonen av ingredienser, enkel tilberedning og de mange mulighetene for anretning. Og alle understreket hvor vellykket kombinasjonen av ingredienser var: sild, tyttebær og ost – surt, søtt og salt. Kanskje overraskende, men til syvende og sist uimotståelig.



Silderettene i vinnerrekkefølge, nr 1, 2 og 3 fra venstre.

På 2. plass kom "Sherrymarinert sild med rucola-quiche og selleri", og på 3. plass "Sommerlig sildesalat med dill".

Julia Seljeseth, EFFs representant i Russland, oppsummerte prøvesmakingen slik:

- Vi har nå fått se stereotypier vakle. Det er ikke alltid så innviklet å lage salat. Vi har også fått nye inntrykk av mer enn salat i dag, og har smakt mye nytt. Kombinasjonen av sild og vin er uvant for russere, men alle ble begeistret, fastslo Seljeseth.

- Det er slik trender oppstår, gjennom prøving, gjennom uvanlige, men heldige produktkombinasjoner, gjennom nye smaker og nye måter å tolke tradisjonelle produkter på. Folk reiser mye i dag, de søker nye opplevelser, og de ønsker ikke å være lik alle andre. Vi er sikre på at norsk sild er det rette produktet for å få fram nye smaker og uventede ideer ved en lang rekke forskjellige anledninger, avsluttet hun.

SKIN ON show i St. Petersburg

Hadde du tilbrakt den siste maidagen i St. Petersburg i år, burde du ha besøkt Bali Restaurant. Det gjorde et fulltallig mat- og moteinteressert pressekorps for å få med seg Eksportutvalgets unike SKIN ON show, der vakre modeller av begge kjønn viste moteskaperen Alexander Petrovs fantasifulle og lekne kreasjoner av lakseskinn(!), og mesterkokken Ilya Lazerson demonstrerte og presenterte tre nye oppskrifter med norsk laks i hovedrollen, denne gang på grill – med skinnet på.

- Velorienterte kjøkkensjefer vet naturligvis at det å grille laks med skinnsiden ned er den naturlige og mest lettvinde måten å unngå å svi fisken på, men denne metoden er ikke så godt kjent blant forbrukerne, sa EFFs utsending Julia Seljeseth til de fremmøtte journalister.

- Men grilling med skinn har også flere andre fordeler, presiserte hun, det er enklere å få fisken helskinnet fra grill til tallerken i et stykke, det er lettere å bedømme steketiden, flere av laksens næringsstoffer er i behold og sluttresultatet er garantert saftig og godt.

Etter å prøvesmakt Lazersons profesjonelle anstengelser og bivånet Petrovs moteshow var det ingen av journalistene som var i tvil om hva som er gjennomgangsmelodien for Norsk Laks i Russland i sommer: SKIN ON!



Bedømmelse i arbeidsgrupper. EFFs utsending i Russland, Julia Seljeseth til høyre.



SKIN ON laksespyd skal bli en russisk grillfavoritt i sommer.



Alle modellene på dette bildet bærer klær produsert av lakseskinn, unntatt EFFs Julia Seljeseth.

Laks på grill – sommerfokus i Tyskland



Laks i bøkspan – et enkelt, smakfullt og innovativt produkt som ble godt mottatt i Tyskland. Er også å finne i butikker.

Oppskriftshefter og grillpakker i butikk

Laks på grill blir i sommer promotert over hele Tyskland i tett samarbeid med de største dagligvarekjedene med fiskedisker og Nordsee som er Tysklands største fast-food fiskekjede. Et oppskriftshefte med mange gode og enkle grilloppskrifter har blitt distribuert ut til handelen.

178.000 tonn grillkull importeres til Tyskland hvert år, det sier noe om potensialet dersom det lykkes å overbevise pølseglade tyskere om at norsk laks er godt egnet på grillen, også i Tyskland.



De tradisjonelle fiskebutikkene, som står for 25 % av ferskfisksalget, har gjennom FischMagazin (fiskehandelens viktigste tidsskrift) bestilt plakater, oppskriftshefter, dispensere og mapper for vekslepenger. Faghandelens fiskeforbund i Berlin har også sendt ut et rundskriv til sine medlemmer med tilbud om å bestille "grillpakken". Til sammen har det blitt sendt ut materiell til 400 fiskebutikker.

Fotball-VM i grill-villa

Under fotball-VM gikk "Grill-villa"-konseptet av stabelen. Konseptet er enkelt: en vinner kunne ta med seg 10 venner til en innleid villa, der det ble grillet laksefileter og laksespyd, og hvor det ble vist VM-fotballkamper. Hele 15 ulike vinnere med venner fikk se VM-kamper. Radio Hamburg, som har over 1 million lyttere i Nord-Tyskland, annonserte VM grill-villa konkurransen både som radioreklame og i sendinger. Dette ga god PR-effekt, spesielt siden Tyskland kom helt til semifinalen og fikk tredjeplass i fotball-VM.

125 kg laks i bøkspan

Første helgen i juli gjennomførte EFF i samarbeid med Deutsche See et laksegrillarrangement i byparken i Hamburg. Deutsche See laget norsk laks rullet inn i bøkspan, som ble lagt direkte på grillen, ferdig marinert. 125 kg ble grillet og interessen for produktet var stor. Et enkelt, smakfullt og innovativt produkt som ble godt mottatt. Radio Hamburg sendte også direkte fra arrangementet.



Fra laksegrillkampanje i Tyskland - her grilles det i Landhaus Walter parken i Hamburg.



Laks i bøkspan og oppskriftshefter ble delt ut fra praktiske sykkelvogner.

Det er høysommer i Tokyo og 35 grader i skyggen, men det er ingen ferie i markedsarbeidet for Norsk Sjømat. I går åpnet den årlige Japan International Seafood & Technology Expo, populært kalt "Seafood show" i Tokyo.

Seafood Show i Tokyo



Pomp og prakt som vanlig når sjømatmessen i Tokyo åpner. Ambassadør Walter og fiskeriutsendning Næs er klare til å kutte snorene.

- Det japanske markedet er utfordrende, med stagnerende totalmarked og sterk konkurranse, men er fortsatt et marked av stor betydning for Norge, fastslår fiskeriutsendning fra Eksportutvalget for fisk Hans Petter Næs. For makrell og lodde er det et marked med spesielt stor betydning, mens for laks er det et tilnærmet referansemarked for resten av verden, ikke minst på grunn av sushi, et segment der også laksen har potensiale for økning.

Norsk Sjømat er som vanlig tilstede på messen med norsk stand. Hovedbudskapet fra Norge er på markedsaktiviteter som gir handelen muligheter til å øke salget av norsk sjømat. Messen, som er den 12. i rekken, er den dominerende sjømatmessen i det japanske markedet. Norge stiller sterkt, med ambassadør Arne R. Walther som foretok den offisielle åpningsseremonien på Norges vegne, sammen med fiskeriutsendning Hans Petter Næs.



EFFs Hans Petter Næs og Junko Kubota forklarer markedsbudskapene til en interessert ambassadør Arne Walther.

Det langsiktige markedsarbeidet gjennom flere år har vært en viktig faktor til at laks nå er den mest foretrukne (spiste) fisken i Japan, ifølge siste rapport fra fiskeridepartementet. Spesielt laks til sushi og sashimi er en årsak til dette. Per 1. halvår i år har vi eksportert over 13.000 tonn laks til Japan.



Her er et lekkert eksempel på de smaksprøvene som ble presentert og servert under lanseringen av den nye kokeboken: Bolinhos de bacalhau med tre spenstige dipper.

Ny kokebok:

Bacalhau da Noruega com Frutas Brasileiras

I Brasil har det lenge vært en sentral oppgave for EFF å øke konsumet av norsk klippfisk utover høysesongene jul og påske. For dette formål gjennomfører vi omfattende butikkaktiviteter i lavsesongene, samtidig som vi hele året jobber med å utvikle og spre nye oppskrifter både i butikk, gjennom internett og, som i dette tilfellet, ved å lage oppskriftsbøker i samarbeid med kjente brasilianske kokker.

Kokeboken

Den hittil siste oppskriftsboken er et samarbeidsprosjekt mellom EFF og Natacha Fink, som foruten å drive restauranten Espirito Santa i Rio de Janeiro også er professor i Gastronomi ved et av de mest anerkjente universitetene i Rio (UNIRIO). Hun er spesielt kjent for sin bruk av eksotiske frukter og grønnsaker fra Amazonas-området. Boken presenterer oppskrifter der bacalhau brukes sammen med råvarer fra de syv forskjellige økosystemene i Brasil. Boken ble naturlig nok lansert på Espirito Santa, der resultatet av oppskriftene ble servert til de fremmøtte fra pressen og andre inviterte gjester.

Fra venstre EFFs av- og påtroppende utsendinger Kari Gulbrandsen og Johnny Håberg som sammen med EFFs markedsjef for konvensjonelle produkter, Tove Sleipnes, flankerer kokk og medforfatter Natacha Fink.



Klippfisk og indrefilet

Brasilianerne elsker sin bacalhau, og spesielt Bacalhau da Noruega. Men for den jevne brasilianer er bacalhau høytidsmat, litt på grunn av tradisjon, men mest fordi produktet ofte oppfattes som dyrt sammenlignet med annen festmat. Det er derfor det aller meste av bacalhauen blir konsumert til jul og påske. En kilo indrefilet i Brasil koster for eksempel omtrent 30 % mindre enn en kilo med norsk klippfisk i butikken. Man kan dermed på mange måter si at det er Gadhus morhua som er indrefilet i Brasil! Samtidig er det viktig å huske at en kilo klippfisk metter 6-8 personer og er vesentlig drøyere enn en kilo kjøtt. Dette er også et poeng som EFF vektlegger i sin markedsføring av klippfisk overfor brasilianske forbrukere.

Veien videre

Den økonomiske utviklingen i Brasil og dermed kjøpekraften til den jevne brasilianer er i kraftig vekst. Sammen med en sterk valuta gir dette stadig flere brasilianere mulighet til å spise sin elskede bacalhau også utenfor de store høytidene. Det er derfor viktig for EFF å bidra med oppskrifter som gir mulighet for større variasjon i bruken av bacalhau også i tiden som kommer.



16 historiske kokker med adm. dir. Nils Henrik Geitle foran til venstre og instruktørene Madsen og Pallesen som hhv nr 2 fra venstre bak og nr 4 fra venstre foran.

Eksportutvalget for fisk og De historiske Hoteller og Spisesteder ønsker nå i fellsskap å slå et slag for de mange gode norske skalldyr. Som en forberedelse og kick-off for dette tiltaket inviterte De historiske 16 av sine dyktige kokker til Ona Fyr for å inspirere dem til å gi norske skalldyr en mer fremskutt plass på sine menyer.

Historisk skalldyrssamling

Det faglige

Dette todagers seminar i månedsskiftet mai/juni ble en flott og meget utbytterik samling både sosialt og faglig. Den faglige delen ble ledet av de unge kokkene Daniél Rougé Madsen og Karl Erik Pallesen, begge fra Gastronomisk Institutt i Stavanger. Madsen hadde nylig ansvaret for Gordon Ramsays opptredener under Gladmatfestivalen i Stavanger, der Pallesen på sin side holdt kurs om bruk av blomster i matlagingen. Pallesen var for øvrig Sven Erik Renaas commis under Bocuse d'Or i Lyon i 2007. Disse to ekspertene innledet med foredrag omkring produkttegenskapene til de forskjellige skalldyrtartene, før kokkene fra De Historiske fikk tilgang til kjøkkenet på Ona Havstuer. Der ble det eksperimentert med utallige retter basert på reker, blåskjell, taskekrabbe og kongekrabbe – og kombinasjoner av disse.

De historiske

De historiske Hotell og Spisesteder ønsker å tilby gjestene minneverdige matopplevelser av ypperste klasse i alle sine særpregede lokaliteter. Norske sjømatråvarer er i verdensklasse – og nå setter altså EFF og De Historiske inn et støt for en bredere presentasjon av norsk sjømat og skalldyr. Sommerens skalldyrssamling passer derfor godt inn i De Historiskes satsing på det kvalitetssikrede konseptet "Matvegen", forslag til kulinariske reiser i Norge.

Mange av medlemmene i De Historiske har i generasjoner hatt som mål å tilby gjestene "det gode måltid". Gjennom bruk av de beste lokale råvarer, lokal forankring og et tydelig vertskap som formidler historien om stedet og dets menyer, ønsker De Historiske med "Matvegen" å tilby de ypperste opplevelser fra det kulinariske Norge.

Oppskrifter

Som et ledd i samarbeidet er det også utviklet en Skalldyrssbrosjyre som gjestene kan ta med seg hjem etter å ha opplevd et smakfullt måltid på en av de mange restaurantene som tilhører gruppen De Historiske. Tanken er naturligvis at gjestene da skal bli inspirert til å prøve sine egne kokkekunster hjemme.

Faksimile oppslag skalldyrssbrosjyre.



Godfisk.no har over 10 000 facebook venner!



Legg til i favoritter på siden min

Foreslå for venner

Sent onsdag kveld

11. august 2010 meldte hun seg, Facebookvenn nummer 10 000 til Godfisk.no.

Og jubilanten ble Inger Johanne Jorselje (28) opprinnelig fra Sarpsborg, som nå bor på Hamar sammen med sin kjæreste Martin. Eksportutvalget gratulerer og sender henne en forundringspakke med kjøkkenutstyr og sjømatkokebøker.

Jubilanten

Inger Johanne, som nylig flyttet til Hamar for å utdanne seg til dyreterapeut på Nordisk Hestemassasjeskole, forteller at hun satt og surfet på nettet onsdag kveld og litt tilfeldig streift inn på Godfisk.no, der hun fant såpass mange og spennende sjømatoppskrifter at hun spontant meldte seg som Facebookvenn. Av hennes egen profil på Facebook fremgår det hun har allsidige interesser, men etter å ha blitt registrert som Godfiskvenn nr. 10 000 vil vi råde henne til også å ta med at hun er glad i å lage mat, særlig sjømat, som hun serverer til middag hjemme 2-3 ganger ukentlig.

– Jeg liker sjømat bedre enn kjøtt, sier jubilanten, og når det er min tur å lage middag steker, trekker, baker eller griller jeg fisk med diverse tilbehør. Jeg liker å smaksette med hvitløk, sitron eller forskjellige urter. Jeg er stadig på utkikk etter spennende oppskrifter, men synes det har vært få og nokså kjedelige varianter å finne. Men Godfisk.no ser lovende ut! Jeg liker å prøve ut nye retter, og nå om dagen går det gjerne i kveite eller foliebakt sei i steikoven. Laks er jo for så vidt også nydelig, men det har vi for tiden gått litt lei av, smiler Inger Johanne.



Her er hun, Inger Johanne Jorselje (28), Godfiskvenn nr. 10 000 på Facebook.

Eksportutvalget håper hun finner mye inspirasjon til nye sjømatkreasjoner til hverdag og fest både på Godfisk.no og i erfaringsutveksling med våre tallrike øvrige Facebookvenner i tiden fremover!

EFF på Facebook

Det populære nettsamfunnet Facebook har nå mer enn 500 millioner aktive brukere på verdensbasis, og det er i dag ca. 2 568 460 norske brukere som bruker Facebook aktivt.*



Godfisk har altså passert 10 000 venner, og når EFF arbeider aktivt for å verve flere er det fordi det gir oss en mulighet til å skape dialog med folk; vi kan få direkte tilbakemeldinger og tips om hvordan vi bør bli bedre. For vår del ønsker vi langvarige relasjoner med folk som ønsker inspirasjon og informasjon om fisk og sjømat. Det er en kontinuerlig utfordring for oss å utnytte mulighetene som 10 000 venner på Facebook gir, så jobben er på ingen måte gjort. Her gjelder det å være kreativ og stadig finne på nye måter å engasjere, involvere og inspirere våre tilhengere på!

Kort historikk

Godfisk.no kom på Facebook våren 2009, men først på høstparten kom aktiviteten ordentlig i gang. Januar 2010 ble det satt i gang en sushikampanje for å øke oppmerksomheten rundt Facebooksiden til Godfisk.no. Da kampanjen gikk på luften hadde vi 1 364 venner på siden – da den var over var antallet venner steget til over 5 000.

For sommerens grillkampanje i år er også Facebook en av markedsføringskanalene. Før kampanjen ble satt i gang var antall venner 6 600, og vi har nå altså rundet 10 000 venner, og enda gjenstår det noen uker av grillaktivitetene.



Veien til 10 000 Facebookvenner for Godfisk.no grafisk fremstilt.



Faksimile fra arrangementet i Ketrzyn 31. juli. Kilde: newsgastro.pl.

PÅ SOMMERTURNÉ I POLEN

Når Polsk Radio 1 drar på sin årlige sommerturné er Eksportutvalget for fisk i aller høyeste grad med på lasset. I løpet av sommeren besøkes store utescener på de 20 mest populære polske feriestedene, og et begeistrert publikum på stedet (og 4,8 millioner radiolyttere) får oppleve alt fra barnestjerner, konkurranser, spill og kjente popband med fyrverkeri som avslutning. I tillegg byr EFF på 80 000 smaksprøver på grillet norsk laks og norske sildesalater!



Eksportutvalget for Fisk er en viktig sponsor for turnéen og vår kulinariske lastebil er et svært populært innslag under arrangementene.

Formålet med deltagelsen er å få flere polakker til å grille laks og vise dem at sild også kan tilbys på en sommerlig lett måte. Vårt mobile kjøkken, med en oppsiktsvekkende 4 meter lang oppblåst laks på taket er stedet hvor laksen grilles og sildesalatene blandes. Alt tilberedes og serveres av polske kokker, med den mest kjente tv-kokken Robert Swoda i spissen.

For ytterligere å fremme norsk laks på grill og norsk sild deles det ut både oppskriftshefter og brosjyrer om norsk sjømat til de voksne. For de minste er det konkurranser, muligheter til å male fisker og lage origami. De "sprekkeste malte fiskene" blir belønnet med T-skjorter og Norge-bag'er. Arrangementet har fått stor oppmerksomhet på lokale nettsteder og i lokalpressen der showene har vært gjennomført.

Parallelt ruller det i sommer en nasjonal annonsekampanje med fokus på grilloppskrifter i Polen, og til sammen 1 million brosjyrer er distribuert i butikk. EFF har på arrangementene gjennomført spørreundersøkelser rundt laksekonsumet. De gledelige tallene viser at over 70 % har smakt laks i Polen, noe som kan tyde på at laksens popularitet også hos de yngre er på vei opp. Polen har nå det sjette største laksekonsumet i Europa.



EFFs fiskerutsending Kristin Pettersen flankert av Robert Swoda (tv.) og hans assistent Grzegorz Łapanowski.

Fotos: advancedPR/EFF

Lakseblogging i Hong Kong



Her er de deltakende bloggerne samlet på Superlife Culture Club i Hong Kong tidligere i august.

Om kvelden 10. august samlet Eksportutvalget for fisk ni av Hong Kongs ledende matbloggere på Superlife Culture Club, for å la stedets kjøkkensjef Charmaine Cheung inspirere dem til å bruke Norsk Laks i matlagingen, og deretter blogge om sine erfaringer.

Opphavet

Etter en presentasjon om laksens norske opphav i de kalde, klare farvann langt mot nord demonstrerte og fortalte Chef Cheung om filetering og oppbevaring, og tilberedte deretter grillet og ovnsbakt Norsk Laks. Cheung, som selv har besøkt Norge, har god erfaring med Norsk Sjømat og kjeden City Super hvor hun jobber har både makrell, fersk kveite, torsk og laks i sine kjøledisker.

Målsetningen

Hensikten med dette arrangementet var naturligvis å få profilerte matbloggere til å promotere Norsk Laks som en spennende, anvendelig og derfor foretrukket råvare på sine sider. Arrangementet markerte også starten på nedtellingen til høstens hovedbegivenhet; feiringen av Norsk Laks nr. 10 000 000 som finner sted i Shanghai, men som også blir feiret i Hong Kong.

Den populære restaurant og matsiden openrice.com vil den neste måneden invitere folk til å laste opp sine favorittretter av laks, enten de er selvlaget eller fra restaurant. 28. september blir det feiring for media og vanlige folk på en av Hong Kongs tradisjonelle trikker som selvsagt vil dekores og servere Norsk Laks i anledningen.



Hver blogger fikk med seg rabattkupper for kjøp av Norsk Laks i supermarkeds-kjeden Wellcome som ble lagt ut for nedlastning av leserne på alle bloggsidene.

Resultatet så langt

I skrivende stund har 6 av deltakerne publisert blogger med rikt illustrerte råd og tips om bruk av Norsk Laks på sine sider, som samlet har drøyt 11 000 daglige besøkende. Og de resterende har lovet å komme på luften i løpet av de nærmeste dagene.

Foto: EFF



TIMBUKTU PÅ FISKETUR

"Den här ska nog få leva" sa Timbuktu om denne lille Barentshavtorsken.
Skipper Svein Mathisen til høyre.

Den skånske rap-artisten Timbuktu og bandet Damn! som for tiden herjer på de norske hitlistene forberedte seg grundig til en skolekonsert i Havøysund forleden: De dro på fisketur.

Før konserten i Havøysund sørget nemlig Måsøy kommune for at de populære musikerne fikk seg en fisketur på Gavelgrunnen utenfor Havøysund om bord i speedsjarken "Ingrid Maria" med den rutinerte lokale fiskeren Svein Mathisen som skipper.

Begeistringen var stor da de etter en utålmodig halvtime kunne dra ombord den første fisken. Etter hvert kom flere flotte eksemplarer, både torsk og hyse, over rekka – til fiskernes store jubel. De svenske gjestene virket oppriktig entusiastiske når de snakket om den "underbara" vakre naturen og om Havøysund som de kalte en idyllisk og flott "stad".

Om bord var de selvsagt utstyrt med musikerstilriktige hodeplagg, nemlig de gule "uniforms-sydvestene" som Eksport-utvalgets frivillige bruker på Bukta-festivalen.

Inspirert av en flott dag på havet gjorde artistene en strålende kveldskonsert i samfunnssalen på Havøysund skole til stor begeistring for de vel 160 fremmøtte, som programmessig fikk høre monsterhitene "Det løser seg" og "Alla vill till himmelen men ingen vill dø" i en perlerad av fengende hip-hoplåter med innslag av reggae og tango (!).

Det var således en gjeng kjempefornøyde musikere, noen sågar iført "Something Fishy"-dekorerte T-skjorter, som avsluttet oppholdet i Havøysund med fersk kongekrabbe og sjøfisket torsk på Havøysund Hotell. Kveldens kokk, Sten Rune Simonsen, fikk spontan applaus fra gjestene for rettene han hadde tilberedt.



Timbuktu og hans mannskap på vei ut til fiskegrunnene.



Produksjonssjef Knut Olav Skare ved Marine Harvest Bjørlykkestrand og fiskeri- og kystminister Lisbeth Berg-Hansen har valgt ut 10 millioners laksen.



Etter at laks nummer 10 million er hentet opp fra havet må den over i en balje for å merkes. En svart gummiring settes rundt sporden av fiskeri- og kystministeren. Merkingen må til for at den utvalgte laksen skal kunne identifiseres når den føres fra brønnbåten og over til slakteriet.



Laks nummer 10 million er vel inne på anlegget på Eggesbønes. Kyndige hender har fått laksen frem til pakking og her holdes den frem av en stolt medarbeider.



ROCKA LAKSE

En milepæl for den norske sjømatnæringen ble denne uken markert i forbindelse med den norske sjømatuken under verdensutstillingen i Shanghai. Siden 1993, da Bjørn Eng (70) som salgsdirektør i Seafood Farmers var en av pionerene som åpnet det kinesiske laksemarkedet, har norsk sjømatnæring sendt 10 millioner laks til Kina.

En spesielt utvalgt laks ble derfor i forrige uke hentet fra et oppdrettsanlegg i Vannylven kommune på Sunnmøre for å være klar til sjømatuken i Shanghai. Et stort presseoppbud fra både Norge og Kina fulgte laksens ferd til prosesseringssanlegget i Fosnavåg og videre til flyplassen i Oslo. Med på reisen var fiskeri- og kystminister Lisbeth Berg-Hansen som også hadde æren av å velge ut jubileumslaksen.

Bestemmelsesstedet for jubileumslaksen var en av storbyens mest populære supermarkeder. Her fulgte noen av Kinas største aviser, nyhetsbyrå og tv-stasjoner begivenheten med stor interesse. Millionlaksen ble behørig båret inn av Bjørn Eng og levert videre til en serie utvalgte gjester fra både Norge og Kina. I tillegg til fiskeri- og kystminister Berg-Hansen og Line Ellingsen fra styret i Eksportutvalget for fisk, holdt representanter fra både kinesiske organisasjoner og bedrifter hilsningstaler til jubileumslaksen og til sjømatnæringene i de to land.



Barn fra Herøy var samlet for å vinke laks nummer 10 million av gårde til Kina. Med norske og kinesiske flagg og spesialdesignede t-skjorter vinket og hilste de laksen vel av gårde på veien til Oslo.



Natt til fredag ankommer den Gardermoen hvor den tidlig om morgnen skal klargjøres for flyfrakt til Kina.



Klokken 10.15 lørdag 9. oktober tok Korean Air Cargo av fra Gardermoen med laks nummer 10 million til Kina om bord.



Laksen er lagt på is i sin egen kasse og klar for emballering. Først skal den bare få på gavebånd og en norsk sjømatlogo, selvsagt med tekst på kinesisk.



Laks nummer 10 millioner er ferdig bearbeidet og klar for transport til Oslo.

Fravestre: kommunikasjonsdirektør Christian Chramer i Eksportutvalget for fisk, administrerende direktør Eirik Borge i Bring Frigorskandia, administrerende direktør Alf-Helge Aarskog i Marine Harvest og fiskeri- og kystminister Lisbeth Berg-Hansen.



Fra Kina følger både matbloggere, tv-journalister, magasinjournalister og web-tv jubileumslaksens ferd fra Norge til Kina. Her er de kinesiske gjestene avbildet sammen med vertskapet fra Eksportutvalget for fisk, fiskeri- og kystminister Lisbeth Berg-Hansen, laks nummer 10 million og den spesialdesignede lastebilen.

Laks nummer 10 million fra Norge til Kina ankom Shanghai denne uken og den utvalgte millionlaksen fikk en mottagelse en rockestjerne verdig.

EMOTTAGELSE

Fisken ble som finale på arrangementet filetert og servert rå som sashimi. Den kinesiske pressen fikk konkurranse om smaksprøvene fra et tallrikt antall norske næringslivsfolk og andre kinesiske gjester. Mange av de innbudte gjestene fra Kina hadde vunnet billetter i en oppskriftskonkurranse på den kinesiske matsiden Fantong.ch. Sjømatuken benyttets aktivt til markedsføring i kinesiske daglivarekjeder og dette arrangementet tjente også som lansering av en av de mange butikkkampanjene som nå gjennomføres i Kina.



Jubileumslaksen tas imot av blant andre fiskeri- og kystminister Lisbeth Berg-Hansen på kjøpesenteret i Shanghai.

I tillegg gjennomføres det kampanjer i fire sushikjeder i Shanghai, som til sammen har 63 restauranter.

Norsk sjømat til Kina har vokst formidabelt så langt i 2010. Etter årets ni første måneder er eksportert verdi på over 1,5 milliarder kroner. Det betyr at man i løpet av oktober regner med å passere eksportverdien for 2009, på 1,6 milliarder kroner, som forøvrig er den stående rekorden.



Fra Norge eksporteres det særlig hvitfisk som torsk, hyse og sei. I tillegg selges det betydelige mengder makrell. Disse videresendes gjerne til andre markeder mens det produktet som i størst grad blir igjen og spises i Kina er laksen. De siste årene har eksporten av laks til Kina skutt i været og så langt i år er økningen på nesten 2500 tonn, og i oktober måned har man beregnet at laks nummer 10 million ankom det kinesiske markedet.



SUSHI REKORD PÅ NORSKE HENDER

Torsdag 15.10. skrev Eksportutvalget for fisk (EFF) seg med gullskrift inn både i historiebøkene og Guinness Rekordbok med verdens største sushimosaikk under avslutningen av fiskeri- og sjømatuken på EXPO 2010 i Shanghai.

Under et stort presseoppbud erklærte Ms. Angela Wu på vegne av Guinness Book of Records at EFF den 15. oktober kl. 16.03 hadde overtatt verdensrekorden i sushimosaikk.

Rekorden lyder nå på 20,13 kvadratmeter, dannet av nøyaktig 8374 sushiibiter. Forrige rekord, som ble satt i 2008 i India, var på 15,08 kvadratmeter og 5814 biter – så det var egentlig snakk om utklassing.

Den nye rekorden ble satt i nydelig vær utenfor Norges paviljong på verdensutstillingen Expo i Shanghai, og besto selvsagt utelukkende av norsk sjømat og kinesisk ris og tang.

- Vi regner med at denne begivenheten vil gi økt oppmerksomhet om norsk laks og sjømat i Kina, sier markedsdirektør i EFF, Merete Kristiansen.

Motivet, et hjerte av det norske og kinesiske flagget omgitt av en strålekrans, er designet av Tromsø-firmaet Reibo. Og for utførelsen, som i sluttfasen tok om lag 8 timer, sto 40 godt forberedte og meget veldisiplinerte studenter fra den lokale kokkeskolen The Zhonghua Vocational Chef School i Shanghai.

Siden et av vilkårene for sushimosaikkverdensrekorder er at de skal spises etterpå, så var kinesisk mattilsyn til stede hele tiden og fulgte rekordforsøket med argusøyne. Rekordmontasjen ble fulgt av tusenvis av tilskuere, som så stilte seg disiplinert i kø for å få en smakebit av mesterverket



Blide, men slitne kokkestudenter etter utført bragd.

Fotos Ola Reibo/EFF



Her er verdens største sushimosaikk akkurat ferdig montert og klar til å bli spist av de mange besøkende på EXPO 2010 i Shanghai.



Flittige fingre former tusenvis av sushibiter.



EFFs blide og stolte markedsdirektør Merete Kristiansen (t.v.) overtar her beviset for at EFF nå innehar verdensrekorden i sushimosaikk fra fiskeri- og kystminister Lisbeth Berg-Hansen, som mottok diplomet på Norges vegne.



Marit Bjørgen legger opp dagens forrett i Val Senales; lettørykt laks.

Eksportutvalget for fisk, som samarbeider med Marit Bjørgen, har reist til de italienske alpene og skilandslagenes høydesamling i Val Senales. Med på lasset fra Norge er fisk. Mye fisk.

Med fisk til unnsetning

- Italia er jo kjent for mye god mat, men så langt til fjells er det langt til nærmeste fiskemarked. Kostholdet her bærer preg av mye pasta, og mye kjøtt. Jeg tror alle ser frem til endelig å få fersk og god fisk på menyen igjen, sier Marit Bjørgen.

Høstens høydesamling går mot den siste uken og snart begynner endelig skisesongen med VM i Oslo som naturlig høydepunkt.

Høydetrening er en tøff utfordring, og i denne perioden er det viktig å finne balansen mellom trening og hvile og samtidig ivareta et godt kosthold. Eksportutvalget for fisk kommer derfor skilandslagene til unnsetning med egen kokk og råvarer for å passe på at våre skiess skal ha de beste forutsetninger for å få fullt utbytte av høydeoppholdet og sesongoppkjøringen.

- Det er hyggelig å kunne bidra når landslagsledelsen ytrer et ønske om å få tilgang til norsk sjømat også på samlingene. Det viser at også skilandslaget har fokus på et sunt og variert kosthold hvor sjømat har en viktig plass, sier Lars Fredrik Martinussen, kommunikasjonsrådgiver i Eksportutvalget for fisk.



Høydepunktet denne helgen er lørdagens middag bestående av tre retters meny med kveite i hovedrollen.

- Jeg synes det er fint at også de andre på laget får glede av det samarbeidet jeg har med Eksportutvalget for fisk. Etter to uker med mye trening og litt ensformig mat er det fint å samle hele gjengen og by dem på en ordentlig middag. Det blir et hyggelig avbrekk fra de faste rutinene - noe alle vil ha godt av, både i forhold til det sosiale og det ernæringsmessige, sier Marit Bjørgen mens hun legger opp en av forrettene.

Menyen i dag tilberedes av Thomas T. Pettersen fra Kulinærsk Akademi som er med til Italia. Utøverne kan se frem til en forrett bestående av lettørykt laks, eggekrem, rugbrødchips og urtesalat. Mens hovedretten er grillet kveite, smågrønnsaker, spisskål, baconsjy og amadinapoteter med estragonsmør.

Foto: Lars Fredrik Martinussen/EFF



Mesterkokk og Årets Lutefiskelsker 2010 Harald Osa reklamerer ivrig for lutefiskfesten under auksjon på NRK1 søndag 24. oktober straks før Dagsrevyen kl. 19.00

Mesterkokk og lutefisk for flyktninger

Som en del av årets TV-aksjon til inntekt for Flyktningehjelpen ble Eksportutvalget for fisk utfordret til å bidra med 25 000 kroner.

Istedenfor å donere penger til det gode formål valgte Eksportutvalget å legge ut på auksjon en uforglemmelig lutefiskmiddag for 12 personer, en mesterkokk til å lage maten og muligheten for vinneren av budrunden til å velge når og hvor i Norge festen skal finne sted.

- Vi blir svært ofte kontaktet av organisasjoner som ønsker støtte fra oss og vi er opptatt av å bidra aktivt i våre omgivelser enten det er i lokalmiljøet eller i de større globale utfordringer. Samtidig skal vi velge hvilke områder vi kan engasjere oss i og finner vi det riktig skal vi gå inn med vår kompetanse og vårt engasjement, sier Christian Chramer som er kommunikasjonsdirektør i Eksportutvalget for fisk.

Etter at man var enig om å ta imot utfordringen fra tv-aksjonen ble en rask idédugnad gjennomført. Med åpningen av årets lutefisksesong bare dager i forveien var det nærliggende å se om EFF kunne knytte sitt bidrag til tv-aksjonen til en av våre mest tradisjonsrike middagsretter. I samarbeid med tv-kokken Harald Osa, som nettopp var kåret til Årets Lutefiskelsker, ble auksjonsobjektet klargjort på nettportalen QXL.

- Etter en forrykende sluttspurt mellom to anonyme budgivere endte sluttbudet på 36 000 kroner. Vi er kjempefornøyd med at vi har maktet å gi årets viktige innsamlingsformål et så høyt beløp og er sikker på at budvinneren vil bli både mett og fornøyd, sier Chramer.

BIGmanRacing, som er navnet på vinneren av budkrigen har enda ikke kontaktet EFF og både tv-kokken Osa og EFF er spent på hvor festmiddagen ønskes servert. Om det blir på Finnmarksvidda, på Svalbard eller i en privatbolig i en storby lover EFF og mesterkokken et uforglemmelig festmåltid av lutefisk med alt tenkelig tilbehør.

Foto: Karin Karlstrøm/EFF



Miljøsertifisering av norske reker

Det bærekraftige fisket av reker dokumenteres ytterligere når Norge søker sertifisering gjennom sertifiseringsordningen Marine Stewardship Council (MSC) og deres standard for bærekraftige fiskerier. Rekefiskeriet føyer seg inn i rekken av norske kommersielle fiskerier som har gjennomgått MSC-sertifisering og Norge befester sin posisjon som den fiskerinasjonen i verden med størst andel miljøsertifiserte fiskerier.

- For vårt markedsarbeid er det også svært gunstig å få MSC-sertifisering på plass. Ulike markeder krever ulike merker og dette vil gjøre norske reker enda mer konkurransedyktig, sier Ove Johansen som er markedssjef reker og skalldyr i Eksportutvalget for fisk.

De største markedene for norske reker fra Barentshavet finner man i Storbritannia, Sverige, Finland og Norge. Dette er markeder hvor fokuset på bærekraftige produkter er økende. Rekefiskeriet i Barentshavet er allerede sertifisert etter standardene til KRAV og Friend of the Sea. Med en sertifisering også mot MSCs standard, har norske rekeeksportører mulighet for å tilby produkter med et bredere utvalg av miljømerker.

Marine Stewardship Council (MSC) har utviklet et sertifiseringsprogram for bærekraftige og godt forvaltede fiskerier. MSC-sertifiseringen er basert på en tredjepartsrevisjon av fiskeriet opp mot standarder og gjennomføres av et akkreditert sertifiseringsbyrå.

Det norske sei-, makrell-, og sildefiskeriet, samt torsk- og hysefiskeriet utenfor 12 nautiske mil, har allerede mottatt sin MSC-sertifisering. Torsk- og hysefiskeriet innenfor 12 nautiske mil langs norskekysten er i prosess for å bli sertifisert mot MSCs standarder. Med dette vil alle de store norske kommersielle fiskeriene være miljøsertifisert.

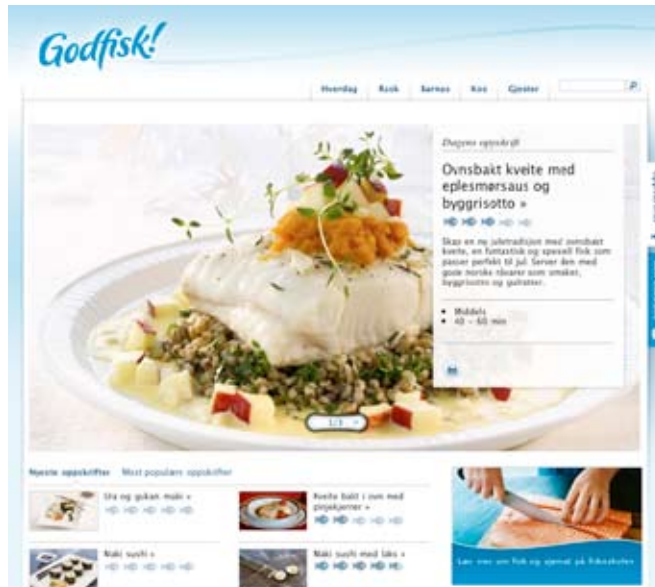


Rekefiske i Lyngen i Nord-Troms.

Foto: Lauritzen og Westhammer / EFF

Foto reke: Synnøve Dreyer

Nye fristelser på:



Norges største nettside om sjømat relanseres nå i ny drakt. Besøkende på godfisk.no vil oppleve en mer rendyrket oppskriftsside som skal inspirere nordmenn til å spise mer sjømat.

25 000 nordmenn besøker hver uke Godfisk-sidene til Eksportutvalget for fisk (EFF). Den største driveren av trafikk er oppskrifter på sjømat og det har man nå tatt konsekvensen av. Oppskriftsøk basert på anledning er gitt en fremtredende plass og oppskriftene er gjennomarbeidet på nytt og illustrert med nye fotografier.

- Vi går i en litt annen retning når vi halverer antallet oppskrifter fra 800 til like over 400, forklarer Marit Stagrum Ottem som er bransjesjef for det norske markedet.

- Vi er trygg på at denne omleggingen vil gi enda flere fornøyde godfisk'ere, sier en forventningsfull bransjesjef på lanseringsdagen.

Nettsidene godfisk.no skal være utgangspunkt for omlegging av Eksportutvalget for fisk sine 14 nettsider rundt om i verden. Først i rekken er Sverige og nettsiden norskfisk.se som blir ny i januar.

Den nye publiseringsløsningen skal gjøre det lettere å utnytte innhold på tvers av landegrensene, forenkle arbeidsprosessene, men ikke minst gjøre det mulig å satse mer på mobile enheter.

Lanseringen av nye godfisk.no skjer samme uke som iPad lanseres i Norge og gir oss mulighet til å sette fart på EFF sin satsing på mobile løsninger for brukerne.

I tillegg til 25 000 ukentlige brukere har Godfisk 29 500 Facebook-venner. Vi ser at en stadig økende trafikk til godfisk.no fra sosiale medier, og med ny side og mer solid innhold har vi et godt utgangspunkt for å skape et enda større engasjement forklarer prosjektleder Lars Fredrik Martinussen:

- Ny Godfisk er etterlenget fordi vi nå har enda bedre muligheter til å utvikle sidene i takt med hva som forventes fra brukeren. Spesielt gjelder dette muligheten til å skape en helhetlig brukeropplevelse på tvers av egen nettside, mobile enheter og sosiale medier. Innholdsmessig har vi nå en mer solid side - og det er også grunnleggende for å kunne lykkes, sier Lars Fredrik Martinussen.



Sild fra norsk not til rus

Internett og sosiale medier blir stadig viktigere kommunikasjonskanaler for Eksportutvalget for fisk. Nylig fikk russiske bloggere en eksklusiv master-class med stjernekokken Ilja Lazerson i Moskva. Ilja lovet en smaks-eksplosjon, og det ble det!

Tidlig i november inviterte EFF bloggere til sildemaster-class i lokalene til Academia Del Gusto i sentrum av Moskva. Rundt 15 matbloggere møtte opp for å overvære og rapportere fra et kulinarisk teater med norsk sild og den kjente kokken Ilja Lazerson i hovedrollene.

Bruken av internett og sosiale medier er i rask vekst i Russland, og bloggere har på kort tid blitt viktige meningsbærere i det russiske samfunnet. I Russland i dag har det vokst frem en gruppe bloggere som fokuserer på mat og kulinariske opplevelser, og EFF ønsket å vise disse hvor spennende og utradisjonell norsk sild kan være.

Sild har sterke og gamle tradisjoner i Russland. Dette er selvsagt vel og bra, men har også gitt silden et noe gammelmodig image. Dette forsterkes av at russere stort sett spiser sild på to måter: sild med løk, potet og rødbeter, eller "sild under pelsen", som er en sildesalat med rødbeter, potet, egg og ofte majones. EFF har i sin strategi for Russland satt seg som mål å vise at sild er et spennende produkt med mange muligheter og at sild er trendy.



Mesterkokk Lazerson med sin sildesushiroll.



Ivrige russiske matbloggere sikrer seg gode norske sildemotiver.

ssisk nett

St. Petersburgkokken Ilja Lazerson demonstrerte til fulle at sild kan være både utradisjonell, spennende og trendy med sin nye kreasjon av lettsaltet sild med foie gras rullet i noriblad som en sushi roll! Det var virkelig en smakseksplasjon som mange satte stor pris på, mens andre foretrakk sild uten foie gras!

Etterpå har bloggerne skrevet entusiastisk om sine opplevelser og presentert den norske silden som både mer spennende og trendy enn de hadde forventet. Mange nye bekjenskaper ble også knyttet underveis, ettersom bloggerne i all hovedsak lever i en virtuell verden og sjelden eller aldri møter hverandre.

Utsagn som:

- Er det du som er "maxnicol" eller "miranda_z" kunne man høre, og i bloggen til nettopp maxnicol kunne man etterpå lese følgende utsagn: "Norwegian fish - connecting people"!

Norsk laks i spansk juletradisjon

Det stunder mot jul. Og igjen blir Norsk Laks, særlig i røkt utgave, en populær gjenganger i julemåltider i mange spanske hjem. Men i år legger Eksportutvalget for fisk (EFF) ekstra trykk i presentasjonene.

En TV-stjerne i juleforberedelsene

I løpet av november ble det laget 4 nye TV-reklamefilmer à 20 sekunder for Norsk Laks til spansk jul. Det gjennomgående budskapet er "Norsk Laks. Min beste hemmelighet", og viser juletilknyttet matlaging i hyggelige spanske familiesituasjoner. Oppskriftene er praktiske og enkle, og underveis fremheves også de helsemessige gevinstene ved å spise norsk laks. Filmene blir vist i alt 825 ganger på de største nasjonale TV-kanalene i løpet av desember.

I tillegg presenteres Norsk Laks redaksjonelt, med tips og gode råd fra kjente TV-kokker, som Karlos Arguiñano, på mindre nisjekanaler for matelskere, som f. eks. Antena 3 og Canal Cocina.

Butikkaktiviteter

Parallelt med TV-kampanjen blir det gjennomført butikkaktiviteter med det samme juleanslaget. Dette tiltaket innebærer bl.a. at det i desember blir demonstrert og distribuert oppskrifter og annen informasjon om Norsk Sjømat til kundene i 900 spanske super- og hypermarkeder: 580 Eroski, 270 Carrefour og 50 Alcampo!

Familieforøkelse

Den norske sjømatfamilien i Spania har nylig fått et nytt medlem: Norsk Fjordørret.

Sin første introduksjon i det spanske kjøkkenet har den nye tilveksten i hovedsak fått i form av tapas og pintxos (som også er en form for tapas, men egentlig betegner den pinnen man bruker når man forsyner seg med fingermat).



Faksimile fra EFFs nyhetsbrev (på engelsk) om årets sterke julesatsing for norsk laks og ørret i Spania.

Kjøkkensjef Jesús Almagro, som nylig ble kåret til spansk mester i kokkekunst, som i tillegg er den best plasserte spanske kokk i Bocuse d'Or noensinne, og som har god erfaring med norske sjømatprodukter som laks, skrei, kveite og kongekrabbe, har lagt sin elsk på fjordørreten og presenterer nå med stor begeistring lekre tapas med sin nye favorittfisk fra Norge.

Og i Norge-kategorien i Pintxosmesterskapet i Baskerland nylig ble Norsk Fjordørret selve stjernen blant råvarene. Vinneren i denne klassen i år, Senén González, fra Sagartoki, Vitoria, ble belønnet med en reise til Oslo, inkludert et intensivkurs i bruk av norske sjømatråvarer ved Gastronomisk Institutt.

EFF spanderer og gratulerer!



Sjakkens dronning møtte havets konge!

I samarbeid med "verdensmesterinnen" i sjakk, Aleksandra Kosteniuk, arrangerte Eksportutvalget for fisk (EFF) nylig en kulinarisk master-class for barn i Moskva.



Klar for første trekk – med norsk sjømat på brettet. (Er ikke bakerste gutt til venstre mistenkelig lik en ung Magnus Carlsen?)

Aleksandra Kosteniuk er regjerende verdensmester i sjakk for kvinner og har en lang merittliste som inkluderer seire over de aller beste sjakkspillerne i verden, som Magnus Carlsen (ranket som nr. 1 i verden) og Vishy Anand (regjerende verdensmester for menn).

Hun har en egen sjakkskole for barn i Moskva, og arrangerer sjakkturneringer for barn rundt om i Russland. Men hun er ikke bare opptatt av sjakk, men også av sunt kosthold. EFF på sin side har hatt stor suksess med sin russiske utgave av barneprosjektet "Fiskesprell", og sist i november ble 15 barn fra Kosteniuks sjakkskole invitert til å hjelpe Aleksandra og kokken Sergeij Sijjev med å lage kannelloni (pastarør) fylt med laksemos bakt i Béchamelsaus.

En tid vurderte faktisk Aleksandra K. å skrive en masteroppgave om hvordan forskjellig ernæring påvirker prestasjonene til sjakkspillere. Slik ble det ikke.

- Men i forhold til fisk er det uansett enkelt, sier hun.

- I Russland sier vi "vil du bli smart må du spise fisk", og nå viser jo forskningen at det stemmer. Aleksandra fortalte barna om hvorfor laks ikke bare er godt å spise, men også sunt. En ivrig gutt visste godt at det var omega-3 i laksen og at dette var veldig bra for helsen. Etter matlagingen fikk ungene til sin store begeistring prøve seg i sjakk mot verdensmesterinnen.

Alle kursdeltakerne på ett smilende brett med lederne bak fra venstre: EFFs Jan Eirik Johnsen, sjakkdronningen Aleksandra Kosteniuk og kokk Sergeij Sijjev.

- Ideen om å samarbeide med Aleksandra Kosteniuk fikk jeg etter å ha jobbet med å få Sjakk-OL til Tromsø i 2014, og gjennom dette arbeidet så jeg hvilken flott ambassadør hun var for Tromsø og Norge, sier EFFs mann i Russland, Jan Eirik Johnsen.

- Når hun i tillegg er en stor sjømatentusiast og opptatt av ernæring, spesielt ernæring for barn, så dukket ideen opp om å gjøre et PR-arrangement sammen, for å fremme kunnskap om fiskens gode egenskaper og profilere norsk fisk.

Aleksandra Kosteniuk reiste for øvrig rett fra dette arrangementet for å forsvare sin tittel under verdensmesterskapet i sjakk for kvinner, som nå pågår i Tyrkia.



Unge sjakkspillere hjelper Aleksandra Kosteniuk å fylle kannelloni med norsk laksemos. EFFs utsending i Russland, Jan Eirik Johnsen, følger nøye med, i bakgrunnen til høyre.

Økt satsing på sjømat i Norge

Storsatsingen på markedsføring av sjømat i Norge i 2010 har gitt så gode resultater at det nå planlegges en rekordinvestering på over 42 millioner i 2011.

Denne høsten har Eksportutvalget for fisk kjørt den største kampanjen for norsk laks noensinne. Etter første uke med tv-reklame var antall besøkende til Godfisk.no mer enn fordoblet.

- Tallene vi har fått for uke én av kampanjeperioden var svært bra, sier Norgessjef i Eksportutvalget for fisk, Marit Stagrum Ottem. Fra et ukentlig besøkssnitt på under 10 000 har besøkstallene for de norske sidene økt med over hundre prosent. Når vi etter en uke får over 20 000 besøkende til siden ser vi at kampanjen har sin tilsiktede effekt, sier Ottem.

I 2010 fikk budsjettene for innenlands markedsføring av norsk sjømat et kraftig løft.

I år brukes over 32 millioner til markedsføring i Norge og bare i høst kjøres det kampanjer for norsk laks for over 10 millioner. Det medfører at man igjen hadde midler til å markedsføre norsk sjømat gjennom en 11 ukers tv-kampanje, kombinert med digital markedsføring i nettaviser og mer tradisjonell trykt reklame i aviser og tidsskrifter.

Norsk sjømat eksporteres til 150 land, men er en middagsfavoritt også hos svært mange nordmenn. Regner man konsumet i Norge om til eksportverdi er Norge blant topp tre i verden, sammen med store eksportmarkeder som Russland og Frankrike.



Dette forsvarer en økning i markedsføringen av sjømat på hjemmemarkedet med over 10 millioner kroner fra 2010, til et estimert budsjett på 42,4 millioner i 2011.

- I 2010 har vi fokusert på enkel hverdagsmat med laks. Nå som vi øker markedsbudsjettet betraktelig vil vi kunne fremme flere av våre mange fantastiske råvarer som torsk, sild og kveite, for å nevne noen, sier Marit Stagrum Ottem som er markedsjef for Norge i Eksportutvalget for fisk.

Eksportutvalget for fisk satser på digital markedsføring i nettaviser og ønsker økt trafikk til nettsiden Godfisk.no.

I kampanjeperioden i høst var besøket samlet på 273 101. I samme periode i 2009 hadde siden et besøk på 136 708, dvs. en økning på meget nær 100 %.

For en enkelt dag registrerte vi faktisk en økning i besøket fra rundt 1000 i gjennomsnitt i fjor til over 7000 i år!

Samtidig vokser stadig antallet venner på Godfisk-sidene på facebook.

- Markedsføring i sosiale medier er nytt og krevende, men fantastisk gøy. Dialog med våre 31 614 fiskespisende facebook-venner (pr. 14.12.2010) om alt fra sjømat i matpakken til hvordan man lager verdens beste fiskesuppe er utrolig berikende, sier Stagrum Ottem.





Norsk Sjømat. Fra kalde, klare farvann.

Eksportutvalget for fisk
Strandveien 106
9291 Tromsø

Telefon: 77 60 33 33
Faks: 77 68 00 12
mail@seafood.no

www.godfisk.no
www.seafood.no

