

Verden og vi

EKSPORTUTVALGET FOR FISK

MED Tall og fakta
FOR FØRSTE HALVÅR 2008



*Første halvår 2008
er ikke bare historie,
men for fiskerinæringen
mange gode historier.*

I denne publikasjonen bringer vi et knippe beretninger fra fjern og nær om diverse aktiviteter som er gjennomført for å øke etterspørselen og styrke omdømmet til Norsk Sjømat. Artiklene som presenteres er hentet fra det halvåret vi nettopp har lagt bak oss. I tillegg bringer vi fra side 16 og utover ferske statistikker over utviklingen for de største produktene i de viktigste markedene, med kommentarer på norsk og engelsk.

Det vi får vist her er imidlertid bare toppen av det isfjellet som utgjør den norske markedsinnsatsen for sjømat. Det går ikke en dag uten at det slås et slag – og da gjerne et originalt, omfattende og oppsiktsvekkende slag – for de norske produktene fra havet. Eksportutvalget for fisk tar selvsagt ikke alene ta æren for den positive utviklingen i den norske sjømateksporten, men at vi bidrar positivt er vi både sikre på og glade for! Vil du vite mer om hva vi har å bidra med, besøk oss gjerne på www.seafood.no

Ha en fin sommer med mye god sjømat på grillen, hvor du enn ferierer. Norsk Sjømat finner du jo overalt, også på våre forbrukersider www.godfisk.no hvor du finner det beste, og meste om sjømat.

TROMSØ, 1. JULI 2008



Christian Chramer
Informasjonsdirektør
Eksportutvalget for fisk

Innhold

3	Et lite stykke Henningsvær i Beijing
3	Kongekrabbens seks sider
4	Norsk lakseworkshop for polske kokker
4	Skreien lanseres i Tyskland
5	Italienske journalister i «norsk» sjømat-skole
5	Pelagiske fremtidsbilder
6	Norsk-asiatisk påskeinvasjon av Russland
6	Beijings kokkeelite får brynt seg på norsk sjømat
7	På tokt i tørrfiskens rike
8	«Fiskesprell» blir nasjonalt
8	Ren fiskekraft inn i OL-prosjektet
9	Laksens hjemmeseier
10	Kongen møtte kjent «landsmann» i Portugal
10	Norsk fiskerinæring i ny miljøfilm signert Yann Arthus Bertrand og Luc Besson
11	Mer klippfisk og tørrfisk på norske bord
12	Skarp Hong Kong-konkurranse om Norge-tur
12	SEAFOOD SAFETY – Norsk konkurransefortrinn i Japan
13	Mye Norsk Laks i St. Petersburg i vår
14	Klippfisk for det portugisiske landslaget i fotball-EM
14	Hjertelig samarbeid i Spania
15	Norsk Laks på oppløpet mot Beijing-OL
16	Tall og fakta for første halvår 2008

Et lite stykke Henningsvær i Beijing

Det var fullt hus på 66° North Norwegian Restaurant & Bar under åpningen i Beijing (39°28'N) mandag. Rundt 100 gjester, hovedsakelig nordmenn og kinesere, men også en god del pressefolk, hadde funnet veien til den nye kulinariske møteplassen i den kinesiske hovedstaden.



Den nye restauranten ligger like ved Beijing Worker's Stadium, som blir arena både for fotball og boksing under OL senere i år. Norges ambassadør Svein Sæther og EFFs fiskeriutsending Åshild Nakken holdt taler under åpningen. Begge understreket at de ville gjøre sitt for å oppmuntre norske selskaper og forretningsfolk til å bruke restauranten framover.

Den 330 kvm store 66° North Norwegian Restaurant & Bar er rustikk og enkel i en slags norsk trehvit stil. Her er plass til ca. 100 gjester fordelt på 20 bord. Eierne, Mr. ZHU Wei og Mr. HAN Bing er genuint opptatt av sjømat og kvalitet og har lenge vært interessert i norske tradisjoner og norsk kultur, og hele historien bak sjømat av norsk opphav.

Ved åpningen kunne den norske kokken Morten Andersen og hans kinesiske kollega Song Jie by på en rekke nordnorske smaksopplevelser.

Norsk Laks ble servert både gravet, røkt, marinert og ovnsbakt, som sashimi og i salat. I tillegg sto både kongekrabbe, reker og østers naturell på menyen. Og til dessert vartet kvæfjordingen Morten opp med den norske nasjonalkaken Kvæfjordkaka.

Så vel gjestene som pressen var strålende fornøyd med de eksotiske omgivelsene(!) og det som ble servert.

Morten Andersen jobber til vanlig ved Henningsvær Hotell og er i Beijing en måned for å hjelpe restauranten med menyene i oppstarten. Den kinesiske kjøkkensjefen Song Jie har arbeidet tre år i Frankrike og har akkurat fått nytt navn, Charles, som han har tatt etter sin helt Charles Tjessem – som vant VM i kokkekunst, Bocuse d'Or i 2003, med bl.a. Norsk Fjordørret.



KONGEKRABBENS SEKS SIDER

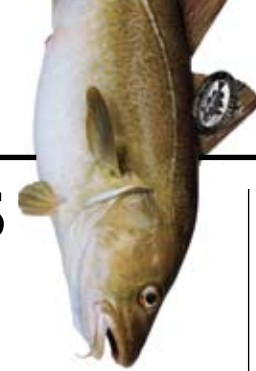
En pressetur med bl.a. fem spanske journalister til The King Crab Festival i Vadsø midt i oktober i fjor har gitt seg meget gode utslag i form av publisitet på nyåret.

De to journalistene fra El Dominical (Periódico de Cataluña), med 310 000 i opplag og estimert 1 150 000 lesere, presenterte nylig en rikt illustrert artikkel på hele 6 sider om kongekrabben i sitt søndagsbilag.

Innholdet i artikkelen er prima, med referanser til kjendiskokker som anbefaler kongekrabben til de store anledninger, om salg i eksklusive butikker, om kokker rundt om i verden som blir «mo i knærne» av krabben etc, etc. Kort sagt ypperlig PR.

Bilaget tilsvarende A-magasinet, men i Barcelona, Spania – med befolkningen generelt som målgruppe. En helsides annonse i dette søndagsbilaget koster 34 280 euro (ca. kr 275 000,-). Multipliser dette med seks, og legg til den lille henvisningsstripen på forsiden, så danner det seg et bilde av en meget god investering for Norsk Kongekrabbe – El Cangrejo Real – i det spanske markedet.

I tillegg laget de tre journalistene fra Canal Cocina en halvtimes program fra turen, som allerede er vist flere ganger. Målgruppen for dette programmet og denne kanalen er kokker og svært matinteresserte spanjoler, med andre ord kjernegrupper i introduksjon av kongekrabbe i Spania.



Norsk lakseworkshop for polske kokker



Eksportutvalget for fisk satte polske kokkekniver i sving 22. – 24. februar da «Contest for Gastronomic Schools in Southern Poland» for tiende år på rad gikk av stabelen i Krakow.

Arrangementet er et kulinarisk verksted med Norsk Laks i sentrum som i år samlet over 100 opinionsledere innen gastronomi, de unge konkurransedeltakerne og kokkeskolenes lærere og ledelse.

Viktig opplæring med laks fra Norge

— Norsk Laks hadde en tydelig tilstedeværelse på det gastronomiske treffet i Krakow. I tillegg til å overvære den kulinariske workshop'en fikk gjestene på den avsluttende gallaen forsyne seg fra en lekker meny med norsk laks, og selv erfare hvorfor toppkokker verden rundt foretrekker denne fisken, sier EFFs fiskeriutsending med ansvar for Polen, Stål Heggelund.

Robert Sowa, som er en berømt og anerkjent kjøkkensjef i Polen og en god ambassadør for norsk sjømat, ledet det kulinariske verkstedet. Han lærte den neste generasjonen polske gastro- nomer om norsk oppdrett, trente dem i filetering og bearbeiding, og ga dem tips og råd om å drive et kostnadseffektivt kjøkken ved å ta alle delene av laksen i bruk.

God smak – gode tilbakemeldinger

Den mest smakfulle delen av verkstedet var når Robert Sowa inviterte alle til å prøvesmake Norsk Laks med salsa av tomat, koriander og annet grønt. — Vi har fått gode tilbakemeldinger fra verkstedet, og flere andre skoleledere spurte om det var mulig å få til lignende arrangementer ved deres skoler, avslutter Stål Heggelund.

SKREIEN LANSERES I TYSKLAND

Skreiens utbredelse i Tyskland er et resultat av en omfattende markedsføringsavtale mellom Eksportutvalget for fisk og Deutsche See, en av de største importørene og distributørene av sjømat til det tyske markedet.

Kjendiskokker

Det kan være nyttig at det er kort vei for tyske forbrukere til nærmeste skrei, etter hvert som ryktet om den norske gourmeffisken brer seg. Tyske kjendiskokker har allerede trykket skreien til sitt bryst. Lanseringen av skreien i Tyskland startet da stjernekokken Cornelia Poletta tilberedte fem ulike skreiretter foran tysk presse og sentrale kokkekolleger. Poletta er Tysklands svar på svenskenes Tina Nordstrøm og britenes Jamie Oliver, og hun har allerede brukt skreien en gang på tysk fjernsyn.

Etter hvert som tyske forbrukere vil ta råvaren i bruk, sørger Eksportutvalget for fisk for tips og inspirasjon i to nye oppskriftshefter. Det ene er utviklet i samarbeid med Deutsche See, mens det andre er laget av Eksportutvalget for fisk for fiskematkjeden Nordsee.

Til skreiens rike

Som grunnlag for årets lansering i Tyskland, ligger fjorårets pressetur til Lofoten. Eksportutvalget for fisk tok da med seg 15 sentrale journalister og kokker på en reise spekket med matopplevelser, fisketurer og historiefortelling om skreien

som råvare, kulturbærer og økonomisk katalysator.

— Etter denne turen har vi fått gode ambassadører for den norske skreien i Tyskland. De har alle fått en tilknytning til råvaren. Dermed var de heller ikke vanskelige å få med når vi i år ville ha dem med på å markedsføre skreien, sier fiskeriutsending Stål Heggelund.

I år har han journalister fra den tyske fjernsynskanalen Kabel 1 med til Røst for å overvære den hektiske aktiviteten under Lofotfisket.

— Resultatene fra fjorårets pressetur viser hvor viktig det er å få folk med seg til Norge, sier Heggelund.

Mer fersk fisk

Årets skreilansering i Tyskland er et viktig ledd i arbeidet for å få tyske forbrukere til å bytte ut frossenmat med mer fersk fisk. I snitt spiser hver av Tysklands 80 millioner innbyggere mer enn 14 kilo sjømat i løpet av året, men bare ti prosent av dette er ferskvare.

— Dette er et altfor lavt tall. Når vi ønsker å endre dette, er skreien en av våre beste ambassadører for god fersk fisk, sier Heggelund.

Så snart skreisesongen er over, starter oppkjøringa mot sommerens grillsesong. Da er målet mer fersk laks på tyske griller.



ITALIENSKE JOURNALISTER I «NORSK» SJØMATSKOLE

26. februar arrangerte Eksportutvalget for fisk et kokkekurs i Milano for et 20-talls matjournalister i regi av den unge og fremadstormende kokken Simone Rugiati.

Simone Rugiati kan vel nærmest sies å være Italias svar på Jamie Oliver, som han for øvrig også skal samarbeide med i tiden framover, både i Italia og England. Simone er godt kjent for matinteresserte italienere gjennom deres versjon av Kokkekamp og egne tv-programmer på matkanalen Gambero Rosso.

«Nyutdannet» på pressetur til Røst

På kurset stilte Simone nylig tilbakekommet fra en pressetur med EFF til Lofoten, der han var for å lage tv-program om tørrfisk for Gambero Rosso. Der deltok han i alle fasene i produksjonen fra fiske, via skjæring av torsketunge og til hending.

— Før var tørrfisk bare et interessant produkt for meg, sier Simone, men det er blitt så mye mer etter at jeg har vært i Lofoten og sett den omtanke og pasjon som legges i produksjonen.

«Hva er forskjellen på en tørrfisk og en klippfisk?»

Kurset tok blant annet sikte på å lære journalistene forskjellen mellom tørrfisk «stoccafisso» og saltfisk/klippfisk – «baccalà», siden både journalister og konsumenter ofte blander sammen disse produktene. Etter sin tur til Lofoten kunne Simone enkelt forklare forskjellene.

Under selve demonstrasjonen av oppskriftene fokuserte Simone på de forskjellige egenskapene ved produktene og hvilke tilbehør som best framhever særegenhetene til hvert enkelt. Han har også utviklet en serie med nye oppskrifter for EFF, blant annet oppskrifter for barn, nye vrier på tradisjonelle oppskrifter og helseaktive retter.

Produsentene som var med Simone til Norge var svært entusiastiske og alle ville gjerne tilbake for å lage flere program med Norsk Sjømat. På spørsmål om hva som var det beste han hadde smakt av norsk mat, svarte en av dem, Michelangelo Girardi kontant, og med en sjarmerende italiensk aksent: — Buknafaesk!

PELAGISKE FREMTIDSBILDER

Dette er tittelen på en rapport Nofima Marked har nettopp laget og publisert på oppdrag fra bl.a. Eksportutvalget for fisk.



Formål

Hensikten med rapporten har vært å utvikle og bruke scenarier for å øke bevisstheten, både hos bedrifter og hos EFF, om utfordringer og muligheter i fremtidige markeder for sild og makrell. Et

viktig ønske for dette prosjektet har vært å få fram beskrivelser for enkelte produkter og enkelte markeder, slik at de blir praktiske å anvende i strategiske diskusjoner. Det har ikke vært et mål i denne prosessen å frembringe mest mulig nøyaktige fremtidsbeskrivelser, men snarere å vise flere mulige fremtidsbilder.

Effekt

Gjennom at næringens aktører selv er med på å tegne alternative scenarier i forhold til forskjellige målgrupper i forskjellige markeder vil bevisstheten omkring sentrale drivkrefter for markedenes og næringens utvikling øke i pelagisk sektor. Ved bruk av tenkte utviklingsretninger kan næringen heve blikket mot langsiktige trender og tendenser, samtidig som terskelen for umiddelbar handling senkes.

Fra EFFs side har mange deltatt i en lærerik prosess med stort utbytte, og vi benytter anledningen til å takke Nofima Marked v/Audun Iversen for et inspirerende samarbeid.

Hele rapporten finner du her:

http://www.fiskeriforskning.no/nofima/publikasjoner/rapporter/pelagiske_fremtidsbilder/.

NORSK-ASIATISK PÅSKEINVASJON AV RUSSLAND



27. februar arrangerte Eksportutvalget for fisk en master-class i Moskva for journalister og kokker som kick-off for en ny restaurantkampanje i Russland: «Norsk laks i japansk kjøkken».

Her ble 40 inviterte matjournalister og restaurantkokker presentert for 4 japansk inspirerte varmretter:

- Nudelsuppe med Norsk Laks
- Pannekaker fylt med Norsk Laks
- Norsk lakse-teriyaki med ananas og grønnsaker
- Norske laksespyd (shashlyk) med ris

Tradisjoner og trender

Russerne har tradisjon for å spise mye kald laks, som pålegg eller – etter japansk mønster – som sushi og sashimi. Denne kampanjen tar sikte på å friste til bruk av laks også i varme hovedretter i større måltider, en vinkling som er i tråd med EFFs strategi for å stimulere til økt konsum av Norsk Laks i det russiske markedet.

Laks og ris slår an

De fire rettene er utviklet og ble tilberedt og presentert av kjøkkensjef Ivan Maslov i den kjente restaurantkjeden Asia Café. Flere store matsider på Internett har rapportert fra arrangementet og kombinasjonen av varm Norsk Laks og japansk ris er tydeligvis oppfattet som en spennende, eksotisk gastronomisk kombinasjon av de russiske matjournalistene.

Kampanjen

Selve kampanjen startet 10. mars og pågår hele påsken til ende i 14 av Asia Cafés spisesteder i Moskva og St. Petersburg.

Laget fra Westinn Hotel hadde den beste retten av Norsk Laks og Kveite og vant den prestisjefylte konkurransen Meat & Lifestock Australia (MLA) arrangerte i Beijing nylig.



BEIJINGS KOKKEELITE FÅR BRYNT SEG PÅ NORSK SJØMAT

I alt syv lag fra kjente hotell og restauranter i Beijing deltok: China World Hotel, Westinn Hotel, Raffles Beijing Hotel, W Wine & Dine, Beijing American Club, Da Dong Roast Duck Restaurant og restaurant Blue Lobster.

Norsk Laks i kinesisk kjøkken

Konkurransen fremmer vestlig kokekunst. EFFs strategi i Kina er først og fremst at Norsk Laks brukes i det kinesiske kjøkken. — Det er viktig å ikke glemme vestlig kjøkkenretning selv om vi er i Kina. Fremveksten av store hotell og restauranter er sterk i de store byene og konkurransen gir anledning til å knytte kontakter, sier EFFs utsending i Kina, Åshild Nakken. Arrangementet ble avsluttet med en gallamiddag for 180 gjester fra hotell- og restaurantmiljøet i Beijing.

Blant dommerne var Morten Andersen, til vanlig kokk ved Henningsvær Bryggehotell, men for en måned kokk ved den norske restauranten 66° North i Beijing.

Stor konkurranse

Over en periode på to år er det globalt avholdt 20 Black Box kvalifiseringer, som avsluttes med en finale i Dubai i mai. Finalen holdes samtidig med at World Association for Chefs har møte og Norsk Sjømat er offisiell leverandør til konkurransen. Norsk Sjømat har vært råvare i konkurransene i Hong Kong, Singapore og Kuala Lumpur samt i den forrige finalen i Australia i 2005. Eksportutvalget for fisk har således samarbeidet med bøndene fra «down under» ved flere Black Box konkurranser med stort hell.

På tokt i tørrfiskens rike



«Smak av Kysten» er på tokt i Lofoten –

og fokuset er rettet mot skrei og tørrfisk. Gruppen som teller over 40 kokker, kjøkkensjefer, restauranteiere og markedsfolk, er på jakt etter førstehåndskunnskap. Målsetningen er å inspirere spisestedene til å sette tørrfisk på menyen allerede i sommer.

— Her i Norge er det sjelden man bruker tørrfisk til noe annet enn lutefisk, men tørrfisk er en fremragende råvare som fortjener mer oppmerksomhet på kjøkkenet. Tørrfisk har en lang og spennende historie, og den kan vi dele for å forsterke gjestenes måltidsopplevelse. Derfor er vi i Lofoten, sier prosjektleder Alexandra Krage Angell.

«Smak av Kysten» er et nettverksprosjekt som i dag teller 28 spisesteder på Vestlandet. Før året er omme, vil man være 40. Kunnskap og kompetanse er de mest sentrale ingredienser når sjømatkokker jobber med kvalitetsheving. Eksportutvalget for fisk har besluttet å satse sterkt på tørrfisk, blant annet i samarbeid med «Smak av Kysten». — Vi er sikre på at dette vil bidra til økt interesse for og forbruk av tørrfisk, sier Line Kjelstrup i EFF.

Kunnskap og ekte sjømatopplevelser

Dette er definitivt en «hands on»-opplevelse. Medlemmene har vært med ut på feltet og selv trukket opp fiskeliner. Programmet inkluderer også sjømatteater, sperring av fisk og opphenging på hjeller



– og foredragsholdere som i ramme alvor mener at matkultur er intet mindre enn nasjonsbygging. Naturligvis lærer man også nye kreative måter å tilberede tørrfisk på.

Det er ikke første gang kokkene reiser på jakt etter kunnskap. Tidligere har deltakerne vært på kveitefarm, fiskemottak og pakkerier, samt på et kunnskapstokt til Barcelona. I tillegg har det vært tallrike foredragsholdere på Norsk Sjømatsenter – fiskehandlere, krepsefiskere, østersoppdrettere, havforskere og mesterkokker. — Kunnskap om råvarene og kompetanse om tilberedningsmetoder er forutsetningen for å lykkes på kjøkkenet. Spisestedene setter sesongens beste råvarer på menyen og begeistrer sine gjester med ekte sjømatopplevelser! Medlemskap skjer ved invitasjon, ikke søknad. Det er fordi vi vil ha med oss de beste, opplyser Alexandra Angell.

Norsk Sjømatsenter i Bergen er initiativtaker til prosjektet, som realiseres med god økonomisk støtte fra Hordaland Fylkeskommune, Innovasjon Norge og Sparebank 1 SR-Bank.

Vil satse nasjonalt

— Vi er halvveis i vårt treårige prosjekt og har allerede nådd mange av våre målsetninger. Kokkene merker en ny glød på kjøkkenet, spisegjestene merker en ny spenst på menyen, og de vender stadig tilbake. Dette er et bevis på at vi er på riktig vei, sier prosjektleder Alexandra Krage Angell.

— God sjømat må være et nasjonalt felleseie. Derfor har vi tatt en strategisk beslutning om å gjøre «Smak av Kysten» til en nasjonal satsing. Det vil skje i løpet av 2009.



Årets Sjømatkokk 2007, Tostein Sperre, fikk en stor skrei på kroken under studieturen i Lofoten.



«Fiskesprell» blir nasjonalt

Fiskeri- og kystminister Helga Pedersen og statssekretær Arvid Libak i Helse- og omsorgsdepartementet lanserer i dag Fiskesprell som et landsomfattende tilbud for å øke inntak av sjømat blant barn og unge. Fiskesprell er et tiltak i regjeringens Handlingsplan for bedre kosthold i befolkningen, og det er Eksportutvalget for fisk, Fiskeri- og kystdepartementet og Helse- og omsorgsdepartementet som står bak satsingen.

— Ut fra et helsemessig synspunkt er det gunstig om forbruket av fisk øker i befolkningen. Og det er spesielt barn, ungdommer og unge voksne som bør øke inntaket av sjømat for ikke å gå glipp av helsemessig gunstige effekter, sa statssekretær Arvid Libak i Helse- og omsorgsdepartementet da Fiskesprell ble lansert som tiltak som skal bidra til å bedre kostholdet i den yngre del av befolkningen.

— Norge er et av våre viktigste markeder. Det er derfor viktig å fokusere på aktiviteter som rekrutterer nye fiskeelskere allerede i ung alder, slik at unger i barnehage og grunnskole lærer å like fisk. Og så er det i tillegg viktige næringsstoffer i fisk som er spesielt viktige for barns motoriske og mentale utvikling, sier administrerende direktør Terje Martinussen i Eksportutvalget for fisk.

— Det er en myte at barn og unge ikke liker fisk, det er bare noe vi voksne tror. Ingen barn er født til ikke å like fisk, og det er noe vi har fått godt dokumentert gjennom våre tre pilotfylker. Nå ser vi frem til at denne myten også skal knuses i resten av landet, sier prosjektleder for Fiskesprell, Line Kjelstrup fra Eksportutvalget for fisk.

— Vi vil nå sende en invitasjon til alle fylkeskommunene og fylkesmenn med et tilbud om å bli Fiskesprellfylke fra høsten 2008. Tilbudet vil innbefatte økonomisk tilskudd, materiell, kursmal for barnehageansatte og tilbud om kompetanseheving for kursledere i alle fylkene, sier fiskeri- og kystministeren.

Fotograf: Line Kjelstrup

REN FISKEKRAFT INN I OL-PROSJEKTET



Tromsø Romsa 2018 AS og EFF har i dag inngått en avtale som gjør de to selskapene til offisielle samarbeidspartnere.

— Arbeidet med et nytt vinter-OL i Norge gir fantastiske muligheter for markedsføring av norsk sjømat. Denne avtalen kan bidra til å øke salget av norsk sjømat både før, under og etter et OL, sier administrerende direktør Terje E. Martinussen i Eksportutvalget for fisk.

Administrerende direktør i Tromsø Romsa 2018 AS, Petter Rønningen, har tidligere vært sentral i arbeidet med søknaden for Lillehammer-OL og var leder for organisasjonskomiteen under lekene i 1999.

— Jeg vet av erfaring at Norge assosieres med førsteklasses sjømat over hele verden. At vi har fått norsk sjømatnæring på laget gjennom samarbeidet med Eksportutvalget for fisk er svært viktig. Det vil være døråpner for oss i det internasjonale markedsarbeidet og gi oss

ytterligere tyngde internasjonalt, sier Rønningen. Tromsø 2018 har konservativt beregnet at det vil bli servert 4,5 millioner måltider under lekene i 2018, 2 millioner av måltidene går til utøvere. For EFF er målet at flest mulig av disse måltidene skal være basert på norsk sjømat.

— Våre fantastiske naturressurser finnes rett utenfor kysten som man ser for seg at publikummere og utøvere skal besøke i 2018. Når vi sammen med Tromsø 2018 kan markedsføre våre sjømatprodukter overfor disse gruppene gir det oss ytterligere kraft i arbeidet med å vinne verden for norsk sjømat, sier Martinussen.

Gjennom avtalen forplikter EFF seg å stille ressurspersoner på internasjonal markedsføring, miljø, kosthold og helse tilgjengelig for Tromsø Romsa 2018. I tillegg vil EFF bidra med 150.000 kroner frem til avgjørelsen om statsgaranti og deretter 300.000 kroner årlig frem til 2011.

Fotograf: Kim Nordli



LAKSENS HJEMMESEIER

I årevis har den norske laksen gjort stor suksess ute i verden. Nå har Europas beste kokker møtt laksen på hjemmebane.

Den norske laksen har allerede lagt verden for sine sporer. Hver eneste dag året rundt serveres det ni millioner måltider norsk laks over hele verden. Nå har Europas beste kokker besøkt laksens hjemland. Som gourmetkokker har de allerede lagt sin elsk på norsk laks, og i Norge ble de utfordret til å lage hverdagsmat av laks.

Europamesterskap i kokkekunst

I løpet av april og mai har to grupper europeiske mesterkokker besøkt Rogaland for å gjøre seg kjent med landet og råvarene før europamesterskapet i kokkekunst i begynnelsen av juli. Kokkene, fra så ulike land som Russland i øst, Italia i sør og Island i nord, skal alle bruke laks som råvare under europamesterskapet i kokkekunst 1. og 2. juli. Konkurransen Bocuse d'Or Europa er verdens mest prestisjefylte

kokkekonkurranse. Nettopp fordi den norske laksen tilfredsstiller de strenge kravene til verdens beste kokker, er den valgt som råvare til konkurransen.

Laks er lett

På denne turen ble imidlertid kokkene bedt om å bruke laks i hverdagsretter. Ingen land er vel bedre egnet til denne øvelsen enn laksen eget hjemland: Med 7,5 kilo per innbygger hvert år, er det ingen som spiser mer laks per person enn nordmenn. Norske forbrukere har allerede sett at denne fisken krever lite behandling og har en mild smak som ikke bare egner seg godt til søndagens fest. Den er også svært godt egnet til å løse tirsdagens tidsklemme.

— Kokkene brukte laksen på mange ulike måter. Slik demonstrerte de at det er en lett råvare å jobbe med, og at den er anvendelig til så utrolig mye, sier Helga Marie Johnsen i Eksportutvalget for fisk.

Hun forteller at den norske kandidaten

Geir Skeie gjorde det svært enkelt da han forberedte sin hverdagsrett av laks.

— Han stekte laksen og serverte den sammen med frisk asparges. Det kunne vel ikke passet bedre som en enkel hverdagsrett på våren, sier Johnsen.

Trygg mat

De europeiske mesterkokkene besøkte også et oppdrettsanlegg for å se alt som skjer før laksen havner som råvare på kjøkkenbenken. Her fikk kokkene se og høre om fôringsrutinene, kameraene både over og under havets overflate og alle øvrige rutiner som sikrer laksen den optimale oppveksten i norske fjorder.

— Det var kun den norske kandidaten som hadde besøkt et oppdrettsanlegg tidligere, så her lærte nok de fleste mye. Jeg tror det hadde stor betydning for kokkene å se at det er noen som aktivt sørger for at råvaren blir så trygg og god som den norske laksen, sier Johnsen.

Kongen møtte kjent «landsmann» i Portugal

Under denne ukens besøk til Portugal ble kong Harald med Eksportutvalget for fisk på en butikkrunde for å se hvordan Norges største eksportartikkel til Portugal – klippfisk – blir presentert på hypermarkedet Continente Colombo.

— For portugisere er klippfisk kongen. At den ekte norske kongen vil se hvordan kongelig fisk behandles i deres hjemland er voldsomt populært, sier Eksportutvalget for fisk sin mann i Portugal, Øyvind Arne Jensen.

For at Hans Majestet Kongen skulle få et best mulig inntrykk av hvordan klippfisk presenteres i Portugal var det lagt opp til et besøk hos en av de største supermarkedkjedene. Der fikk Kongen se hvordan klippfisk som egen kategori ble viet stor plass i de mest attraktive deler av butikken. Klippfisk står for seks prosent prosent av den totale matvarehandelen og norsk klippfisk har 55 prosent markedsandel. I 2007 eksporterte Norge sjømat for 2,3 milliarder kroner til Portugal og det gjør Portugal til det femte største sjømatmarkedet. Sjømat står for en eksportandel på 45 % av den totale eksporten fra Norge til Portugal.

Da Kongen ankom kjøpesenteret sammen med fiskeriminister Helga Pedersen og Portugals fiskeriminister Jaime



Silva var et pressekorps på 50 personer klar. De fulgte ivrig med da EFFs fiskeriutsending forklarte Kongen om hvordan portugisere tilbereder den saltede og tørkede fisken, som de helst vil ha fra Norge. I en ny undersøkelse utført av TNS Gallup for EFF oppgir over 80 % at de helst vil ha Bacalhau da Noruega, klippfisk fra Norge.

Etter å ha mottatt orienteringen ved klippfiskdisken gikk følget videre til kjøledisken for laks. Denne arten får stadig større plass også i Portugal, og forventningene til laks er økende. I Portugal spises det 62 kg fisk pr. innbygger, men foreløpig er bare en liten andel laks.

— Kongen var svært interessert, og som laksefisker er han også kunnskapsrik på dette området. At han setter av en halv time for å se på norsk sjømat i butikk har svært stor betydning for norsk sjømatforhold til portugisiske kunder, forteller Øyvind Arne Jensen.

Fotograf: Arnt Jensvoll



Norsk fiskerinæring i ny miljøfilm signert

Fra sitt helikopter vil den berømte franske fotografen Yann Arthus Bertrand rette kameralinsen mot norske fiskerier og havbruk i perioden 10. til 17. juni. Bakgrunnen er hans nye filmprosjekt, «Home», som vil vise både naturen på sitt vakreste og konsekvensene av menneskelig inngripen i over 50 land.

— Yann Arthus Bertrand har et meget positivt syn på Norges holdninger med hensyn til miljøvern og bærekraftig utvikling, og ønsker derfor å fremstille norsk fiskerinæring som et eksempel på ansvarsfull forvaltning, sier Thomas Sorrentino, ansvarlig for koordineringen av filmingen i Norge.

Eksportutvalget for fisk har bistått filmteamet med å skaffe bakgrunnsinformasjon om norsk fiskerinæring, og særlig om de mye omdiskuterte torskebestandene. — Ved å presentere både WWF og Havforskningsinstituttets syn på forvaltningen av norske fiskerier tok vi umiddelbart brodden av eventuell kritikk, og fikk utvidet tillit fra filmteamet, sier Johan Kvalheim, fiskeriutsending i Frankrike.

Eksportutvalget for fisk har dermed også kunnet bidra med å etablere kontakt mellom teamet og bedrifter i Norge som kan vise den type aktivitet de ønsker å filme. Opptakene fra helikopteret vil starte 11. juni med lakseoppdrett i Jøsenfjorden og i nærheten av Bømlo, mens 12. juni vil bli viet breiflabb- og

Fotograf: © Yann Arthus-Bertrand/La Terre vue du ciel



Yann Arthus Bertrand og Luc Besson

makrellfisket nær Slåtterøy. Filmingen avsluttes 16. juni med fisket av Nordsjøsild som foregår ca 100 nautiske mil utenfor Rogalandskysten.

Kvalheim er meget fornøyd med at norsk fiskeri-næring kommer i søkelyset i et så prestisjetungt prosjekt. — Frankrike er det viktigste markedet for norsk sjømat, og man registrerer her en økende interesse for økologi, særlig i kjølvannet av Al Gores film. Takket være åpenheten rundt forvaltning av norske fiskerier har vi vunnet tillit hos en av Frankrikes fremste opinionsledere i miljødebatten, forklarer han.

Yann Arthus Bertrand er spesielt kjent for fotosamlingen «Jorden sett fra himmelen», som blant annet ble vist på Rådhusplassen i Oslo i 2002. En av Frankrikes fremste regissører, Luc Besson er Bertrands medspiller på prosjektet. Han har tidligere signert suksessfilmer som «Nikita» (1990), «Det femte elementet» (1996) og «Arthur og minimoyene» (2006). Originaliteten med «Home» er at den vil bli tilbudt distributørene gratis etter at kostnadene og 10 % inntekter er dekket for duoen Bertrand og Besson. Dette for å nå ut med budskapet til et størst mulig publikum. Filmen vil trolig bli vist i franske kinosaler mot slutten av året.

Mer klippfisk og tørrfisk på norske bord

Eksportutvalget for fisk samarbeider med hotellkjeden «De Historiske Hotel & Spisesteder» for å gjøre den norske tørrfisken og klippfisken populær også på hjemmebane.

— Klippfisken er den norskeste mathistorien du kan tenke deg, og den handler om tradisjonen rundt produksjon og foredling av norsk sjømat. Likevel er det et nybrottsarbeid for oss å bruke disse råvarene i vårt nærmiljø, sier Kurt Øraas fra Vertshuset Curtisen i Halden. Sammen med om lag 20 andre kokker fra kjeden «De Historiske Hotel & Spisesteder» var han nylig med på en todagers reise i klippfiskens rike.

Kjent og brukt i Norge

Kursdagene på Sunnmøre var starten på et samarbeid mellom hotellkjeden og Eksportutvalget for fisk for å gjøre norsk klippfisk og tørrfisk bedre kjent og mer brukt også i Norge.

— Gjennom dette samarbeidet tilfører vi i Eksportutvalget kunnskap om råvaren og tradisjonen som ligger bak. Slik utvikler vi kokker og servitører med god kompetanse, sier prosjektleder Line Kjelstrup i Eksportutvalget for fisk.

«De Historiske Hotel & Spisesteder» er en kjede med 32 hoteller og 14 spisesteder, som ønsker å bruke fortiden som ramme for å skape nye opplevelser. I dette målet ligger det også å gjøre norske mattradisjoner tilgjengelig utenfor norske hjem.

Stor læringseffekt

Med på kursdagene i Ålesund var også Svein Erik Renaa, som er sjefen for kokkelandslaget – og som i fjor ble kåret til verdens beste fiskekokk.



Han presenterte egne retter før han lot kokkene eksperimentere med råvarene selv.

— For meg virket det som om klippfisk og tørrfisk var nye råvarer for de fleste som var med på dette kurset, så jeg tror læringseffekten har vært stor. Når har de fått den grunnleggende kunnskapen om hvor disse råvarene kommer fra, hvordan de bør behandle dem – og hvor mye forskjellig de kan brukes til. Så nå håper jeg de tør ta fatt, sier Renaa.

Lære om produktet

I tillegg til at de jobbet fram egne oppskrifter på kjøkkenet i Ålesund, besøkte kokkene en lokal produksjonsbedrift for klippfisk. Lokalhistoriker Harald Grytten sørget også for å gi kokkene en innføring i den hundreårige tradisjonen som ligger bak råvarene.

— Dette kurset har betydd mye for oss. På denne måten har vi kommet blant folk som vet hva de snakker om, og slik har vi fått lære om et produkt jeg ikke har vært borti før, sier Fredrik Solberg fra Refsnes Gods i Moss.



Skarp Hong Kong-konkurranse om Norge-tur

I alt 21 unge kokker under 25 år deltok i den første «Norwegian Seafood Young Chefs Challenge» i Hong Kong. Konkurransen ble organisert av Eksportutvalget for fisk i samarbeid med Hong Kong Chefs Association (HKCA) og Young Chefs Club (YCC) og gikk av stabelen på den beste kokkeskolen i byen – Hospitality Industry Training and Development Center (HITDC).

Vinneren av konkurransen ble Jean Ho Man Yan, 3. assistent ved Hong Kong Convention & Exhibition Centre (HKCEC). Premien er en reise til Norge, der hun skal jobbe i en uke på en topprestaurant i Oslo. Deretter går turen til Vestlandet for å lære mer om norsk sjømat og akvakultur før hun avslutter i Stavanger med å oppleve finalen i Bocuse d'Or Europa.



Norwegian Salmon Academy i Hong Kong

Som en oppkjøring til konkurransen lå mange av deltakerne i to dagers

hardtrening på HITDC. I alt 140 studenter fra vestlig og kinesiske kjøkkenretning på skolen deltok på dette seminaret for å lære mer om norsk laks.

På seminarets første dag fikk studenter ved linjen for kinesisk kjøkkenretning lære om den norske laksens rolle i kinesisk kokekunst av den kjente kokken Jin Liang. Liang er mangeårig Norges-venn og blant de fremste ambassadører for å profilere Norsk Sjømat i Kina.

Dag to fikk studentene fra vestlig kjøkkenretning se en mester i arbeid da den norske kokken Øyvind Næsheim viste studentene filetering og ga dem sine råd og tips for tilberedning av laks. Næsheim er kjøkkensjef på den meget kjente japanske restauranten Nobu i Hong Kong.

SEAFOOD SAFETY

– Norsk konkurransefortrinn i Japan

EFFs årlige «Seafood Safety seminar» i Japan ble i forrige uke avholdt for 6. gang i Tokyo, og er nå for lengst etablert som en institusjon blant japansk næring, handel og fagmedia.



I år deltok 300 representanter på Eksportutvalget for fisk sitt seminar som ble åpnet av Norges ambasadør til Japan, Åge B. Grutle, og president i Japan Fisheries Association, Isao Nakasu.

– Japan har opplevd sterkt økende fokus på mattrygghet den seneste tiden, ikke minst grunnet hendelser knyttet til bearbeiding i Kina. Dette har ført økt skepsis mot importert mat generelt. Norge må ta denne problemstillingen på alvor og seminaret er en utmerket anledning til å fortelle om Norges omfattende system for å sikre leveranser av trygg sjømat, sier EFFs fiskeriutsending Hans Petter Næs.

Som alltid i EFFs seminarer er fagmyndigheter og fagpersoners deltakelse svært viktig. Ved seminaret i Tokyo ble den seneste utvikling i regelverk, overvåking og status presentert av Geir Valset fra Mattilsynet, og Henrik Stenwig fra Fiskeri- og Havbruksnæringens Landsforening. Arrangementet ble, i tillegg til dekning i fagpressen referert i flere aviser, noe som avspeiler den stigende interessen for mattrygghet blant japanske forbrukere.

EFFs fiskeriutsending til Japan & Korea, Hans Petter Næs, tok med utgangspunkt i seneste konsumentundersøkelser globalt og i Japan, til orde for hvordan Norsk Sjømat i denne situasjonen kan styrke sin posisjon. Undersøkelser viser blant annet at japanske konsumenter har stor tillit til matvarer fra Nord-Europa. I tillegg kommer norsk laks svært godt ut på undersøkelse av preferanse. Dette underbygger argumentet om at norske eksportører bør være påpasselig med å fremme norsk opphav, beredskaps- og kontrollsystem, både i møter med japansk handel, og i eksponering av varer til konsumenter.

I april og mai arrangerte EFF sjømatfestivalen «Your trip to Norway» i St. Petersburg. Konkurransen hadde to klasser, en for profesjonelle kjøkkensjefer og en for amatørkokker.



Mye Norsk Laks i St. Petersburg i vår

Proffklassen

I den profesjonelle delen av «Your Trip to Norway» deltok kjøkkensjefer fra atten restauranter i St. Petersburg. Kjøkkensjef Sergey Rechkalov på restaurant Triton vant, med festivalens mest fantastiske oppskrifter:

- Norsk sildefilet på en seng av confitmarinert løk og kokt i olje med urter.
- Potage Crème av krydret selleri og mandel servert med oppfriskende is krem av ørret og trøfler.
- Grillet norsk laks marinert i ingefær.

Under avslutningsseremonien mottok Rechkalov festivalens hovedpris: En reise til Norge.

— Jeg har aldri vært i Norge, selv om jeg har arbeidet mye med laks, og spesielt Norsk laks, og vi skal starte med å sette norsk sild på menyen i restauranten. Dette ser jeg virkelig frem til, sa

den lykkelige vinner som drar til Norge i følge med journalister både fra Moskva og St. Petersburg.

Amatørklassen

Amatørdelen av festivalen var et samarbeid mellom EFF og radioprogrammet Culinary First Aid, kringkastet av Radio Rossii. Lyttere av programmet kunne sende oppskriftene på e-post i løpet av april. Oppskriftene ble bedømt av en jury ledet av presidenten i St. Petersburg kokkelaug, Mr. Ilya Lazerson. Finalen ble avholdt den 15. mai på My Tasty Life Culinary skole der finalistene måtte tilberede rettene under juryens kritiske blikk. Vinneren av konkurransen ble Tatyana Ilyinichna Berkhina fra St. Petersburg med sin oppskrift på Norsk laksekake. Premien var en reise til Norge i sommer.

Tatyana var veldig fornøyd med suksessen: — Jeg er en stor tilhenger av norsk sjømat. Først skulle jeg ikke være med, men bestemte meg i

siste øyeblikk for å sende inn oppskriften. Nå vet jeg ikke hvem jeg skal ta med til Norge: min datter eller mitt tenåringsbarnebarn ...

Spyd for barna

På tampen av festivalen arrangerte så Eksportutvalget for fisk og Barnas kulinariske klubb i St. Petersburg en «mesterklasse» i norsk laksesjaslik. Elleve gutter og jenter mellom 7 og 14 år deltok. Hovedmålet med mesterklassen var å gjøre de unge tilhengerne av den kulinariske kunsten kjent med sunn og smakfull mat – den ferske norske laksen, og å lære dem hvordan den kan grilles. Kjøkkensjef Ilya Lazerson ledet denne mesterklassen, der også EFFs utsending i Russland, Julia Seljeseth, var til stede.



Til å begynne med lærte Ilya barna at de skulle se nøye på fisken og spesielt fiskens øyne og fortalte dem hvordan de kunne vite om laksen var fersk. Guttene og jentene var fascinert når han viste dem skjæremetodene på fisken som «sommerfugl» og «blekksprut». Etter litt teori, fikk de unge kokkene lov til å eksperimentere med den norske laksen og laget sine egne sjaslikvalg. I tillegg til laksen fikk de en hel kurv med grønnsaker og frukt å velge i. Hver oppskrift fikk sin egen vri. For eksempel var det en som laget en symmetrisk pynt av laks, sitron og kirsebær, mens en annen ung kokk foretrakk å bruke alle tilgjengelige ingredienser. Andryusha Odintsov, 11 år, overrasket med en sjaslik der laksestykkene var arrangert i det engelske ordet FISH.

Kjøkkensjef Ilya Lazerson laget mangefarget sjaslik på grill, og en norsk gutt, Philip, snakket om sin kjærlighet for fisk, fiske og agurksalat som passer så godt sammen med laks.



KLIPPFISK FOR DET PORTUGISISKE LANDSLAGET I FOTBALL-EM

Det portugisiske landslaget overlater ingen ting til tilfeldighetene når de reiser for å vinne det gjeveste trofeet i fotball-EM, og da er Bacalhau da Noruega selvskreven på menyen.

50 kg klipfisk

For å optimere dribblingen og for å sikre at skuddene havner sikkert i buret, lades det opp med klipfisk. Laget har med seg hele 150 kilo til turneringen i Sveits, og den må være tilberedt på portugisisk vis. Det finnes svært mange måter å kokkelere klipfisk på i Portugal, men Helio Loureiro, Ingrid Espelid Hovigs portugisiske motstykke, sørger for å trylle sammen råvarene slik at Cristiano Ronaldo, Deco, Nuno Gomes og alle lagkameratene deres til enhver tid presterer sitt ytterste.

En kamp i kampen

Det gikk ikke så bra for Østerrike i den første kampen i fotball-EM. Men nå skal motivasjonen bli bedre. Bryggeriet Ottakringer lover nemlig å gi eventuelle østerrikere som lager mål i de to neste kampene, gratis øl resten av livet. Det vil si 108,2 liter i året, skriver Wienweb.

Dette kan bli en spennende kamp i kampen: Hvis Portugal og Østerrike møtes i finalen får vi se hva som er vinneroppskriften på ernæringsfronten: Bacalao eller øl. Vi vet hva Ole Brumm ville sagt ...

Fotograf: Adna/EFF

Hjertelig samarbeid i Spania

Den spanske stiftelsen for hjerte- og karsykdommer (FEC) har signert en samarbeidsavtale med Eksportutvalget for fisk. Begivenheten fant sted 23. april på FECs hovedkontor under bred pressedekning.



FEC er en privat, allmennyttig non-profit organisasjon støttet av Den spanske hjerteforening med formål å forebygge hjerte- og karsykdommer, drive holdningsskapende og helsefremmende arbeid og støtte hjerte- og karforskning i Spania.

Kontraktspartene har sammenfallende interesse av å anspore til økt konsum av sjømat. Under arrangementet den 23. april ble de ernæringsmessige gevinstene ved norsk laks (særlig omega-3) og norsk torsk (proteiner, vitaminer og mineraler) fremhevet av ernærings-eksperten og TV-personligheten Belén Castro.

Eksportutvalgets utsending i Spania, Arne Sørvig, la i sitt innlegg vekt på at mat som lages med respekt for råvarens egenart beholder sin helseverdi enten rettene er raske og lettlagde eller holder høyt gastronomisk nivå. Dette siste ble til fulle demonstrert av mesterkokkene Joaquín Felipe fra restaurantene Urban og Villa Real i Madrid, Endre Gabrielsen fra Gastronomisk Institutt i Stavanger og Sven Erik Renaa, den norske

deltakeren i Bocuse d'Or 2007, som tryllet frem en lang serie fantastiske godbiter til stor glede for de fremmøtte pressefolkene.

Samarbeidsavtalen er et ledd i FECs mat- og helseprogram PASFEC. Dette kan du lese mer om her: www.pasfec.com/productos.asp

Et eget emblem kan brukes i markedsføringsøyemed av norske eksportører av sjømat til Spania, og symboliserer samarbeidet mellom FEC og Eksportutvalget for fisk.

For norske eksportører innebærer avtalen at de kan – og bør – bruke sunnhetsembleet i all sin markedsføring i Spania; på pakninger, etiketter, emballasje, reklamemateriell, annonsering og annet. Avtalen er i første omgang gyldig i 3 tre år, så her tilbys et varig markedsføringsverktøy. Kort sagt: Her har den norske havbruksnæringen en glimrende anledning til å få import- og fiskehandlerleddene i det spanske markedet til å forstå, akseptere og videreformidle at norsk laks er et fantastisk produkt for spanske hjerter.

Fotograf: EFF



12. juni gjennomførte EFF en godt besøkt pressekonferanse for å lansere «Oriental Food Fashion 2008» i Beijing. Så fulgte byene Guangzhou og Shanghai med tilsvarende opplegg.

Norsk Laks på oppløpet mot Beijing-OL



«Oriental Food Fashion 2008» er en restaurantkampanje med deltagelse av over 50 førsteklasses restauranter rundt om i Kina i juli og august, som en oppkjøring mot OL i Beijing som åpner 8. august. I kampanjen vil Norsk Laks bli presentert i tradisjonelle kinesiske og klassiske vestlige retter.

— Det økende helsefokus generelt og de «Grønne Lekene» i Beijing spesielt leder de kinesiske mattrendene mot sunne, naturlige og næringsrike måltider, som passer som hånd i hanske for Norsk Laks, understreket EFFs utsending i Kina, Åshild Nakken, som kunne belegge denne påstanden med meget

gode tall for utviklingen i etterspørselen etter dette ultrasunne produktet i Kina det siste året. — Med sitt høye innhold av omega-3 er Norsk Laks en av de sunneste fisker man kan spise, og er derfor selvsagt en naturlig del av kostholdet til mange toppidrettsutøvere – ikke bare norske.

Professor Rao Ping Fan, som leder Bioteknisk Institutt ved Universitetet i Fuzhou presenterte resultater fra aktuell forskning om hvor bra omega-3 er for kropp og hjerne. — I Kina har vi lenge vært oppmerksom på hvor sunt det er å spise sjømat, og særlig hvor viktig et naturlig inntak av omega-3 er for å kunne yte maksimalt. Like kjent er

det kanskje ikke at omega-3 også bidrar til å reparere slitne og slitte celler etter idrettsaktivitet, og derfor er viktig for en effektiv restitusjonsprosess for alle som driver med trening og konkurranser.

Under presselanseringene av «Oriental Food Fashion 2008» presenteres norsk laks i kinesiske retter kreert og tilberedt av kjente lokale kokker.

NESTE SIDE:

Tall & fakta
FOR FØRSTE HALVÅR 2008

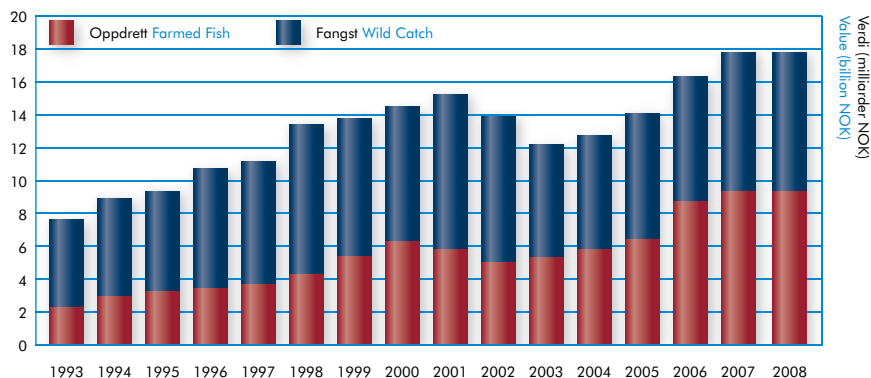
Kilde: SSB/EFF

1

Norsk eksport av sjømat**Norwegian exports of seafood**

Norge eksporterte i 1. halvår 2008 sjømat for 17,8 milliarder NOK. Sjømat fra oppdrett utgjorde 52 %.

In the first half of 2008, the value of Norwegian seafood exports totalled NOK 17.8. Farmed seafood accounted for 52 %.



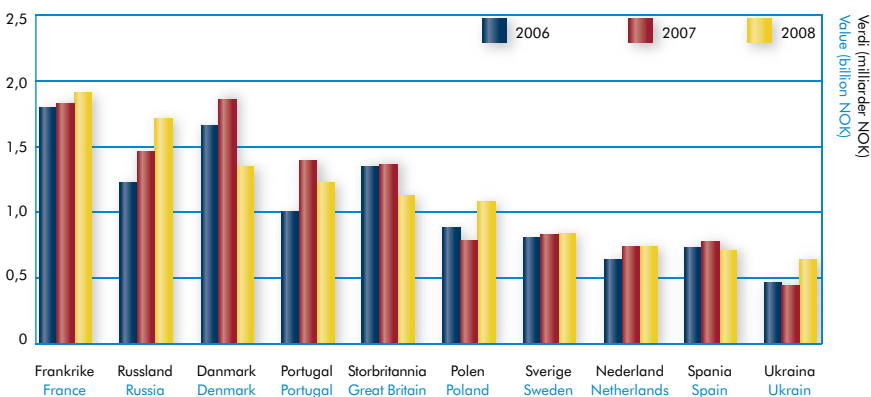
2

Viktigste markeder for norsk sjømat**Major markets for Norwegian seafood**

Kilde: SSB/EFF

Frankrike er Norges viktigste enkeltmarked for sjømat. Russland er vårt nest viktigste marked med Danmark som nummer tre. Danmark er primært et transitland for eksporten til andre land i EU – en funksjon som i stadig større grad overtas av Polen.

France was Norway's single most important market for seafood in the first half of 2008. Russia is our second largest market and Denmark is number three. Denmark is largely a transit country for Norwegian seafood on its way to other EU countries.



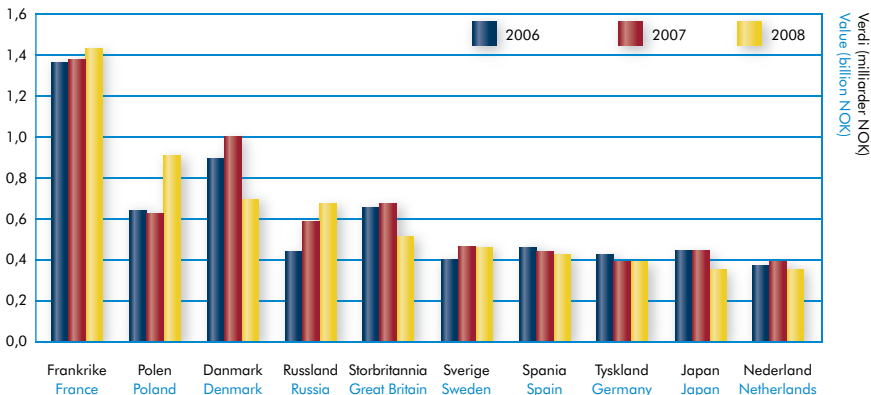
3

Viktigste markeder for laks**Major markets for Norwegian salmon**

Kilde: SSB/EFF

Frankrike er Norges viktigste marked for laks foran Polen. Eksportert mengde var større i første halvår 2008 enn samme periode i fjor, men redusert pris førte til en nedgang i verdi i 2008 i forhold til 2007.

France comes ahead of Poland and Denmark as Norway's most important market for salmon. In the first half of 2008 there was an increase in the volume of salmon exported, but reduced prices led to decreased overall value.

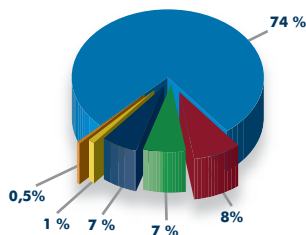
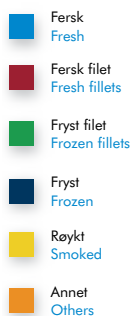


Kilde: SSB/EFF

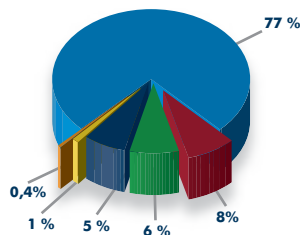
Norsk eksport av laks

4

Exports of Norwegian salmon products



2007: Verdi 8,54 milliarder NOK
2007: Value 8.54 billion NOK



2008: Verdi 8,36 milliarder NOK
2008: Value 8.36 billion NOK

Eksportverdien av atlantisk laks var i første halvår 2008 på 8,36 milliarder NOK. Dette er en nedgang fra 8,54 milliarder NOK i samme periode i 2007. Nedgangen skyldes lavere priser. Fersk hel laks utgjorde 77 % av eksportverdien.

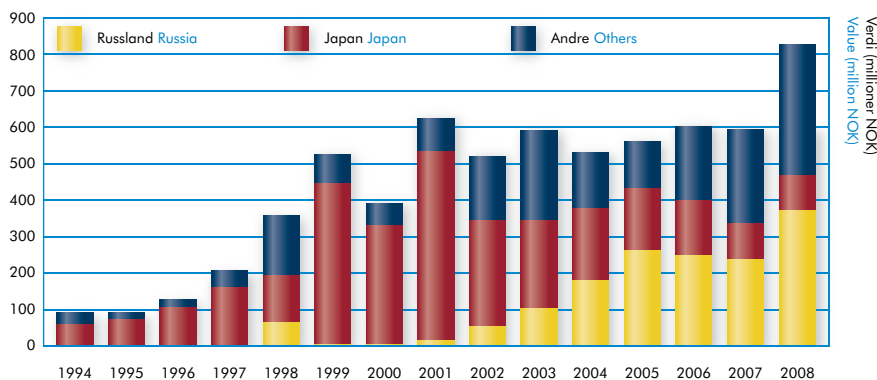
The value of Atlantic salmon exports in the first six months of 2008 totalled **NOK 8.36**, a decrease from **NOK 8.54** in the same period of 2007. Fresh whole salmon accounted for 77 % of the value.

Kilde: SSB/EFF

Norsk eksport av ørret

5

Exports of Norwegian Fjord Trout



Det ble i første halvår 2008 eksportert ørret for 830,2 millioner NOK. Andelen til Japan er synkende, mens Russland i økende grad fremstår som det viktigste markedet for norsk ørret.

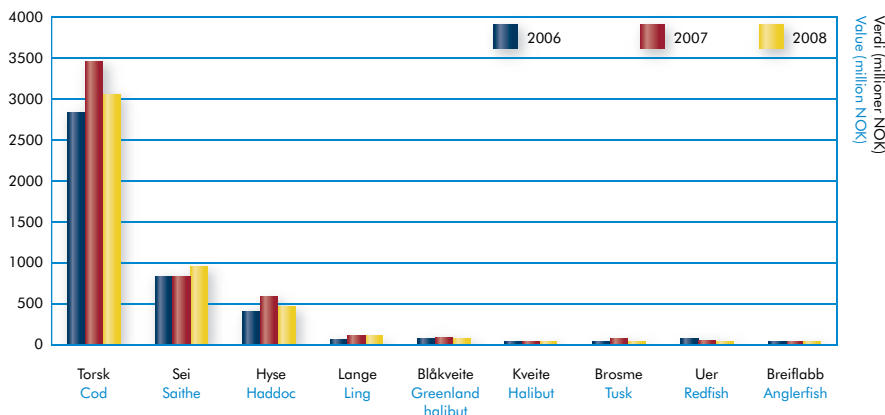
In the first half of 2008, the value of Norwegian Fjord Trout exports amounted to **NOK 830**. Japan's share of the exported Norwegian Fjord Trout is declining, while Russia is becoming an increasingly important market.

Kilde: SSB/EFF

Norsk eksport av hvitfisk

6

Norwegian exports of groundfish



Torsk er den viktigste hvitfisken for norsk sjømateksport. I første halvår 2008 var eksportverdien på 3,03 milliarder NOK. Eksportverdien for sei var 936 millioner NOK, mens eksporten av hyse var på 486 millioner NOK.

Cod is the single most important groundfish in terms of Norwegian seafood exports, with first half of 2008 exports valued at **NOK 3.03**. The value of saithe exports in the same period totalled **NOK 936**, while exports of haddock amounted to **NOK 486**.

Kilde: SSB/EFF

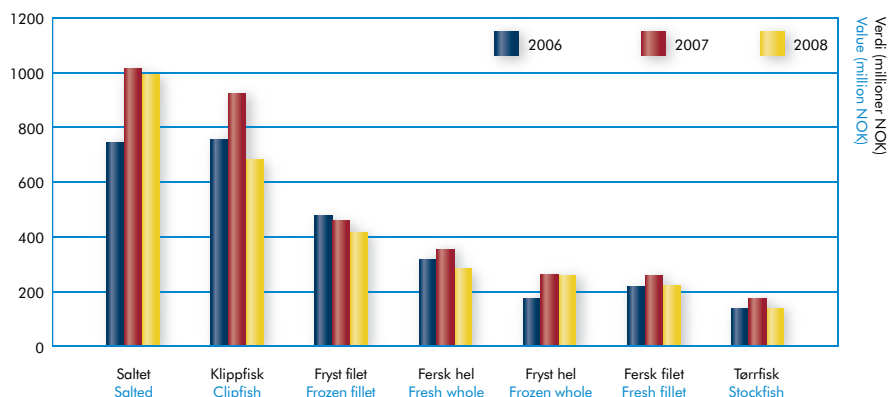
7

Norsk eksport av torsk

Norwegian exports of cod

I første halvår av 2008 ble det eksportert saltfisk av torsk for over 990 millioner NOK, og klippfisk for 685 millioner NOK.

In the first half of 2008, salted cod exports totalled MNOK 990, and exports of cod clipfish totalled MNOK 685.



8

Viktigste eksportmarkeder for torsk 2008

Major markets for Norwegian cod 2008

Kilde: SSB/EFF

I første halvår 2008 ble det eksportert torsk for 1,15 milliarder NOK til Portugal, som dermed er det viktigste torskemarkedet foran Frankrike og Danmark.

In the first six months of 2008, cod exports to Portugal totalled BNOK 1.15, making it the single most important market for cod ahead of France and Denmark.

Produkt Product	Marked Market	Mengde i tonn Quantity in tonnes	Verdi i mill. NOK Value in mill. NOK	Andel av total verdi Share of total value	Andel av total mengde Share of total quantity
Klippfisk hel Clipfish whole	Portugal Portugal	383	6 388	56 %	57 %
Klippfisk hel Clipfish whole	Brasil Brazil	180	2 867	26 %	26 %
Tørrfisk Stockfish	Italia Italy	109	670	77 %	71 %
Tørrfisk Stockfish	USA USA	11	78	8 %	8 %
Saltet Salted	Portugal Portugal	668	14 387	67 %	68 %
Saltet Salted	Spania Spain	197	4 136	20 %	20 %
Fryst hel Frozen whole	Portugal Portugal	92	3 008	36 %	32 %
Fryst hel Frozen whole	Kina China	36	1 387	14 %	15 %
Fryst filet Frozen fillet	Storbritannia Great Britain	171	3 703	41 %	46 %
Fryst filet Frozen fillet	Frankrike France	126	1 770	30 %	22 %
Fersk / kjølt hel Fresh / cooled whole	Danmark Denmark	161	5 251	58 %	60 %
Fersk / kjølt hel Fresh / cooled whole	Frankrike France	32	912	11 %	10 %
Oppdrett Farmed	Frankrike France	15	332	23 %	20 %
Oppdrett Farmed	Nederland Netherlands	12	376	19 %	23 %

9

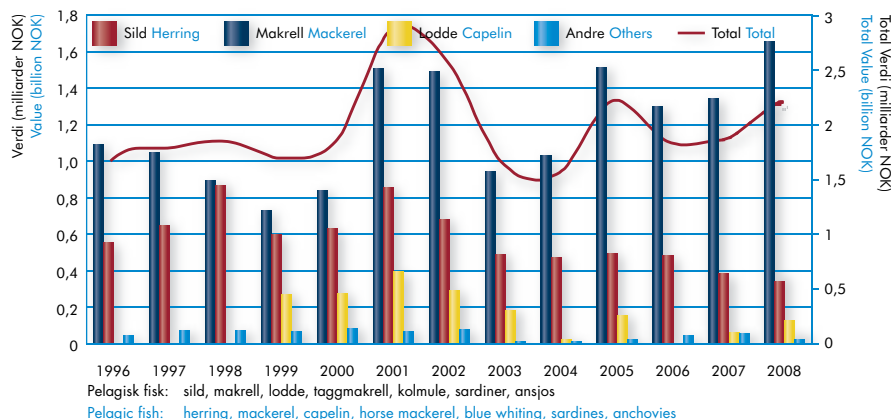
Norsk eksport av pelagisk fisk

Norwegian exports of pelagic fish

Kilde: SSB/EFF

Norge eksporterte i første halvår 2008 pelagisk fisk til en total verdi av 2,18 milliarder NOK. Sild og Makrell er de viktigste artene og til sammen utgjør de nesten 93 % av eksportverdien.

In the first half of 2008, Norway exported pelagic fish valued at a total of BNOK 2.18. Herring and Mackerel are the two most important species and together they account for almost 93 % of this figure.

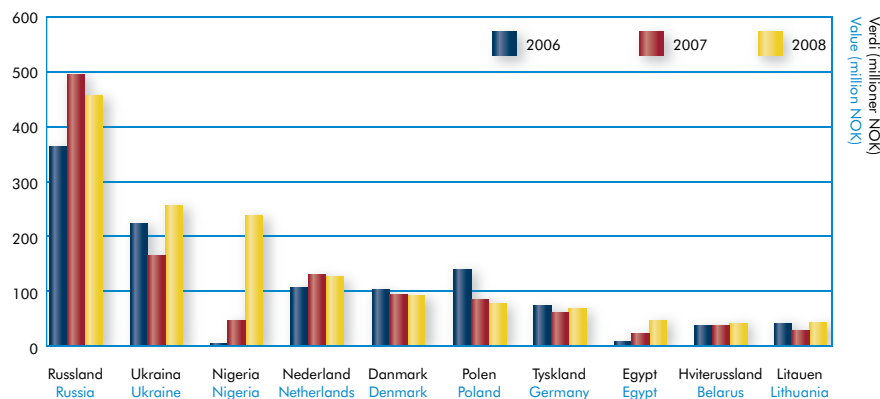


Kilde: SSB/EFF

Viktigste markeder for sild

10

Major markets for herring



Russland er det viktigste markedet for norsk sild fremfor Ukraina og Nigeria. Eksporten av sild til Nigeria har vokst formidabelt i første halvår 2008, og endte på 241 millioner NOK.

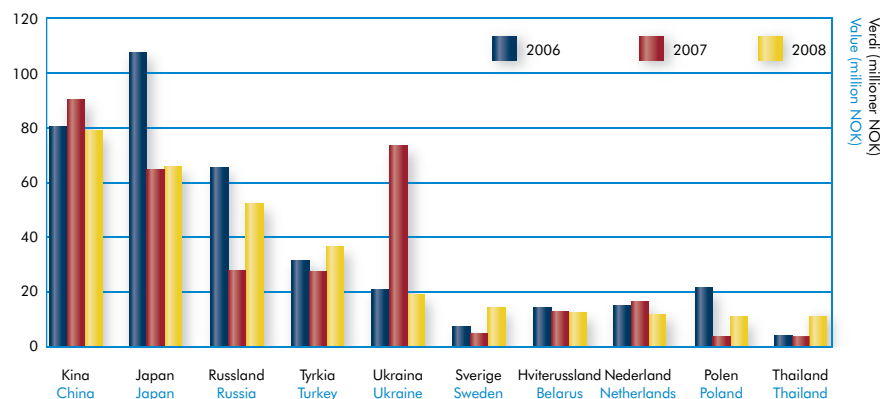
Russia is ahead of Ukraine and Nigeria as the most important market for Norwegian herring. The export of Norwegian Herring to Nigeria shows significant growth in the first six months of 2008, and totalled MNOK 241.

Kilde: SSB/EFF

Viktigste markeder for makrell

11

Major markets for mackerel



Kina var i første halvår av 2008 det viktigste markedet for norsk makrell; eksportverdien var 80 millioner NOK.

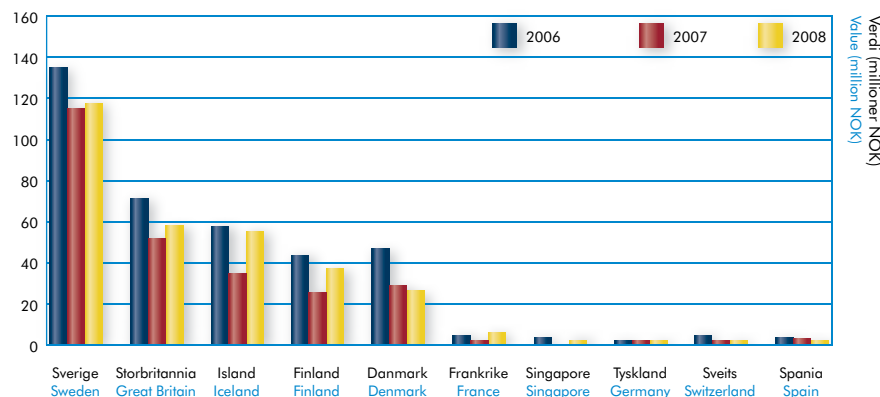
China was the single most important market for Norwegian mackerel in the first half of 2008. The mackerel exported to this market was valued at MNOK 80.

Kilde: SSB/EFF

Viktigste markeder for reker

12

Major markets for prawns



Sverige er det viktigste rekemarkedet for Norge med en eksportverdi på 118 millioner NOK i første halvår av 2008. Deretter følger Storbritannia med 57 millioner NOK.

Sweden is Norway's single most important market for prawns, with an export value of MNOK 118 in the first six months of 2008, followed by the UK with an export value of MNOK 57.

Samarbeidsavtalen mellom Eksportutvalget for fisk og Tromsø 2018 (se side 8) ble behørig markert med denne annonsen i «Fiskeri & Havbruk», et innstikk i Dagens Næringsliv 9. juni 2008.

Om 3538 dager og 100 000 000 000 måltider med norsk sjømat* åpnes OL i 2018



Dersom hele den norske sjømateksporten de neste 3538 dagene ble lastet på 16,5 meter lange trailere som ble parkert etter hverandre, støtfanger mot støtfanger, så ville køen ha strukket seg fra Tromsø til Beijing.

Tilfeldig? Neppel!

Faktum er at det i 2007, på verdensbasis ble servert 27 500 000 måltider à 200 gram norsk sjømat daglig. 27,5 millioner måltider hver bidige dag – søndag som hverdag! Og når nedtellingen foregår i slikt tempo går både fisken og dagene fort unna.

Siden både Eksportutvalget for fisk og Tromsø 2018 jobber mot et nasjonalt og internasjonalt marked føles det naturlig å samarbeide. Vi i Eksportutvalget for fisk kan bidra med vår kompetanse innen internasjonal markedsføring. Og Tromsø 2018 gir oss et innpass i det internasjonale idrettsmiljøet vi ellers bare kunne ha drømt om.

Ut fra vårt felles fokus på naturen, miljøet og klimaet rundt oss har Eksportutvalget og Tromsø 2018 sammen en enestående mulighet for å henlede verdens oppmerksomhet på nordområdene og de rike ressursene vi råder over og vil ta godt vare på.

Dersom Norge tildeles OL og Paralympics i 2018 er det stipulert at det i løpet av 28 begivenhetsrike dager vil bli spist om lag 4 500 000 måltider i arrangørbyen. Det er vårt mål at flest mulig av disse skal være basert på Norsk Sjømat.



* Forutsatt at etterspørselen etter Norsk Sjømat på verdensmarkedet fortsetter å øke i samme takt som nå.

www.seafood.no

EKSSPORTUTVALGET FOR FISK AS
STRANDVEIEN 106, POSTBOKS 6176, 9291 TROMSØ
TLF 77 60 33 33, FAKS 77 68 00 12
www.godfisk.no

