

Verden og vi

VÅREN 2010

EKSPORTUTVALGET FOR FISK

MED TALL OG FAKTA FOR FØRSTE HALVÅR 2010



En laks gjør ingen sommer

Ingen sommer uten et sommernummer av "Verden og vi", den uhytidelige rapporten fra Eksportutvalget for fisk (EFF) om noen av våre markedsaktiviteter sist vinter og vår.

Kronologisk begynner denne utgaven i Beijing og ender i Shanghai – og det er ikke tilfeldig! Det foregår mye i Kina for tiden, med verdensutstillingen EXPO 2010 som selve kronen på verket. Her samarbeider vi godt med både Fiskeri- og kystdepartementet, Innovasjon Norge og Fursetgruppen om å fylle den norske paviljongen både med havbruks- og fiskerifaglig innhold og, ikke minst, servering av nydelig norsk sjømat basert på ferske råvarer levert hjemmefra flere ganger ukentlig.

Men vi har da rikholdig og variert stoff også fra andre verdenshjørner å by på. Nettopp mangfold i geografi og variasjon i virkemidler er det som særpreger aktivitetene i en organisasjon som vår, når vi bestreber oss for å øke etterspørselen og bedre omdømmet til den norske sjømaten rundt om i verden.

For tiden regner vi med at det hver eneste dag konsumeres 37 millioner måltider med norsk sjømat rundt om i verden. Det er ikke mange år siden vi tilsvarende snakket om 25 millioner måltider, så den norske sjømateksporten går så det suser. Av nøkkeltallene og statistikkene fra side 20 og utover går det klart fram at det stort sett for alle produkter av alle norske fiskeslag går "rette veien".

For ikke å la en sjanse gå fra meg, minner jeg også deg, kjære leser, om at det meste av den sommerlige sjømaten som fanges eller dyrkes i våre farvann egner seg ypperlig på grillen når været tillater slike aktiviteter. En laks på grillen gjør ingen sommer, men sju - åtte.....

Les – og bli klok, stolt, glad og sulten!

Tromsø, 1. juli 2010

Christian Chramer

Kommunikasjonsdirektør
Eksportutvalget for fisk



Fiskehandler Giske i Beijing

Under stort presseoppbud lanserte nærings- og handelsminister Trond Giske forleden en landsomfattende kampanje for å markedsføre norsk laks for kinesiske forbrukere i Hualiangruppens supermarked BHG i det internasjonale handlesenteret Solana i Beijing.

Kampanjen settes i gang like før den tradisjonelle kinesiske nyttårsfeiringen og markerer starten på et ettårig program med markedsrettede aktiviteter fra Eksportutvalget for fisk. Kampanjen får sitt høydepunkt i form av et større arrangement i oktober på verdensutstillingen World Expo 2010 i Shanghai.

- Jeg er svært glad for å se hvor populær den norske laksen har blitt blant kinesiske forbrukere siden den først ble kommersielt tilgjengelig her på 1990-tallet, sa Giske.

- Enda mer gledelig er det faktum at verdien på norsk lakseeksport til det kinesiske fastlandet økte med 57 prosent i fjor. Dette flotte resultatet gjenspeiler en positiv utvikling i eksporten fra Norge til Kina generelt, en eksport som økte med 40 prosent i 2009 til tross for de utfordrende globale økonomiske forholdene.

Kina er nå Norges største handelspartner i Asia og den femte største handelspartneren på verdensbasis. Begge landene anerkjenner de gjensidige fordelene med fri handel og er engasjert i samtaler om opprettelsen av en frihandelsavtale.

Fiskehandler Giske frister en lokal kunde med smaksprøver på Norsk Laks med spennende kinesisk vri.





Butikksjef He Peng (fra venstre), EFF-utsending Åshild Nakken, nærings- og handelsminister Trond Giske og kjøkkensjef Chang Qing markerer inngangen til Tigerens år med "Feng Sheng Shui Qi", basert på Norsk Laks.

Blomstrende handelsutvikling

- Nærings- og handelsministerens besøk like før inngangen til Tigerens år er svært gunstig for de fremtidige handelsforbindelsene mellom de to landene. Dette sier Svein Ole Sæther, Norges ambassadør i Kina.

- Norge og Kina har lenge samarbeidet på en rekke områder, også innenfor fiskeri og akvakultur, og landene våre er to av de største eksportørene og forbrukerne av sjømat i verden. Jeg er sikker på at Norges økonomiske forbindelser med Kina vil fortsette å blomstre i år. Særlig den kommende verdensutstillingen i Shanghai vil gi oss en fantastisk mulighet til å presentere Norge og den norske sjømaten på en enestående måte. Vi har nylig bygd ferdig den norske paviljongen, som har temaet 'Powered by Nature'. Ett av innslagene på paviljongen vil være en fiskerestaurant der de besøkende kan smake på et utvalg av utsøkt norsk sjømat tilberedt på nye og spennende måter.

Nærings- og handelsministeren ble ønsket velkommen til BHG-butikken i Chaoyang-distriktet av Åshild Nakken, leder for EFFs kontor i Kina. Ministeren var svært glad for å høre i hvilken grad norsk laks var blitt tilgjengelig i supermarkeder og stormarkeder i de største byene over hele Kina.

Norsk Laks i Kina

- Kina er nå et av de viktigste markedene våre i Asia. Som andre kresne forbrukere over hele verden har også kineserne lært å sette pris på den utsøkte smaken, den fyldige konsistensen og næringsrikdommen i den norske laksen, forteller Nakken.

- Fjoråret var et rekordår for eksport av norsk laks til Kina. Den samlede eksporten av laks fra Norge til det kinesiske fastlandet og Hong Kong var på 23 170 tonn og hadde en verdi av CNY 945 millioner. Vi regner med at 2010 vil bli et nytt rekordår. For å dekke den økende etterspørselen vil Norge fortsette å sende fly med trygg, norsk laks av høy kvalitet til Kina hver uke. Laksen som leveres fersk fra Norges kalde og rene farvann, blir så umiddelbart distribuert til en rekke utsalgsteder over hele Kina. På den måten sikrer vi at kinesiske forbrukere kan glede seg over den ferskeste og beste laksen som er å få i dag - hver dag!

Kreative kinesiske kokker

Et av høydepunktene under nærings- og handelsministerens butikkbesøk var muligheten til å prøve nyskapende retter med norsk laks som var tilberedt av den unge kinesiske kokken Chang Qing. Nakken gratulerte kokken:

- Jeg blir stadig forbløffet over den kreativiteten som de kinesiske kokkene utviser. Norsk laks og det kinesiske kjøkkenet utfyller hverandre på en virkelig god måte. Som vi så av rettene som ble tilberedt for nærings- og handelsministeren i dag, egner den norske laksen seg godt både til å spises rå som sashimi og sushi, og varmebehandlet i ulike kinesiske retter. Det er også godt å vite at laksen er en av de beste kildene til omega-3-fettsyrer, som er gunstig for helsen generelt så vel som for hjertet, hjernen og huden. Den norske laksekampanjen startet 14. januar i supermarkeder og stormarkeder over hele Kina.



Fotomodellen Elisabete Kwong som fronter kampanjen hører selv til i målgruppen.

NORSK LAKS in CHINA with LOVE

Eksportutvalget for fisk (EFF) lanserte forleden en månedslang kampanje i sosiale medier kalt "I Love Salmon". Kampanjen oppmuntrer nettbrukere til å feire kinesisk nyttår og valentinsdagen (som i år faller på samme dag) og vise omsorg og vennskap ved å sende virtuelle kyss og hilsener til venner og familie.



Slik ser "I Love Salmon"-nettsiden ut, og du kommer til den herfra: www.fishoflove.com.

Kampanje på Kinas største nettsamfunn

Kampanjen fremhever norsk laks som "kjærlighets-fisk" og som en perfekt gave til nære og kjære i forbindelse med dobbeltfeiringen av kjærlighet og familiesamhold. Kampanjen tar også sikte på å opplyse forbrukerne om de mange gunstige ernærings- og helseeffektene til norsk laks, blant annet for hjerte, hjerne og hud.

Det hele skjer i samarbeid med renren.com, som er Kinas største nettsamfunn. Forbrukere som deltar i kampanjen "I Love Salmon" har mulighet til å vinne fine premier, blant annet flybilletter til Shanghai og inngangsbilletter til verdensutstillingen World Expo 2010. Der kan vinnerne smake spennende norsk sjømat på sjømatrestauranten i den norske paviljongen. Blant andre premier finner vi ryggsekker og matbokser fra EFF og kokebøker med norsk laks. Målgruppen er menn og kvinner mellom 23 og 45 år som bor moderne urbant med høy inntekt og trendy livsstil, og som er opptatt av sunn mat og god helse.

99 lakseroser

I forbindelse med kampanjeåpningen i Hong Kong overrakte EFF 99 sushiroser av norsk laks til Elisabete Kwong som Valentinsdagsgave og utnevnte henne til Norges Valentinsdagambassadør. I Kina symboliserer 99 blomster den evige kjærlighet som alle kvinner lengter etter.... Dessuten lyder uttalen av setningen "jeg liker laks" og "jeg kysser deg tre ganger" veldig likt på mandarin, et sammentreff det også spilles på i kampanjen.

6 100 virtuelle smakfulle kyss

Bare to dager etter at "I Love Salmon"-kampanjen ble lansert var det registrert over 10 000 klikk på kampanjens reklamebanner, det var sendt over 6 100 virtuelle kyss, og på kampanjens facebook hadde nesten 700 venner meldt seg. I tillegg var det kommet inn en rekke svar på spørsmålet: "Gi oss tre grunner til at du liker laks" der god smak, appetittelig utseende og næringsrik er de svarene som går hyppigst igjen.



Norsk torsk i svensk kokkekamp

Norsk torsk var råvare da finalen i Sveriges viktigste kokkekonkurranse nylig gikk av stabelen.

”Årets Kock” er det offisielle svenske mesterskapet i profesjonell matlaging. Konkurransen har vært arrangert siden 1983, og årets finale gikk nylig av stabelen i svenskenes nasjonalarena Globen i Stockholm. Norsk torsk var hovedingrediensen i den hemmelige råvarekurven, som deltakerne brukte i finalens første oppgave.

– Slik fikk vi vist at torsken er en førsteklasses råvare, og det betyr mye i vårt nærmeste eksportland. Dette er markedet vi kan nå med den aller ferskeste sjømaten, og markedet betaler godt for norsk fisk. Derfor betyr denne gode profileringen mye for norsk fiskerinæring, sier Lisbeth Bjørvig Hansen i Eksportutvalget for fisk (EFF).

Miljøprofil

Årets Kock hadde i 2010 valgt begrepet ”Ressursklokt” som tema for konkurransen, og norsk torsk ble dermed en naturlig råvare. Arten er på miljøorganisasjonen WWFs liste over anbefalte arter. I tillegg er norsk torsk allerede merket med det svenske miljømerket KRAV og er i prosessen med å få miljømerket MSC (Marine Stewardship Council).

Godt informasjonsarbeid

– Det er spesielt gledelig at norsk torsk har fått plass i en konkurranse med denne profilen. Vi har jobbet lenge i det svenske markedet for å skille den bærekraftige Barentshavtorsken fra Østersjøtorsken, som har en helt annen status, sier Hansen.

I 2008 arrangerte EFF et seminar om bærekraftige fiskeri i Stockholm, der både den svenske og den norske fiskeriministeren var til stede, sammen med miljøvernorganisasjoner og svensk presse.

I fjor fulgte EFF opp dette informasjonsarbeidet med blant annet annonsekampanjer og foredrag for svenske kokkestudenter om fiskeriforvaltning og status for Barentshavtorsken.

Vinnerretten basert på Norsk Torsk.



Fiskesprell til barneskoler

Folkehelseprosjektet Fiskesprell har allerede gjort stor suksess i barnehager og ungdomsskoler. Nå kan også barneskoler bli med.

”Fisk og annen sjømat er en kilde til flere vitaminer og mineraler som du trenger for å fungere optimalt”. Dette viktige budskapet står mellom oppgavene, faktaboksene og oppskriftene i det nye heftet for barneskoleelever som blir med i prosjektet Fiskesprell.

– Vi har laget et komplett undervisningsopplegg for sjømatdelen av mat- og helsefaget i barneskolen, og vi har lagt vekt på at heftet skal være nyttig både på skolen og hjemme, sier prosjektleder Asbjørn Warvik Rørtveit i Eksportutvalget for fisk (EFF).

– Barn liker fisk

Nå kan også barneskoler melde seg på prosjektet som skal få barn og unge til å spise mer sjømat, gjennom undervisning av ansatte og pedagogiske aktiviteter for barn.

– Vi vet at barn liker fisk hvis de bare får den presentert på riktig måte. Evalueringene fra prosjektet så langt viser oss at dette er riktig måte, sier Rørtveit.

Gode resultater

50 000 ungdomsskoleelever og 1 300 barnehageansatte har vært med på Fiskesprell så langt, og det er de gode resultatene herfra som inspirerer samarbeidspartnerne til å utvide prosjektet: Halvparten av barnehagene serverer sjømat som varmmat minst én til to ganger i uken, og 80 prosent av barnehagene har sjømat som pålegg tre til fire ganger i uken.

– Dette er en klar forbedring fra situasjonen før barnehagene ble med i prosjektet, så resultatene viser at det vi gjør har virkning. Slik forandrer vi ikke bare kostholdet til dagens barn, men vi former kostholdet til framtidens voksne og foreldre. Forskningen viser oss at matvanene fra barndommen følger oss gjennom livet, enten de er gode eller dårlige, sier Rørtveit.

Samarbeid om folkehelse

Fiskesprell er en del av regjeringens handlingsplan for bedre kosthold, og er et samarbeid mellom EFF, Fiskeri- og kystdepartementet, Helse- og omsorgsdepartementet og fiske-salgslagene.

Det er ekstrabevilgninger fra både Fiskeri- og kystdepartementet og EFF som gjør at prosjektet utvides. Ifølge Rørtveit er ikke barneskolene den siste arenaen Fiskesprell vil inn på for å gi barn og unge et godt kosthold.

– Det kan for eksempel være aktuelt å jobbe seg inn i skolefritidsordninger, på universiteter og i Forsvaret. Regjeringens handlingsplan sier at både barn, ungdommer og unge voksne spiser mindre fisk enn voksne, så det finnes mange steder vi kan jobbe for å snu dette mønsteret, avslutter Rørtveit.





Blide kokker! Bjørn Tore Furset og Terje Hamnes ønsker velkommen til kranselag i den norske EXPO-paviljongen tidlig i desember 2009.

EFF og Fursetgruppen i EXPO 2010-samarbeid

Nylig inngikk Eksportutvalget for fisk (EFF) en avtale om samarbeid med Fursetgruppen på EXPO 2010. Fursetgruppen skal drive restauranten Norway Seafood Restaurant på den norske paviljongen på EXPO 2010 i Shanghai.

Norsk Sjømat i fokus

Restauranten vil ha NORGE – Norsk Sjømat profilen som bærende tema. Norsk fiskerinæring er gjennom EFF allerede sponsor til den norske paviljongen på EXPO 2010 i Shanghai. Nå har EFF også inngått samarbeid med den norske Fursetgruppen som skal drive restauranten og butikken i paviljongen og stå for catering til businessenteret under verdensutstillingen som varer fra 1. mai til 31. oktober i år. Det er ventet rundt 300 gjester daglig til restauranten, i tillegg til aktivitetene i businessenteret.

- Dette blir en flott utstillingsarena for Norsk Sjømat og gir en unik anledning for besøkende til å smake på alt det gode Norge kan by på fra havet. Norsk Laks har en sterk og god posisjon i Kina og i den grad Norge er kjent, assosieres vi med sjømat og laks, sier Åshild Nakken, utsending for EFF i Kina.

I samarbeidet bidrar EFF også med sitt brede kontaktnett for eventuell bemanning av kokker og læringer til restauranten. Det legges opp til en rekke PR-aktiviteter for vise fram Norsk Sjømat til media, kokker og næringsliv gjennom hele EXPO-perioden. I forbindelse med Norges Dag på EXPO 28. mai planlegges en storstilt lansering av restauranten overfor kinesisk media.

Fursetgruppen

Fursetgruppen har en rekke restauranter i Oslo som Ekeberg, Lofoten, Havsmak, Tjuvholmen Sjømagasin og Operaen hvorav flere har en tydelig sjømatprofil.

- Dette er en kjempeutfordring for oss, og vi er både stolt og ydmyk over å bli valgt som Norges representant under EXPO Shanghai 2010, sier Bjørn Tore Furset i Fursetgruppen.

- Vi skal lage et sjømatkonsept på vår restaurant, som representerer oss, det norske kjøkken, og de norske råvarer fra havet, som etter min mening er i verdensklasse. Dette skal vi gjøre etter beste evne, men vi er selvsagt avhengig av et godt samarbeid med bransjen.

I tillegg til restauranten vil Fursetgruppen også drive en butikk i paviljongen, der besøkende kan kjøpe med seg en smak av Norsk Sjømat. En rekke produkter som gavepakninger av røkt laks, varm-røkt laks, sild, makrell etc er tenkt, men Fursetgruppen er åpen for forslag fra sjømataktører.

Gjennom EFFs avtale med Fursetgruppen vil Norsk Sjømat og verdiene i det kalde klare norske opphavet få en fremskutt eksponering overfor de antatt 70 millioner besøkende gjennom de 6 månedene verdensutstillingen varer.

EVALUERING AV MILJØMERKENE

Ulike lister og merkeordninger som skal fremme bærekraftige fiskeri, kan bidra like mye til å forvirre miljøbevisste forbrukere.

Dette er en av konklusjonene i en rapport som evaluerer lister og merkeordninger for bærekraftig sjømat.



Eksportutvalget for fisk (EFF) er med i den internasjonale gruppen Fish Sustainability Information Group (FSIG). Gruppen har nylig presentert en rapport som evaluerer mange av de miljømerkene og listene som næringen og forbrukerne forholder seg til. Rapporten definerer kriterier for et god miljømerking, og vurderer ulike ordninger i forhold til disse kriteriene.

Bevisstgjør og forvirrer samtidig

Rapporten konkluderer for det første med at miljømerkene og listene over anbefalte arter bidrar til å øke oppmerksomheten rundt bærekraftig fiskeri og havbruk. Den andre konklusjonen er imidlertid at merkene og listene med anbefalinger har så ulike tilnærminger og motstridende råd at de kan forvirre forbrukeren. Rapporten trekker spesielt fram forskjellene mellom miljømerker og lister.

Skiller sertifikater fra lister

Allerede i innledningen blir det trukket fram at miljømerker er et resultat av en uavhengig vurdering av et fiskeri mot et klart sett av regler eller kriterier. Listene er på sin side laget av miljøorganisasjoner, gjerne som en del av større kampanjer. Slike lister blir blant annet kritisert for at det er vanskelig å spore hvordan organisasjonene har

kommet fram til rådene på listen.

”Fordi miljømerkene som regel innebærer grundigere undersøkelser, anbefaler vi at de som produserer listene, justerer disse etter resultatene fra sertifiseringsprosessene. Når det er konflikter mellom sertifikater og lister, bør listene tydelig forsvare sine avvikende syn,” heter det i rapportens anbefaling.

Forbilde i FNs regler

FSIG anbefaler noen prinsipper for at miljømerkene og listene skal bli bedre: De bør for det første ha en klart definert omfang og være uavhengige. I tillegg bør de være nøyaktige, presise, transparente og standardiserte og kostnadseffektive. Disse prinsippene baserer seg nettopp på FAO Code of Conduct.

”Alle standarder for å sertifisere fiskerier og havbruk bør frivillig forsøke å legge seg på linjen til relevante retningslinjer fra FAO”, er en av de sentrale rådene i rapporten fra FSIG.

– Jeg håper rapporten kan bidra til at det blir enklere for næring og forbrukere å orientere seg i det som kan fremstå som en merkejungel, sier Rigmor Abel, miljødirektør i EFF.

Aldri før har det vært sendt mer fersk torskefilet fra Norge direkte inn i det franske markedet. I 2009 ble over 3 100 tonn, eller 175 fullastede trailere med fersk torskefilet sendt fra Norge til dette markedet. Dette er en økning på 65 % i forhold til året før.



Fransk åpning for Norsk Torsk

Frankrike er kjent for å være matnasjon nr. 1 og en rask burger på hjørnet og to brødsiver til kvelds er ikke det som kjenner tegner fransk matkultur. Alt handler om kjærlighet til maten, gleden og det sosiale aspektet ved måltidet. Derfor er kvalitet og ferskhet viktige parametere når franskmannen skal fylle sin handlekurv.

– Dette er områder som Norge har alle forutsetninger å levere på fordi vi både har nærhet til fiskeressursene og god tilgang på torsk, både fra fiskeri og havbruk, sier markedssjef Karin Olsen i Eksportutvalget for fisk (EFF).

Torsk er en fisk med høy status blant franske forbrukere og prismessig har den ligget i øvre sjikt. Som følge av økonomiske nedgangstider og innstramninger i husholdningsbudsjettet har dette i en periode slått negativt ut for torsk. Men med økt tilgang på fersk torsk og en generell prisnedgang på sjømat har også torsk blitt rimeligere for forbrukerne. I løpet av året har torsk i butikk hatt en prisnedgang på om lag 11 %. Dette har ført til at franske konsumenter oftere setter torsk på menyen. Som følge av dette har salget økt med over 50 % i 2009, sammenliknet med året før.

I 2009 ble det for første gang gjennomført store markeds kampanjer for norsk torsk i Frankrike. Dette har vært mulig fordi Fiskeri- og kystdepartementet og fiskerinæringen gikk sammen i et spleiselag og satte av ekstra midler til markedsføring.

– Aktiviteter i butikk støttet opp med annonsekampanjer i ulike magasiner og radioreklame, kombinert med prisreduksjonen, har gjort det mer interessant for butikkjedene å gi større plass til norsk torsk i kjølediskene, sier fiskeriutsending i Frankrike Johan Kvalheim.



NETTKAMPANJE FOR LAKS I RUSSLAND

Eksportutvalget for fisk har nettopp lansert sitt nye prosjekt for sunne matvaner i Russland, kalt "100 dager med Norsk Laks".

Fra 15. mars 2010 og i tre måneder fremover skal bloggere og frivillige russere dele sine erfaringer når det gjelder sunne matvaner via prosjektnettsiden "My Healthy Way with Norwegian Salmon" på webportalen Mail.Ru. Deltakerne skal beskrive hvordan de føler seg og om de opplever endringer i utseende eller humør.

For å bli med i prosjektet, har alle de utvalgte deltakerne gjennomgått screeningtester arrangert blant brukerne av Mail.Ru. I tillegg til å sende inn bilde av seg selv og en kort beskrivelse av sin livsstil og sine interesseområder, har hver søker vært nødt til å oppgi hvorfor han eller hun ønsker å vinne og hva de egentlig ønsker å oppnå.

Nye oppskrifter hver uke

Hver uke leverer kjøkkensjef Ilya Lazerson forslag til nye oppskrifter med norsk laks. Disse oppskriftene skal deltagerne forsøke seg på – gjerne i godt lag – og dernest referere sine erfaringer med og fortelle, med egne ord, hvordan resultatet ble mottatt, og hva de selv syntes. Det velges to vinnere blant de deltagende bloggerne og de frivillige konsumentene.

Utvelgelsen skjer ved en åpen avstemning blant brukerne av Mail.Ru om hvem av deltakerne som har skrevet den mest interessante bloggen.



Under lanseringsseremonien for prosjektet fikk de utvalgte deltakerne lære å lage denne retten med norsk laks.

Hovedpremien for hver av vinnerne er en langhelg i Norge for to. Alle de andre deltakerne får kampanjepremier.

Mål og mening

Julia Seljeseth, Eksportutvalget for fisks utsending i Russland, sier:

- Det vi ønsker med dette prosjektet er å gi deltakerne uforglemmelige opplevelser, inntrykk og bevissthet om norsk laks. Å slanke seg og ha en sunn livsstil er ikke alltid det samme, men et velbalansert kosthold og en sunn livsstil er henger absolutt sammen.

Norsk laks er en av komponentene i et balansert kosthold, og hver av deltakerne i åpningsdagens kokkekurs fikk anledning til å se hvor enkelt det er å lage varme måltider med norsk laks, og hvor lekker norsk laks kan være når den tilberedes riktig, f.eks. lettstekt.

Det er viktig for å bevare produktets verdifulle og sunne egenskaper. I løpet av de kommende 100 dagene vil deltakerne få flere bevis på helsefordelene og allsidigheten til norsk laks.



Foto øverst og til høyre: Noen av de entusiastiske deltakerne i "100 dager med Norsk Laks".

I ettermiddag fikk adm. dir. Terje E. Martinussen i Eksportutvalget for fisk et eksklusivt møte med Russlands president Dmitrij Medvedev. Samtalen kom i stand under det lukkede næringslivsmøtet som var en del av statsbesøket fra Russland til Norge.



Terje E. Martinussen fra EFF hilser på president Medvedev og statsminister Stoltenberg.

I toppmøte med Medvedev

Terje E. Martinussen benyttet møtet til å gi Russlands president honnør for det arbeidet som er gjort for å sikre bærekraftige ressurser i Barentshavet. Martinussen la vekt på samarbeidet i den Norsk-Russiske fiskerikommisjonen som i dag står som et lysende eksempel innen bilateral fiskeriforvaltning.

Ønsker bredere adgang til det russiske markedet

I samtalen understreket Martinussen at Russland er vårt nest viktigste sjømatmarked og av stor betydning for Norge. Samtidig har landet potensial til å bli vårt viktigste marked, men da må rammevilkårene endres ifølge Martinussen. Skal den positive utviklingen innen sjømathandelen fortsette må det utvikles betingelser som gir adgang for flere enn de 25 bedriftene som i dag har eksportlisens for laks. 35-40 eksportbedrifter ønsker adgang til Russland, men russiske veterinære forhold holder så langt disse ute av Russland i følge Martinussen.

Medvedev lyttet med stor interesse til innspillene fra Eksportutvalget for fisk.

Terje E. Martinussen er svært godt fornøyd med dagens møte.

- Det var viktig å fremføre disse budskapene om markedsadgang på vegne av norsk sjømatnæring og statsbesøket var en utmerket anledning til å få snakke med presidenten på tomannshånd. Sjømatens viktighet i forholdet mellom Norge og Russland ble fremhevet i taler av både statsminister Stoltenberg og næringsminister Giske i løpet av dagen



Christen Mordal som var prosjektleder for næringslivskonferansen nyter sjømaten som ble servert på Radisson Hotel Plaza.

og gjennom vår samtale med den russiske presidenten fikk også sjømaten den dominerende plass den fortjener.

Mer norsk laks og sild til våre russiske naboer

Sjømat utgjør 80 % av eksporten fra Norge til Russland og i 2009 var Russland vårt nest største sjømatmarked. Den russiske befolkningen spiser stadig mer norsk laks og sild og etter første kvartal av 2010 har Russland passert Frankrike på listen over de største markedene.

Mandag kveld inviterte Hans Majestet Kong Harald til offisiell middag på slottet. På menyen sto både norsk laks og sild som begge er russiske favoritter.



Konferansegjestene fikk servert norsk sjømat med hovedvekt på norsk sild og laks som er de mest populære artene i Russland.

Bare fire dager etter dette "toppmøtet" kunne Mattilsynet melde at den russiske veterinærtjenesten ville åpne for inspeksjon av flere lakseanlegg, ut over de 25 anleggene som var godkjent for eksport av laks til Russland. Russiske veterinærmyndigheter ga dermed kontrabeskjed om omfanget av den planlagte inspeksjonsrunden som skulle starte allerede 3. mai. I utgangspunktet var det kun de allerede godkjente 25 bedriftene som skulle inspiseres på nytt. Men russiske myndigheter åpnet altså for å kunne gi flere norske selskaper muligheten til å eksportere laks til det russiske markedet.



Rupert Howes og Camiel Derichs fra MSC og Rigmor Abel fra EFF i Brussel hvor nordøstarktisk torsk- og hysefiskeri offisielt ble MSC-sertifisert.

Norge styrker bærekraftsposisjonen

Under en markering i Brussel i dag ble norsk nordøstarktisk torsk- og hysefiskeri formelt miljøsertifisert av Marine Stewardship Council (MSC). Miljøstandarden slår fast at de norske fiskeriene er bærekraftige og at bestandene er godt forvaltet. Når norske torsk- og hysefiskerier utenfor 12 nautiske mil nå er sertifisert av miljømerket MSC er Norge den fiskerinasjonen i verden som har flest miljøsertifiserte fiskerier.

- Gjennom hardt arbeid i Norge og gjennom internasjonalt samarbeid har Norge lyktes med å etablere bærekraftige fiskebestander. I Norge er dette godt kjent, men i enkelte andre markeder er tredjepartssertifisering viktig, sier Rigmor Abel som er miljødirektør i Eksportutvalget for fisk.

På vegne av norsk fiskerinæring mottok Abel dokumentet som beviser at nok et norsk fiskeri er dokumentert bærekraftig. Fra før er norsk sild, norsk makrell, norsk sei og norske reker sertifisert gjennom MSC eller andre miljømerker som Krav eller Friend of the Sea.

Bærekraftige torsk- og hysefiskerier

Den nordøstarktiske torskebestanden er verdens største og mest bærekraftige torskebestand. Sammen med nordøstarktisk hyse representerer den varige tradisjoner og ressursbasert levestett langs norskekysten. På grunn av den gunstige bestandssituasjonen ble Norges andel av torskekvotene for 2010 økt med 16 %.

- Fiskeriene er sertifisert som et hele, noe som betyr at alle norske eksportører av nordøstarktisk torsk og hyse kan bruke MSC-logoen på sine produkter etter å ha gjennomgått en egen verdikjedesertifisering av sin produksjon. Dette vil være gunstig særlig i europeiske markeder, sier Karin Olsen som er bransjesjef for hvitisk i Eksportutvalget for fisk.

MSC – Marine Stewardship Council – er en internasjonal organisasjon som har utviklet et sertifiseringsprogram og miljømerkeordning for bærekraftige og godt forvaltede fiskerier. MSC-sertifiseringen er basert på en tredjepartsrevisjon av fiskeriet opp mot standarder satt av MSC, gjennomført av et akkreditert sertifiseringsbyrå.

Det norske sei-, makrell-, og sildefiskeriet har allerede gjennomgått en vellykket MSC-sertifisering, og om kort tid er også torsk- og hysefiskeriet innenfor 12 nm langs norskekysten sertifisert av MSC. Da vil ca. 75 % av norsk eksport av villfanget fisk være sertifisert av ulike sertifiseringsordninger for bærekraftige fiskerier.

BRUSSEL: Nors

Det var stor tematisk spennvidde over Eksportutvalgets årlige Master Conference i Brussel nylig, og slik måtte det jo bli med tittelen:

”Norwegian Seafood. From the High North to the Near East and Far West, to satisfy Youngsters and Quality concious Consumers”

Bærekraftig forvaltning

Såvel Sveriges tidligere statsminister, Göran Persson, som mesterkokk og fiskehandler(!) Joakim Jernberg målbar rosende omtaler av den norske fiskeriforvaltningen i nordområdene og Barentshavet. Persson er sterkt opptatt av den klimatiske og politiske utvikling i disse områdene og satte i sitt innlegg den norske fiskeriforvaltningen inn i en større sammenheng med solide kunnskaper og en erfaren statsmanns overblikk. Jernberg ga sine vurderinger av viktigheten og verdien av en bærekraftig forvaltning av den norskarktiske torsken sett med de svenske konsumentenes øyne, etter en introduksjon av EFFs markedsansvarlige for Sverige, Lisbeth Bjørvig Hansen.

Og dagen derpå ble både den norsk-russiske enigheten om delelinjen i Barentshavet og MSCs miljøsertifisering av de norske nordøstarktiske torsk- og hysefiskeriene bekjentgjort!

k sjømatforvaltning høstet svensk ros



Göran Persson og Merete N. Kristiansen var begge blant foredragsholderne på EFFs Master Conference i Brussel. Her flankert av chairman Pjokken Eide til høyre.

Foredling + Forpakning = Fortjeneste

Konferansen ble innledet av designer Per Magne Lund, grunnlegger og partner i Design House i Oslo som i et rikt illustrert og engasjerende innlegg argumenterte for at den norske sjømatnæringen har et stort utviklingspotensial i foredling, design, pakning og merkevarebygging. Han sammenlignet laks med kaffe, og viste da til at Brasil selger sin kaffe i sekker, mens det er Herman Friele, som brenner den og putter den i poser som har den store fortjenesten.

– Verdøkningen fra kaffebønne til Nescafé går 40-gangen, mens verdøkningen fra kaffebønne til Starbucks går hele 250-gangen, og mellomledet heter foredling og branding, hevdet han med stor overbevisning.

Ny giv for laks i USA

Markedsdirektør i EFF, Merete N. Kristiansen redegjorde for USAs posisjon som en sjømatens supermakt, om den forventede utvikling i dette enorme og svært interessante markedet for norsk laks, og – ikke minst – hvilken innretning og strategi EFF legger opp til i arbeidet med å styrke den norske sjømatens posisjon "over there".

– Det er potensial for en dobling av sjømatkonsumet i USA, hevdet Kristiansen, forutsatt at vi klarer å bygge opp et positivt omdømme, lansere nye produkter og heve forbrukernes kompetanse i håndtering og tilberedning av sjømat.

Musikk og mat

De rundt 120 fremmøtte konferansedeltagerne fikk i tillegg med seg en feiende flott og frisk minikonsert med Ragnhild Furebotten som på forskjellige feler fremførte moderne norsk folke-musikk, til dels egenkomponert, med solide røtter i Nord-Norge.

Og etter at det faglige og kunstneriske program var avsluttet samlet deltagere og foredragsholdere seg til sosialt samvær og nettverksbygging over en fantastisk fantasirik oppdekking med delikate små retter av norsk sjømat, kreert og tilberedt av de talentfulle unge kokkene Halvar Ellingsen og Harald Berger fra Kulinarisk Akademi, med god bistand fra kjøkkenpersonalet på Hotel Bloom.

Ragnhild Furebotten setter sitt musikalske preg på den norske sjømatens opphav.



Per Magne Lund foredrar om designets sentrale plass i all merkevarebygging.



Fiskesprell henspiller ikke bare på fiskens bevegelser men også på at både fisk og folk kan være sprell levende. I Norge er "Fiskesprell" som kjent et nasjonalt løft for å få barn og unge til å spise mer fisk. I Russland går EFF litt andre veier for vekke oppmerksomhet omkring sjømat, matglede og helseeffekter.

Fiskesprell i Russland

Hvem skulle tro denne lekre oppsatsen var laget av småbarn?



Laksetapas fra små hender

Nylig gjennomførte EFF et meget godt besøkt presseevent i Moskva i form av en slags "kulinærisk mesterklasse" for barn. Som en del av programmet "Fem sanser med norsk laks" fikk deltakerne, og deres foreldre, en grundig innføring i tilberedning av forskjellige typer laksetapas.

Kurset ble ledet av Ilja Lazerson, St. Petersburgs mest berømte kokk, som også har skrevet mange bøker og eier et kulinærisk studio. Julia Seljeseth, EFFs representant i Russland, og Marianna Trifonova, en fremstående ernæringsfysiolog kjent fra mange TV- og radioprogrammer, deltok også i arrangementet den 13. april.

Fantasi, farge og smak

- Barn og voksne fortsatte eventyret i landet til Fiskesprell, programmet som har til formål å få barn til å spise mer fisk, sier Julia Seljeseth.

- Vi brukte alle fem sansene og stoppet opp for å undersøke farge og smak i detalj. Menyen omfattet interessante og deilige småretter av norsk laks. Ilja Lazerson viste oss hvor grundig en kjøkkensjef jobber for å få til den rette kombinasjonen av matvarer, i stedet for bare å blande ingrediensene. Det å spise inkluderer virkelig alle sansene.

Kunnskap og grundighet

Kjøkkensjef Ilja Lazerson sier:

- Tapas minner om tradisjonelle russiske småretter. Det russiske kjøkken er kjent for sine mange kalde småretter med ulike farger og smaker. Sammen med barna laget vi såkalte "pinnsvin med norsk laks", og de voksne fikk oppskrifter på andre tapas med sjømat. Barn reiser mye i dag og får anledning til å smake på kjøkkenkunst fra mange forskjellige steder. Ved å ta på seg forkle, kokkelue og hansker blir man ekte kokk – og innser hvor utrolig mye man bør vite om mat før man begynner å lage den.

Barn må vite alt om fisk og være klar over hvilke kombinasjoner som er gode og hvilke som er mindre gode. Vi lærte mye om dette i dag: Barna lærte hvordan man skal tilberede norsk laks for å bevare fiskens farge, smak og næringsverdi, avslutter Lazerson.



Hele tapas-mesterklassen 13.04.2010 samlet rundt initiativtaker Julia Seljeseth og instruktør Ilja Lazerson.

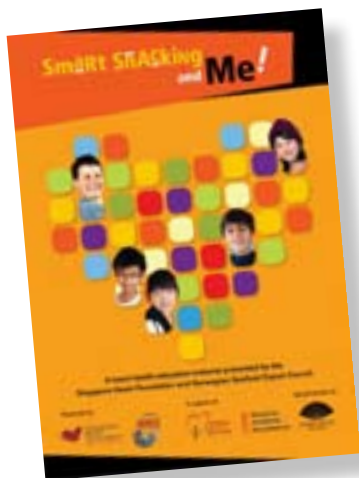


God innsats belønnes
med gaver fra EFFs
utsending i Russland,
Julia Seljeseth.



Kjøkkensjef
Ilja Lazerson
med noen av
sine unge elever.

Norsk Laks hjertelig tilstede i Singapores skoler



Eksportutvalget for fisk (EFF) har nylig inngått et strategisk samarbeid med Singapore Heart Foundation (SHF) for å nå ut til barn og ungdom med budskapet om at laks er hjerteglad mat!

Samarbeidet

Gjennom samarbeidsavtalen med SHF har EFF fått muligheten til å ta del i det helsepromoterende arbeidet som gjøres i skoleverket i Singapore. Det er laget 20 000 hefter for barneskoleelever og 10 000 for elever i ungdomsskolen. Disse deles ut av SHF som en del av programmet for å promotere helseriktig kost og livsstil blant unge i Singapore. Dette følges opp gjennom andre innslag f. eks. i gymnastikktimene, i distriktsprogrammer og egne roadshow.

– På denne måten får vi benytte SHFs vel etablerte distribusjonsnett til å øke bevisstheten blant singaporeanerne om at laks er sunt og at de lette og næringsrike rettene i skolebrosjyrene raskt og enkelt kan lages hjemme – til og med av barna og de unge selv, forteller EFFs utsending i Singapore, Mika Tomiyama.

Også eget materiell

Som hovedsponsor av de to nye utdanningsheftene som ble laget av SHF, har EFF dessuten fått en unik mulighet til å distribuere eget utviklet materiell rettet mot ungdom om at norsk laks er helsegod fisk. Nå er den nye ungdomsbrosjyren "Be a Sport with Norwegian Salmon" på vei ut til Singapores barn og unge gjennom SHFs godt etablerte kanaler i skolesystemet.

Sist fredag inviterte EFFs utsending i Japan, Hans Petter Næs, til en usedvanlig godt besøkt pressekonferanse i Osaka, den tredje i rekken av en serie slike PR-arrangementer for Norsk Laks i Japan, konsentrert om laksens "anti aging"-egenskaper.



Det var trangt om saligheten på EFFs presentasjon av den norske laksens "anti aging"-egenskaper i Osaka i forrige uke.

FOKUS PÅ NORSK LAKS I ● SAKA

"Anti aging" er høyinteressant

– Ikke nok med at temaet "anti aging" er aktuelt i den stadig økende del av den japanske befolkningen som er opptatt av helse og skjønnhet. Vi har også engasjert den glimrende og engasjerte foredragsholderen Erica Angyal til å presentere temaet. Hun er høyt profilert i Japan; et trekkplaster i seg selv, med stor gjennomslagskraft i vår primærmålgruppe. Hun er bl.a. kjent som forfatter om helse- og skjønnhetstema, hun er ernæringsrådgiver for Miss Universe Japan og godt kjent fra en rekke opptredener i TV og andre medier, forteller Hans Petter Næs.

Blogging griper stadig om seg

– Vi ser også at våre arrangementer av denne typen i stadig økende grad besøkes av folk som publiserer i sosiale medier. Over halvparten av de rundt 40 media tilstede i Osaka var "matbloggere" som sørger for stor spredning av budskapene om laksen via sine bloggsider. Etter et tilsvarende event i Tokyo fikk bloggerne rundt 350 000 besøk på sine sider, til dels også med kommentarer og videre dialog! I tillegg kom så de "regulære" mediene, som traff ca. 20 millioner lesere/seere (totalt opplag for mediene som skrev aktivt og positivt om laksen), fortsatte Næs.

Askestansen i lakseleveransene

– Jeg bruker alltid å ha en innledende orientering om den norske laksen på disse PR-eventene, men ble denne gang forbløffet over den store interessen for askestansen i leveransene av norsk fisk til Japan blant de tilstedeværende. Heldigvis var jo "timingene" bra i den forstand at askeskyene da hadde lagt seg og sjømatdistribusjonen østover igjen var i rute. Men jeg må medgi at jeg ble tatt litt på sengen over hvor tydelig den japanske bekymring for regulariteten i lakseleveransene fra Norge kom til uttrykk ved denne anledningen, avslutter Hans Petter Næs.



Hans Petter Næs holder fram en fersk Norsk Laks, beviset på at lakseleveransene fra Norge igjen er i rute etter askepausen.

Happy Hour for tørrfisk i Italia



For femte år på rad har EFF i Italia arrangert Norwegian Happy Hour for tørrfisk i Milano, Padova og Napoli. Happy Hour gir unge voksne anledning til å prøve nye moderne tørrfiskretter på utvalgte utesteder.

I denne Happy Hour-runden ble det også arrangert en konkurranse hvor premien var en fire retters middag med tørrfisk, tilberedt av den kjente mesterkokken Danilo Angè hjemme hos vinneren.

Oppgavene og fasiten

Her er spørsmålene som måtte besvares riktig for å få besøk av en mesterkokk:

1) Hva heter den italienske oppdagelsesreisende som forliste ved en av øyene i Lofoten, fikk kjennskap til tørrfiskens av lokalbefolkningen og ga oss den første skriftlige kilden som beskriver dette produktet?

* Piero Querini

* Christofer Columbus

* Armando Totonno

2) Hvor i Norge produseres tørrfisk?

* Bergen

* Lofoten

* Oslo

3) Tørrfisk lages av torsk som blir bearbeidet på en helt unik måte. Hvordan? Torsken ...

* henges opp i hjeller og tørkes av sol og vind

* slås kraftig flere ganger mot de bratte, norske fjellene

* legges i bløt i saltvann i tolv timer

Og vinneren ble....

Carolina Pretti, som er 22 år gammel fra Trento og studerer økonomi- og markedsføring i Bologna, leverte sitt lykkekort med vinnerbesvarelsen ved utestedet Baessato i Padova, en av etappene i denne utgaven av Norwegian Happy Hour.

Og slik gikk det til at selveste Danilo Angè nylig ringte på døren hennes for å tilberede en uforglemmelig festmiddag med norsk tørrfisk for Carolina og venninnene hennes. Danilo Angè er en høyt profilert kokk i Italia. Han har bl.a. i en årrekke vært på tv-skjermen i program som for eksempel "La prova del cuoco" tilsvarende vår "Kokkekamp", og på gourmetkanalen "Il Gambero Rosso".

Premien

På forhånd hadde Carolina kun overfladisk kjennskap til tørrfisk.

- Jeg var kjempespent og gledet meg skikkelig! Middagen var perfekt, tørrfiskrettene som Danilo Angè tilberedte var virkelig utsøkte, vinene var supre, kort sagt, en fantastisk middag!!! Både jeg og venninnene mine er kjempefornøyde ... dette var over alle forventninger!, sprudler en skikkelig happy Carolina.

Kokken Danilo Angè beskriver en av tørrfiskrettene som serveres.

Spenningen var stor rundt bordet før servering av vinner-tørrfiskmiddagen. Carolina Pretti til venstre.

- Nå som jeg har sett Danilo i aksjon, og fått med meg noen triks som han velvillig delte, har jeg skjønnet at dette slett ikke er vanskelig. Jeg skal gi meg i kast med grytene - neste gang skal jeg lage tørrfisk for venninnene mine. Jeg er sikker på at jeg kommer til å overraske dem med nye og deilige tørrfiskoppskrifter, alt fra forretter til hovedretter. Tørrfisk er en utrolig anvendelig fisk. Jeg garanterer at resultatet blir kjempebra!, avslutter hun med et smil.





Malasias mannskap, eller retttere sagt kvinneskap, Chef See Lay Na (t.h.) og commis Mandy Goh Miow Di fra Mandarin Oriental Hotel i Kuala Lumpur hever pokalen etter å ha gått seirende ut av Bocuse d'Or Asia og kvalifisert seg til finalen i kokke-VM i Lyon 2011.

MARIT BJØRGEN BLIR SJØMAT- AMBASSADØR



PINK POWER

Å være kokk er som kjent ingen lett jobb, selv ikke nå – med mange kjendiskokker som behandles som rene idoler og forgudes av gourmeter rundt om i verden...

Å være kokk i Asia er enda vanskeligere. Av den enkle grunn at det å være en "kokk" ikke betraktes som en "profesjon" på disse kanter. Så hvordan er det da å være en KVINNELIG ASIATISK KOKK? De har vel alle odds mot seg eller hva?

EFF i Singapore støtter arbeidet med å gjøre kokkeyrket attraktivt for unge kvinner. Her er for-siden på en tre-siders advertorial som er innstikk mai-juni utgaven av Cusine and Wine, et av Singapores mest populære matmagasiner. Illustrasjonene inni viser unge kokkekledder kvinner ivrig opptatt med tilberedning av mat.

Heldigvis har det etter hvert blitt mer populært både blant gutter og jenter å ta fatt på studier i kulinariske fag. Den enorme ekspansjonen i hotell- og restaurantbransjen i regionen har avdekket et stort behov for nye talenter og ny arbeidskraft innen profesjonell matlagning. Økt oppmerksomhet i media og mer støtte fra myndighetene

til skoler og elever, har nå gjort det mye mer akseptabelt å velge karriere som kokk – i alle fall for menn. De fleste kvinner velger fremdeles den "søtere" veien og blir pastry chef....



EFF har i det siste året gjennomført to kokkekonkurranser blant unge kokkestudenter, en i Singapore og en i Malaysia. Av de til sammen 16 to-mannslagene som deltok var det to rene jentelag, og et mix lag, og både i Singapore og Malaysia var det de "rene" jentelagene

som gikk til topps!

Og vinnerne av Bocuse d'Or Asia 17. – 19. mars 2010 ble faktisk også et rent jentelag fra Malaysia (Kanskje ikke overraskende, kvinnesuksessen i våre konkurranser tatt i betraktning?) De er muligens ikke det første og eneste, men i alle fall et av ytterst få rene jentelag som noen gang har kvalifisert seg til Bocuse d'Or finalen i Lyon, og med sin deltagelse i 2011 er Malaysia med sikkerhet det første asiatiske jentelaget i Lyon!

Marit Bjørgen er allerede i gang med oppkjøringen til VM på hjemmebane og suksessoppskriftene fra Vancouver skal gjentas.

Før OL la Bjørgen om til tre ukentlige fiskemåltider og nå inngår Bjørgen samarbeid med Eksportutvalget for fisk for å styrke satsingen på sjømat i kostholdet.



- Etter lang tids motgang måtte jeg ta grep før OL i Canada. I samråd med min lege la jeg om kostholdet og spiste sjømat tre ganger i uken. Under lekene i Vancouver var jeg tydelig på at omlegging av treningen og endringer av kostholdet var det som ga meg tre OL-gull, sa Marit Bjørgen på en pressekonferanse i Oslo i formiddag.

Uttalelsene Bjørgen ga til norsk presse i Canada ble fanget opp av Eksportutvalget for fisk (EFF) som har ansvaret for markedsføringen av norsk sjømat. Det ledet frem til Bjørgens første personlige sponsoravtale som ble signert i rette

omgivelser på Tjuvholmen Sjømagasin i Oslo.

Da Marit Bjørgen vant sine medaljer i Vancouver hadde vår mestvinnende kvinnelige idrettsutøver ingen personlige avtaler. Nå er den første avtalen på plass og i avtalen inngår det at Bjørgen skal være ambassadør for Norsk sjømat de neste to årene.

- Avtalen er historisk for oss. Våre sponsorater har tidligere vært knyttet til kjente kokker og dette er første gang vi jobber tett med idrettsutøvere, sa markedsdirektør Merete N. Kristiansen i Eksportutvalget for fisk.

- Bjørgen har fått resultater ved å gjøre det myndighetene anbefaler oss alle å gjøre, nemlig å øke inntaket av sjømat til tre ganger i uken. Vi tror Bjørgens ambassadørkraft og sunne verdier skal kunne vise andre at det er lett å lykkes med sjømat, sa Kristiansen som la til at EFF har store forventninger til avtalen.

En sentral del av avtalen er at Marit Bjørgen skal få utviklet skreddersydde sjømatoppskrifter til sitt daglige kosthold. Disse skal også deles med publikum gjennom Marits egne web-sider og EFFs nettside www.godfisk.no.

I 2010 skal Bjørgen etablere egen blogg og mer aktivt benytte sosiale medier i sin dialog med publikum. Bjørgen skal også delta på en rekke arrangementer og aktiviteter med sjømatnæringen i årene som kommer.

Som ledd i arbeidet med sjømatoppskriften debuterte Marit Bjørgen som oppskriftsutvikler for EFF.

Pressen fikk smake "Bjørgens fiskegryte" som er Marit Bjørgens egenkomponerte fiskefavoritt.

Se oppskrifter på www.godfisk.no



Eksportutvalget for fisk i sosiale medier

De som bygger merkevaren norsk sjømat, bruker selvfølgelig kanalene der folk flest er til stede.

– Gjennom sosiale medier kan vi spre innholdet fra andre kanaler, samt følge og påvirke samtalen som handler om norsk sjømat, sier kommunikasjonsrådgiver Katrine Rypeng i Eksportutvalget for fisk (EFF).

Etter tre års utforskning og gradvis erobring av sosiale medier som Facebook, Twitter, Flickr og YouTube, har EFF laget et rammeverk for hvordan de vil bruke de nye markedsføringskanalene. Hensikten er todelt: EFF ønsker for det første å skape flere og sterkere ambasadører for norsk sjømat, for det andre å inspirere andre aktører i næringen til å bruke sosiale medier.

Positive kommentarer

– De siste årene har vi sett at markedsføringen endrer karakter, blant annet fordi mottakerne vil ha medvirkning og mulighet for å respons. Dette har vi valgt å ta på alvor, sier Rypeng.

Nettopp det at kontrollen over innholdet blir overlatt til brukeren, er det som først og fremst skiller sosiale medier fra tradisjonelle medier. Dette har Rypeng gode erfaringer med:

– Frykten var mye større i forkant for hvordan sosiale medier ville bli brukt til å åpne opp for et stort mangfold av meninger. Det vi ser er at kommentarfeltene overveiende blir brukt til å

komme med konstruktive tips, dele entusiasme og interesse med andre fiskeelskere, og det handler om ekte matglede, sier Rypeng.

Sosiale medier integrert

EFF har ansatt to nye medarbeidere som skal jobbe mot digitale flater, Ragnhild Eriksen Heen og Lars Martinussen, og de har blant annet jobbet med å tilrettelegge for sosiale medier som en del av større arrangement eller kampanjer, slik de gjorde under rockefestivalen Bukta i Tromsø i fjor. På festivalen var selvfølgelig EFF tilstede med sjømat for sultne rockere, men også med en egen fotovegg i morsom, maritim stil. Her lot publikum seg avbilde, og på nettstedet nettstedet Flickr, som er en side for å dele bilder med andre, kunne de finne resultatet.

Fiskeelskerne møtes på Facebook

En av de største suksessene i sosiale medier har EFF skapt med Godfisks egen side på Facebook. Denne siden har fått nesten 6.500 tilhengere, som bidrar med tips og kommentarer til oppskriftene, nyhetene og det øvrige innholdet EFF publiserer.

Tips for gode sjømatmåltider får forbrukere også på Godfisks egen kanal på nettstedet YouTube, der EFFs videoer med oppskrifter, tips og triks legges ut. Entusiaster fra næringen inviteres til å bruke nettverkene aktivt og holde dialog med andre fiskeelskere for å vedlikeholde engasjementet blant konsumenter av norsk sjømat.



HKH Kronprinsen lanserer Norway Seafood Restaurant sammen med (f.v.) Kinas Visehandelsminister Zhong Shan, EFFs Kinautsending Åshild Nakken, restaurantsjef Terje Hamnes (delvis skjult av dagens hedersgjest), og leder av Furset-gruppen som driver restauranten, Bjørn Tore Furset. F



Det var ingenting å utsette på interessen fra kinesiske medier da Norway Seafood Restaurant i den norske paviljongen på EXPO 2010 i Shanghai ble offisielt lansert i forrige uke.



KONGELIG RESTAURANTÅPNING I SHANGHAI

Fredag 28. mai ble Norway Seafood Restaurant i den norske paviljongen på EXPO 2010 offisielt erklært åpnet av Hans Majestet Kronprins Haakon, i forbindelse med en mottakelse i paviljongen som ledd i programmet Norges Dag på EXPO 2010.

Visehandelsminister Zhong Shan og Kinas tidligere ambassadør til Norge, Ma Enhan representerte det kinesiske vertskapet og fulgte kronprinsen gjennom hele dagen. I den offisielle norske delegasjonen som fulgte kronprinsen deltok også Nærings- og handelsminister Trond Giske og Olje- og energiminister Terje Riis-Johansen og representanter for mer enn 60 norske virksomheter. Alle disse var tilstede og ble servert nydelige kinesiskinspirerte småretter av norsk sjømat da kronprinsen foretok den offisielle lansering av restauranten. Norway Seafood Restaurant har for øvrig allerede har fått meget gode omtaler og varme anbefalinger i Expos offisielle publikasjoner og presentasjonsmateriell, og er godt besøkt.

Medieinteressen for denne begivenheten var for øvrig så stor at det ble invitert til en egen pressekonferanse med presentasjon av restauranten og norsk sjømat i Kina dagen i forveien. Her møtte et drøyt 50-talls pressefolk som først fikk se en av restaurantenes norske kokker demonstrere profesjonell filetering av laks. EFFs utsending, Åshild Nakken og hennes kinesiske kolleger og samarbeidspartnere ga så et overblikk over situasjonen for den norske sjømaten i Kina og forventet utvikling i dette markedet før alle de tilstedeværende kunne forevige og deretter smake på de mange fantasifulle sjømatkreasjonene som restaurantens norske og kinesiske kokker hadde tryllet fram for anledningen.

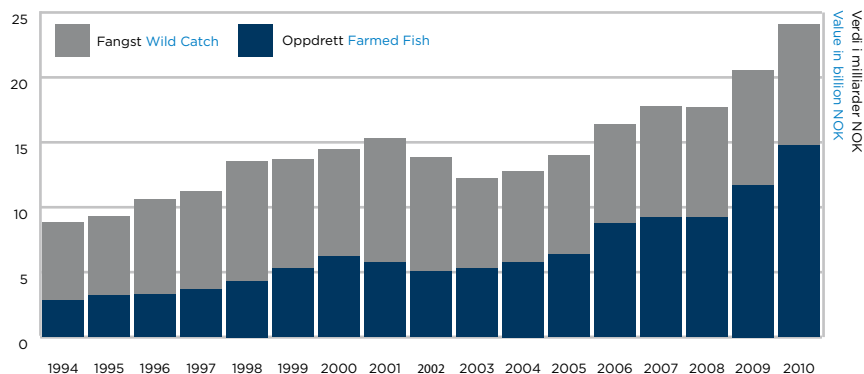
1

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

Kilde: SSB/EFF

Norge eksporterte i 1. halvår 2010 sjømat for 24 milliarder NOK. Sjømat fra oppdrett utgjorde 61 %.

In the first half of 2010, the value of Norwegian seafood exports totalled NOK 24 billion. Farmed seafood accounted for 61%.



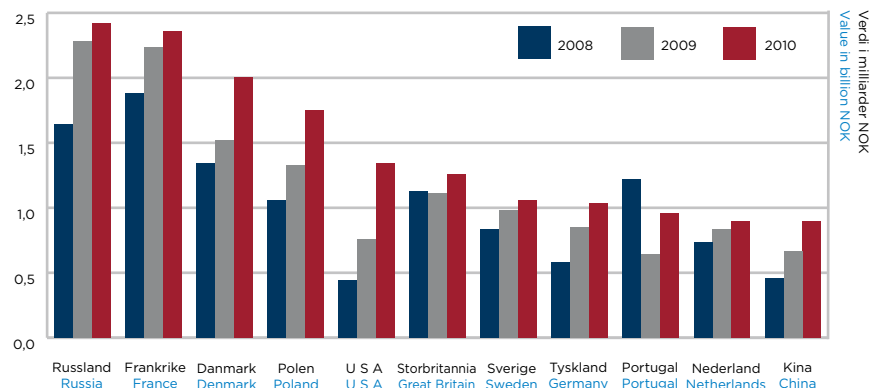
2

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

Kilde: SSB/EFF

Russland var Norges viktigste enkeltmarked for sjømat i første halvår 2010, tett fulgt av Frankrike. Danmark og Polen følger på de toneste plassene, men disse to landene er primært transittland for eksporten til andre land i EU.

Russia was Norway's single most important market for seafood in the first half of 2010. France is our second largest market followed by Denmark and Poland. The two latter are largely transit countries for Norwegian seafood on its way to other EU countries.



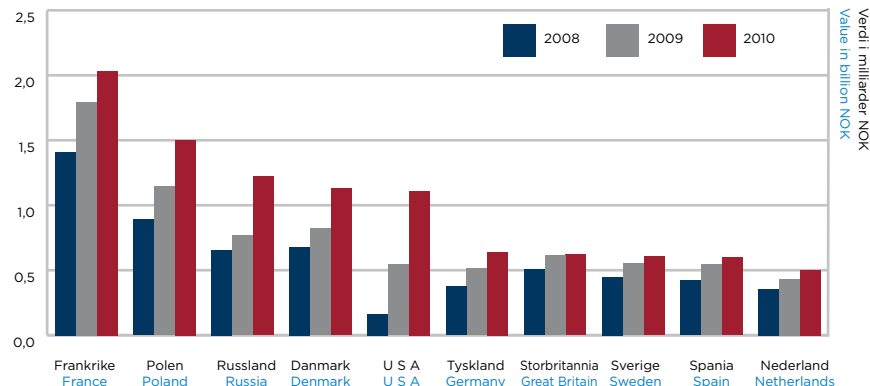
3

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

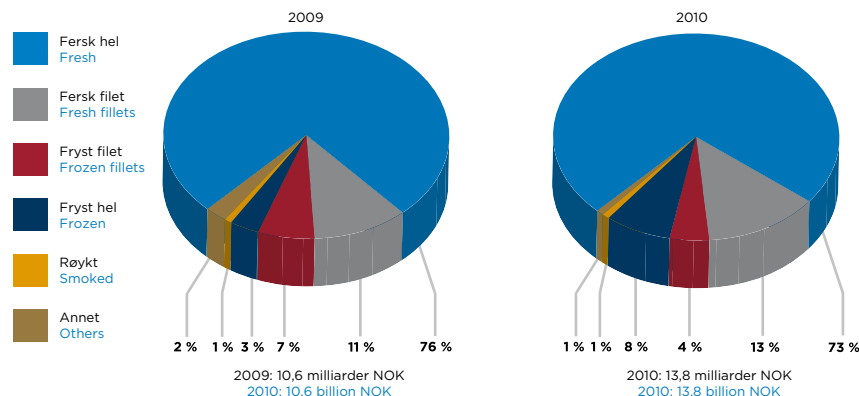
Kilde: SSB/EFF

Frankrike er Norges viktigste marked for laks foran Polen og Russland. En økning i både pris og mengde forklarer den store økningen i verdi fra 2009 til 2010.

France comes ahead of Poland and Russia as Norway's most important market for salmon. An increase in both price and quantity explains the big increase in value from 2009 to 2010.



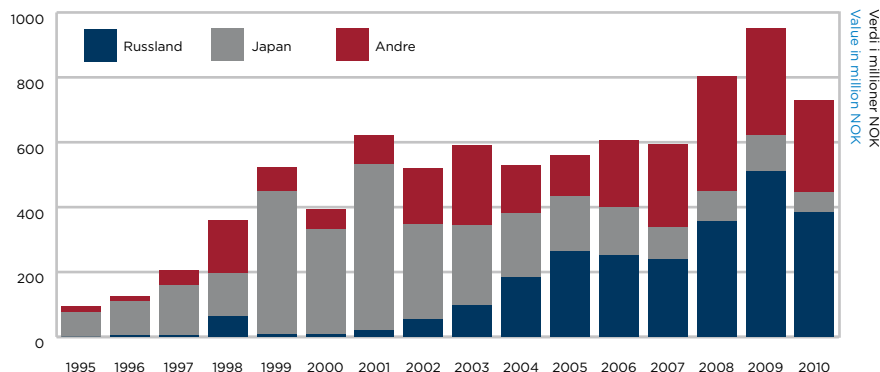
Kilde: SSB/EFF

**Norsk eksport av laks****4****Exports of Norwegian salmon products**

Eksportverdien av atlantisk laks var i første halvår 2010 på 13,8 milliarder NOK. Dette er en økning på 3,2 milliarder fra første halvår i 2009. Økningen forklares med både høyere priser og større volum. Fersk hel laks utgjorde 73 % av eksportverdien.

The value of Atlantic salmon exports in the first six months of 2010 totalled NOK 13.8 billion, an increase from NOK 10.6 billion in the same period of 2009. Fresh whole salmon accounted for 73% of the value.

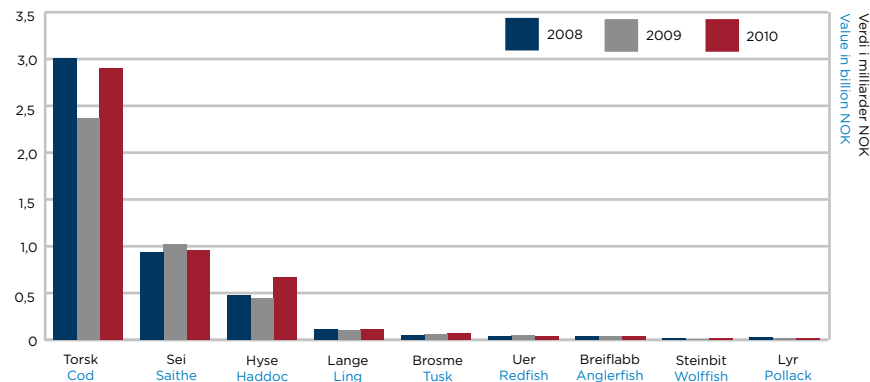
Kilde: SSB/EFF

**Norsk eksport av ørret****5****Exports of Norwegian Fjord Trout**

Eksportverdien av ørret ble i første halvår redusert med 22 % til 731 millioner kroner målt mot samme periode i fjor. Det største eksportmarkedet for ørret er fortsatt Russland selv med en reduksjon på nesten 7 000 tonn eller over 40 %.

The export value of Norwegian Fjord Trout fell in the first half of the year by 22%, to NOK 731 million, compared to the same period last year. The largest export market for trout is still Russia, even with a reduction of nearly 7,000 tonnes, or over 40%.

Kilde: SSB/EFF

**Norsk eksport av hvitfisk****6****Norwegian exports of groundfish**

Torsk er den viktigste hvitfisken for norsk sjømateksport. I første halvår 2010 var eksportverdien på 2,9 milliarder NOK. Eksportverdien for sei var 960 millioner NOK, mens eksporten av hyse var på 675 millioner NOK.

Cod is the single most important groundfish in terms of Norwegian seafood exports, with first half of 2010 exports valued at NOK 2.9 billion. The value of saithe exports in the same period totalled NOK 960 million, while exports of haddock amounted to NOK 675 million.

7

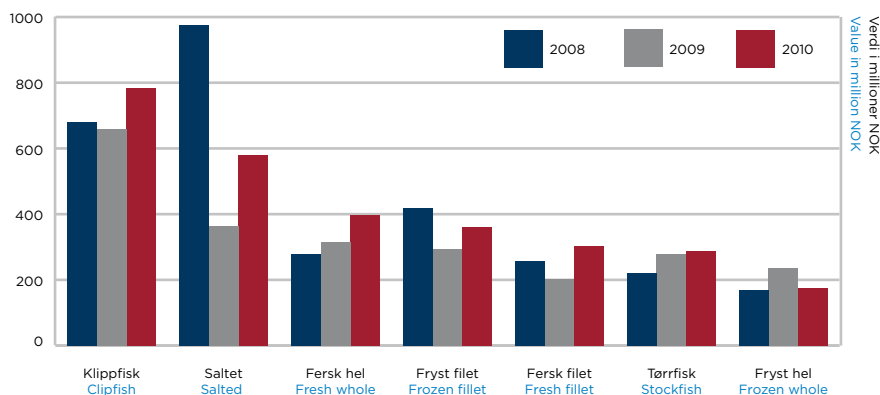
Norsk eksport av torsk

Norwegian exports of cod

Kilde: SSB/EFF

I første halvår 2010 økte eksporten av saltet torsk med 60 %, til 581 millioner NOK. Men med en eksportøkning på 18 % til 659 millioner NOK er klippfisk fortsatt det viktigste konvensjonelle produktet.

In the first six months of 2010 exports of salted codfish increased 60%, to NOK 581 million. But with an increase in exports of 18%, to NOK 659 million, clipfish remains the most important cured product.



8

Viktigste eksportmarkeder for torsk 2010

Major markets for Norwegian cod 2010

Kilde: SSB/EFF

I første halvår 2010 ble det eksportert torsk for 850 millioner NOK til Portugal, som dermed er det viktigste torskemarkedet foran Danmark og Brasil.

In the first six months of 2010, cod exports to Portugal totalled NOK 850 million making it the single most important market for cod ahead of Denmark and Brazil.

Produkt	Marked	Verdi i mill. NOK	Mengde i tonn	Andel av total verdi	Andel av total mengde
Product	Market	Value in mill. NOK	Quantity in tonnes	Share of total value	Share of total quantity
Klippfisk hel	Portugal	419	10 262	53 %	60 %
Klippfisk hel	Brasil	245	4 230	31 %	25 %
Tørrfisk	Italia	107	1 071	62 %	39 %
Tørrfisk	Nigeria	41	1 256	24 %	46 %
Saltet	Portugal	381	12 666	66 %	65 %
Saltet	Spania	122	4 235	21 %	22 %
Fryst hel	Kina	125	7 691	41 %	42 %
Fryst hel	Storbritannia	37	2 181	12 %	12 %
Fryst filet	Storbritannia	157	4 989	43 %	47 %
Fryst filet	Frankrike	88	2 145	24 %	20 %
Fersk hel	Danmark	214	10 071	54 %	54 %
Fersk hel	Frankrike	41	1 603	10 %	9 %
Oppdrett	Frankrike	33	1 068	27 %	21 %
Oppdrett	Sverige	26	1 391	22 %	27 %

9

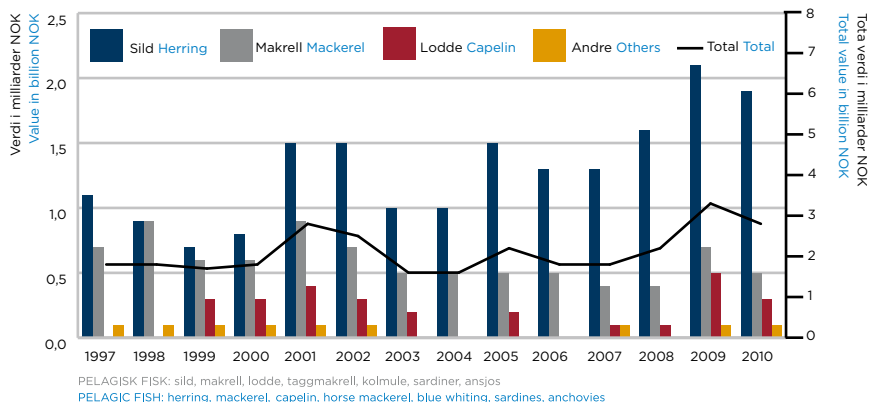
Norsk eksport av pelagisk fisk

Norwegian exports of pelagic fish

Kilde: SSB/EFF

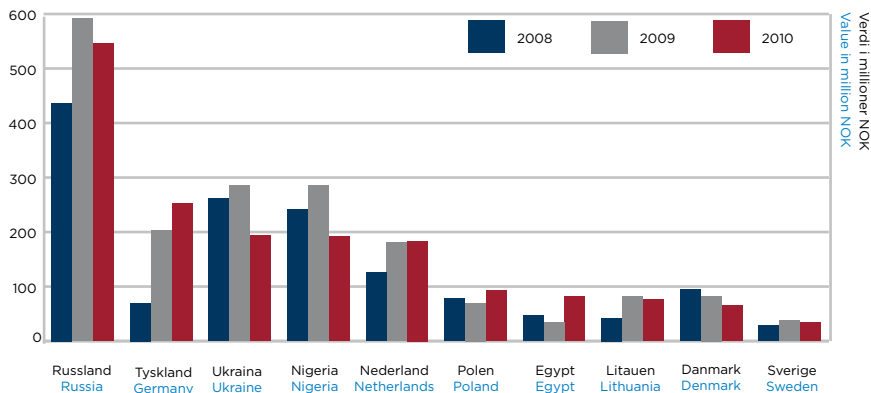
Norge eksporterte i første halvår 2010 pelagisk fisk til en total verdi av 2,8 milliarder NOK. Sild er den viktigste pelagiske arten og utgjør 68 % av eksportverdien.

In the first half of 2010, Norway exported pelagic fish valued at a total of NOK 2.8 billion. Herring is the most important species and accounted for almost 68% of this figure.



PELAGISK FISK: sild, makrell, lodde, taggmakrell, kolmule, sardiner, ansjos
 PELAGIC FISH: herring, mackerel, capelin, horse mackerel, blue whiting, sardines, anchovies

Kilde: SSB/EFF

**Viktigste markeder for sild**

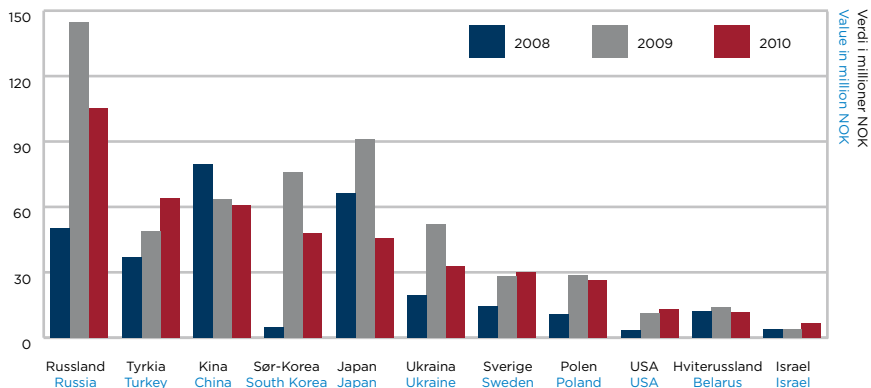
10

Major markets for herring

Russland er det viktigste markedet for norsk sild fremfor Tyskland og Ukraina. I første halvår av 2010 ble det eksportert sild til Russland for 545 millioner NOK, en tilbakegang fra 591 millioner i samme periode 2009.

Russia is ahead of Germany and Ukraine as the most important market for Norwegian herring. In the first six months of 2010, herring exports to Russia totalled NOK 545 million, a decrease from NOK 591 million in the same period of 2009.

Kilde: SSB/EFF

**Viktigste markeder for makrell**

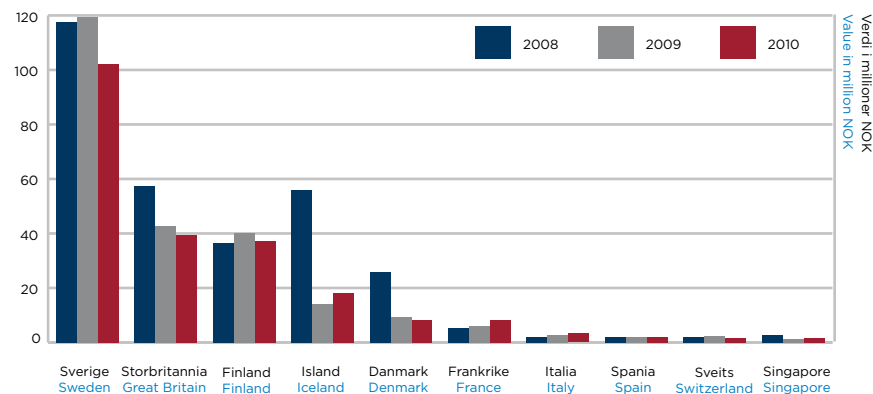
11

Major markets for mackerel

Til tross for nedgang fra 2009 var Russland fortsatt det viktigste markedet for norsk makrell i første halvår 2010. I løpet av de siste årene har Tyrkia bygget seg opp til andreplassen foran Kina.

Despite the decrease from 2009 Russia was still the single most important market for Norwegian mackerel in the first half of 2010. Steadily increasing mackerel exports over the later years has now put Turkey into second place, just ahead of China.

Kilde: SSB/EFF

**Viktigste markeder for reker**

12

Major markets for prawns

Sverige er det viktigste reke markedet for Norge med en eksportverdi på 102 millioner NOK i første halvår av 2010. På de neste plassene følger Storbritannia og Finland, som i fjor.

Sweden is Norway's single most important market for prawns, with an export value of NOK 102 million in the first six months of 2010. Great Britain and Finland and follows next, just like last year.

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

Norsk Sjømat.
Fra kalde, klare farvann.

