

# Webinar Karibia

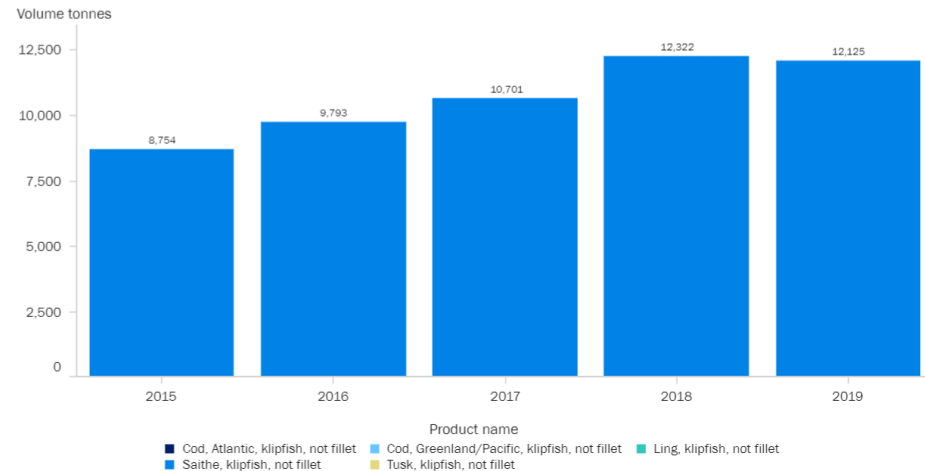
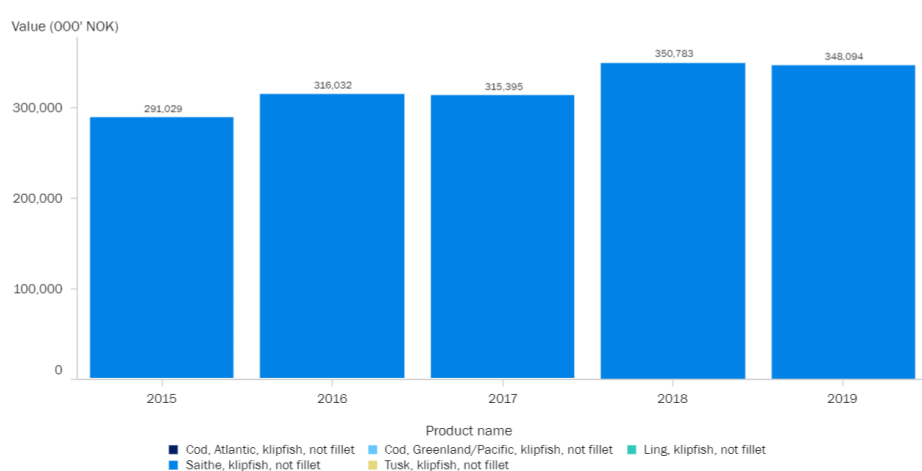
## - blikkpunkt Jamaica

Øystein Valanes, fiskeriutsending Brasil og Karibia

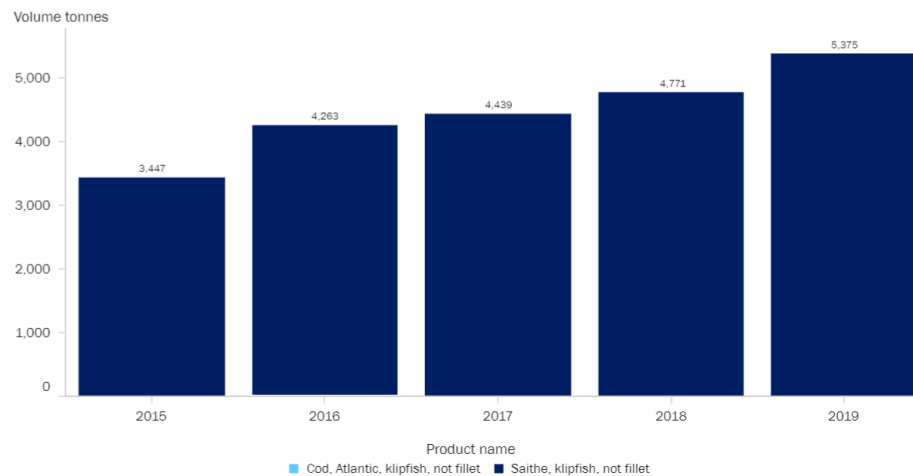
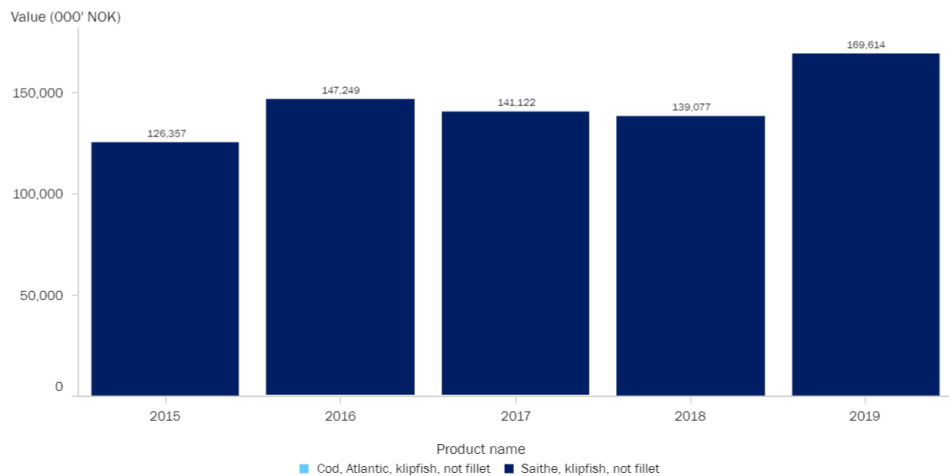
# Handlingsplan Karibia 2020

Handling	Målsetting	Verdiskapningsområde
Kontinuerlig merking av norsk klippfisk i POS (moderne retail og colmados) med <i>Seafood from Norway</i> -logo og «Bacalao Noruego».	Øke kjennskap til SfN og BN ved POS	Konsumrettede tiltak
Kontinuerlig markedsføring via sosiale medier (Facebook, YouTube, Instagram og web) både på egne og kjøpte flater	Øke kjennskap til SfN og BN	Identitet og omdømme
10 artikler i trykte og digitale kanaler	Opphav	Identitet og omdømme
Etablere nettverk mot importører og/eller grossister i øvrige markeder i Karibia	Åpne for tilgang til relevante markeder i Karibia	Markedsinnsikt og kompetanse
Engasjere eksterne rådgivere for innhenting av markedsinnsikt i relevante markeder i Karibia	Øke markedskunnskapen om Karibia	Markedsinnsikt og kompetanse
Pressetur mars	Opphav	Identitet og omdømme
Seminar september	Øke kjennskap til SfN og BN (B2B)	Identitet og omdømme

# Den dominikanske republikk YTD November



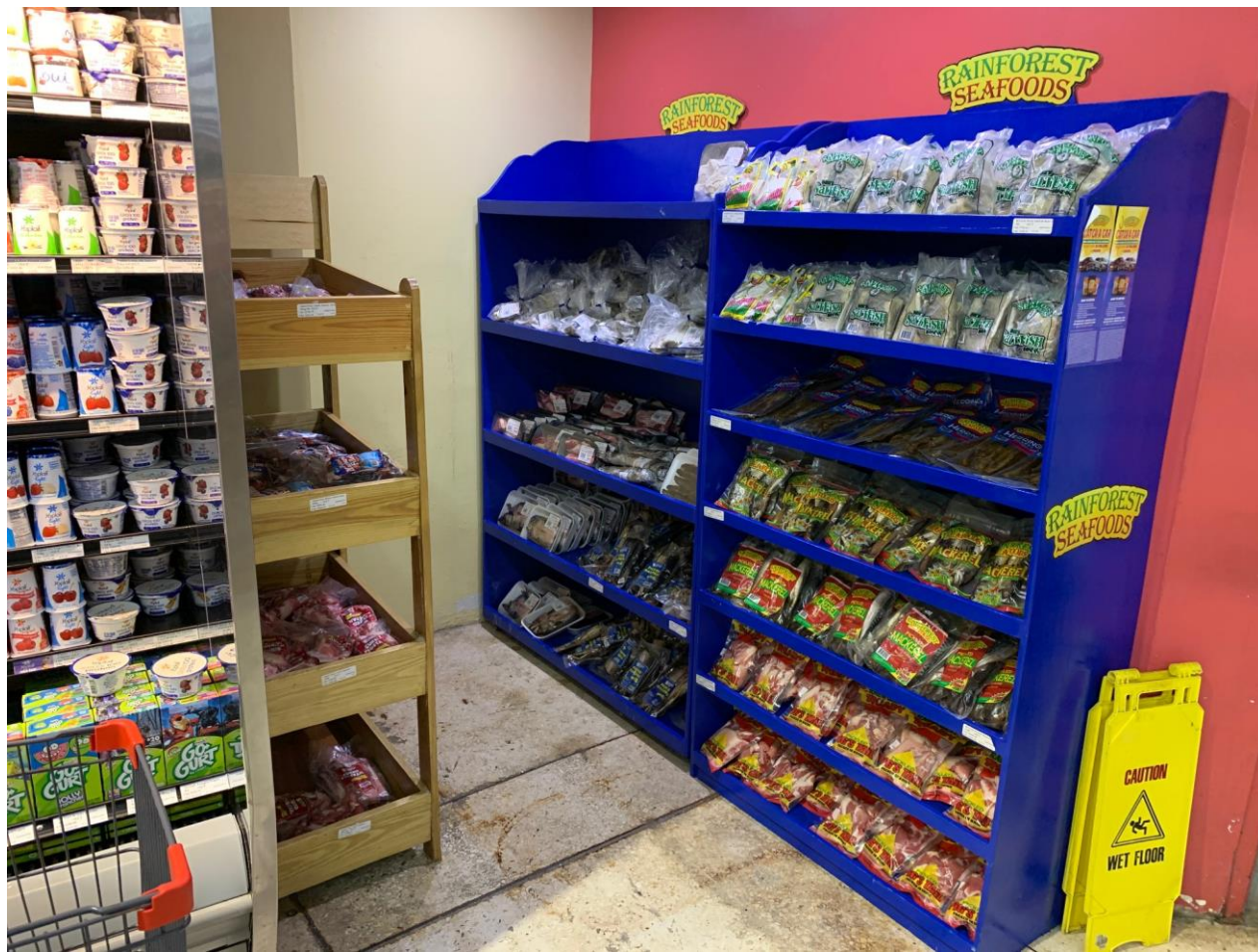
# Jamaica YTD November





Jamaica









## Prisbilde primo desember 2019

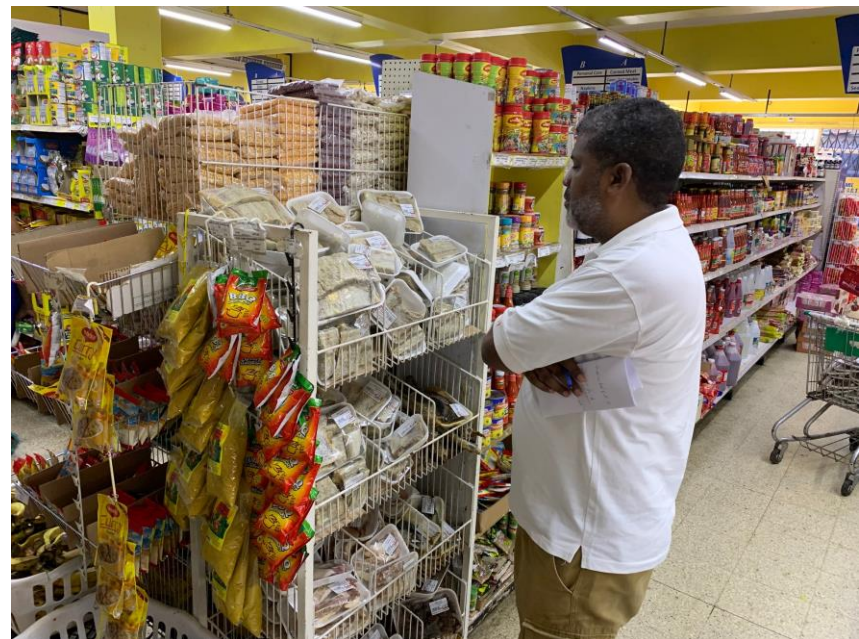
### Norsk klippfisk:

- NOK 55 pr. kg (9,06 kg.) “Monpop’s”
- NOK 105 pr. kg. supermarked, lokalt pakket, 454 gram.

- reker og scampi fra Kina og Indonesia (kokt, fryst): NOK 250 pr. kg.
- egenprodusert tilapia (fryst filet): NOK 180 pr. kg.
- laks fra Chile (fryst filet): NOK 350 pr. kg.
- snapper fra Guyana (fryst filet): NOK 270 pr. kg.
- canadisk røkt sild, hel: NOK 65 pr. kg.
- lakesaltet makrell fra Spania, hel: NOK 85 pr. kg.



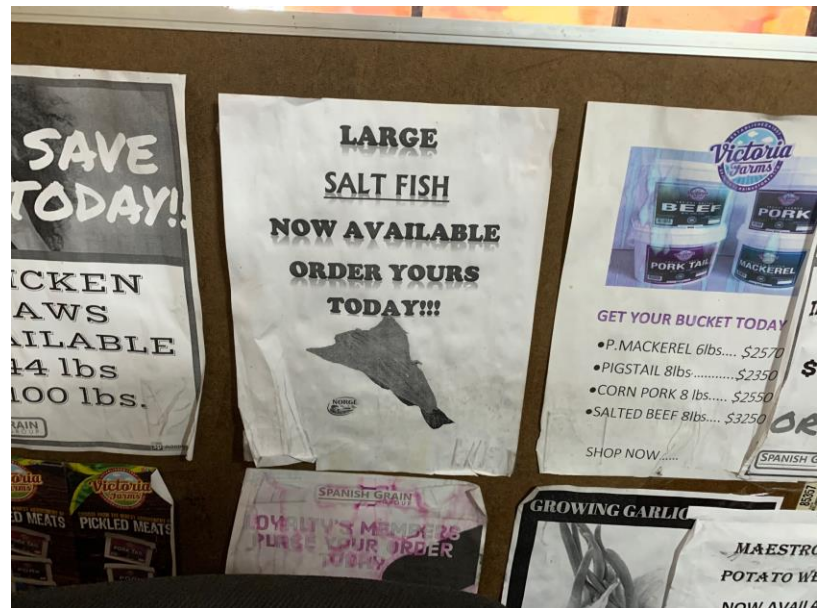








NOW ON SPECIAL	
BAG Rice	\$ 4.000
1/4 Rice	\$ 1.030
1/2 Rice	\$ 2.030
BAG Sugar	\$ 1.400
1/4 Sugar	\$ 1.900
1/2 Sugar	\$ 3.750
Chicken Back CASE	\$ 2.100
JUG Oil	\$ 4.160
Cool Fruits CASE	\$ 800
Salt Fish CASE	\$ 7.300
Minerals	\$ 2.300
telu beef	\$ 280
boneless	\$ 300
FRIS	\$ 2.350
Brown Rice (BAG)	\$ -
MARINATED (PER BAG)	\$ 1.91
CHICKEN WING	\$ 2.150











# Markedsstudie Jamaica

- ♦ General information about the economic, social and political development of during the last 5 years
- ♦ Development of marketing channels: conventional versus digital communication platforms
- ♦ Where do Jamaicans buy their fish, and who buys it?
- ♦ Development of eating habits: meat versus seafood; vegetarianism; spending more or less on seafood than before? etc.
- ♦ Who and what might be the competitor to Norwegian salted and dried fish?
- ♦ What is the market share of Norwegian fish?
- ♦ How is the retail and food service businesses organized seen from an historical perspective?
- ♦ How many “monpop’s” –stores are there in Jamaica?
- ♦ Which are the biggest retail chains?
- ♦ How is the distribution between national production of food compared to imported food articles?
- ♦ Hypothesis: the Jamaicans do not know where the saltfish comes from. How important is origin?
- ♦ Hypothesis: they know nothing or have limited knowledge about Norway. What would they like to know?
- ♦ Hypothesis: Jamaicans think the dried saltfish is not a healthy product
- ♦ What conception do the consumer have about price? Is saltfish conceived as an expensive product?
- ♦ How is the price for saltfish perceived compared to other fish and protein sources?
- ♦ Among different protein sources, which is the most preferred?
- ♦ When, how often and why do the Jamaicans eat dried saltfish?
- ♦ How is the salted and dried fish prepared?
- ♦ Is the consumption steady throughout the year or does it fluctuate?
- ♦ Do the consumer recognize the NORGE-logo?
- ♦ What labels does the consumer relate to dried saltfish?



SEAFOOD  
FROM  
NORWAY



# Den dominikanske republikk



# Aktivitetsplan Den dominikanske republikk

- ♦ Materiell «colmados»
- ♦ Arrangement Megacentro medio februar
- ♦ Passetur Norge 16. – 20. mars: BR/DR/JM
- ♦ B2B april/mai
- ♦ Kontinuerlig merking i butikk
- ♦ 10 pressemeldinger i løpet av året
- ♦ Fortløpende postinger og oppfølging på Facebook og Instagram
- ♦ Samarbeid med Chef Jacqueline
- ♦ Samarbeid med kokkeskoler

# NORGES SJØMATRÅD

