

Verden og vi

EKSPORTUTVALGET FOR FISK

MED Tall og fakta

STATISTICS ALSO IN ENGLISH FOR HELE 2007

DRONNINGFISK TIL DRONNINGEN
EN SMAK AV NORSK SJØMAT I LONDON

MERKING I KJØLEDISKEN
MERKES PÅ BUNNLINJEN

Årets lutfiskeelsker



STYRKET INNSATS I RUSSLAND

UKRAINSKE SJØRØVERE OG HAVETS SKATTEKISTE SPANSKE HJERTER BANKER FOR NORSK LAKS
KRABBEFEST PÅ PREIKESTOLEN ROCKA FISKETUR FØR BUKTA-AVSPARK SVENSK JULEBORD I SEPTEMBER
GODFISK-BESØK NR 300 000 I ÅR NORSK LAKS PÅ KARAOKEBAR I HONG KONG DER FOLK OG FISK MØTES
KLIPPFIISK-KOKKELERING PÅ DOMINIKANSK TV FRA JORDSKJELV I HØYHUS TIL FISKERIMESSE I TOKYO
NORSK LAKS BRINGER KINESISK HELSE OG SKJØNNHET TATT AV KVINNE BETATT AV TORSKEN
NORSK BOKSALG GIR KOKKEUTDANNELSE I BRASIL SUPERKOKKER PÅ KONGEKRABBEFESTIVAL



Kjære leser!

Det du nå holder i hånden er en rapport som tar for seg et utvalg av det siste halvårets markedsaktiviteter i regi av Eksportutvalget for fisk (EFF). I tillegg vil du finne oppdaterte eksportstatistikker for hele 2007. Statistikene med kommentarer er også oversatt til engelsk, fordi norsk fiskeri- og havbruksnæring har svært mange av sine kontakter og forretningsforbindelser i utlandet.

Vil du oppdatere deg på begivenheter fra første halvår 2007 må du bla i forrige utgave av Verden og vi, som vi utga sist sommer (se faksimiler til høyre). Denne kan du laste ned fra hjemmesidene våre www.godfisk.no. Her finner du for øvrig også mye annet interessant og spennende stoff om norsk sjømat.

Vi håper denne fremstillingen samlet avspeiler at vi i EFF ute og hjemme arbeider med entusiasme, fantasi, kompetanse og godt humør for å spre kunnskap om all den gode sjømaten Norge har å by på – og at våre anstrengelser bidrar til vekst i næringen.

Måtte denne oppdateringen være til hygge og nytte for mange!

Tromsø, 15. januar 2008



Christian Chramer
Informasjonsdirektør
Eksportutvalget for fisk

Første halvår



Under by:larm lanserte EFF nykomponert silderock til mp3 og ringetoner, og det gikk et sus gjennom salen da Eyvind Hellstrøm dro frem en hel kongekrabbe under Identità Golose i Milano.

75 retter av 20 ulike norske arter ble servert til 800 gjester under EFFs årlige middag i Singapore, og Jens Pikenes vrasket skreisesongen i gang på Ekebergrestauranten.



Klippfisk fra Norge presenterte seg sterkt under karnevalsopptøget i Rio de Janeiro, og Norsk Laks gikk under jorda på store plakater i det parisiske metrosystemet.

Vinneren i EFFs store oppskriftskonkurranse med Norsk Laks kåret i Japan, og Ferske Norske Blåskjell gjør sitt inntog på russiske restauranter



EFF sørget for at Norges alpinelite og publikum ble servert supersjømat under NM på Bjorli, og Jens Stoltenberg profilerte Norsk Laks i butikker i Kina.

Dronningfisk til Dronningen

EFF inviterte portugisisk presse til Lofotfiske i mars, og 115 stjernekokker fra restaurantnettverket Relais Gourmands turnerte i Nord-Norge med kulde, vinter og Norsk Sjømat.



Norsk Laks og Kveite inntok Brussels restauranter under ESE i april, der Rolf Domstein og Helga Pedersen også plasserte Norge i front for et bærekraftig fiske.



Kongekrabbe ga over 200 journalister en uforglemmelig smak av Norge under Natos utenriksminister møte i Oslo, og Kronprinsparet profilerte Norsk Sjømat i Korea.



Selvgrillet Norsk Laks sto på menyen for Jonas Gahr Støre og hans svenske kollega Carl Bildt i Tromsø, og en ny barnebok med et fiskespisende troll lanseres i det franske markedet.



Fotballtrener Fabio Capello uttalte at han følte seg som «en laks som kontinuerlig svømmer mot strømmen» og ble straks belønnet med en forsyning sprek Norsk Laks.



Da Dronning Sonja feiret sin 70-års dag i Stavanger den 4. juli var det med en nøye utvalgt festmeny. Eksportutvalget for fisk gjorde sitt for at Dronningen og hennes gjester skulle få smake Dronningfisk Kveite på den store dagen.



— Jeg tenkte det ville være en flott hyllest til HM Dronningen å sette Norsk Kveite på menyen på hennes store dag. Derfor skrev jeg like godt en e-post til Slottet og jeg begrunnet forslaget med den historiske koblingen det er mellom Dronningfisk og de kongelige og selvsagt at Kveite er førsteklasses festmat, forteller en stolt Marit Sogn-Grundvåg i EFF.

Marit som er bransjesjef for nye arter jobber med de råvarene som enda ikke er fullt ut etablert blant Norges mange store eksportprodukter. Blant disse finner man Kveite fra havbruk som gradvis har bygd seg opp til å bli et meget ettertraktet produkt. Det er kanskje ikke så rart at markedet etterspør Kveite – for det har både kongelige og andre gjort i uminnelige tider.

Allerede for 6000 år siden, i steinalderen, sto kveita høyt i kurs. På norske helleristninger, hogd inn i berget for å skaffe fangstlykke, finner vi bilder av kveita, sammen med de viktigste byttedyrene på land og sjø.

Kveita ble høyt skattet i kongelige kretser helt tilbake til 1500-tallet. Den gang ble kveiterav (tørket fett fra sidefinnene til kveita) sett på som en stor delikatesse og var svært ettertraktet. Da erkebiskop Olav Engelbrektson i Nidaros i 1523 ville vise dronning Christina i København en ekstra oppmerksomhet, ga han henne en tønne kveiterav.

Nå er det helt sikkert mange faktorer og ikke bare en e-post fra EFF som avgjør hva Dronningen skal trakteres med. Likevel tolket Marit Sogn-Grundvåg det som et fantastisk signal da kveiteoppdretter Magnus Skretting i Marine Harvest ringte og fortalte at det var lagt inn en bestilling på kveite til feiring i Stavanger.

— Jeg synes det er en flott hyllest til dronningen å sette Dronningfisk Norsk Kveite på menyen på hennes store dag, avslutter Marit Sogn-Grundvåg.

Lakseradio skal lokke franskmenn i sommer



150 radiospots skal få franske familier til å sette laks på middagsbordet minst to ganger i måneden. 18. juli starter sommerkampanjen for norsk laks på fransk radio. Franskmennene som allerede er blant verdens mest laksespisende konsumenter med rundt 2 kilo per person per år, har fremdeles mye å gå på når det gjelder å sette laks på menyen oftere.

— 29 % av franskmennene spiser laks oftere enn en gang i måneden, men i denne kampanjen er vi på jakt etter de resterende 71 prosentene. Franskmenn er kanskje i ennå sterkere grad enn andre europeere opptatt av matens innvirkning på kropp og mental helse. Laksens helsebringende effekt, blant annet på grunn av sitt høye omega-3-innhold er et viktig argument i kommunikasjonen, sier Johan Kvalheim, Eksportutvalget for fisk sin utsending i Frankrike.

Tre ulike radiospot'er blir å høre på radioene NRJ og ChérieFM fra 18. juli til 10. august og skal nå 25 % av franske kvinner mellom 25 og 50 minst 6 ganger. Hver radiospo vt er 60 sekunder lang og de er små dialoger fra hverdagslivet hvor konklusjonen er at norsk laks både er velsmakende, enkel å lage og fremfor alt god både for kropp og sjel. Og for at ingen skal glemme det, avsluttes hver liten scene med «La Norvège - le pays du Saumon», med andre ord, «Norge - laksens hjemland».

2500 måltider med norsk laks og kamskjell ble servert på få dager under Taste of London i Regents park. Det var stjernekokk Pascal Proyart fra restaurant One-O-One som i samarbeid med Eksportutvalget for fisk disket opp med ganefryd for et matinteressert publikum.

En smak av norsk sjømat i London

I løpet av de fire dagene Pascal Proyart kokkelerte på Taste of London, gikk det med nærmere 300 kg norsk laks og 2000 norske kamskjell til retten «Confit of Norwegian salmon and scallop m-cuit, truffle potato mousseline and foie gras jus roti».

God arena for å vise seg frem

— Når så mange mennesker kommer for å få en smak av rettene med norsk laks og kamskjell sier det seg selv at produktene faller i smak hos svært mange. Tilbakemeldingene var overveldende, folk kom tilbake både en og to ganger, og uttrykte at dette var det beste måltidet de hadde smakt hele dagen. Disse besøkende er folk med stor kulinarisk interesse og mange fungerer som opinionsledere i matmiljøene i England. Her hadde vi en unik mulighet til å vise dem hvor godt det smaker med norsk sjømat, sier prosjektleder Line Børnick-Sørhaug.

Londons beste fiske-restaurant sverger til norsk

Pascal Proyart er ingen hvem-som-helst i restaurantverdenen. One-O-One er valgt til Londons beste fiskerestaurant fem år på rad av Harden's Restaurant Guide. Restauranten gjenåpner i slutten av juli etter 3 måneders oppussing, og Pascal vil fremdeles servere norsk laks, torsk, kveite og kamskjell. Menyen blir supplert med flere norske arter utover høsten, men det er norsk kongekrabbe som fremdeles er restaurantens bestselger.

Under Taste of London arrangerte Eksportutvalget for fisk en konkurranse på standen til One-O-One. Nærmere 1000 mennesker meldte seg på konkurransen ved å svare på noen enkle spørsmål om norsk sjømat og One-O-One. Vinneren får bli med på tur til Norge med Pascal Proyart til høsten.

Fakta om Taste of London

Taste of London ble avholdt for fjerde året på rad og er en 4 dagers matfest der 50 av Londons beste restauranter serverer smakebiter til 50 000 besøkende. Kvaliteten er høy, til sammen 13 Michelin-stjerner hadde restaurantene som deltok. Foruten One-O-One deltok blant annet Jamie Oliver's Fifteen, 3 av Gordon Ramsay's restauranter, Tom Aiken's 2 restauranter, Jasper Conran's Quaglinos, Gary Rhodes' Rhodes 24, Michel Roux' Le Gavroche, Cocoon, Carluccio's ...



Fra jordskjelv i høyhus til fiskerimesse i Tokyo



Kun to dager etter at Japan ble rystet av et stort jordskjelv, er representantene for Norsk fiskerinæring i full sving på en av årets viktigste arenaer for å markedsføre norsk fisk, Japan Seafood Show.

Hans Petter Næs, fiskeriutsending i Japan, opplevde det de fleste av oss ikke ønsker på en mandag. I sin leilighet i 25. etasje i Tokyo opplevde han at det ristet i huset og i bildene som hang på veggen, og det opplevdes vanskelig å gå støtt over gulvet i svingingene. I 25. etasje kan det skremme de fleste.

I Japan er jordskjelv en del av livet, så to dager etter skjelvet er Næs og hans kollega Junko Kubota aktivt i sving på Japans største fiskerimesse, Japan Seafood Show. Selvsagt er norsk sjømat til stede, med stor stand og aktiviteter gjennom de tre dagene messen varer. Over 25.000 besøkende er ventet til årets messe.

— Dette er en utmerket arena til aktivt å selge norsk sjømates fortrinn overfor representanter for japansk handel og media. Japan er et svært viktig marked for norsk sjømat, spesielt for laks, ørret og makrell, men også for kongekrabbe, og lodde, når vi har den. Det er også et marked der næringen har investert gjennom mer enn 10 år, og Japan har alltid vært ansett som et strategisk viktig marked, sier Hans Petter Næs, og legger til: — Selv om vi har hatt utfordringer både på laks, ørret og makrell de seneste årene, er det ingen tvil om at Japan, både nå og på lang sikt vil være et viktig marked for norsk fiskeri- og havbruksnæring.

ROCKA FISKETUR FØR BUKTA-AVSPARK



Klokken tre i dag tøffer båten «Signe 1» ut fra Brygga i Tromsø til et fiskefelt med Bukta-bandet the Thermals om bord. Det er Eksportutvalget for fisk som inviterer til turen for å vise de amerikanske rockerne hvor fisken de får servert under Buktafestivalen kommer fra.

Under Buktafestivalen står sjømat på menyen til rockeartistene. Eksportutvalget for fisk har gått sammen med lokale produsenter av sjømat for å fylle rockemagene med gode, sunne og energigivende sjømatretter.

— Norske og utenlandske artister er forbilder og trendsettere for norsk ungdom. De er ikke bare opptatt av hva de har på seg og hvordan de ser ut, men også hva de spiser. Eksportutvalget for fisk ønsker at musikkbransjen får anledning til å boltre seg i havets delikatesser under Buktafestivalen i Tromsø, sier kommunikasjonsrådgiver Katrine Rypeng i Eksportutvalget for fisk.

— En undersøkelse gjennomført av AC Nielsen viser at ungdom spiser stadig mer fisk og at det gjerne spises mens de er ute, på vei fra den ene aktiviteten til den andre. Nå tar Buktafestivalen tak i trenden og gir ungdommen sjømat i trendy og lokal forpakning. Blant annet vil ishavsburger, bacalao og hvalburgere friste under rocke-

arrangementet. — Vi vil tilby gode og energigivende fiskeretter på ungdommens egne premisser og på deres arena, sier Robert Dyrnes i Bukta.

Under årets Buktafestival vil de frivillige som gjør en kjempeinnsats for å bygge opp festivalen også bli fôret med fisk og sjømat med lokal forankring. Norges Råfisklag sponser frivilligcatering.

— For oss er det viktig at de frivillige får tilbud om mat som er energigivende og sunn. De frivillige legger ned enormt mange krefter i å lage en flott ramme rundt rockemusikken. Uten de frivillige, ingen festival, sier markedssjef Lise Mangseth i Norges Råfisklag.

Norsk sjømat er ikke bare super-sunn, den gir også masse energi og vitalitet. Alt overskuddet som artistene og de frivillige får av å spise sjømat kan de bruke til å gi max både foran, på og bak scenen. Det holder til langt inn i de små nattetimer. Garantert!



NORSK BOKSALG GIR KOKKEUTDANNELSE I BRASIL

Eksportutvalget for fisk lanserte onsdag 29. august boken «Norge og Brasil – Sammen for bachalau» under Matfestivalen i Ålesund. Boken handler om norsk klippfisknærings samarbeid med sambaskolen Imperatriz Leopoldinense og deltakelsen i verdens største folkefest – Karnevalet i Rio de Janeiro 2007. Inntektene skal gå til etableringen av utdanningsstipend for fattige ungdommer fra belastede områder i Rio.

— Karnevalskolene kommer fra favelaen, slumområdene, i Rio. «Vår skole» Imperatriz Leopoldinense er bydelen Ramos sin stolthet. Kokkeutdanning kan være veien ut av fattigdom og inspirere andre til å jobbe hardt for å nå sine mål. Eksportutvalget for fisk vil forvalte og videreutvikle et slikt utdanningsstipend på vegne av norsk sjømatnæring, sier informasjonsdirektør Christian Chramer i Eksportutvalget for fisk.

Med fargesprakende bilder og beskrivelse av klippfisks historie, karnevalshistorien og fakta om eksport og import av klippfisk er boken blitt en dokumentasjon på et viktig kapittel i klippfisks historie.

— Vårt samarbeid med sambaskolen Imperatriz har enorm betydning for vårt markedsarbeid i Brasil.

I 2006 solgte norske eksportører fisk for 1 milliard kroner til Brasil, sier administrerende direktør Terje Martinussen i Eksportutvalget for fisk. Karnevalet i Rio er en velorganisert folkefest med millioner av deltakere og TV-overføring til 85 millioner brasilianere og visning i en rekke andre land. Midt i dette bildet var norsk klippfisknæring representert med en egen parade med 4500 mennesker fra sambaskolen Imperatriz. Hele opptoget med syv gigantiske flåter, sambasangen, alle kostymer og dansen var en hyllest til norrønn mytologi, norsk natur, klippfiskeksporten og Norge.

Boken koster 200 kroner og du kan bestille den fra Eksportutvalget for fisk ved å sende mail til post@seafood.no

«Tatt av kvinnen» handler om en manns møte med den kompliserte kjærligheten og den, om mulig, enda mer kompliserte kvinneligheten. I den nye filmen har Norsk Torsk en viktig rolle som katalysator i flere sentrale kjærlighetsscener – som i virkeligheten....



Tatt av kvinnen. Betatt av torsken.

Etter en forhåndsvisning av filmen for pressen i Tromsø i går, utfordret Eksportutvalget for fisk hovedrolleinnehaverne Trond Fausa Aurvåg og Mariann Saastad Ottesen, regissør Petter Næss og produsent Olav Øen til å bevise at de kunne tilberede torsk like godt i virkeligheten som på film. Vi førte dem sammen med de rutinerne torskefiskerne Johnny Caspersen, Hilmar Blikø og Robert Hansen på Skarven Kulinariske Teater, der de til stor forbløffelse for veilederen, teater- og kjøkkensjef Katrine Jensen, begynte helt fra grunnen av med bløgging og sløying av nyfisket torsk fra Arnt Ryvold på Signe 1.

De tilstedeværende pressefolkene ble mektig imponert over filmteamets kyndige håndtering av det blodferske råstoffet, og stemningen var høy både under kokkeleringen og den påfølgende felles bespisningen.

Filmteamet gleder seg til nok et mestermøte med torsken under premieren i Oslo i slutten av uken, der EFF bidrar til lanseringen av «Tatt av kvinnen» med en gedigen torskebankett tilberedt av elitekokker fra Gastronomisk Institutt.

— Men bedre enn vår egen «Pannestekt torskerøyg med nordnorske grønnsaker, soyasmørsaus og potetårn» kan det aldri bli, sier en mett og glad Trond Fausa Aurvåg som spår hyppig bruk av oppskriften i vennekretsen i tiden fremover.

Ukrainske sjørøvere og havets skattkiste



Mandag var ukrainske sjørøvere på besøk i en barnehage i Tromsø for å lete etter havets skattkiste sammen med barna. Tøktet var et ledd i en TV-serie for ukrainsk TV, og den forventede reklameeffekten for Norsk Sjømat og Norge av tv-omtalen tilsvarer rundt 100 millioner kroner, omregnet i tilsvarende annonseverdi.

Plutselig dukker et mystisk sjørøverpar opp i Ekrehagen Barnehage i Tromsø. Sammen med sjørøverungene finner de en skattkiste full av havets skatter – norsk sjømat – og sammen lager de et heidundrende sjørøvermåltid som alle liker veldig godt. For alle som har fiskefilet i terninger, grønnsaker, aluminiumsfolie og bål eller grill i nærheten kan jo spise og hygge seg sammen, selv om de ikke kan snakke sammen!

Slik starter de fem programmene i denne serien for Novy Channel i Ukraina, ledet av Dmytro og Natasiya, som er umåtelig populære ungdomsprogramledere og kultfigurer i sitt hjemland. Rammen er at de har veddet om at Dmytro ikke klarer å bare spise sjømat i en uke, og at han blir nødt til å dra til Norge – sjømatens hjemland – for å ha en sjanse til å vinne veddemålet.

I de fem programmene får ukrainerne ikke bare oppleve hvordan vi i Norge introduserer barn til fisk, men også hvilket øl som passer til sild, som ukrainerne spiser dobbelt så mye av som vi nordmenn. De skal få lage fiskekaker, lære om tørrfiskproduksjon, om fiske og oppdrett, om at sjømat er viktig for toppidrettsutøvere, om fisk i gourmetsammenheng m. m. m.

Serien skal sendes om morgenen i helgene i Ukraina, som er prime time på de kanter, og er ventet å få rundt 3 millioner seere.

Fotograf: Oleksandr Nekypyelov



EFF styrker innsatsen i Russland

På World Food-messen i Moskva 18. - 21. september deltar EFF sammen med mange andre aktører fra norsk fiskerinæring. Messen er den store møteplassen for norsk og russisk fiskerinæring.

I dette viktige utstillingsvinduet delte seks bedrifter en felles norsk stand med EFF, Innovasjon Norge og Intrafish.

Første dagen kom den norske ambassadør Øyvind Nordsletten og hilste på deltakerne og holdt en åpningstale. Dagen etter åpnet den norske ambassaden i Moskva sine dører for ca. 300 norske representanter for fiskerinæringen og deres russiske partnere. Norges beste kokker fra Gastronomisk Institutt sørget for at gjestene fikk servert norsk sjømat av ypperste kvalitet under mottagelsen.

Ved denne anledning uttalte adm. dir. Terje Martinussen:

— EFF vurderer det russiske markedet som svært interessant og øker nå sin tilstedeværelse i Moskva med en fiskeriutsending på heltid. EFF gjør en betydelig markedsinnsats i Russland og vurderer fortløpende å styrke denne.

Russland er Norges tredje viktigste marked for sjømat etter Frankrike og Danmark. Russland er den største importøren av norsk sild og ørret, men lakseeksporten til vår store nabo i øst er også i fin fremgang.

Frem til utløpet av august i år har Norge eksportert sjømat til Russland for 1,8 milliarder NOK. Dette er en økning på 12 %.

Fotograf: Julia Seljeseth



Krabbefest på Preikestolen

Onsdag 12. september bød Eksportutvalget for fisk (EFF) og Innovasjon Norge (IN) den franske tv-kanalen TV5 Monde på et gastronomisk krabbelag ytterst på Preikestolen 600 meter over Lysefjorden ved Stavanger. Sjømat på høyt nivå i dobbel forstand, altså....

Filmet både fra helikopter og fra selve platået tilberedte mesterkokken Sven Erik Renaa en lekker oppdekning med norsk kongekrabbe for et lett engstelig fransk TV-team. Producer Catherine Haxhe betrodde NRKs reporter at hun for første gang i sitt liv følte en likeverdig kamp mellom sitrende høydeskrekk og overveldende matlyst.

Denne spektakulære oppdekningen var et felles PR-fremstøt fra EFF og IN for å åpne millioner av franskmenns øyne både for vestlandsnaturen og den norske sjømaten. I dette tilfelle er vel sjansene stor for at seerne ikke bare åpner, men til og med sperrer opp øynene for dette fantastiske måltidet i de overdådige omgivelsene.

Programmet inngår i serien «Escapade Gourmande» som handler om mat og reiseliv fra alle verdenshjørner, og i det denne artikkelen publiseres ble det klart at akkurat denne episoden også blir vist i Finland! Deler av opptakene som ble gjort i Norge inngår dessuten som korte klipp i fransk barne-TV.

EFFs utsending i Frankrike, Johan Kvalheim, og INs prosjektleder Gunhild Vevik var særdeles godt fornøyd med seansen, som fant sted i gråvær og blåst, og som derfor fikk en helt fantastisk dramatisk billeddekning.

NRK Rogalands reportasje fra opptakene i Norge Rundt finner du på denne linken: <http://www1.nrk.no/nett-tv/klipp/287628>

Årets lutefiskelsker

FRANK ARNE NÆSHEIM



Siden 1994 har Eksportutvalget for fisk hatt æren og gleden av tildele den høythengende tittel Årets Lutefiskelsker til personer eller organisasjoner som har vært spesielt gode ambassadører for lutefisken.

I år har elskereren sitt utgangspunkt, dvs. fødsel, skolegang og første jobber i Stavanger. Men det er ikke der Frank Næsheim, med tilnavnet Tiny, har hatt hovedtyngden av sitt yrkes- og ellers særdeles aktive liv, selv om en av hans store karriæresvinger bar det stolte stavangerske navnet Viking. Og selv om en annen og enda mer markant milpæl i hans liv bærer det urnorske navnet Snorre, så er det ikke en gang her hjemme i «furet, værbit» han er mest kjent og berømt – ikke en gang i lutefisk-sammenheng.

Engelsk nettsted om lutefisk

— La det være et sikkert tegn på hans internasjonale, nærmest kosmopolitiske tilnærming til tilværelsen at det er han som eier og driver internett-domenet www.lutefish.com, skriver juryen i sin betenkning.

Utvandret til Singapore

Frank Næsheim har vært bosatt og forretningsdrivende i Singapore i snart 20 år, først med restauranten Viking, og senere som en betydelig sjømatimportør i firmaet Snorre Food Pte Ltd i Singapore. Han har et imponerende nettverk og sitter bl.a. i styret i verdensorganisasjonen for kjøkkensjefer, WACS.

— Hans utruleg generøse omgangsform og kjærlighet for norsk laks opna alle dører for meg, da eg kom ned dit i 2003. Eg er evig takksam for all hjelp eg fekk av Frank, sier tidligere EFF-utsending Arne Hjeltnes i en kommentar.

Men først og fremst får han den gjeve tittelen for stå bak den årlige store og viden berømte lutefisk-middagen i Singapore, som en annen lutefiskelsker – Ingrid Espelid Hovig – i år besøker for 11. gang, ens ærend!

Superkokker på kongekrabbefestival

Den årlige kongekrabbefestivalen i Vadsø – Polar Spectacle – gikk av stabelen i helgen, og for tredje gang inviterte Eksportutvalget for fisk (EFF) europeiske toppkokker og gastronomipresse til Vadsø for å presentere dem for den norske kongekrabbens rike.

Over tyve personer talte gruppen, som besto av stjernekokker fra Frankrike, England og Norge, samt flere europeiske gastronomiske magasiner, franske Le Figaro, den spanske søndagsavisen El Dominical og gastronomikanalen Canal Cocina, kanalen alle matinteresserte spanjoler ser på.

Kunnskap om opphaverviktig

Blant annet krabbesafari og besøk på mottaksanlegg for kongekrabbe sørget for at gjestene lærte om den norske kongekrabbens opprinnelse. — Kokker er opptatt av å vite hvor råvarene de bruker kommer fra og hvordan den er behandlet, sier markedssjef for nye arter hos EFF Marit Sogn-Grundvåg. I tillegg etterspør gjestene historien om maten de spiser, og historien om den norske kongekrabben er unik og eksotisk. Å bringe betydningsfulle kokker og presse til Finnmark for at de selv skal få oppleve kongekrabben i sitt rette element er derfor svært viktig.



Begeistring blant kokkene

Gjestene fikk selvfølgelig også spise deilig kongekrabbe, og soussjef Sameer Taneja fra restauranten One-O-One i London omtalte den norske kongekrabben som den perfekte råvare. — Kongekrabben er et vakkert dyr, og den er utrolig anvendelig. Det er mye kjøtt i krabbene, kjøttet er fast og det har en nydelig søtlig smak, sier soussjef Taneja begeistret. For et perfekt resultat anbefaler han å steke, dampe eller grille den i 60-64 grader celsius i seks minutter.

Kjøkkensjef Stuart Gillies fra den kjente restaurant Boxwood Café i London returnerte til metropolen med lovnaden om at nå skulle han rett hjem å sette den norske kongekrabben på menyen.

— Kongekrabben kommer til å bli en stor suksess hos mine gjester, sier Gillies.



GODFISK-BESØK NUMMER 300 000 I ÅR!

Sist fredag klikket lærer i mat og helse Ragnhild Aarsand (58) på Lurahammaren ungdomsskole seg inn på www.godfisk.no for å hente ut påmeldingsskjema til EFFs skoletilbud «Fisk i 100». Dermed registrerte vi årets besøk nr 300 000 på hjemmesiden vår og kastet oss på telefonen for å slå av en prat med jubilanten.

— Jeg var faktisk litt sent ute i år, forteller Aarsand. Jeg pleier nemlig å melde skolen vår på dette tilbudet allerede i september hvert år, for å kunne kvittere ut fiskerinæringens støtte til innkjøp av fiskefilet til undervisningen i matlaging for 9. klassinger med kr 20,- pr. elev. Sammen med det undervisningsmateriellet som står rådighet er dette en flott hjelp i vårt arbeid med å gi ungdommen sunne matvaner.

Ragnhild Aarsand er selv glad i sjømat og forteller at hun og familien gjerne spiser fisk til middag 3-4 ganger i uken, i tillegg til at de er storforbrukere av fiskepålegg. Hun er særlig glad i makrell til middag, den står på menyen hjemme minst én gang i uken fra «Makrellen é kommen!» og hele sommeren igjennom. Men nå på høsten synes hun makrellen blir i feitesten laget, så da bytter hun den ut med laks eller noen av sesongens arter.

— Jeg er ellers innom www.godfisk.no kanskje bare tre – fire ganger i året for å finne oppskrifter og tips. Jeg har nemlig mange kokebøker hjemme og har gjennom årene samlet alle brosjyrene EFF har utgitt. Lurahammaren ungdomsskole ligger på Sandnes, og jeg besøker Gladmatfestivalen i Stavanger hver eneste sommer for å hente informasjon og inspirasjon til nye spennende sjømatretter, slutter en blid og glad 300 000-besøksjubilant som satte stor pris på å kunne utvide sitt kokebokbibliotek med tre nye praktverk fra EFF: «Havets Fristelser», «Fisk og vin» og «Jorda rundt på 80 fiskesupper»!

Ei uke i slutten av november var Eksportutvalget for fisk på plass

der folk og fisk møtes

(I fiske-disken)

Det ikke bare de beste råvarene fra havet EFF gjør tilgjengelig for norske forbrukere. De vil også fortelle mer om fisken folk kjøper – både hva som skjer før den kommer i disken, og hva man kan gjøre med den når man kommer hjem

I slutten av november jobbet Marit Sogn-Grundvåg fra Eksportutvalget for fisk bak fiskedisken på en dagligvareforretning i Vestfold. Der fikk hun ikke bare gitt fra seg mange tips, hun lærte like mye selv.

Tacolaks

For å møte forskjellige kunder gikk Sogn-Grundvåg ulike skift i løpet av uka hun jobbet i fiskedisken. De første dagene lyttet hun mest, før hun etter hvert begynte å fortelle historien til ishavsrøya, kveita og torsken. Når praten kom i gang spurte hun også kundene hvordan de planla å tilberede fisken de kjøpte.

— Mange tenker veldig tradisjonelt. Jeg synes det er viktig å synliggjøre at man kan gjøre langt mer enn å steike

eller koke fisken - og servere den med poteter og gulrøtter, sier Sogn-Grundvåg.

For å vise hvor anvendelig den norske sjømaten er, trakk hun fram flere av sine egne favorittoppskrifter. Blant barnefamilier i Vestfold ble for eksempel tacolaksen populær: Fersk laks kuttet i terninger, rullet i tacokrydder, stekt på panne – og til slutt servert med ris eller couscous og wok-grønnsaker.

— Jeg ville gjerne vise folk at det er fullt mulig å tilberede fisk på alle mulige moderne måter, sier Sogn-Grundvåg.

Kvalitet i disken

— Jeg lærte også veldig mye selv denne uka, spesielt om det nitidige arbeidet i en fiskedisk for at kvaliteten skal være den samme helt fra fisken kommer opp fra havet til den ligger hjemme på kjøkkenbenken, sier Sogn-Grundvåg.

Rutinene innebærer blant annet en grundig sjekk av øynene og gjellene på hver eneste fisk for å forsikre seg om at den er frisk og fersk.



Deretter blir hver fisk loggført i et system som både forteller når den kom inn i disken og når den skal ut.

— Min respekt for de som jobber i fiskedisken har bare økt etter denne uken. Det ligger utrolig mye ressurser bak en god fiskedisk, sier Sogn-Grundvåg.

Hun syntes derfor det var viktig å vise både kvaliteten på fisken og rutineene som sikrer den, når hun møtte de som fortsatt synes fisk er dyrt.

— Den dyreste fileten vi hadde, kostet ikke mye sammenlignet med de kjøtt- og kyllingalternativer jeg fant på en runde i butikken.

Mange har likevel en forestilling om at fisk nesten ikke skal koste noe – da ser de ikke alt det arbeidet som ligger bak å få den så fersk og fin ut i butikken, sier Sogn-Grundvåg.

Økt salg

Det ble også synlige resultater fra Marit Sogn-Grundvågs uke i fiskedisken. Butikksjefen ved Menybutikken på Revetal i Vestfold forteller at fiskesalget har skutt i været med Marit bak disken.

— Salgsøkningen er takket være Marit. Hun har med sin kompetanse og interesse for fisk, gjort sitt til at folk har fått øynene opp for delikatessene fra havet, sier Gran.

Norsk Laks på karaokebar i Hong Kong



«Ingen kan synge med mat i munn» heter det i Æsops fabel Reven og Kråka. Og sånn er det vel også på den karaokebaren i Hong Kong som i høst har servert alle sine sangglade gjester masse lekre retter av Norsk Laks.

Etter sommeren har Eksportutvalget for fisk samarbeidet med den mest populære karaokekjeden i Hong Kong, Neway Karaoke Box. Dette er første gang Neway forsøker seg med aktiviteter for Norsk Laks i et av sine lokaler, som de har ikke mindre enn 22 av rundt omkring i byen. Serveringsområdet i testlokalet ble i kampanjeperioden pyntet med norske lakseposters og flaggrekker, og i to måneder ble det servert en buffet bestående av hele 35 småretter basert på Norsk Laks til godt og vel 4 500 besøkende daglig!

Neway-kjeden holder meget høy standard og henter sine kunder fra sosieteten, så dette ble en fantastisk flott anledning til å presentere Norsk Laks for et kjøpekraftig publikum, både i form av matservering, presentasjon av det norske opphavet og distribusjon av oppskrifter.

Tiltaket ble svært godt mottatt både blant publikum og av ledelsen i Neway. Direktør Patrick Yu i Neway forteller at omsetningen fra buffeten økte med 3-5 prosent i kampanjeperioden.

— Dette er svært positive tall, særlig tatt i betraktning at det hele foregikk i rolige måneder for oss. Vi vurderer nå liknende kampanjer i andre av karaokebarene våre, avslutter Patrick Yu.

Fotograf: Neway Karaoke Box

Svensk julebord i september



Det skal tidlig jules for å bli en god jul, tenkte EFFs markedsansvarlige i Sverige, Lisbeth Bjørvig Hansen, og innkalte svensk ukepresse og matfaglig presse til norsk sjømatjulebord i Stockholm allerede 6. september! Og 25 journalister fant dette eksotisk nok til å møte opp med vide vinkler og skarpe penner.

— Med julemat, julegløgg og juleprat fikk vi opp julestemningen, slik at pressefolkene fant de gode, varme vinklingene både i tekst og bilder – selv om kalenderen bare viste september, rapporterer Bjørvig Hansen. Seansen fant sted i et trivelig kjellerlokale i Gamla Stan, for anledningen julepyntet til trengsel, i den grad dette var praktisk mulig en sensommerdag hos Söta Bror. Formålet var å gi de svenske matjournalistene informasjon om at den norske sjømaten har en sentral plass i julefeiringen, orientere om norske juletradisjoner, demonstrere norske juleretter basert på sjømat, og – ikke minst – gi muligheter for fotoopptak til bruk i forbindelse med julerelaterte presseoppslag.

Til å ta seg av alt det matfaglige, både smaksprøvene og fotomotivene, hadde EFF hentet inn kjøkkensjef Tor-Arne Rasmussen ved den norske ambassaden i Sverige. Han spilte på et stort register og disket opp med og presenterte mange forskjellige varianter med utgangspunkt i bl.a. laks, kongekrabbe og ishavsrøye.

Nils Harald Moe, som til daglig er lektor i ernæring, helse og miljøfag i Tromsø, men som også er kjent for sin glødende interesse og sitt engasjement for norsk og særlig nordnorsk tradisjonsmat, kåserte om sjømatens naturlige, sentrale plass i de norske juletradisjonene, slik at de fremmøtte pressefolkene fikk satt sjømat-til-jul-konseptet inn i en historisk sammenheng.

Fotograf: Erika Stenlund



Spanske hjerter banker for norsk laks

1. desember ble den norske laksens gunstige effekter på hjertet grundig presentert og demonstrert i Madrid, på FISALUD, Den internasjonale helsemessen. Arrangementet var et samarbeid mellom La Fundación Española del Corazón (Den spanske forening for hjertekarsykdommer) og Eksportutvalget for fisk. Som seg hør og bør fant begivenheten sted i Det sunne kjøkkens aula, et område på FISALUD innredet som matteater.

I nærvær av ca. 500 besøkende viste den anerkjente kokken og showmannen Juan Pozuelo at man med de vanligste kjøkkenredskaper enkelt kan trylle frem lekre og sunne retter av norsk laks i utrolig mange varianter. Et av den norske laksens viktigste særpreg er, etter Pozuelos mening, at den kan spises året rundt. Den kan inntas i rå eller marinert form; ideelt om sommeren, eller som suquet eller marmitako, som er mer fristende om vinteren.

— Den norske laksen er, understreket Juan Pozuelo, en fisk for alle årstider, og kan dessuten tilberedes på alle mulige slags måter.

I en showcooking-sekvens tilberedte Juan Pozuelo flere retter som publikum fikk smake på:

Norsk Laksetartar, Suquet (laks trukket i egen kraft), Ceviche (råmarinert laks), Marmitako (baskisk fiskesuppe) og Lakseruller med båndpasta, for å nevne noe.



Mens Pozuelo tilberedte de forskjellige rettene og delte sine kjøkkentekniske hemmeligheter med publikum, orienterte Belén Castro, ernæringsspesialist i La Fundación Española del Corazón, om laksens sunne sider, særlig hva forebygging av hjertekarsykdommer angår. Hun la spesielt vekt på at den mest naturlige og effektive måten å dekke kroppens behov for omega-3 på er å spise laks, som derfor er en av hjertets beste allierte. Castro betegnet den norske laksen som sunn, næringsrik og meget velsmakende.

Klippfisk-kokkelering på dominikansk TV



26. november sto Norsk Klippfisk i sentrum for et veritabelt masseoppbud av kokker i programmet *Cosina Gourmet* som ble vist på Canal 13 Telecentro og Canal 27 RNN i Den dominikanske republikk. Sendingen fra den spennende finalen i konkurransen om å skape den mest spennende rett basert på Norsk Klippfisk nådde svært høye seertall.

Hele 200 oppskrifter kom inn til konkurransen, som var delt i to klasser, en for gourmetkokker (profesjonelle) og en for hjemmekokker (amatører). Juryen besto av noen av landets ledende kokker + programlederen, den umåtelig populære og karismatiske Eugenia Rojo, dominikanernes svar på Wenche Andersen i norsk TV2. De hadde plukket ut 20 finalister i hver klasse.

I begge kategorier var førstepremien 30 000 DOP (dominikanske pesos) eller rundt 4 500 NOK, noe som utgjør omlag et halvt års minstelønn på de kanter av verden, med en andrepremie på 15 000 DOP og tredjegevinst på 5 000 DOP. Ikke rart at deltagelsen var stor og at kampen for seieren ga seg utslag i særs kreative bidrag.

Vinner av hjemmemat-kategorien:

Bananboller fylt med norsk klippfisk a lo Lucelis
Hjemmematmester: Pura Concepción Ortega

Vinner av gourmetmat-kategorien:

Lasagna med norsk klippfisk og kokos
Gourmetmatmester: Marcelina Hernandez

Norsk laks bringer kinesisk helse og skjønnhet



Det har lenge vært kjent at omega-3-fettsyrene, som det finnes så mye av i sjømat, gjør godt både for hjerte og hjerne. Ernæringseksperter er dessuten skjønt enige om at omega-3 og proteininnholdet i Norsk Laks også gjør den til den perfekte slankekost. Nå er også kinesiske hudleger kommet på banen.

— Ekte skjønnhet kommer innenfra, sier Dr. Wu Yan, dermatolog ved Beijing Universitetssykehus.

— Kostholdet har avgjørende innflytelse både på vekten og figuren, men også på hudens mykhet og kvaliteten på hår og negler.

EFFs utsending i Kina, Åshild Nakken, tok denne markedsmessige utfordringen på strak arm, og hun og hennes stab organiserte i oktober en serie pressearrangementer – Beauty Foods Seminars – i Beijing, Shanghai and Guangzhou. Her ble årsakene til at enkelte matvarer er skjønnhetsfrembringende presentert og dokumentert, og hvorfor Norsk Laks er et skoleeksempel på slike produkter. Dr. Wu Yan redegjorde på vitenskapelig basis for hvilke ernæringslementer som var fordelaktige for helse og skjønnhet, og



fem nye norske Salmon Beauty-retter med oppskrifter ble presentert og servert av den kjente tv-kokken Wen Yi.

Seminarene var godt besøkt og har i skrivende stund resultert i ikke mindre enn 70 store presseoppslag. EFFs mediebyrå i Kina anslår at en strategi med utvikling av disse seminarene med profesjonell oppfølging har stort potensial for at Norsk Laks kan «eie» temaet «Sjømater Skjønnhet» i bevisstheten til kvinnelige kinesiske forbrukere.



MERKING I KJØLEDISKEN MERKES PÅ BUNNLINJEN!

Supermarkedkjeden Cold Storage Singapore opplevde en salgsøkning tilsvarende 2 mill. NOK bare i løpet av de tre første månedene av et merkeprogram for Norsk Laks tidligere i år. Her er hele historien.

Eksportutvalget for fisk (EFF) har i 2007 gjennomført et 8 måneder langt merkeprogram for Norsk Laks i samarbeid med Cold Storage Group (CSG) i Singapore. Programmet startet med at EFF kurset en rekke av kjedens ferskvareansvarlige i regi av Norwegian Salmon Academy, med sikte på å gi dette nøkkelpersonalet bedre kompetanse på Norsk Laks, med grundig skoling i bransjekunnskap og trening i effektiv varehåndtering, -eksponering og salg.

I løpet av merkeprogrammet har så CSG systematisk profilert Norge-merket Norsk Laks ved hjelp av sine nå velkolerte og entusiastiske medarbeidere i sine drøyt 80 utvalg, støttet av tilpasset butikkmateriell, avisannonser og artikler i interne kundeblader, og periodevis med butikkdemonstrasjoner og utdeling av smaksprøver.

— Merkeprogrammet for Norsk Laks og det gode samarbeidet mellom EFF og CSG har resultert i en salgsøkning på 17 % i våre Cold Storage-utvalg, og hele 43 % økning i våre Shop N Save-utvalg, sier en begeistret Eddy Kembaren som er kjedens ansvarlige for innkjøp av ferskvarer. — Programmet har vært en fin anledning for vår organisasjon til å eksponere Norsk Laks med profesjonelt materiell og motiverte ansatte. Kundene tiltrekkes av delikat eksponering og kyndig betjening – og kjøper mer!

Tall og fakta

FOR 2007



Norsk Sjømat har millioner av venner verden over

Norge har tusenårige tradisjoner med fiske og fangst. Med en kystlinje på over 83 000 km, øyene medregnet, har naturen vært gavmild. Mer enn 200 forskjellige fiske-, skjell- og skalldyrarter lever i de norske kystfarvannene. Norge er også en pionernasjon i utviklingen av moderne akvakultur. Oppdrettsanleggene ligger langs hele kysten, og havbruk er blitt en av Norges største næringer.

De senere årene har nordmenn tatt opp vel 3 millioner tonn sjømat av havet hvert år, langt mer enn det vi selv klarer å konsumere. Derfor er norsk fiskeri- og havbruksnæring i dag en av verdens største eksportører av sjømat. Overalt setter folk pris på den sunne og gode norske sjømaten, som de har gjort gjennom århundrer; fra den gang seilbåtene fraktet norsk tørrfisk og klippfisk til landene rundt Middelhavet, Sør-Amerika, Karibia og Vest-Afrika og fram til dagens moderne transport av fisk og skalldyr over hele verden.

Hver dag hele året serveres 27 millioner måltider med Norsk Sjømat rundt om i verden. Eksportutvalget for fisk AS (EFF) arbeider for at folk i alle verdenshjørner skal ha det klart for seg at den beste sjømaten kommer fra Norge. Fiskerinæringen selv finansierer denne markedsføringen, og setter EFF i stand til å utvikle markeder for Norsk Sjømat i inn- og utland.

EFFs virksomhet omfatter aktiviteter innen markedsføring, markedsinformasjon, markedsadgang, informasjon og PR. Hovedkontoret ligger i Tromsø og EFF er representert med egne ansatte i Tyskland, Frankrike, Spania, Portugal, Italia, Brasil, Japan, Kina, Singapore og Russland. Det er ca. 50 ansatte i Eksportutvalget for fisk, og budsjettet i 2008 er på 250 millioner kroner.

Norwegian Seafood has millions of friends around the world

Norway has hunting and fishing traditions dating back thousands of years. Nature has been kind to Norway, giving it a coastline extending to a length of 83,000 km, including islands. More than 200 different species of fish and shellfish inhabit Norway's coastal waters. Norway is also a pioneering nation in the development of modern aquaculture. There are fish farms located along the entire coast, and fish farming has become one of Norway's largest industries.

In recent years Norway has harvested over 3 million tonnes of seafood annually, far more than we can consume. Consequently the Norwegian fisheries and aquaculture industry is currently one of the world's largest exporters of seafood. Over the centuries, people all over the world have appreciated the excellent, healthy seafood supplied by Norway. This dates back to the time when boats from Norway first started sailing with cargoes of Norwegian stockfish and clipfish to the countries of the Mediterranean, South America, the Caribbean and West Africa, and continues today with fish and shellfish being transported all over the world using modern methods of transport.

Every day throughout the year, 27 million Norwegian seafood meals are served all over the world. The Norwegian Seafood Export Council (NSEC) endeavours to ensure that people from all corners of the world believe that the best seafood in the world comes from Norway. The fisheries industry funds this marketing itself, enabling NSEC to develop markets for Norwegian seafood both at home and abroad.

The NSEC's head office is located in Tromsø and it employs representatives in Germany, France, Spain, Portugal, Italy, Brazil, Japan, China, Singapore and Russia. The Norwegian Seafood Export Council has about 50 employees and a budget of approximately NOK 250 million for 2007.

Eksportutviklingen i 2007

Norsk sjømateksport var i 2007 på 37 milliarder kroner. Dette er en økning på 1,5 milliarder kroner fra 2006. Laks, torsk og sild står for hoveddelen av veksten. Sjømateksporten er den høyeste som noen gang er registrert og gjør at sjømatnæringen holder stand som Norges nest største landbaserte eksportnæring. Det totale eksportvolumet gikk opp 315 tusen tonn til 2,2 millioner tonn sammenlignet med 2006.

Frankrike og Russland er våre største markeder
Eksporten til Frankrike og Russland var i 2007 på 3,8 milliarder kroner. Eksporten til Frankrike er på samme nivå som i 2006, mens Russland har økt med 598 millioner. På tross av importrestriksjoner i 2006 er Russland nå tilbake på nivå med 2005.

Målt i verdi går 73 % av all sjømat fra Norge til EU og Russland. Dette viser Norges unike posisjon som leverandør av sjømat til kvalitetsbevisste forbrukere i våre nærmarkeder.

15 land i «Milliardklubben»

I 2007 handlet 15 land sjømat for over en milliard kroner fra Norge. Ti av disse landene befinner seg i EU, mens de øvrige er Japan, Kina, Russland, Ukraina og Brasil.

Havbruk også i år større enn villfangst

Norsk eksport av sjømat fra havbruk var i 2006 for første gang større enn villfanget sjømat. Dette gjentok seg i 2007, selv om forskjellen i fjor var mindre enn i 2006. Eksporten av sjømat fra havbruk endte på 19 milliarder kroner som er en økning på 392 millioner eller 2 % i forhold til 2006. Av dette utgjorde laks 17,5 milliarder kroner som er opp 403 millioner sammenlignet med 2006. Sjømat fra de tradisjonelle fiskeriene hadde en eksportverdi på 18 milliarder kroner, en økning på 1,1 milliarder (7 %) fra året før. Av dette utgjør torsk 6 milliarder etter en økning på 716 millioner (13 %) og sild 3,3 milliarder etter en økning på 380 millioner (13 %).

Rekordeksport av laks

Totaleksporten av laks nådde i fjor rekordhøye 17,5 milliarder kroner. Dette var en økning på 403 millioner kroner fra året før. Målt i volum økte eksporten med 129 000 tonn til 706 000 tonn laks. 2007 var året da vi fikk bevis for hvor sterk etterspørselen etter norsk laks er. Norge har aldri produsert mer laks, samtidig som prisen for fersk laks har holdt seg på et høyt nivå.

Oppgang for pelagisk sektor

Det ble eksportert sild for 3,4 milliarder kroner og makrell for 1,8 milliarder kroner i 2007, en oppgang på 380 millioner for sild og 103 millioner for makrell. Oppgangen skyldes større eksportvolumer. Eksporten av pelagiske arter var på 6,1 milliarder i 2007, en oppgang på 12 % i forhold til 2006. 2007 ble dermed en opptur, mye grunnet høyere kvoter enn året før.

Tidenes torskeår

Aldri før har norsk torsk oppnådd så god pris i markedet som i 2007. Norge eksporterte hvitfisk for 10,4 milliarder kroner i 2007. I forhold til 2006 er det en økning på 627 millioner. Gode priser på sentrale produkter som blant annet klippfisk, saltfisk og fersk filet forklarer verdiveksten.

Bevisste kjøpere av norsk sjømat

I 2007 har vi opplevd en oppvåkning både i handel og blant forbrukere når det gjelder miljø og bærekraft og sammenhengen mellom mat og helse. Dette er sterke globale trender som påvirker etterspørselen etter sjømat. Veksten i den norske eksporten viser at Norge har produkter som møter markedets økte krav og forventninger.

Konsumentundersøkelser gjennomført av EFF viser at Norsk Sjømat rangeres høyt på viktige kriterier som kvalitet, miljø og tilgjengelighet. I 2007 fikk vi i tillegg dokumentert at Norge er best på fiskeriforvaltning av den uavhengige forskningsinstitusjonen Chatham House.

Development trends seen in 2007

In 2007, Norwegian seafood exports were worth NOK 37 billion. This is an increase of NOK 1.5 billion on 2006. Salmon, cod and herring are responsible for most of the increase. These seafood export figures are the highest ever registered and show that the seafood industry is maintaining its position as Norway's second largest onshore export industry. The total export volume increased by 315,000 tonnes to 2.2 million tonnes, compared with 2006.

France and Russia are our largest markets

In 2007, exports to France and Russia were worth NOK 3.8 billion. Exports to France remain at the same level as in 2006, while Russia has increased by NOK 598 million. Despite import restrictions in 2006, Russia has returned to the 2005 level.

In terms of value, 73 % of all seafood exported from Norway is sent to the EU and Russia. This shows Norway's unique position as a seafood supplier to quality-conscious consumers in our closest markets.

15 countries in the «Billionaire club»

In 2007, 15 countries bought seafood for more than NOK one billion from Norway. Ten of these countries are EU members, while the others are Japan, China, Russia, Ukraine and Brazil.

Aquaculture is also larger this year than wild caught fish

In 2006, for the first time Norwegian exports of seafood from aquaculture exceeded those of wild-caught seafood. This was repeated in 2007, although the difference last year was less than in 2006. Exports of seafood from aquaculture ended at NOK 19 billion, which represents an increase of NOK 392 million or 2 %, compared with 2006. Of this, salmon amounted to NOK 17.5 billion, which is an increase of NOK 403 million, compared with 2006. Seafood from the traditional fisheries had an export value of NOK 18 billion, an increase of NOK 1.1 billion (7 %) on the previous year. Cod was responsible for NOK 6 billion of this, following an increase of NOK 716 billion (13 %) and herring for NOK 3.3 billion following an increase of NOK 380 million (13 %).

Record salmon exports

Last year, the total exports of salmon achieved a record high of NOK 17.5 billion. This was an increase of NOK 403 billion compared to the previous year. Measured in volume, exports increased by 129,000 tonnes to 706,000 tonnes of salmon. In 2007, we saw the proof of how strong the demand for Norwegian salmon is. Norway has never produced more salmon, at the same time as the price for fresh salmon has stayed at a high level.

Growth for the pelagic sector

Herring exports reached NOK 3.4 billion and mackerel NOK 1.8 billion in 2007. This represents an increase of 380 million for herring and 103 million for mackerel. The increase is thanks to greater export volumes. Export of pelagic species was worth NOK 6.1 billion in 2007, an increase of 12 % on 2006. This made 2007 into a very good year, mainly thanks to larger catch quotas than the previous year.

The best year ever for cod

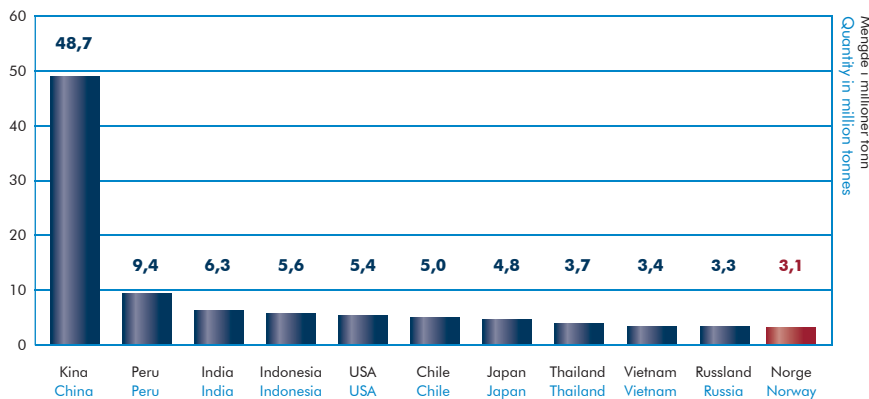
Norwegian cod has never achieved such a good price in the market as in 2007. Norway exported white fish for NOK 10.4 million in 2007. This represents an increase of NOK 627 million on 2006. Good prices for central products, including clipfish, salted cod and fresh fillets explain the growth in value.

Aware purchasers of Norwegian seafood

In 2007, we noted increased environmental-consciousness and awareness of the importance of sustainability both in the industry and among consumers, not to mention the link between diet and health. Strong global trends impact on the demand for seafood. Growth in Norwegian exports shows that Norway can offer products that meet the market's increased demands and expectations.

Consumer surveys carried out by EFF show that Norwegian seafood is ranked highly for such important criteria as quality, the environment and availability. In 2007, the independent research institution Chatham House could document that Norway is best at fishery management.

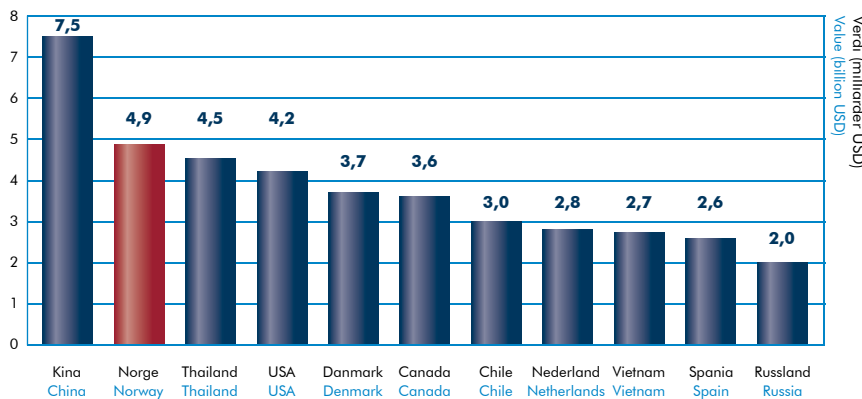
Kilde: FAO

De største fiskerinasjonene, fangst og oppdrett 2005**The largest seafood suppliers, wild catch and aquaculture 2005****1**

Kina er verden klart ledende sjømatprodusent med en total produksjon av villfanget fisk og oppdrettsfisk på 49 millioner tonn i 2005. Norge er på 11. plass med 3,1 millioner tonn i oversikten fra FAO.

China is by far the world's leading producer of seafood, with a total production of 49 million tonnes of wild and farmed fish in 2005. Norway ranks in 11th place with 3.1 million tonnes (source: FAO).

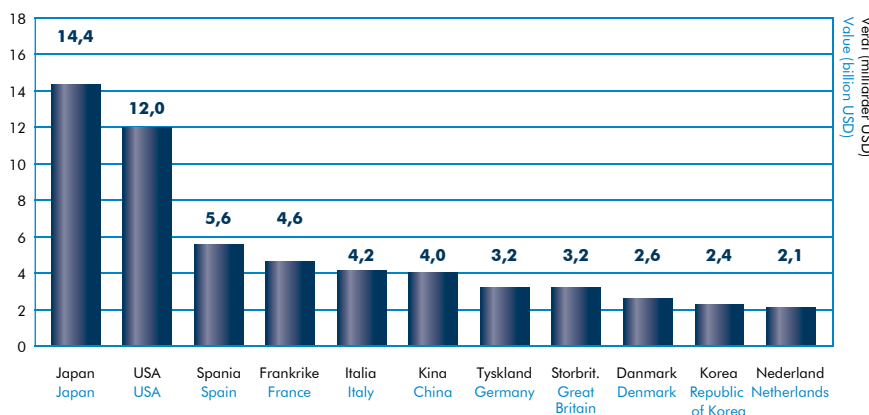
Kilde: FAO

De største eksportnasjoner av sjømat 2005**The largest exporters of a 2005****2**

Norge er verdens nest største eksportnasjon av sjømat med en eksport på 4,9 milliarder USD. Bare Kina har en høyere verdi på sjømateksporten enn Norge.

Norway is the world's second largest seafood exporting nation, with exports valued at USD 4.9 billion. Only China has a higher value of seafood exports than Norway.

Kilde: FAO

De største importnasjonene av sjømat 2005**The largest importers of seafood 2005****3**

Japan er verdens største enkeltimportør av sjømat med en importverdi på 14,4 milliarder USD i 2005. USA importerte i 2005 sjømat til en verdi av 12 milliarder USD.

Japan is the world's largest single importer of seafood, with imports valued at USD 14.4 billion in 2005. Seafood imports into the USA in 2005 were valued at USD 12 billion.

4

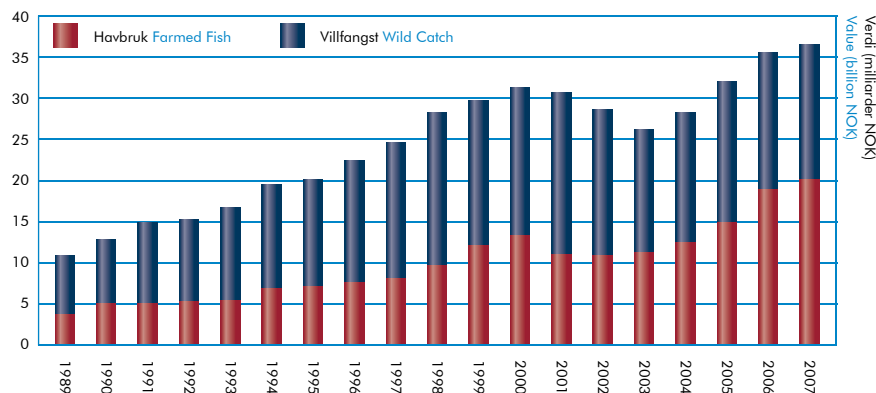
Norsk eksport av sjømat

Norwegian exports of seafood

Kilde: SSB/EFF

Norge eksporterte i 2007 sjømat for 37 milliarder NOK. Sjømat fra havbruk utgjorde om lag 51 %.

In 2007, the value of Norwegian seafood exports totalled NOK 37 billion. Farmed seafood accounted for about 51 percent.



5

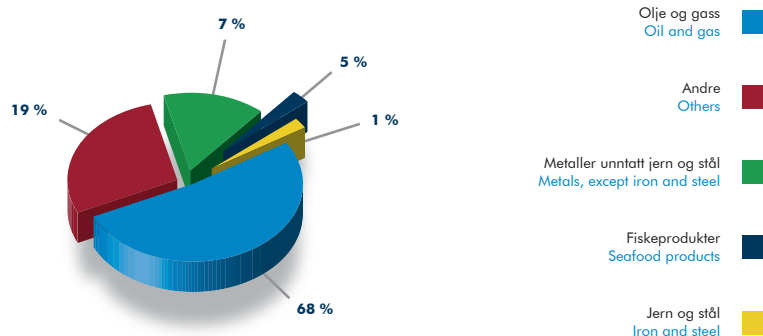
Fiskeri- og havbruksnæringens andel av norsk eksport 2006

The fisheries and aquaculture industry's share of Norwegian exports 2006

Kilde: SSB/EFF

I 2006 sto sjømatnæringen for 5 % av Norges totale eksportinntekter. Sjømat er dermed en av de viktigste eksportnæringene i landet.

In 2006, the seafood industry was responsible for 5 per cent of Norway's total export revenues. Seafood is thus one of Norway's most important export industries.



6

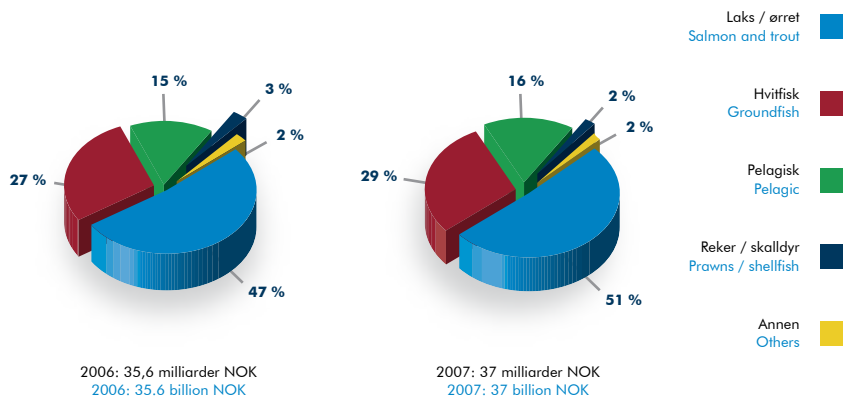
Eksportverdi fordelt på sektor innen sjømatnæringen

Export value by seafood sector

Kilde: SSB/EFF

Oppdrett av laks og ørret er den største sektoren med en eksportverdi på 18,8 milliarder NOK i 2007. Dette utgjør 51 % av den total eksporten. Produkter av torsk fisk utgjør 29 %, men pelagisk fisk står for 16 % av eksportverdien.

Farmed salmon and Norwegian Fjord Trout constitute the largest sector, with an export value of NOK 18.8 billion in 2007. This accounts for 51 percent of total exports. Groundfish products account for 29 percent of exports, while pelagic fish make up 16 percent.

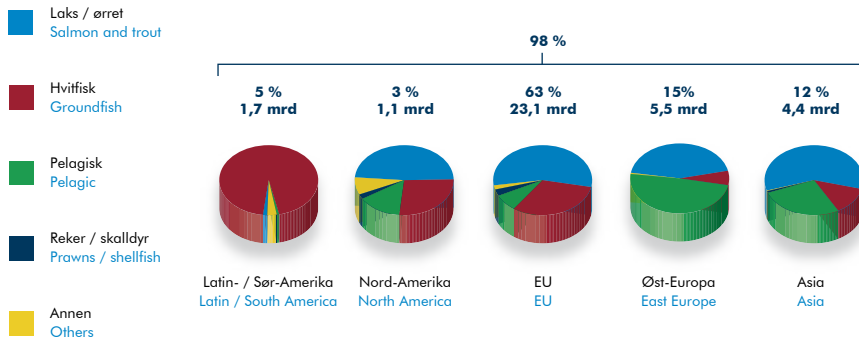


Kilde: SSB / EFF

Norsk eksport av sjømat 2007

Norwegian exports of seafood 2007

7



EU er Norges viktigste marked for sjømat med en eksportverdi på 23,1 milliarder NOK i 2007. Landene Øst-Europa står for 5,6 milliarder NOK, men Asia mottar norsk sjømat for 4,4 milliarder NOK.

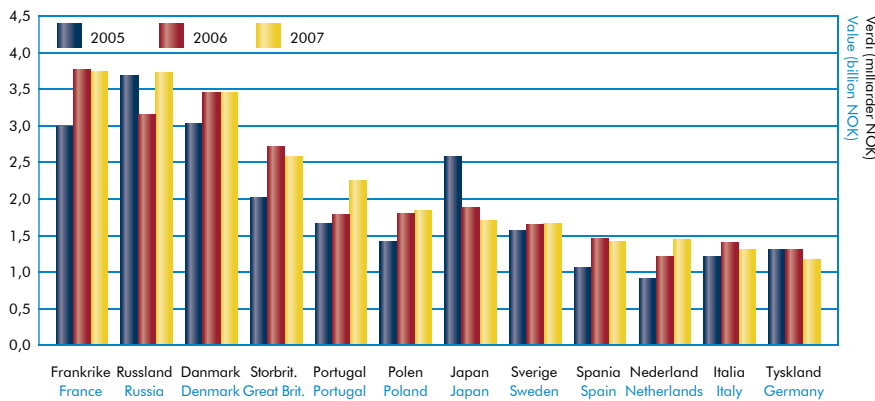
The EU is Norway's most important market for seafood, with an export value of NOK 23.1 billion in 2007. Countries in Eastern Europe account for NOK 5.6 billion, while Asia receives Norwegian seafood valued at NOK 4.4 billion.

Kilde: SSB / EFF

Viktigste markeder for norsk sjømat

Major markets for Norwegian seafood

8



Frankrike er Norges viktigste enkeltmarked for sjømat. Russland er vårt nest største marked for sjømat med Danmark som nummer tre. Danmark er i hovedsak et transitland for norsk sjømat på vei til andre EU land.

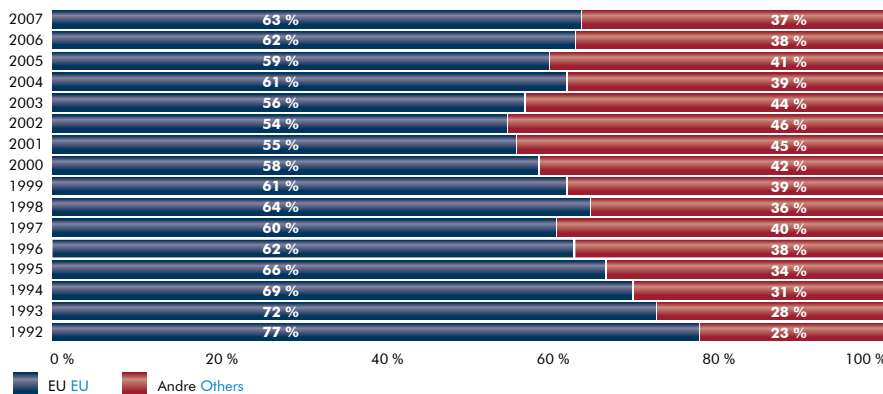
France is now Norway's most important single market for seafood. Russia is our second largest market and Denmark is number three. Denmark is largely a transit country for Norwegian seafood on its way to other EU countries.

Kilde: SSB / EFF

Norsk eksport til EU i prosent av total eksport 1992-2007

Norwegian exports of seafood to the EU as a percentage of total exports 1992-2007

9



63 % av sjømateksporten fra Norge gikk i 2007 til EU.

In 2007, 63 percent of seafood exports from Norway went to the EU.

10

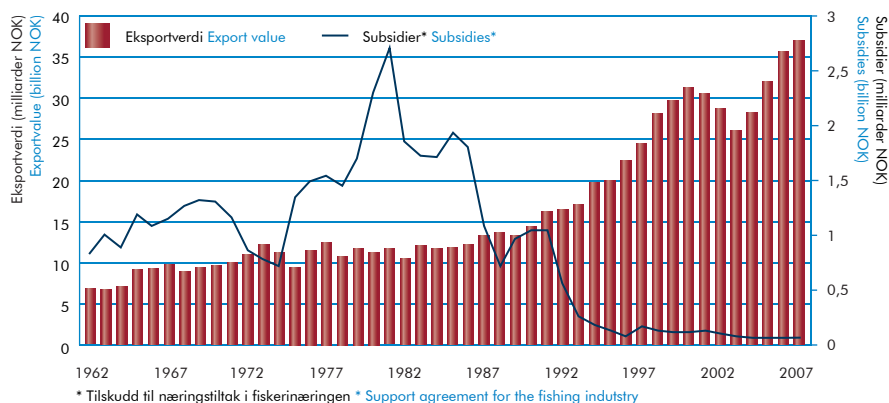
Eksportverdi og subsidier i norsk fiskerinæring

Kilde: FKD, SSB/EFF

Export value and subsidies in the Norwegian seafood industry

I 1980-årene var den statlige overføringen til fiskerinæringen på mer enn 2,5 milliarder NOK. I 2007 ble det kun brukt 54 millioner NOK på næringstiltak i fiskerinæringen.

In the 1980s, government subsidies to the fishing industry totalled more than NOK 2.5 billion. In 2007, just NOK 54 million was spent on industrial measures for the fishing industry.



11

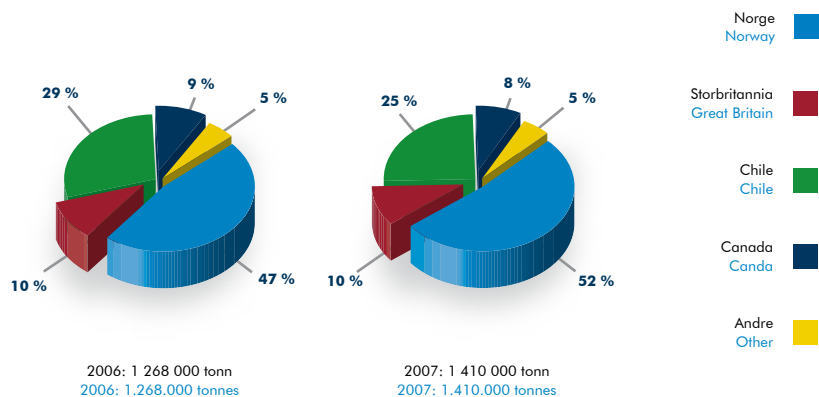
Totalt produsert mengde atlantisk laks

Kilde: EFF/Kontali analyse

Total production of Atlantic salmon

Produksjon av atlantisk laks økte fra 1268 tusen tonn i 2006 til 1410 tusen tonn i 2007. Norge sto for 52 % av produksjon av atlantisk laks, mens Chiles andel var på 25 %.

The production of Atlantic salmon increased from 1,268,000 tonnes in 2006 to 1,410,000 tonnes in 2007. Norway accounted for 52 per cent of the Atlantic salmon produced, while Chile's share was 25 percent.



12

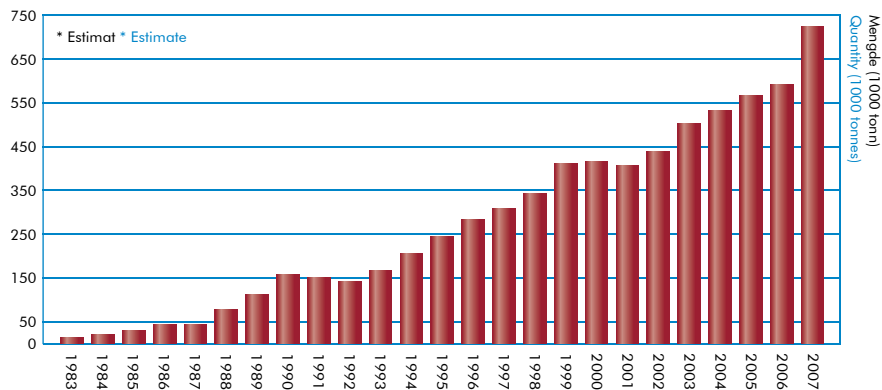
Norsk produksjon av laks

Kilde: SSB/EFF, Kontali analyse, Fiskeridirektoratet

Production of Norwegian salmon

I 2007 produserte Norge 730 tusen tonn (estimat) atlantisk laks. Dette er en økning på 133 tusen tonn fra 2006.

In 2007, Norway produced 730,000 tonnes of Atlantic salmon. This represents an increase of 133,000 tonnes since 2006.

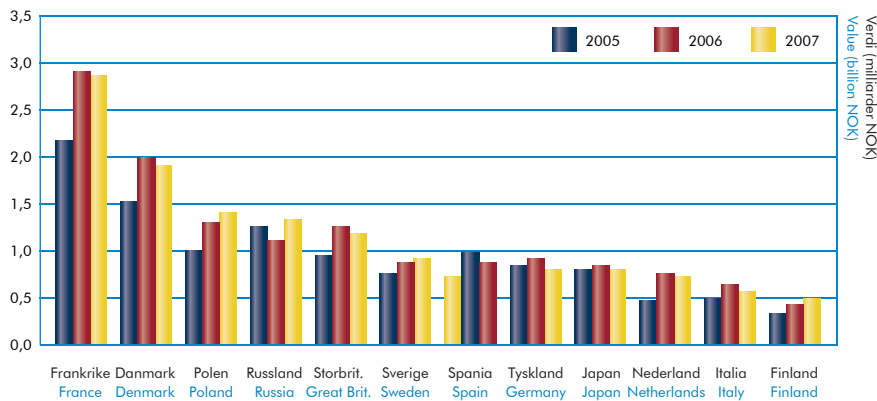


Kilde: SSB/EFF

Viktigste markeder for laks

Major markets for Norwegian salmon

13



Frankrike er Norges viktigste marked for laks foran Danmark og Polen. Det var en kraftig økning i eksportvolum av laks mens prisen gikk ned.

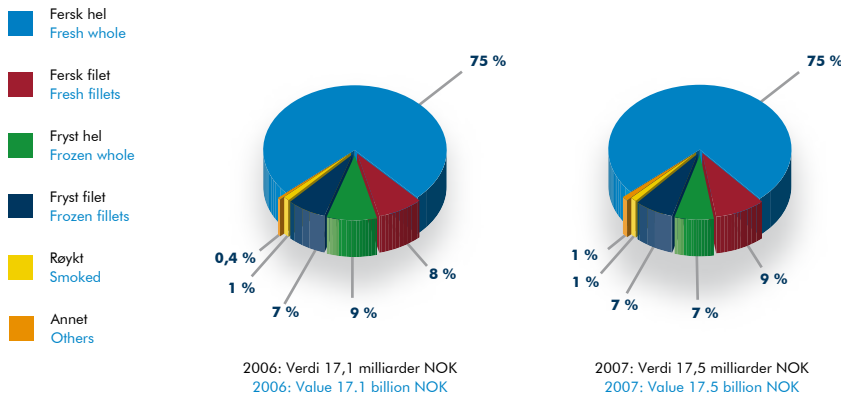
France comes ahead of Denmark and Poland as Norway's most important market for salmon. In 2007, there was a heavy increase in the volume of salmon exported to several of Norway's key salmon markets.

Kilde: SSB/EFF

Norsk eksport av laks

Exports of Norwegian salmon products

14



Eksportverdien av atlantisk laks var i 2007 på 17,5 milliarder NOK, en økning på 2 % fra 2006. Fersk hel laks utgjorde 75 % av eksportverdien.

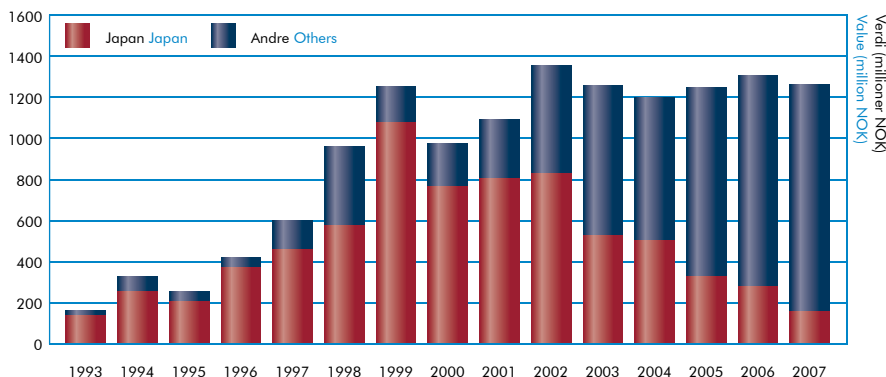
The value of Atlantic salmon exports in 2007 totalled NOK 17.5 billion, an increase of over 2 percent on 2006. Fresh whole salmon accounted for 75 per cent of this figure.

Kilde: SSB/EFF

Norsk eksport av ørret

Exports of Norwegian Fjord Trout

15



Det ble i 2007 eksportert ørret til en verdi av 1,3 milliarder NOK. Eksportverdien har vært forholdsvis stabil de senere år, men andelen til Japan er synkende.

In 2007, the value of Norwegian Fjord Trout exports amounted to NOK 1.3 billion. The figure has been relatively stable in recent years, while the percentage of exports to Japan is falling.

16

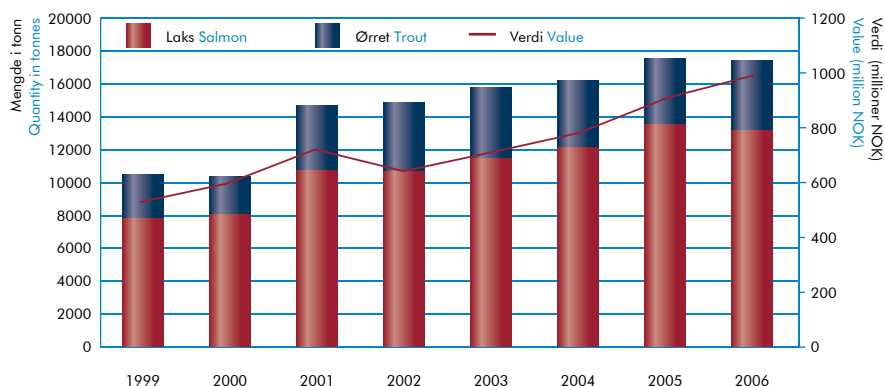
Norsk husholdningskonsum av laks og ørret

Kilde: GfK-Norge/EFF

Domestic consumption of salmon and Norwegian Fjord Trout

Konsumet av laks og ørret har økt jevnt i mange år og det har vært en overgang fra hel fisk til røkt fisk og både fersk og fryst filet i tidsperioden fra 1999 til 2006.

Domestic consumption of salmon and Norwegian Fjord Trout has been steadily increasing for many years, although since 1999 the trend has been away from whole fish towards smoked fish and fresh and frozen filets.



17

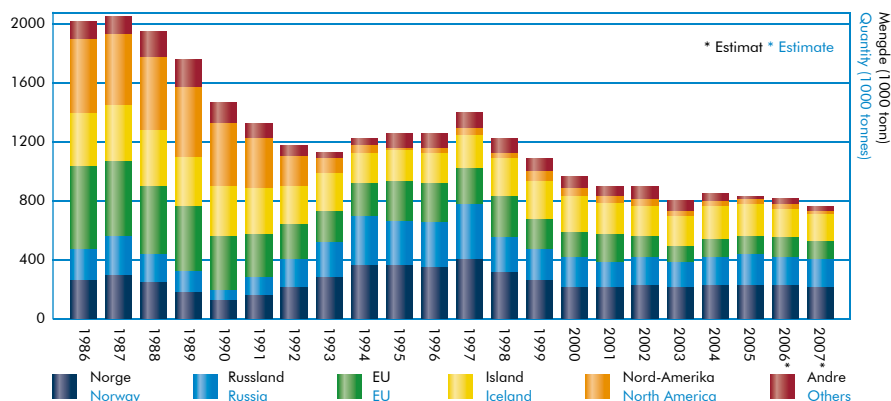
Torskefangst i Nord-Atlanteren

Kilde: FAO, EFF, Hagstofa, NMFS, DFO, Eurostat

Catches of cod in the North Atlantic

Torskefangsten i Nord-Atlanteren har stabilisert seg på vel 800 tusen tonn de senere år etter å ha vært oppe i 2 millioner tonn på slutten 80-tallet. Norges andel av fangstene er nå på 27 %

Catches of cod in the North Atlantic have stabilised at just over 800,000 tonnes in recent years after having been as high as 2 million tonnes in the late 1980s. Norway's share of the catch now stands at 27 percent.



18

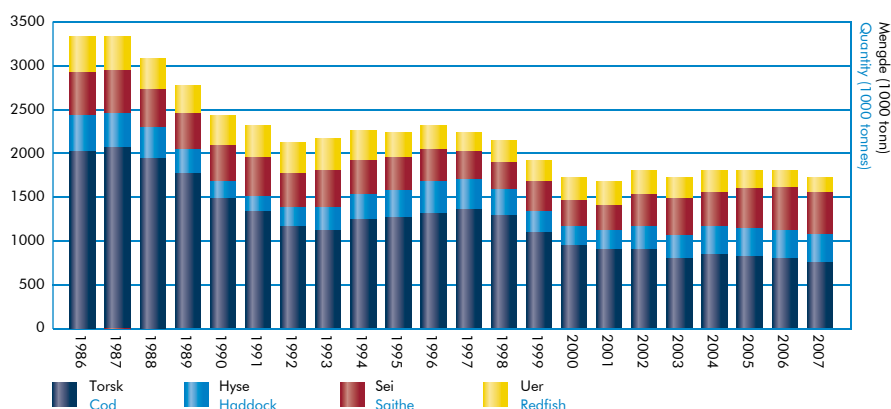
Fangst av hvitfisk i Nord-Atlanteren

Kilde: FAO, EFF, Hagstofa, NMFS, DFO, Eurostat

Catches of groundfish in the North Atlantic

Trenden er at vi fisker mindre hvitfisk i Nord-Atlanteren. Av en total fangst på i overkant av 1,8 millioner tonn utgjør torsk om lag 44 %.

The current trend indicates that we are now catching less groundfish in the North Atlantic. Of a total catch of just over 1.8 million tonnes, cod accounts for about 44 percent.

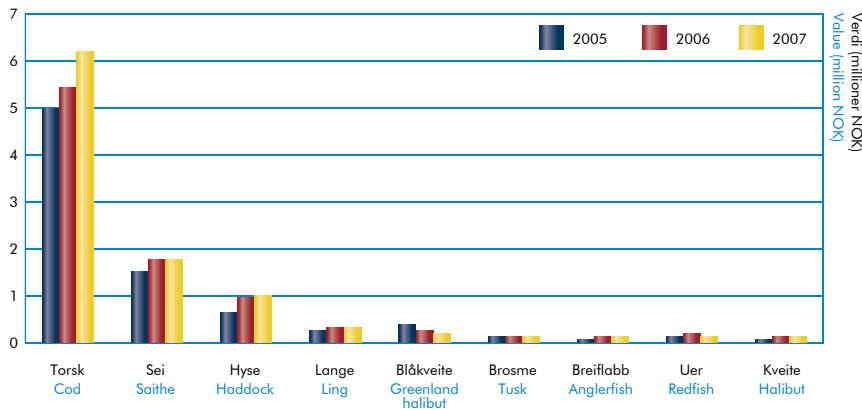


Kilde: SSB/EFF

Norsk eksport av hvitfisk

Norwegian exports of groundfish

19



Torsk er den viktigste hvitfisken for norsk sjømateksport. I 2007 var eksportverdien på 6,2 milliarder NOK. Eksportverdien for sei var på 1,8 milliarder, mens eksporten av hyse var på omlag 1 milliard NOK.

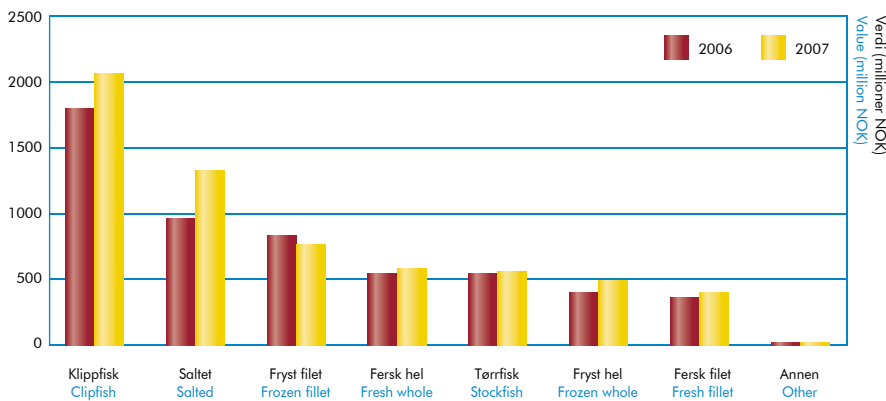
Cod is the most important groundfish in terms of Norwegian seafood exports, with 2007 exports valued at NOK 6.2 billion. The value of saithe exports totalled NOK 1.8 billion, while exports of haddock amounted to approximately NOK 1 billion.

Kilde: SSB/EFF

Norsk eksport av torsk

Norwegian exports of cod

20



I 2007 ble det eksportert klippfisk av torsk for 2,1 milliarder NOK og saltfisk for 1,3 milliarder NOK. Andelen fryst filet har gått litt ned, mens eksporten av fersk filet har økt de siste år.

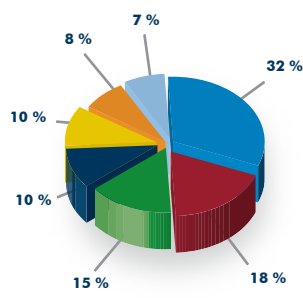
In 2007, cod clipfish exports totalled NOK 2.1 billion and exports of salted fish totalled NOK 1.3 billion. Exports of frozen fillets have decreased, while exports of fresh fillets have increased in recent years.

Kilde: SSB/EFF

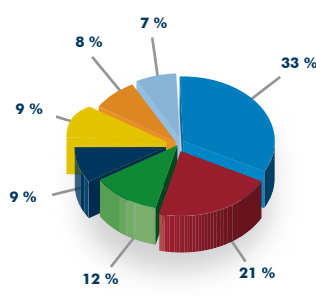
Norsk eksport av torsk

Norwegian exports of cod

21



2006: 5,5 milliarder NOK
2006: 5.5 billion NOK



2007: 6,2 milliarder NOK
2007: 6.2 billion NOK

Konvensjonell sektor med klippfisk, saltfisk og tørrfisk sto for 63 % av hvitfiskeksporten, mot 61 % året før.

The conventional sector for clipfish, salted fish and stockfish accounted for 63 percent of groundfish exports, compared to 61 percent the previous year.

22

Viktigste eksportmarkeder for torsk 2007

Kilde: SSB/EFF

Major markets for Norwegian cod 2007

I 2007 ble det eksportert torsk for 2,1 milliarder NOK til Portugal, som dermed er det viktigste torskemarkedet foran Italia og Frankrike.

In 2007, cod exports to Portugal totalled NOK 2.1 billion, making this the most important market for cod ahead of Italy and France.

Produkt Product	Marked Market	Verdi i mill. NOK Value in mill. NOK	Mengde i tonn Quantity in tonnes	Andel av total verdi Share of total value	Andel av total mengde Share of total quantity
Klippfisk hel Clipfish whole	Portugal Portugal	1 179	19 313	57 %	58 %
Klippfisk hel Clipfish whole	Brasil Brazil	503	7 834	24 %	24 %
Saltet Salted	Portugal Portugal	776	16 302	59 %	57 %
Saltet Salted	Spania Spain	314	6 946	24 %	24 %
Tørrfisk Stockfish	Italia Italy	446	2 813	79 %	58 %
Tørrfisk Stockfish	Nigeria Nigeria	35	1 251	6 %	26 %
Fersk hel Fresh whole	Danmark Denmark	293	9 313	50 %	52 %
Fersk hel Fresh whole	Frankrike France	84	2 215	14 %	12 %
Frysst hel Frozen whole	Portugal Portugal	119	3 983	24 %	22 %
Frysst hel Frozen whole	Kina China	106	3 950	21 %	22 %
Frysst filet Frozen fillet	Storbritannia Great Britain	316	6 264	41 %	41 %
Frysst filet Frozen fillet	Frankrike France	194	3 319	25 %	22 %
Oppdrett Farmed	Frankrike France	43	1 050	26 %	26 %
Oppdrett Farmed	Danmark Denmark	37	1 012	22 %	25 %

23

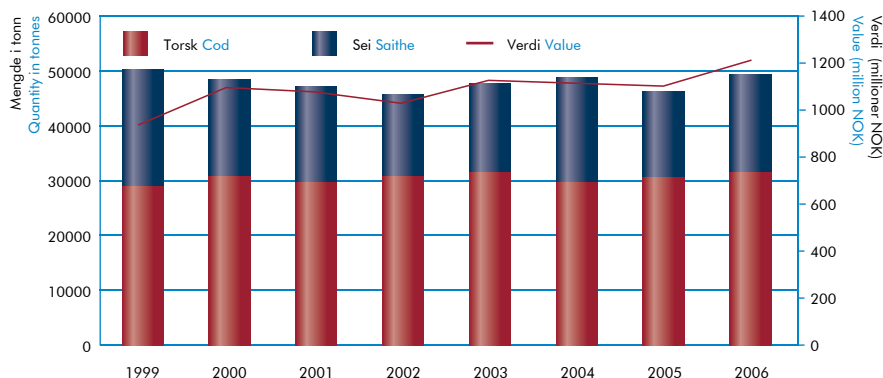
Norsk husholdningskonsum av torsk og sei

Kilde: GfK-Norge/EFF

Norwegian consumption of cod and saithe

Torsk er den mest populære fisken blant norske konsumenter og torsk spises på mange forskjellige måter, ikke bare som fersk og frysst filet, skiver eller panerte produkter, men også som lutefisk og klippfisk. Sei selges hovedsakelig som filet og panerte produkter.

The most popular fish among Norwegian consumers is cod, which is eaten in a variety of ways; not only as fresh or frozen fillet, sliced or breaded products, but also as lutefish (dried cod treated with rye) and clipfish. Saithe is sold primarily as fillet or breaded products.



24

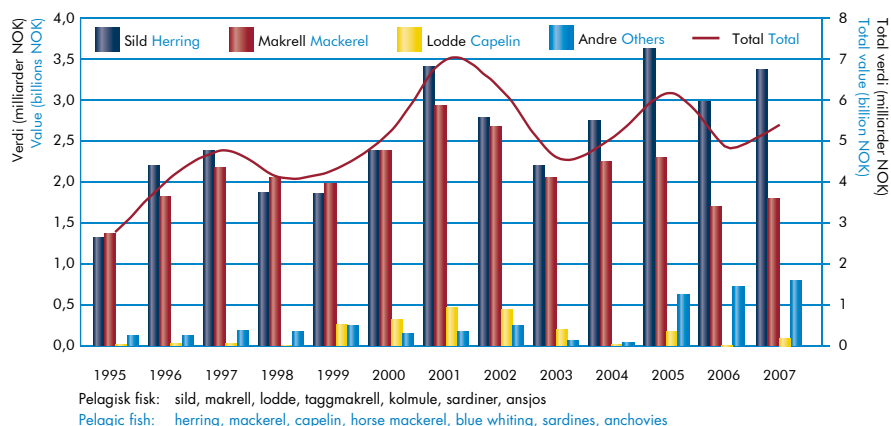
Norsk eksport av pelagisk fisk

Kilde: SSB/EFF

Norwegian exports of pelagic fish

Norge eksporterte i 2007 pelagisk fisk til en total verdi av 5,4 milliarder NOK. Sild og makrell er de viktigste artene og til sammen utgjør de 96 % av eksportverdien.

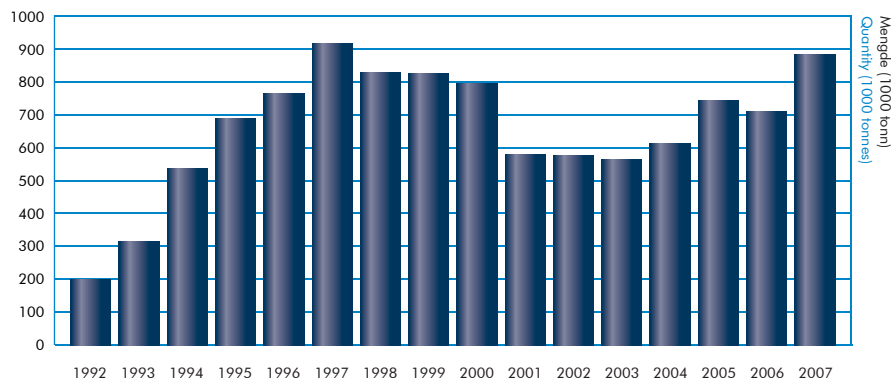
In 2007, Norway exported pelagic fish valued at a total of NOK 5.4 billion. Herring and mackerel are the most important species and together account for 96 per cent of this figure.



Pelagisk fisk: sild, makrell, lodde, taggmakrell, kolmule, sardiner, ansjos

Pelagic fish: herring, mackerel, capelin, horse mackerel, blue whiting, sardines, anchovies

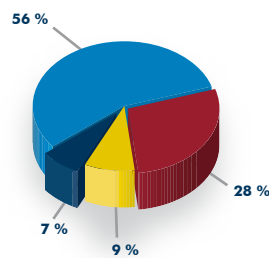
Kilde: Fiskeridirektoratet

**Norsk fangst av sild****25****Norwegian catches of herring**

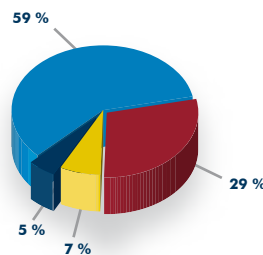
Norsk sildefangst var i 1997 på mer enn 900 tusen tonn. I 2007 var fangsten på 887 tusen tonn, en økning på 177 tusen tonn fra året før.

In 1997, the Norwegian herring catch totalled more than 900,000 tonnes. In 2007, the catch stood at 887,000 tonnes, an increase of 177,000 tonnes compared to the previous year.

Kilde: SSB / EFF



2006: 3,0 milliarder NOK
2006: 3.0 billion NOK



2007: 3,4 milliarder NOK
2007: 3.4 billion NOK

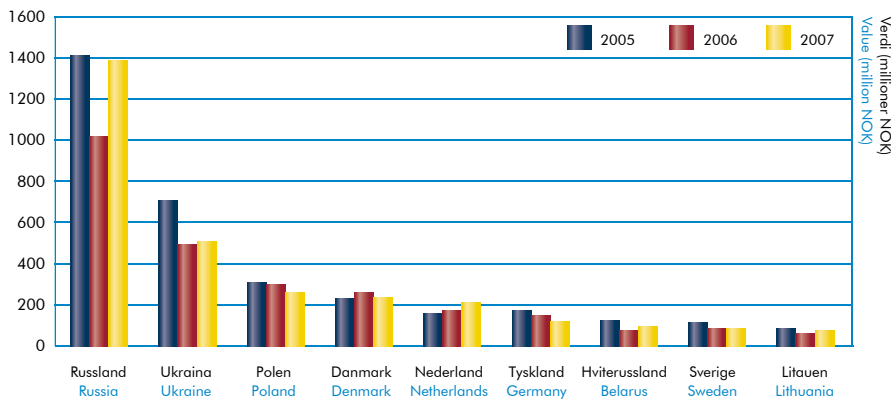
Norsk eksport av sild**26****Norwegian exports of herring**

Det ble eksportert sild fra Norge til en verdi av 3,4 milliarder NOK i 2007.

Hele 59 % av dette var fryst hel sild, men 29 % var fryst filet.

The value of Norwegian herring exports totalled NOK 3.4 billion in 2007. Fully 59 percent of this consisted of whole frozen herring, while 29 percent consisted of frozen herring fillets.

Kilde: SSB / EFF

**Viktigste markeder for sild****27****Major markets for herring**

Russland er det viktigste markedet for norsk sild foran Ukraina og Polen. I 2007 var eksporten til Russland verdt 1,4 milliarder NOK, en oppgang på 400 millioner NOK fra 2006.

Russia is ahead of Ukraine and Poland as the most important market for Norwegian herring. In 2007, exports to Russia totalled NOK 1.4 billion, a increase of NOK 400 million compared to 2006.

28

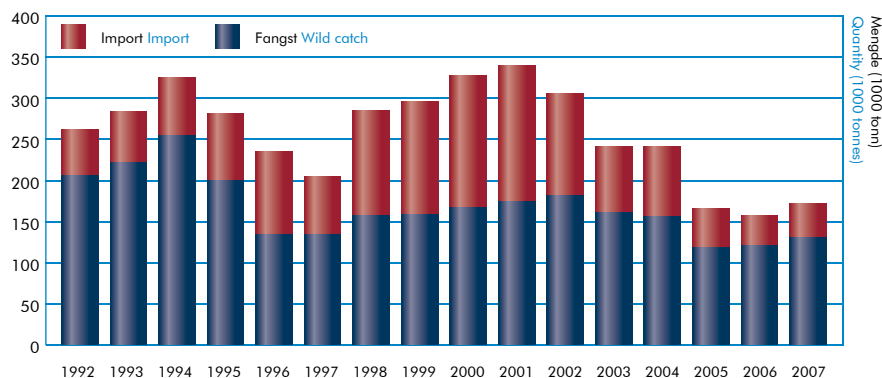
Norsk fangst og import av makrell

Norwegian catches and imports of mackerel

Kilde: Fiskeridirektoratet, SSB/EFF

Fangst og import av makrell økte i 2007. Fangst og import til sammen 173 tusen tonn, hvorav 76 % er norske fangster.

Catches and imports of mackerel increased in 2007. In 2007, mackerel catches and imports totalled 173,000 tonnes, 76 per cent of which came from Norwegian catches.



29

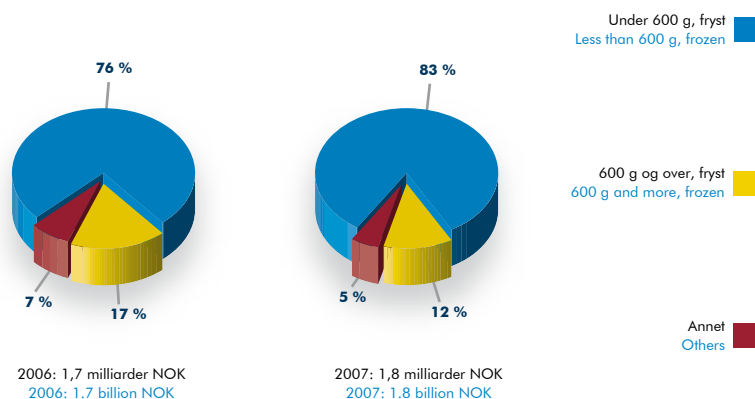
Norsk eksport av makrell

Norwegian exports of mackerel

Kilde: SSB/EFF

Makrelleksporten var i 2007 på 1,8 milliarder NOK. Fryst makrell under 600 gram utgjør 83 % av dette.

In 2007, mackerel exports totalled NOK 1.8 billion. Frozen mackerel weighing less than 600g accounted for 83 percent of this.



30

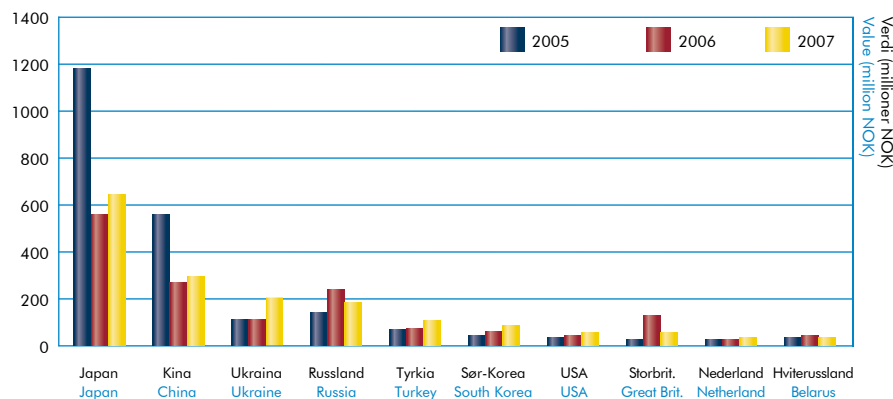
Viktigste markeder for makrell

Major markets for mackerel

Kilde: SSB/EFF

Japan er det viktigste markedet for norsk makrell. Eksportverdien økte i 2007 til 645 millioner NOK.

Japan is Norway's most important export market for mackerel. In 2007, the value of exports sharply increased to a total of NOK 645 million.

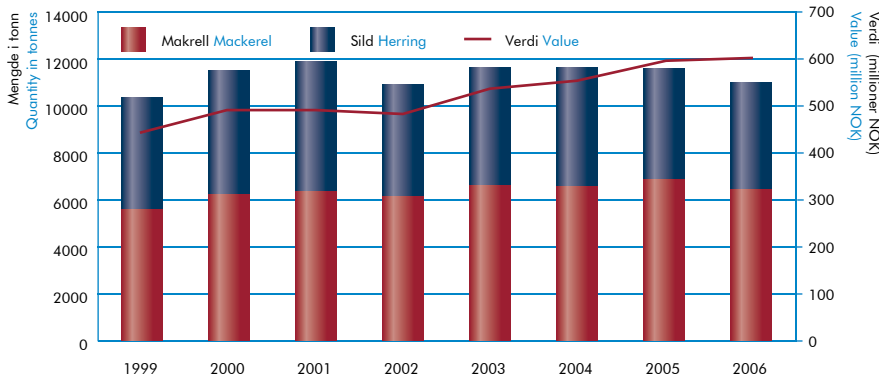


Kilde: GfK-Norge/ EFF

Norsk husholdningskonsum av sild og makrell

Norwegian consumption of herring and mackerel

31



Norsk kjøpt husholdningskonsum av sild og makrell består i større og større grad av påleggsproduktene hermetisk makrell, sursild og andre bearbejdede sildeprodukter mens fersk makrell og fersk sild har vært på vikende front.

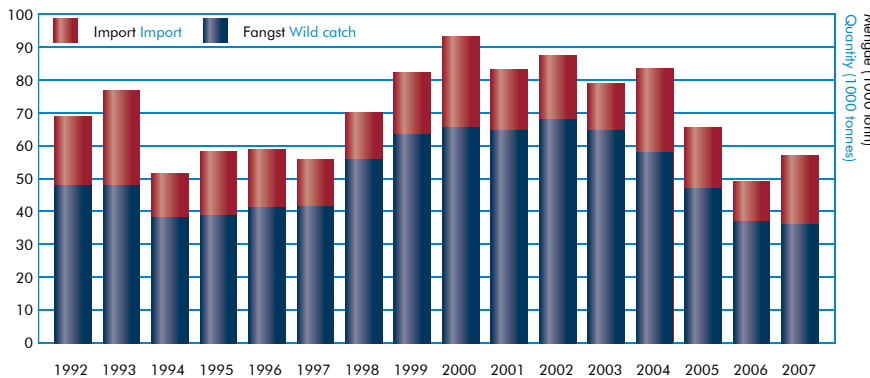
Domestic Norwegian consumption of herring and mackerel increasingly consists of cold cut products such as hermetically sealed mackerel, sour herrings and other processed herring products, while fresh mackerel and fresh herring have been in decline.

Kilde: Fiskeridirektoratet, SSB/ EFF

Norsk fangst og import av reker

Norwegian catches and imports of cold water prawns

32



Tilførselen av kaldtvannsreker økte noe i 2007. Av den totale tilførselen på 57 tusen tonn kom i overkant av 36 tusen tonn fra norske fangster.

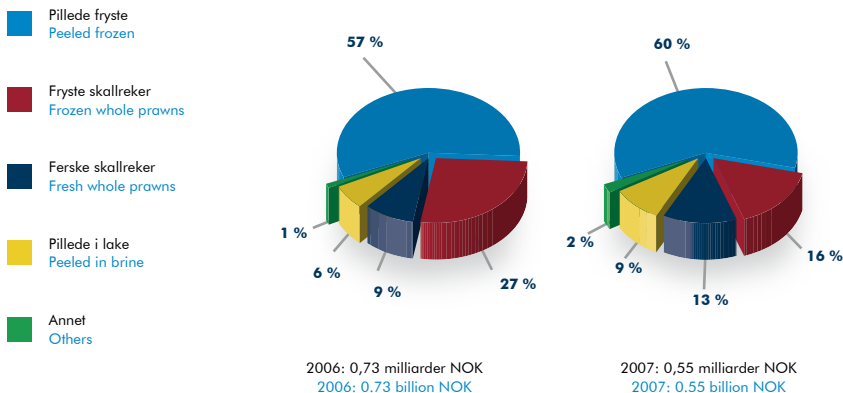
The supply of cold water prawns increased in 2007. Of total supplies amounting to 57,000 tonnes, just over 36,000 tonnes came from Norwegian catches.

Kilde: SSB/ EFF

Norsk eksport av reker

Norwegian exports of cold water prawns

33



Eksporten av reker var i 2007 på 550 millioner NOK, noe ned fra 2006-eksporten. Pillede fryste reker sank i andel og utgjorde 60 %, mens fryste skallreker gikk ned.

Prawn exports in 2007 totalled NOK 550 million, somewhat down from 2006. The percentage of exports of peeled, frozen prawns was 60 percent, while exports of frozen whole prawns decreased.

34

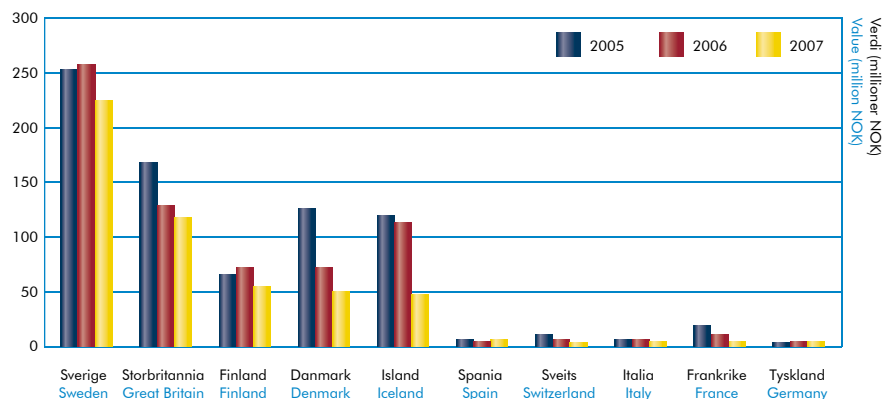
Viktigste markeder for reker

Kilde: SSB/EFF

Major markets for prawns

Sverige er det viktigste rekemarkedet for Norge med en eksportverdi på 233 millioner NOK i 2007. Deretter følger Storbritannia med 122 millioner NOK.

Sweden is Norway's most important market for prawns, with an export value of NOK 233 million in 2007, followed by the UK with an export value of NOK 122 million.



35

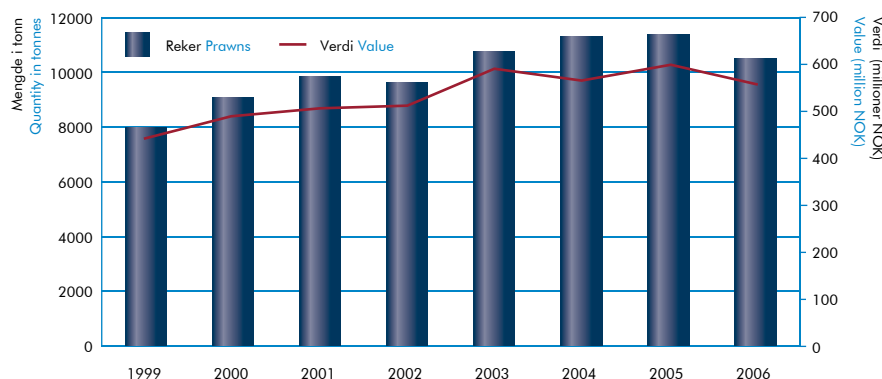
Norsk husholdningskonsum av reker

Kilde: GfK-Norge/EFF

Norwegian consumption of prawns

Reker ble mer og mer populært fram til 2004 – mest som en følge av lave priser på skallreker – men de siste par årene har prisene steget noe og det kjøpte husholdningskonsumet sunket litt.

Prawns are a product that became increasingly popular up until 2004, due in part to the low prices on whole prawns, although within the last couple of years prices have gone up and Norwegian consumption has fallen somewhat.



36

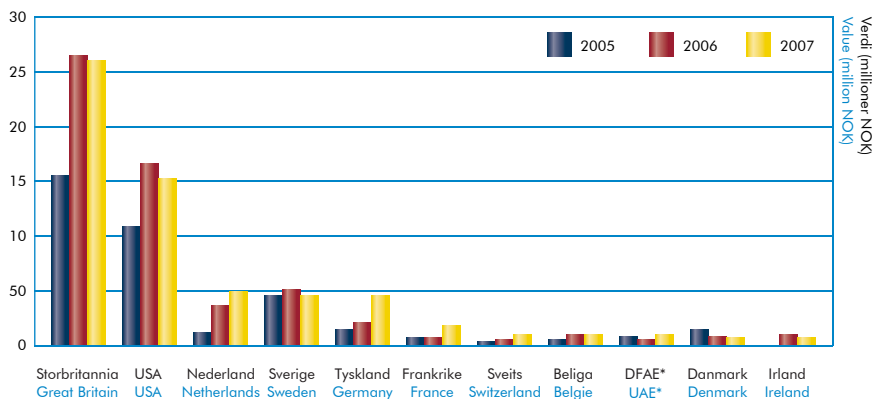
Norsk eksport av oppdrettskveite

Kilde: SSB/EFF

Norwegian exports of farmed halibut

Av de nye artene i oppdrett er etterspørselen etter kveite i god utvikling, særlig i Storbritannia og USA.

Of the new species being farmed, demand for halibut is developing well, particularly in the UK and the USA.



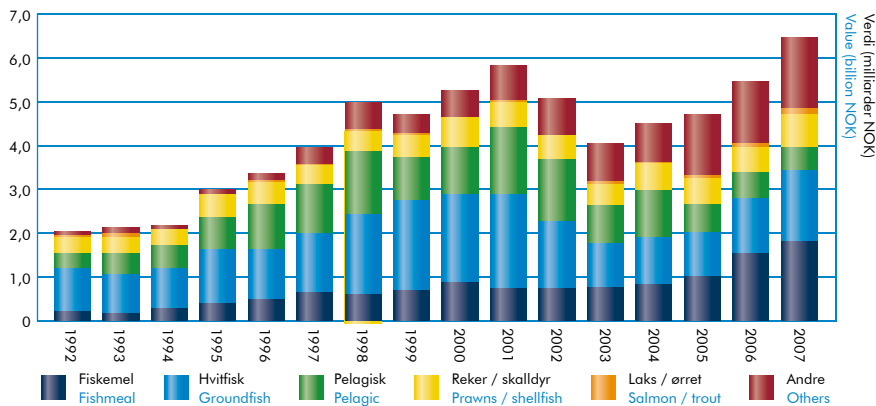
*De forente arabiske emirater *United Arab Emirates

Kilde: SSB/EFF

Norsk import av sjømat

Norwegian imports of seafood

37



Norge importerte i 2007 sjømat for 6,5 milliarder NOK. De viktigste produktene er fiskemel, hvitfisk og pelagisk fisk.

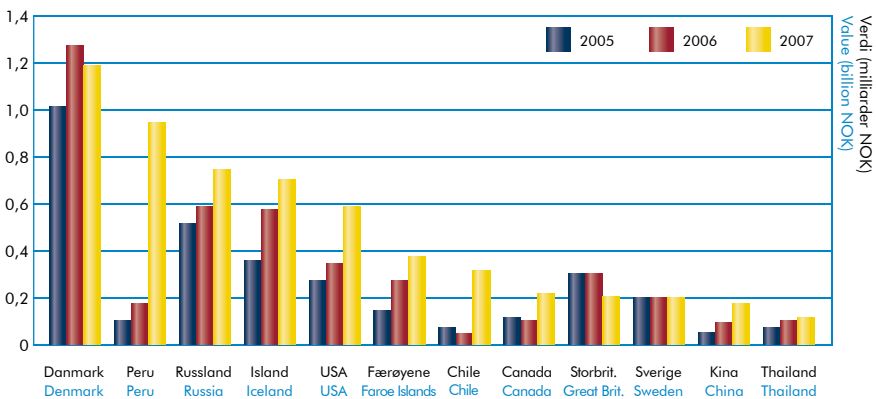
In 2007, Norway imported NOK 6.5 billion worth of seafood. The most important products are fishmeal, groundfish and pelagic fish.

Kilde: SSB/EFF

De viktigste leverandørene av sjømat til Norge

The main suppliers of seafood to Norway

38



Danmark er den viktigste leverandøren av sjømat til Norge, fulgt av Peru og Russland. Importen fra Danmark var på 1,2 millioner NOK i 2007.

Denmark is the most important supplier of seafood to Norway, followed by Peru and Russia. In 2007, imports from Denmark totalled NOK 1.2 million.

Kilde: SSB/EFF

Struktur – norsk sjømatnæring 2007

Overview of the Norwegian seafood industry 2007

39

Fiskeflåte The fleet	7 050 fartøy vessels 10 654 fiskere hovedyrke fishermen main occupation 2 679 fiskere biyrke fishermen secondary occupation
Fiskeindustri Fishing industry	693 anlegg (tall fra 2006) factories (numbers from 2006) 13 500 ansatte (tall fra 2006) employees (numbers from 2006)
Akvakultur Aquaculture	2 691 konsesjoner (tall fra 2006) licenses (numbers from 2006) 4 459 ansatte (tall fra 2006) employees (numbers from 2006)
Eksport Export	513 eksportører exporters 135 land countries
Eksportverdi Export value	37 milliarder billion

Bak en eksport på 37 milliarder NOK står 513 eksportører med kunder i 135 land verden over. Sjømaten som eksporteres gir direkte sysselsetting til ca 31 000 nordmenn.

No fewer than 513 exporters with customers in 135 countries around the world are responsible for Norwegian exports totalling NOK 37 billion. Seafood exports provide direct employment for 31,000 Norwegians.

EFFs viktigste arbeidsområder

Markedsføring

EFFs hovedoppgave er å øke etterspørselen etter Norsk Sjømat ute og hjemme. Derfor øremerkes brorparten av de årlige budsjettene til målrettet markedsføring av de ulike artene i ulike markeder. EFF investerer i reklame både i etermediene og i trykte publikasjoner, og gjennomfører hyppige kampanjer i butikker, restauranter og kantiner, iverksetter opplysningstiltak overfor forbrukere og tilbyr opplæring i handel og storhusholdning. Det går ikke en dag uten at noen slår et slag for Norsk Sjømat ett eller annet sted på kloden. Aktivitetene blir stadig hyppigere koordinert og samfinansiert med produsenter, eksportører og butikkjeder for å øke verdien og effekten av innsatsen.

Markedsinformasjon (statistikk og analyse)

EFF er næringens sentrale kilde til informasjon om nasjonal og internasjonal tilførsel og etterspørsel av sjømat. Gjennom et omfattende kildenettverk overvåker EFF de viktigste sjømatmarkedene for å kartlegge konkurransesituasjonen for norske produkter, etterspørselsutviklingen i sentrale markeder og stillingen i forhold til viktige konkurrentnasjoner. Kunnskapen om markedsutviklingen blir formidlet til norske næringsaktører gjennom foredrag og seminarer, fagartikler i media, i nyhetsbrevet «Markedseffekt», og ikke minst som svar på direkte henvendelser fra næringen. EFF har tilgang til omfattende databaser for internasjonal handelsstatistikk, informasjon om pris- og etterspørselsutvikling og andre faktorer som påvirker sjømathandelen i ulike markeder. På basis av denne innsikt gjennomføres hvert år en rekke analyser som gir næringen ny kunnskap om sjømatmarkedene. Målet med markedsinformasjonen er å gi næringen og myndighetene et godt og pålitelig grunnlag for beslutninger.

Informasjon og PR, markedsberedskap og krisehåndtering

EFF skal bidra til å styrke næringens omdømme med aktivt informasjonsarbeid og målrettet arbeid mot media. PR-aktiviteter, pressereiser og pressestipend skal øke oppmerksomheten om norsk sjømat i markedene. Historisk har Norge godt ord på seg som en pålitelig leverandør av førsteklasses sjømat. Men dette renommé blir med ujevne mellomrom satt på prøve, og uheldige hendelser eller publisert informasjon kan til tider true med å rukke ved sjømatens posisjon. Beredskap i form av markedsobservasjon og krisekommunikasjon er høyt prioritert i EFF – å sikre det positive omdømmet til næringen og Norsk Sjømat er meget viktig. EFF har lang erfaring i å koordinere markedsberedskap og krisekommunikasjon for næringen. Beredskapsarbeidet innebærer nær kontakt og klart definerte roller mellom myndigheter, forskning og næringsorganisasjoner. Gjennom faste ukentlige møter utveksler EFF, NIFES og Mattilsynet informasjon for å være best mulig forberedt på negative nyheter til enhver tid.

Markedsadgang

Det er av stor betydning for hele fiskerinæringen at de norske eksportørene har minst like god adgang til de ulike markedene som konkurrentene har. EFF driver kontinuerlig markedsobservasjon og innhenter informasjon om handelsforholdene i de ulike sjømatmarkedene. Denne informasjonen blir bearbeidet og brukt som utgangspunkt for analyser og utredninger om effekter på kort og lang sikt. EFF er eksportørenes sentrale kilde til informasjon om tollsatser, produktklassifiseringer, importkvoter og andre forhold knyttet til markedsadgang og således en hjelp i markedsprioriteringene. EFF bistår også næringens organisasjoner og myndighetene med beslutningsgrunnlag i deres arbeid inn mot internasjonale handelsorganisasjoner som EFTA, WTO, EU og i bilaterale forhandlinger.

NSEC's main areas of activity

Marketing

The NSEC's main task is to grow demand for Norwegian Seafood at home and abroad. Thus the lion's share of the annual budgets is earmarked for targeted marketing of the different species in different markets. The NSEC invests in advertising in both the broadcast media and printed publications, and conducts frequent campaigns in retail outlets, restaurants and canteens, implements information initiatives aimed at consumers, and provides training in commerce and catering and food services. Not a day goes by without someone, somewhere in the world sounding the drum for Norwegian Seafood. These activities are increasingly being jointly coordinated and financed by producers, exporters and retail chains to enhance their value and impact.

Market information (statistics and analysis)

The NSEC is the industry's central source of information on national and international supply and demand for seafood. Utilising an extensive source network, the NSEC monitors the main seafood markets in order to map the competitive situation for Norwegian products, trends in demand in central markets and the position in relation to key competing nations. Knowledge of market trends is passed on to Norwegian players in the industry through lectures and seminars, specialist articles in the media, in the «Market Effect» newsletter and not least in response to direct enquiries from the industry. EFF has access to extensive databases for international trade statistics, information about trends in prices and demand, and other factors that affect the seafood trade in different markets. On the basis of this insight, each year we carry out a number of analyses that provide the industry with new knowledge of the seafood markets. The aim with the market information is to provide the industry and the authorities with a good, reliable foundation on which to base decisions.

Information and PR, market preparedness and crisis management

The NSEC will contribute to strengthening the industry's reputation through active information work and efforts targeted at the media. PR activities, press visits and press grants are all aimed at increasing awareness of Norwegian seafood in the markets. Historically, Norway has a good reputation as a reliable supplier of top-class seafood. But this reputation is occasionally put to the test, and unfortunate occurrences or published information can intermittently threaten to rock the position of Norwegian seafood. Preparedness in the shape of market monitoring and crisis communication is given high priority within the NSEC, which considers it extremely important to maintain the positive reputation of the industry and of Norwegian Seafood. The NSEC has extensive experience in coordinating market preparedness and crisis communication for the industry. The work involved requires close contact and clearly defined roles between the authorities, research and industry organisations. Regular weekly meetings are held at which NSEC, the National Institute of Nutrition and Seafood Research and the Norwegian Food Safety Authority exchange information in order to be as fully prepared as possible for negative news that might break at any time.

Market access

It is of key importance for the entire fishing industry that, at the very least, Norwegian exporters have equally good access to the different markets as their competitors. The NSEC is continually monitoring the markets and collating information on conditions for conducting business in the different seafood markets. This information is processed and used as the basis for analyses and reports on the short-term and long-term impact. For exporters, the NSEC is the central source of information on tariff rates, product classifications, import quotas and a host of other factors associated with market access, and is thus a tremendous help in prioritising the markets. The NSEC also supports the industry's organisations and the authorities by providing a well-founded basis for making decisions in their dealings with international trade organisations such as EFTA, the WTO and the EU, as well as in bilateral negotiations.



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

