

HØSTEN 2009

EKSPORTUTVALGET FOR FISK

Verden og vi



Norsk sjømat slår alle rekorder

Ved inngangen til 2009 var forventningene til verdensøkonomien svært dystre. Etter fem år med vekst i sjømateksporten var det usikkert om Norges tredje største eksportnæring ville vokse videre.

2009 har vært krevende for deler av sjømatnæringen. Salget av torskefisk avtok i mange markeder og "krisepakker" ble innført for å avhjelpe den finansielle situasjonen og for å øke markedsføringen. Krisepakkene fra Fiskeri- og kystdepartementet, salgslagene og Eksportutvalget for fisk (EFF) har hatt svært positiv effekt på salget og bruken av de 34 millioner "ekstraordinære" markeds kronene er en vesentlig del av denne årsrapporteringen.

Selv i "kriseåret 2009" ble det på verdensbasis konsumert norsk sjømat tilsvarende 35 millioner måltider hver dag. Inntektene fra den norske sjømateksporten er nå på 44,7 milliarder kroner, en økning på 6 milliarder kroner bare det siste året. I denne utgaven av Verden og Vi byr på vi på et skjønnst utvalg av de aktivtiter og kampanjer EFF har gjennomført for å bidra til denne utviklingen.

For oss som jobber med å øke kjennskapen til og styrke preferansen for norsk sjømat er det en glede å gi deg som leser innsikt i noe av det vi gjør for at enda flere skal nyte det beste Norge kan by på.

Vel bekomme!

Christian Chramer
Kommunikasjonsdirektør
Eksportutvalget for fisk



Foto: Tom Benjaminsen/EFF

Forsidefoto: Kjøkkensjef for Marriott Hotels Asia, Eyüp Kemal Sevinç, gir en norsk laks et lynkurs i tyrkisk.
Foto: Fredrik Ringe, Mimikk AS/EFF

Første halvår 2009

Her presenteres – helt kort – noen høydepunkter fra et begivenhetsrikt første halvår 2009 på den norske sjømatfronten, hjemme og ute.



Grundige forberedelser til Bocuse d'Or i Lyon....



....krones med dobbeltseier. Oksens år i Kina innledes med Norsk Laks.



Mye Norsk Laks i sushirestauranter i Singapore. Norge høster forskerheder for ansvarlig fiske.



Brasils ambassadør serveres klippfisk i Tromsø, mens italienerne får ny EFF-webside.



Norsk Klippfisk går på TV i Portugal, mens svenskene kan lese om Norsk Torsk i avisene.



Ny giv for Norsk Sjømat i USA. Etter 5 års fravær er Norsk Lodde atter tilgjengelig i Japan.



Posisjoneringen av Norsk Sjømat høster europeisk ros. Om sommeren griller nordmenn laks!



Norsk Sild miljømerkes. Norsk Torsk friskmeldt av svensk kokk. Norsk Laks møter Kinesiske Urter i Singapore. Fiskesprell i Tromsø.



Norsk Matjes får MSC-merking i Belgia. Russiske barn lærer matlagning med Norsk Laks.

Ny lansering av kinesisk og tysk webside



Eksportutvalget har fått flere nye hjemmesider rettet mot det kinesiske og det tyske markedet. Velkommen til å ta en titt på sidene her:

www.seafoodfromnorway.com.cn

www.norwegenfisch.de

De nye hjemmesidene har som målsetting å bidra til at tyske og kinesiske konsumenter til å foretrekke norsk laks og torsk, samt nisjeprodukter som kongekrabbe og kveite, når de handler inn til sjømatmiddag. De har begge fulgt samme rammeoppsett for websider som deles mellom EFFs nylanserte sider.

Websidene inngår i Eksportutvalgets pool av websider som er rettet mot konsument, media og bransje i de markedene vi opererer i.

Laks bygger norsk omdømme i Tyrkia



Tyrkiske kjøkkensjefer på workshop i Kulinarisk Institutt med Bocuse d'Or vinner 2003, Charles Tjessem.

Nylig var seks av Tyrkias mest kjente kokker på besøk i Norges "mathovedstad" Stavanger. Sentralt i programmet var besøk på oppdrettsanlegg for laks og kveite, matfaglig oppfulgt av workshops og masterclasses med norske stjernekokker.

Tyrkia er kjent for å ha et av verdens beste kjøkken og sjømat fra Norge har de siste årene begynt å få innpass i markedet. Med en befolkning på over 70 millioner, begrenset tilgang på sjømat fra egne farvann, tollfri adgang for norske sjømatprodukter, samt økende levestandard er Tyrkia et nytt, lovende marked for norsk sjømat. Tyrkia er derfor ett av 19 land som er gitt prioritet for bruk av Utenriksdepartementet (UD) og Innovasjon Norges (IN) omdømmemidler i 2009, med Norsk Laks som en naturlig frontfigur.

I løpet av 3 lange og travle junidager rakk de seks kokkene å besøke oppdrettsanlegg for kveite, laks og smolt, og å perfektionere sin kokkekompetanse i masterclasses og workshops med årets Norske Kjøkkensjef, Gunnar Hvarnes ved Gastronomisk Institutt og Bocuse d'Or vinner 2003, Charles Tjessem.



Kokkene ble fulgt av 3 av Tyrkias ledende matskribenter og allerede sist søndag var det helsides fargeopplag i to av Tyrkias største aviser Posta Gazetesi og Sabah Gazetesi, med udelte positiv omtale av norsk sjømat generelt, norsk laks spesielt, norsk oppdrettsnæring, norsk gastronomi – ja hele resten av Norge!

Planlegging, finansiering og gjennomføring av besøket har vært et samarbeid mellom IN, UD v/den norske ambassaden i Tyrkia og Eksportutvalget for fisk (EFF). Og planene er klare for oppfølgingstiltak til høsten. Da med norske kjøkkensjefer i sentrum for opptredener i fjernsynskjøkken og andre media events – i Tyrkia, i samarbeid med de kokkene vi hadde med til Norge.

Vi er nå i en god posisjon for å få mye oppmerksomhet om Norge og Norsk Sjømat i Tyrkia, som vi kan bygge videre på de nærmeste årene framover i et positivt samspill mellom IN, UD og EFF.

New Seledka!



Aleksej Zimin i aksjon.

Ny giv for Norsk Sild i Russland

Eksportutvalget for fisk AS har i vår introdusert New Seledka! – et nytt konsept med tilberedning av Norsk Sild i nye originale oppskrifter, presentert på Internett, i butikker, i annonser og på blogg. Blant annet.

Under et arrangement på ARTE FAQ i Moskva den 23. April presenterte Aleksej Zimin, matskribent og sjefredaktør i bladet "Afisha Eda" ("Matplakaten") to helt nye silderetter: "Ceviche av Norsk Sild" og "Sandwich med omelett av Norsk Sild".

- Herved lanseres den nye posisjoneringen av Norsk Sild i Russland: "En fisk for en hver anledning!", proklamerte Julia Seljeseth, EFFs utsending i Russland, og fortsatte:

- I fjor lagde Aleksej Zimin en samling nye oppskrifter med Norsk Sild for en to uker lang EFF-festival i den gastronomiske puben "Prostye Veschi" ("Enkle Ting"), der journalistene, og dernest kundene ble servert en fem retters meny med Norsk Sild. I dag, i den konseptuelle fornyelsen av dette tradisjonsrike produktet skal vi demonstrere tilberedning av to retter, som vil stå på menyen her på ARTE FAQ de neste 14 dagene.

Deretter demonstrerte Aleksej Zimin og lovpriste de norske råvarene:

- Silda fra Norge er et vidunderlig produkt, som passer like godt inn i både de mest hardtslående og de mildeste kulinariske omgivelser. Samme sild oppfører seg helt forskjellig i forhold til de øvrige ingrediensene i den "harde" cevichen og den "milde" omeletten. De to rettene tolker sildekarakteren hver på sin måte. "Fiskedager" var populære allerede i

gamle Russland. Seinere, i sovjetperioden, snakket man om "fisketorsdager", da det torsdagene bare ble servert fisk på spisestedene. Fisketorsdag ble derfor et naturlig begrep som overbygning for mediasatsingen for New Seledka.

Internettkampanjen for New Seledka omfatter artikler, oppskrifter (også nedlastbare i pdf), sildeleksikon, helse- og ernærings tips med online rådgivning, videokokkelering, spill, postkort og annen underholdning med stort trykk hver torsdag på www.Lady@Mail.ru i tillegg til en meget populær og godt besøkt New Seledka-blogg. Ved siden av tradisjonell annonsestøtte blir det også gjennomført butikkampanjer med spørrekonkurranser.

New Seledka er i 2009 planlagt gjennomført i tre bølger, i vår, i sommer og i høst og beregnes avsluttet 25. oktober. De foreløpige resultater fra vår-bølgen viser en ROI (return on investment) på ca 5,5, som regnes som svært høyt for denne typen aktiviteter.



Bloggsiden New Seledka.

Sjømatmessen i Tokyo er i gang, i et japanmarked med positiv utvikling for Norsk Sjømat



Ambassadør Arne R. Walther og fiskeriutsending Hans Petter Næs gleder seg over positiv utvikling i Japan for norsk sjømat, på åpningsdagen av Tokyo Seafood show.

Den 11. Japan International Seafood and Technology Expo (populært kalt "Tokyo Seafood Show") er i gang.

Norsk Sjømat er som alltid tilstede med EFFs stand, og Norges ambassadør til Japan, Arne R. Walther, klippet snoren under den formelle åpningen på onsdag.

Japan er inne i en vanskelig økonomisk situasjon, noe som får effekter på mange felt, også for omsetningen i varehandelen.

For Norsk Sjømat derimot er det positiv utvikling over nesten hele linjen. Eksportverdien i første halvår er opp 40% i forhold til i fjor, noe som ikke kun skyldes at lodda er tilbake. Laks har så langt i år økt med 8 % i volum, makrelleksporten er opp i verdi på grunn av bedre priser, og kongekrabbe er kraftig opp i forhold til i fjor. Kun ørret har falt noe i volum, men også her er totalverdien opp p.g.a. prisnivået.

Eksportutvalget for fisk har løpende markedsaktiviteter for laks, ørret og makrell i både detaljist og restaurantsegmentene, noe som er en viktig faktor for å utnytte mulighetene i et marked som varierer, men som fortsatt er ett av verdens største sjømatmarkeder og der Norsk Sjømat har en sterk profil – som utnyttes.



Innovative Kinesiske måltider med

Fra august til slutten av oktober 2009 kan man i Beijing få muligheten til å oppleve nye og innovative Kinesiske retter med Norsk laks ved flere utmerkede restauranter i byen. Denne promosjonen er kalt "The Eight Immortals Crossing The Sea", og er inspirert av et kjent sagn (folkeeventyr) i Kina.

Historien bak konseptet:

"The Eight Immortals Crossing The Sea" har sitt opphav som en samling av historier fra ulike Kinesiske dynastier. Kort fortalt følger historien åtte karakterer (The Eight Immortals) og deres reise over havet. Det blir videre beskrevet hvordan disse karakterene brukte ulike måter/objekter for å fullføre sin ferd. Av denne historiske fortellingen følger et hverdagslig ordtak som lyder:

"Når noen forsøker å fullføre samme oppgave gjennom ulike metoder, følger de prinsippene til de åtte udødelige som krysset havet".

Norsk laksemåned med åtte retter

Den Norske laksemåneden følger konseptet til "The Eight Immortals Crossing The Sea", hvor hver deltakende restaurant viser til åtte ulike retter som inneholder Norsk laks i sine menyer. Restaurantene har her hatt en unik mulighet til å bruke sin ekspertise innen mat - og kokkekunst i en kreativ setting, hvor de står fritt til å presentere sine egne oppfatninger rundt "The Eight Immortals Crossing The Sea".

Målet for denne promosjonskampanjen er å skape større kjennskap til - og preferanse for Norsk laks som en perfekt

fiskeingrediens for ulike kinesiske retter. Et videre mål er å popularisere Norsk laks i kinesiske restauranter, samt å styrke kjennskap til og motivasjon for å eksperimentere med og bruke produktet blant kinesiske kokker og konsumenter.



Kinesisk illustrasjon av de åtte udødelige som krysset havet.



Norsk Laks

Promosjonene blir styrt av Eksportutvalget For Fisk i Kina. Huajia Yiyuan er den første restaurantkjeden som har startet sin promosjonskampanje i august, der et vellykket mediaevent ble avholdt ved kjedens nyeste restaurant den 13. august. På kjedens menyer kan man finne Norsk laks med Ma Tofu, og til og med råe laksesandwicher dyppet i sjokolade, en rett som viste seg å være overraskende velsmakende. Tilbakemeldingen fra kokker, konsumenter og media er meget positiv.

Så langt har fire restaurantkjeder allerede meldt sin promosjonsdeltakelse for "The Eight Immortals Crossing The Sea". EFF anbefaler nordmenn som befinner seg i Kina til å oppsøke disse for å oppleve norsk laks med en meget spennende vri.

Big IQ

Norsk Laks, grilla dig smart.
www.norskfisk.se

NORGE

Denne annonsen var kvartfinalist i årets DN-cup ...

Bara 3 % har över 128 i IQ.
Bara 3 % grillar lax.

Hjörnen står fint av lax. Det vet vi och åter lax flamm griller i minsten året runt. Men när det kommer till grillen, då händer det något. Knappa 3 % av alla som grillar är lax. Ändå är det inte svårare att grilla en lax. Du gör precis som när du grillar kött. Rangert galler penslat med lite olja, underligt med värme och röksmaka på laxen nedåt. Behövs det verkligen 128 i IQ för att klara det? Tips och recept finns i en broschyr som du hittar vid fiskduben eller på vår hemsida www.norskfisk.se. Trevlig sommar!

GRILLA DIG SMART

Norsk lax och hur du lyckas med grillningen.
www.norskfisk.se

NORGE

... mens denne kom til semifinalen i 2007

KLOKA BROR!

For den som vil frem i verden er smiger et anvendelig verktøy. I Sverige har Eksportutvalget hatt stor suksess med å koble husholdningskonsumet av Norsk Laks med det svenske IQ-nivået. Det sies jo at det ikke finnes den smiger som er så tjukk at ikke litt sitter igjen.....

DN-cup er Dagens Nyheters reklamekonkurranse i cupformat. Den ble i år arrangert for sjette gang. DN ønsker gjennom konkurransen å stimulere til kreative avisannonser.

Reklamebyråene melder på sine beste merkevareannonser i helsides avisformat, og annonsene som deltar kan ikke ha vært vist tidligere.

I løpet av juli måned konkurrerer annonsene mot hverandre etter utslagsmetoden. En fagjury bedømmer annonsene etter idé, tydelighet, relevans og håndverk og DNS lesere inviteres til å stemme på dem. Cupfinalen avgjøres av DNS lesere alene.

Det koster kr 75.000 for å delta. For hver gang man går videre og slår ut sin konkurrent får man et nytt helsides innrykk på side 3 eller 5 i DN. De åtte annonsene som når kvartfinalen får minst tre innrykk, og der havnet Norsk Laks i år med Big IQ!

Norsk Laks deltok også i 2007, da med en annonse som tilsynelatende "dokumenterte" at det bare er de 3 prosentene svensker med IQ over 128 som er gløgge nok til å grille Norsk Laks.

Den kom til semifinalen og vi fikk altså hele 4 innrykk for deltakeravgiften, hvilket er solid valuta for pengene, spesielt fordi DN-cupen er en ekte svensk "snakkis" i agurktiden, og fordi vi parallelt med denne annonseringen kjører familielike aktiviteter i andre medier.

SJØMAT RULER FOR ROCKERE

Et av sommerens store norske markedsføringsprosjekter i regi av Eksportutvalget for fisk (EFF) er Buktafestivalen i Tromsø. Festivalen har sammen med EFF utviklet en sjømatprofil som gir både norsk sjømat og EFF god synlighet og stor oppmerksomhet i en viktig målgruppe.



Glade Buktafestivalister med Fesk og Potedes.



Alt for kunsten! Nytt band øver i Buktafotoboksen 2009.

- Gjennom vårt arbeid med Buktafestivalen kan vi verve tusenvis av nye sjømatambassadører i Nord-Norge. Publikum møter sjømaten og EFF på alle serveringspunktene rundt om på festivalområdet, der det ble solgt ca. 300 kilo sei fordelt på 1300 porsjoner "Fesk og potedes" og over 200 kilo bacalao fordelt på oppunder 500 porsjoner!

- Tilbakemeldingene vi får er fantastisk gode. Samtidig engasjerer vi store deler av vår organisasjon som får ta praktisk og fysisk del i markedsaktiviteter for norsk sjømat, sier informasjonsdirektør Christian Chramer.

EFF har lagt vekt på å utvikle nye konsepter for markedsføring til festivalen hvert år. I 2008 var nyvinningen en 4 meter høy tørrfiskhjell midt på festivalområdet hvor publikum gratis kan banke sin egen tørrfisksnacks - i år gikk det med ca. 350 kilo prima tørrfisk og bare et par blå tommeltotter!

Nytt av året var tilbudet om å få sitt festivalfoto tatt i EFFs egen fiskefotoboks. Over 800 bilder ble tatt, og etter at disse ble lagt ut på www.godfisk.no/flickr har vi generert om lag 17 000 bildevisninger!

Arrangøren har evaluert festivalen i etterkant, og i rapporten meldes det at over 75 % av de spurte mener festivalens sjømatprofil er "tydelig" eller "svært tydelig". I tillegg oppnår EFF som organisasjon stor synlighet: I listingen over offisielle samarbeidspartnerne kommer EFF på andreplass, kun slått av Mack.

- Vår strategi har vært å gå inn med mange kompetente medarbeidere og stort engasjement. Det har gitt EFF og sjømat en tydelig plass i festivalgjestenes bevissthet. Vi er en kunnskapsorganisasjon som har behov for å være synlig ovenfor fremtidige medarbeidere og våre samarbeidspartnere. At vi lykkes så godt er både viktig og svært gledelig, sier HR-direktør Rigmor Abel i Eksportutvalget for fisk.



For femte år på rad blir norsk sjømat tilberedt på TV-skjermer over hele verden.

Det norskproduserte mat- og reiseprogrammet Perfect Day sees av 100 millioner mennesker i flere enn 100 land. Et årelangt samarbeid mellom produksjonsselskapet Tellus Works og Eksportutvalget for fisk (EFF) har gjort programmene til et utstillingsvindu for norsk sjømat.

- Publikum til disse programmene er så bredt sammensatt at vi ikke på noen annen måte kan nå så mange så raskt med historien om norsk sjømat, sier Svein Wara i EFF.

Historien bak maten

For det er nettopp historien om maten som kommer fram i disse programmene. I årets sesong tilbereder kjendiskokk Andreas Viestad blant annet torsk på Svalbard, sei i Bodø og kveite på Helgelandskysten. I tillegg til at TV-kokken lager en frokost, en smårett og en hovedrett, knytter hvert av programmene spennende mennesker og natur til hovedingrediensen.

- På denne måten blir råvaren forankret til en historie, og i de norske programmene viser både ord og bilder at norsk sjømat kommer fra det kalde, klare og rene havet. Inntrykket som TV-seerne sitter igjen med, er at den beste sjømaten kommer fra Norge, sier Wara.

Bærekraft

Produksjonen av årets episoder startet i sommer, og i disse dager reiser Viestad til Svalbard med kystvaktskipet KV Svalbard. Sammen med en gammel fangstmann og skipperen på kystvaktskipet lager Viestad her et program med bærekraftig forvaltning som tema og torsk fra Barentshavet som hovedingrediens.

- Dette er den perfekte rammen for å fortelle historien om miljø og forvaltning. Skipperen på broa framstår som vaktmannen over verdens største og mest verdifulle torskebestand, og som garantisten for at også våre etterkommere skal kunne legge sjømat med høy kvalitet på tallerkenen. Samtidig tilbereder Andreas Viestad godt forvaltet, kontrollert og bærekraftig torsk fra Barentshavet på bakdekket, sier Wara.

Kvaliteten på
norsk sjømat
blir nå enda
tydeligere i
fiskedisken.

Fersk Torsk

I høst vil kundene i norske fiskedisker finne fersk torsk merket med teksten «Quality Approved Norsk Fersk Torsk®» på et spesielt utformet merke, basert på den kjente Norge-logoen. Fisk med dette merket oppfyller næringens nye kvalitetsstandard og kommer fra bedrifter som Det Norske Veritas sertifiserer for å levere fersk torsk etter denne standarden.

- Fisk med dette merket har fått god behandling hele veien fra havet til disken, og dermed blir det enkelt og trygt for forbrukeren å velge kvalitet, sier kvalitetsmerkesjef Bardon Steene i EFF.

Konkurransefortrinn

Fersk torsk som bærer det nye merket, er garantert pakket samme døgn som den er fanget eller slaktet. Den er forsvarlig forvaltet, lovlig fanget og godt nedkjølt før pakking. I tillegg er den sporbar tilbake til pakkeri, pakkedato og slakte- eller fangstdato.



sk får kvalitetsmerke

Ordningen med kvalitetsmerking er et resultat av Stortingemeldingen «Den blå åker» som kom i 2005. Her står det blant annet at «Formålet med initiativet er å bidra til at næringen får et konkurransefortrinn i markedene ved å sikre en differensiert, stabil og høy kvalitet ved norske sjømatprodukter».

Denne meldingen om marin næringsutvikling var et av de første initiativene for kvalitetsmerking av norsk sjømat. Skrei var første produkt ut, siden har både kveite fra havbruk og reke fått på plass egne kvalitetsstandarder. Fersk torsk er altså klar i høst, og deretter kommer kvalitetsmerket ishavsørret og saltfisk.

Gevinst for alle

Både forbrukeren, butikkene og næringen har fordeler av at fersk torsk nå får en egen kvalitetsstandard. Med dette merket kan den enkelte kunde være trygg på kvaliteten på fisken, fiskehandleren får større forutsigbarhet for leveransene - og næringen viser på denne måten at den tar arbeidet med jevn og høy kvalitet alvorlig.

Forberedt for datostempel

En annen fordel for de i fiskerinæringen som blir med i den frivillige merkeordningen i høst, er at de vil være bedre forberedt når all fisk skal datomerkes fra 1. januar 2010.

- Disse bedriftene får på plass systemer og rutiner som sannsynligvis vil være nyttig for dem når datostemplingen blir obligatorisk, sier Karin Olsen, EFFs markedssjef for hvitfisk i Norge.

Vil merke enkeltdeler

Kvalitetsmerket Norsk Fersk Torsk er individbasert, det vil si at det er hel fisk som får merkene festet til seg. Det neste steget i kvalitetsarbeidet er å lage standarder og merker for de enkelte delene av fisken, for eksempel fileter og koteletter. - Svært mye fisk blir bearbeidet før den kommer til salgs i fiskedisken. Vi ser derfor et behov for å gjøre den norske kvaliteten synlig også på bearbejdede produkter, sier Olsen.





FRA REGJERINGEN

I neste års statsbudsjett styrker regjeringen innsatsen for at barn og unge skal spise mer sjømat. Det betyr Fiskesprell i flere skoler og barnehager.

Fiskeri- og kystdepartementet øker bevilgningen til folkehelseprosjektet «Fiskesprell» til 3 millioner kroner, mens Helse- og omsorgsdepartementet viderefører sin støtte på 1 million i forslaget til neste års statsbudsjett.

- Dette er en av de virkelig gode investeringene i barn og unges helse i dette statsbudsjettet. Det beste er at den vil gi enda større avkastning på lengre sikt, vi vet jo at matvanene vi etablerer tidlig, følger oss gjennom livet, sier prosjektleder Asbjørn Warvik Rørtveit i Eksportutvalget for fisk.

Regjeringens handlingsplan

Sammen med bidragene fra Eksportutvalget for fisk og fiskesalgslagene blir den totale summen til «Fiskesprell» mer enn 8 millioner neste år. Disse pengene skal brukes til å sette mer sjømat på menyen i norske skoler og barnehager, gjennom kursing av barnehageansatte og pedagogiske aktiviteter i barnehager og skoler. Prosjektet er en oppfølging av regjeringens handlingsplan for et bedre kosthold i befolkningen.

- Vi vet at barn og unge spiser mindre sjømat enn voksne. Når vi nå har satt i gang et tiltak som vi ser gir gode og varige resultater, er det bra at vi får satse enda mer, sier Rørtveit.

Gode resultater

Evalueringer et år etter at «Fiskesprell» ble et nasjonalt folkehelseprosjekt, viser at tiltaket effektivt når målene: Barna i nesten halvparten av barnehagene som har deltatt i prosjektet spiser nå sjømat som varmt måltid minst én eller to ganger i uken. Tidligere serverte tre av fire barnehager sjelden eller aldri et varmt måltid sjømat. Også som pålegg er sjømat langt vanligere etter at de ansatte i barnehagen har vært på Fiskesprell-kurs.

Større innsats

Forrige skoleår var 50.000 ungdomsskoleelever og 1.300 barnehageansatte med i prosjektet. Med en større pott vil de ansatte i enda flere barnehager få tilbud om Fiskesprell-kurs, og prosjektet kommer enda sterkere inn på skolens mellomtrinn.

- De ulike aktivitetene i «Fiskesprell» bidrar til å løfte fiskeri- og havbruksnæringa inn i skoler og barnehager. Resultatet er både større interesse for råvarene og historiene bak dem, og framfor alt viktige kostholdsendringer, sier Rørtveit.



Prosjektleder Asbjørn Warvik Rørtveit i EFF.

Foto: Tom Benjaminsen/EFF

ÅRETS LUTEFISKELSKER 2009 Henry Notaker



En glad og overrasket Henry Notaker mottar diplommet fra EFFs Pjokken Eide på Gamle Raadhus.

I nærvær av en samlet norsk matpresse og mange etablerte matpersonligheter ble Henry Notaker høytidelig utnevnt til Årets Lutefiskelsker 2009 på Gamle Raadhus Restaurant torsdag 15. oktober.

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

At den som utnevnes må elske lutefisk ligger innbakt i prisens tittel. Gjennom årene har de tilleggskriterier utkrystallisert seg at elskovsforholdet må ha pågått over lang tid, og at vedkommende fra sin plass i lutefiskens lange verdikjede eller langs en av dens mangslungne sideveier spiller en fremtredende rolle som ekspert likeså vel som entusiast.

Forfatter, journalist, kåsør og programleder Henry Notaker oppfyller alle disse kriterier i fullt monn: Rundt halvparten av hans imponerende bokproduksjon handler om matkultur og -historie, og lutefisken er hyppig omtalt og lovprist gjennom hele hans forfatterskap. I tillegg kommer utallige artikler og foredrag om emnet, på engelsk, fransk, spansk og portugisisk som han skriver og snakker flytende.

På hans diplom står det: *I nesegrus beundring for hans langvarige og fagkyn-dige innsats for å presentere lutefisken som høyverdig matkultur utnevnes Henry Notaker til Årets Lutefiskelsker 2009.*

Foto: Ragnhild Eriksen Heen/EFF



Finale deltakerne i "Singapore Young Chef Games 2009" på ett brett. EFFs Mika Tomiyama i midten til venstre.

Suksess for Singapore Young Chef Games 2009

Finalen i denne kokkekonkurransen på Temasek Culinary Academy lørdag den 3. oktober ble svært spennende og vellykket.

Konkurransen

Finalen var en avrunding av en rekke seminarer om norsk laks i de tre kokkeskolene Institute of Technical Education Singapore, Temasek Culinary Academy og Shatec Institutes. Disse seminarne arrangeres for å lære studentene egnede tilberedningsteknikker, øke produktkunnskapen om norsk laks og informere om laksens nærings- og helseverdi.

Åtte team konkurrerte om å komponere innovative og næringsrike retter med norsk laks som hovedingrediens, denne gang inspirert av de fem kontinentale kjøkken: henholdsvis afrikansk, asiatisk, amerikansk, europeisk og australsk – forut for Olympiske Leker for ungdom som skal arrangeres i Singapore i 2010.

Vinnerne

Rosella fra Shatec Institutes gikk seirende ut av konkurransen om reise og opphold i 5 dager under World Expo 2010 i Shanghai, Kina. Sammen med teammedlemmene Creasperson A Carlos og Melissa Liew Sau Mei tryllet hun frem en serie originale og lekre retter med avanserte teknikker som sous vide, hjemmerøyking, grilling på kull osv.

- Jeg er både sjokkert og lykkelig over seieren. Vi ble tildelt et av de vanskeligste kontinentene, og måtte skaffe spesielle ingredienser fra Afrika for å sikre at vårt finalebidrag ble så autentisk som mulig, uttalte en sliten, men lykkelig vinner.

Dommerne

Hoveddommeren, Rick Stephen, kjøkkensjef ved Singapore Airport Terminal Services og medlem av Singapore Chefs Association, var svært fornøyd med prestasjonene til alle teamene i konkurransen. Han mente imidlertid at mer trening med råvaren ville være nyttig for de unge kokkene i arbeidet med delikate ingredienser som norsk laks.

- Dette er ferdigheter som også vil komme til nytte i deres fremtidige kulinariske karriere, sa han og tilføyet at han mente at fileteringskurset en annen av dommerne, kjøkkensjef Karl Dobler, kampanjeambassadør for "Norwegian Salmon – Mega Tasty", holdt i forkant av finalen bidro sterkt det høye nivået.

De øvrige dommerne var Jimmy Chok, kjøkkensjef på The Academy Bistro, Todd Farr, assisterende direktør for prosjekter fra Peter Knipp Holdings Pte Ltd, Leow Sooi Mee, ernæringsfysiolog og kostholdskonsulent og Mika Tomiyama, regionleder for Sørøst-Asia-avdelingen til Eksportutvalget for fisk

Ellers fulgte både den norske ambassadøren til Singapore, Janne Julsrud og kjøkkensjef John Sloane, sjef for kokkeorganisasjonen WACS - World Association of Chefs Societies årvåkent med under avslutningen av den spennende konkurransen.

Ny giv for Norsk Saltfisk i Spania

Utfordringene for saltfisk i vår og sommer har utløst økt satsing på EFFs markedsaktiviteter for dette produktet i Spania, med en million kroner i høst og ytterligere halvannen million til våren.

Saltfisk har en godt innarbeidet plass i den spanske matkulturen, og er en gjenganger på mange restaurantmenyer. Men i husholdningene er det stort sett den eldre generasjon som vet hvordan denne fantastiske råvaren skal behandles og tilberedes. Saltfisk er i Spania dessuten også sesongbetont sterkt tilknyttet påsken, og det er gjennomgående liten oppmerksomhet om det norske opphavet.

- Vi ønsker allerede nå å gjøre den norske opprinnelsen mer synlig helt ned på den enkelte fisk slik at den blir lett å velge for forbrukeren, sier markedsjef for konvensjonelle produkter i EFF, Svein Wara.

- I tillegg vil vi snart introdusere kvalitetsmerkede produkter i Spania, og selv om vi generelt sier at den beste sjømaten kommer fra Norge må vi da tydelig merke de produktene som ikke bare er norske, men dertil av eksepsjonelt god kvalitet.

EFFs utsending i Spania, Espen Hanson har planene klare for prioriteringene i høst: - Vi konsentrerer innsatsen om tre hovedområder: Media, Skolering og HoReCa.



En stolt Knut Garshol i Klippfiskbutikken i Kristiansund poserer for spansk presse.

Media

- Mediadelen består i en serie reportasjer om saltfisk fra Norge i forskjellige fagtidsskrifter, som et resultat av en pressetur for spanske matjournalister som ble gjennomført tidligere i høst. Reportasjene konsentrerer seg om saltfiskens opprinnelse, kvalitet, kultur og tradisjoner, og følges opp av en tilsvarende innrettet annonsekampanje.

Skolering

En viktig aktivitet er EFFs tilbud om kompetanseheving til unge kokker og kokkeskoleelever i form av seminar og konkurranser, bl.a. i det årlige Pintxosmesterskapet som arrangeres for fjerde gang i forbindelse med den internasjonale kongressen San Sebastian Gastronomika i slutten av november. Der skal det bl. a. konkurreres om en pris for den beste Pintxo (en slags tapas) av/med Norsk Saltfisk. Førstepremien er en drømmedag med årets Bocuse-vinner Geir Skeie i Kulinarisk Institutt i Oslo. Skeie vil selv være til stede i San Sebastian og dele seg selv ut som førstegevinst når vinneren kåres.

- Det er ingen tilfeldighet at restaurantaktivitetene gjennomføres i og omkring San Sebastian, understreker Hanson, - den baskiske hovedstaden er Spanias matmetropol og landets svar på Frankrikes Lyon.

HoReCa

HoReCa-satsingen består i første omgang, dvs. i høst, av en omfattende restaurantkampanje, også denne i Baskerland. I tillegg gjennomføres en grundig og detaljert undersøkelse og markedsanalyse av saltfisknæringen i Spania, særlig med henblikk på å kartlegge distribusjonen. Resultatene herfra vil i neste omgang, dvs. våren 2010, brukes til målrettet informasjon om det nye kvalitetsmerket for Norsk Saltfisk, så snart dette foreligger og er operativt, avslutter Hanson.



Faksimile av én av mange bacalaoartikler som blir publisert i spanske mattidsskrifter i løpet av november.



Anton Turchins kalde jødiske snacks av Norsk sild.

Norsk sildefestival i St. Petersburg

Som en del av kommunikasjonsprosjektet "New Seledka" arrangerte Eksportutvalget for fisk i tiden 15. oktober til 15. november en norsk sildefestival som omfattet hele 22 restauranter i St. Petersburg.

Under festivalens åpningsseremoni tidligere i høst fikk representanter fra media, symbolsk men bokstavelig, oppleve at norsk sild ble avkledd sin tradisjonelle russiske pels! "Seledka pod Shouby" – fritt oversatt til "pelskledd sild" – er nemlig regnet som en av Russlands nasjonalretter. Men ved denne anledning fikk journalistene smake på originaloppskrifter i konseptet "New Seledka" tilberedt av de beste kjøkkensjefene i det nordlige Russland, som f.eks. **Ilya Lazerson**: Norsk sildesalat i sprø rundstykker, **Vadim Stepanov**: Rugbrød med Norsk sildefilet og fløte- og tranebærsaus og **Anton Turchin**: Kalde jødiske snacks av Norsk sild.

- Sild oppnår sin unike smak via konservering, dvs. salting som tilfellet er med Norsk sild. I så henseende er silda en



"Seledka bez Shouby" Pelsene faller under kampanje-åpningen! Rune Aasheim og Julia Seljeseth til venstre for silda.

verdig parallell til modnet ost, vellagret brandy, eldre viner og fermentert soya-saus. Selv om Norsk sild er smakfull og rimelig næring, kan den ikke betegnes som et produkt for ALLE!, hevdet Ilya Lazerson for det fremmøtte pressekorps.

Generalkonsul Rune Aasheim fra Det kongelige norske generalkonsulatet i St. Petersburg og EFFs representant i Russland, Julia Seljeseth, var til stede under åpningen av festivalen.

- Slik implementerer vi produktets nye posisjon:

"Norsk sild - en fisk for enhver anledning!"

uttalte Julia Seljeseth, EFFs markedssjef i Russland.

- Vi fokuserer på produktets nye image, enestående kombinasjonsmuligheter, nye oppskrifter og å styre unna tradisjonelle matvaner. New Seledka er ikke et eksperiment igangsatt for å eksperimentere, men snarere et prosjekt utformet for å promotere smaken og oppfatningen av sild fra en ny vinkling, ja, muligens en ny måte for å innføre en kulinarisk trend, presiserte hun avslutningsvis.

Så det var utradisjonelle måltider med norsk sild som sto på menyen til de medvirkende restaurantene under den norske sildefestivalen. En egen komité valgte den beste norske sildemenyen, og kjøkkensjefen for vinnerrestauranten ble belønnet med en reise til Norge i 2010, mens det ble pengepremier til restaurantene på andre- og tredjeplass.



Kommunikasjonsheder til EFF i Italia

Fra prisutdelingen. F.v.: Claudio Rascio (Edelman), Alessandro Cecchi Paone (TV-personlighet og prisutdeler), Birgit Aarønæs Zanella (EFF, Italia) and Giusi Riccobono (Edelman).

DEN NORSKE SMAKSOPPLEVELSEN, EFFs langsiktige utdanningsprosjekt for tørrfisk og laks i Italia, ble nylig tildelt den prestisjefylte italienske Assorel-prisen for god kommunikasjon 2009.

29. oktober mottok EFF og Edelman, EFFs kommunikasjonsbyrå i Italia, Assorel-prisen for 2009 i klassen Bedriftskommunikasjon for kampanjen "Den ekte norske smaksopplevelsen". Dette er et paraplyprosjekt som samler kommunikasjonsaktivitetene som nå gjennomføres av EFF i det italienske markedet med vekt på at det norske opphavet sikrer god kvalitet på sjømaten og derfor gir en unik smaksopplevelse.

Assorel-prisen

Assorel er en italiensk forening for PR-byråer med 49 nasjonale og internasjonale medlemmer. Hvert år belønner Assorel de beste kommunikationskampanjene i forskjellige kategorier. Vinnerne blir kåret av en jury bestående av sakkyndige fra institusjoner, industrier, media og universiteter som analyserer kampanjene, supplert av en offentlig nettbasert avstemning. Eksportutvalget ble for øvrig tildelt Assorel-prisen også for 2003, den gangen i kategorien Produktkommunikasjon.

Den norske smaksopplevelsen

Italienerne er stolte av sin "Middelhavsmat", og det er veldig vanskelig å introdusere nye matvaner eller gjøre endringer i de som allerede eksisterer. For å få gjennomslag har EFF i samarbeid med Edelman utviklet et langsiktig og integrert utdanningsprosjekt for tørrfisk og laks med det formål å markere Norge (og norsk sjømat) som en garantileverandør for sikkerhet, smak og kvalitet. Målgruppene er presse, særlig matjournalister, forskere, ledende butikkjeder, restauranter, berømte kokker, nasjonale og lokale kjendiser og forbruker-/matorganisasjoner.

Aktivitetene tar sikte på å engasjere toneangivende aktører i disse miljøene som "ambassadører" for norsk sjømat gjennom egne smaksopplevelser, f. eks. spesielle temamiddager med trendsettere, en norsk "Happy hour"-kampanje, kunnskapsreiser eller kokkeklasser for journalister med berømte kokker og lunsjpakker med norsk sjømat sendt til redaksjonskontorer – i tillegg til nettbaserte og sosiale medieaktiviteter.

Resultatene

Oppsummeringen viser at strategien for og gjennomføringen av prosjektet for 2008 var effektiv: nesten 500 artikler/redaksjonell omtale og TV-/radiosaker i media med til sammen 150 millioner lesere/seere + 20 artikler skrevet av sakkyndige som støtter norsk sjømat. Kampanjen førte til at vi fikk mange nye "norsk smak-ambassadører": Mer enn 3 000 deltok på arrangementene og 150 journalister har vært involvert i aktiviteter. Av de 150 000 besøkende på nettstedet www.fiordisapori.it i løpet av en kampanjereide på tre måneder registrerte 5 000 seg som abonnenter. Videre ble en av videooppskriftene som ble laget og lastet opp på EFFs kanal på Youtube www.youtube.com/user/Fiordisapori en av de mest sette videoene på hjemmesiden, og førte til mer enn 40 000 besøk på siden med videooppskrifter.

Annonseverdien av EFFs samlede PR-aktiviteter i Italia i 2008 er forøvrig beregnet til €12 millioner.

Norske kamskjell mot beinmargskreft i Afrika!

EFF går stadig nye veier for å skaffe anerkjennelse og berømmelse for norsk sjømat. Nylig sponset vi et stort veldedighetsarrangement i London med Norske kamskjell.

De fire unge norske kokkene Tor Jørgen Kramprud Arnesen, Trond Svendgård, Hans Kristian Larsen og Mathias Spieler Bugge utgjør kokketeamet **"The Flying Culinary Circus"** som reiser verden rundt og tilbereder kulinariske delikatesser for de helt store anledningene. Etter opptredener i Tintswalo Atlantic, Cape Town og Burj al Arab, Dubai var de nylig ansvarlig for serveringen til en superkjendissamling i The Mayfair Hotel i London, til inntekt for ACLT, The African Caribbean Leukaemia Trust. Dette er en veldedig stiftelse som bidrar til operasjoner for mørkhudede med benmargskreft, frontet av The Duchess of York, Sarah Ferguson.



Hans Kristian Larsen legger opp de Norske kamskjellkanapéene til de mange fremskutte gjestene under ACLT-gallaen.

I tillegg til de EFF-sponsede råmarinerte kamskjellene som ble servert med eple & wasabisorbet (nedfrosset med flytende nitrogen) og ponzu saus, sto også Norsk kongekrabbe og varmrøykt Norsk laks på menyen for de vel 110 høyt profilerte og velstående gjestene.

Restauranteier John Vincent gikk seirende ut av budrunden da de norske kokkenes tjenester ble auksjonert bort til det gode formål: Han bød NOK 50 000,- for å få teamet hjem og lage middag til seg og kona på deres 10-års bryllupsdag. En annen av gjestene bød like høyt og vant også besøk av det talentfulle norske kokketeamet, som altså bidro med kr 100 000,- til det gode formål – bare ved å gjøre det de kan og liker best å gjøre!

Neste oppgave for det flygende norske kokkesirkuset er kokkelering i forbindelse med Nobelkonserten i desember og i VIP-området ved flere av konsertene under avslutningsturneen for aha, som for øvrig avsluttes i Oslo Spektrum 4. desember 2010.

Kokkene i The Flying Culinary Circus presenterer sine kamskjellkanapéer for hertuginnen av York, Sarah Ferguson.



Via avisen "Vash Vkus" ble EFF nylig invitert av selveste Patriarken av den russisk-ortodokse kirke til å stå for en spesiell tilstelning i spesielle omgivelser: En master-class demonstrasjon av Norsk Laks i patriarkens residens i Danilov-klosteret i Moskva.



Father Feognost ønsker velkommen til klosterets spisesal.

Norsk-ortodoks laks i russisk-or

Til denne begivenheten, som gikk av stabelen 23. oktober, hadde EFF invitert den profilerte kjøkkensjefen Anver Usipov til å presentere og demonstrere retter av norsk laks og sild i kjøkkenet tilknyttet klosterets spisesal, i nærvær av 15 journalister innkalt for å gi arrangementet behørig pressedekning. Anver Usipov har selv besøkt Norge og vet hva han gjør og snakker om når det gjelder norske råvarer. Dette ga EFF en enestående mulighet til å flagge den norske sjømatens mange gode produktetegenskaper og anvendelsesmuligheter med solid faglig tyngde.



Kokk Oleg Olkhov serverer en smaksprøve til sin sjef Father Feognost som bare lager mat i klosteret når patriarken er til stede.

Julia Seljeseth, EFFs utsending i Russland, åpnet arrangementet slik:

- Det er en stor ære å være her i patriarkens residens i hjertet av det russisk-ortodokse samfunn, og å få dele noen av våre verdier med dere, her i form av den unike allsidighet og utnyttelsesgrad den norske laksen representerer ved alle typer måltider, og - ikke minst - å få dele med dere den russiske smak av Norge!

Hele matseansen varte i godt og vel 2 timer, og det ble servert laksetartar, gravlaks og stekt laks i tillegg til små kanapeer av sild. Alt var laget fra grunnen av der og da og alle, både kokker og pressefolk var imponert over at det gikk så fort og det ble så godt.

Klosterets kokker kunne fortelle at de serverer mye fisk, spesielt i fasteperiodene, og at Kirill, den nye patriarken som tiltrådte i februar i år, er svært glad i fisk. Videre kan det bli store middagsselskaper når patriarken tar imot gjester. Så grunnen til vi ble spurt om å komme og holde master-class var at de trenger mer variasjon og nye ideer. De falt fullstendig for rå laks med olje og soya og litt salt og pepper, og lovet at de ved førstkommende anledning skulle servere dette til "sjefen".



todoks kloster!

Til slutt fikk alle deltagerne en utvidet omvisning i det fantastiske Danilovklosteret, ofte kalt himmelens hovedsete på jorden - også i lokaliteter der de ikke til vanlig slipper folk inn. Vi fikk også en te-seremoni i patriarkens egen spisesal, der de normalt bare slipper kvinner inn én gang i året, så vårt besøk ble viet stor oppmerksomhet før det ble avsluttet med at vi alle, som en takk fra klosteret, fikk med oss brød fra klosterets bakeri.



"Vår mann", kokken Anver Usipov (t.v.) i samtale med patriarkens personlige kokk Father Feognost.

Jakter på smaken av sjømat



Har du smaken av torsk på tunga, men får ikke satt ord på den? Eksportutvalget for fisk vil løse tungebåndet hos alle som skal beskrive den norske sjømaten.

Er det rekene selv, eller er det kokevannet som gir den friske og salte smaken? Hvordan vil du beskrive smaken av laks, hvis du ikke kan si at laksen ganske enkelt smaker - ja, nettopp laks? Og hva skiller smaken av steinbit og smaken av torsk?

Eksportutvalget for fisk vil finne uttrykkene som beskriver hvordan ulike typer sjømat smaker, og hvilke ord som skiller smaken av den ene arten fra smaken av den andre. Derfor inviterte de til smaksverksted i Tromsø, ledet av sensoriker Marit Rødbotten fra Nofima mat og master of wine Arne Ronold.

- Det er åpenbart at vi mangler en språklig verktøykasse som kan beskrive smakene på de ulike fiskeslagene. Når vi skal gjøre noe med det, er det viktig at vi finner de ordene som forbrukeren også kjenner igjen. Da må vi unngå vanskelige fagbegrep, sier Ronold.

Første steg

Rå, stekt, dampet og ovnsbakt kom blant annet laks, ørret, torsk og kamskjell på bordet, mens alle deltakerne smakte, noterte - og til slutt diskuterte. I alt var nærmere 30 smaker på bordet og oppe til debatt. Smaksverkstedet på Skarven kulinariske teater er første steg i det som sannsynligvis blir et lengre arbeid for å finne de felles ordene og beskrivelsene som bransjen, forbrukere og kokker kan bruke når de snakker om smaken av sjømat.

Gir merverdi

Med på seminaret var også produktutviklere og kokker som ønsker seg mer presise beskrivelser av sjømatens smak.

- Større kunnskap om smaken kan gi oss bedre produkter, mer matglede og hvert enkelt produkt kan tilberedes på den optimale måten, sier produktutviklingssjef Fredrik Hald i Lerøy Seafood Group.

Restauratør Roy Magne Berglund, som står bak restauranten Du Verden i Svolvær, tror ordene for smaken kan gi råvarene fra havet enda større verdi på menyen.

- Kokker og servitører som kan beskrive smaken, har også lettere for å begrunne hvorfor vi velger og anbefaler råvarene, sier Berglund.

Norsk klippfisk-kule ble baskisk tapasmester

23. november gikk finalen i det baskiske tapasmesterskapet Campeonato de Pintxos de Euskal Herria av stabelen i San Sebastian. I klassen for tapas av Norsk saltfisk, Pintxo de Bacalao Noruego, vant den franske kokken Vivien Durand med sin Sprø Norsk Klippfisk-kule, Bola crocante de Bacalao Noruego.

Konkurransen

Baskerland er Spanias gastronomiske sentrum, og dette tapasmesterskapet er en del av den store årlige Gastronomika-festivalen for profesjonelle kokker i baskerhovedstaden San Sebastian. I finalen deltok kokker fra fem serveringssteder som hadde vunnet hver sin semifinale i de tre spanske baskiske provinsene Araba, Gipuzkoa og Bizkaia, samt Navarra og Iparralde i fransk baskerland.

Vivien Durands Bola crocante de Bacalao Noruego



Årets Bocuse d'Or-vinner, Geir Skeie, overrekker så vel seg selv som en flott pokal i førstepris til Vivien Durand, under oppsyn av EFFs utsending i Spania, Espen K. Hanson.

- Det er ingen tilfeldighet at vi har konsentrert høstens aktiviteter for Norsk saltfisk i Spania om San Sebastian, som jo er Spanias svar på Lyon, sier EFFs utsending i Spania, Espen Hanson, og under Gastronomika-festivalen er hele den spanske kokkeeliten samlet på et brett og i modus for å motta nye impulser!

Det høye nivået på rettene som ble presentert gjorde bedømmelsen vanskelig for juryen. Etter intense vurderinger falt til slutt valget på restaurant Lieu Dit Vin Hendaya i provinsen Iparralde og kokken Vivien Durand. Jury medlem Geir Skeie kommenterte at det under avgjørelsen var blitt lagt vekt på at vinnerretten Bola crocante de Bacalao Noruego var den som i utførelsen var mest tro mot definisjonen av en Pintxo, som er egentlig betegnelsen for den pinnen man bruker når man forsyner seg med en tapas. I tillegg til den flotte pokalen vant den franske kokken også en tur til Norge, inkludert dagens kurs ved Kulinarisk Akademi i Oslo, et med den ansvarlige for akademiet og ett med Geir Skeie.

Masterclass

På ettermiddagen holdt Geir Skeie en masterclass i forbindelse med hovedkongressen San Sebastián Gastronomika. Her foreleste Skeie om Norsk saltmodnet torsk og demonstrerte tre miniretter med saltfisk som hovedingrediens.

Tidligere i høst arrangerte EFF en nasjonal klippfiskkonkurranse for elever ved alle de spanske kokkeskolene. Premien for de tre beste i denne konkurransen var en reise til San Sebastián Gastronomika og for de tre unge vinnerne ble det en ekstra opplevelse at de fikk være Geir Skeies commis'er og assistere ham under denne masterclassen.



Slik så produktforsendelsen til de 500 baskerrestaurantene ut.

Restaurantkampanje

Parallelt med aktivitetene knyttet opp mot Gastronomika gjennomførte EFF en saltfiskkampanje overfor 500 utvalgte restauranter i Baskerland. Denne besto i distribusjon av en lekkert emballert prøve på Norsk saltfisk pakket sammen med en fylldig informasjonsfolder med historien tilbake til starten i 1692 i Kristiansund og frem til i dag + mye annen relevant produktinformasjon.

Faksimile av del av oppslag på VG-nett



Gode mattips og julens beste sjømatoppskrifter når 1,5 millioner lesere på VG-nett i desember.

Utradisjonell markedsføring av juletradisjoner

Det digitale temabilaget er Eksportutvalget for fisk (EFF) sitt nye konsept for å gi torsk, laks og kveite enda større plass i norske jule- og nyttårstradisjoner.

- På denne måten ønsker vi å kommunisere matglede og inspirasjon, presentert på en helt ny måte. Slike digitale bilag er et relativt nytt produkt, og vi er de første som bruker det for å markedsføre råvarer og matopplevelser, sier Marit Stagrum Ottem, markedssjef for Norge EFF.

Gode resultater

EFF kan allerede vise til gode resultater for satsingen på denne kanalen. I november hadde nettutgavene til Aftenposten og landets største regionaviser et lignende bilag, her med oppskrifter, tips og temaartikler om torsk. I løpet av fire uker var flere enn 63.000 avislesere inne på temasidene. Hver av disse leste i snitt 1,8 av sakene.

- Vi ser at folk ikke bare klikker på en sak og beveger seg videre på nettet, de går tvert imot lenger ned i stoffet. Det ser ut som vi klarer både å få oppmerksomheten og beholde interessen hos matglade digitale avislesere, sier rådgiver Ragnhild Eriksen Heen i EFF.

Effektive kampanjer

De digitale temabilagene er det siste i rekken av utradisjonelle veier EFF bruker for å vinne både Norge og verden for norsk sjømat.

- Vi er verken den største eller den rikeste aktøren i denne bransjen, men vi vil være den mest kreative, sier Ottem.

Ottem peker på folkehelseprosjektet Fiskesprell som et annet eksempel på hvordan EFF jobber for å få mest mulig igjen for hver krone som er satt av til markedsføring av norsk sjømat i Norge.

- Fiskesprell ser ut til å ha vært en svært effektiv holdningskampanje, sier Ottem.

Nesten halvparten av barnehagene som har deltatt i prosjektet, serverer nå et varmt måltid sjømat minst én eller to ganger i uken.



Mesterkokken Gunnar Hvarnes i hyggelig passiar med middagsgjest Svein Kjeldsen hos Kirkens Bymisjon i Tromsø nylig.

Siste mandag i november, som også var "første mandag i advent" serverte Eksportutvalget for fisk (EFF) en gourmetmiddag av de sjeldne til de drøyt 60 middagsgjestene hos Kirkens Bymisjon i Tromsø

Dette var et siste ledd i en utfordring fra CARE i forbindelse med TV-aksjonen nylig, men ble samtidig et håndslag fra EFF med ønske om en usedvanlig god jul til noen av byens trengende.

Denne mandagen hadde EFF nemlig hentet mesterkokken Gunnar Hvarnes fra Gastronomisk Institutt i Stavanger til å stå for tilberedning av maten til Bymisjonens trofaste spisegjester her i Tromsø. Gunnar er tidligere Norgesmester i kokkekunst, Årets Kokk 2009 og Norges deltaker i det neste Bocuse d'Or, det uoffisielle VM i kokkekunst som går av stabelen i Lyon i 2011. Slik hadde vi gleden av å overraske (bokstavelig talt) noen av byens vanskeligstilte med en kulinarisk sjeldenhet, et måltid det vil gå gjetord om! Hovedretten var en umåtelig forseggjort fiskegryte; Gunnars handliste omfattet blant annet 8 kg laks, 10 kg kveite, 5 kg torsk, 30 stk kamskjell, 5 kg ferske reker, 5 cluster kongekrabbe, 3 kg meierismør og 10 liter kremfløte. Det må jo bli et herremåltid av slikt!

Bakgrunn

CARE utfordret EFF og ni andre bedrifter i Tromsø til en aksjon kalt "Bytt fordi du

bryr deg" i forbindelse med årets TV-innsamling. Bedriftene skulle finne en vare eller tjeneste som de kunne bytte med andre bedrifter og få tilbake en annen vare eller tjeneste. Slik skulle man bytte seg oppover i verdi, engasjere stadig flere bedrifter og sørge for at man etter to ukers intensiv bytting sto igjen med et objekt med høyere verdi som kunne auksjoneres bort til inntekt for tv-aksjonen.

EFF la opprinnelig inn en treretters middag til 50 personer, tilberedt av vår matfaglige ekspert Ingebjørg Moe og servert der byttepartneren ønsket, taksert til en verdi av kr 30 000,-. Denne middagen byttet vi med matvarer for kr 50 000,- fra Kræmer Maritime. De trengte imidlertid ikke middagen vår selv, men ga den bort til Kirkens Bymisjon i Tromsø. Med matvarer for 50 000, men en omfattende sjømatmiddag fattigere kontaktet vi så Radisson Blu her i Tromsø og fikk bytte våre matvarer i en "Tromsø de Luxe"-konferansepakke for 50 personer, med overnatting i enkeltrom, full pensjon med treretters festmiddag, inkludert en omfattende underholdningspakke, som ble auksjonert bort til inntekt for CARE.

Mandag 30.11. overleverte vi altså den opprinnelige middagen, noe oppgradert, til Kirkens Bymisjon i Tromsø, behørig dekket av TV2, med følgende kommentar fra reporter Morten Kræmer:

- Dette var jo en vakker liten historie om sjømat og kjærlighet!

Scenen er storsalen i Hotel Barcelo Lina i Santo Domingo, for anledningen møblert med presentasjonsbord for 40 spente hjemmekokker/husmødre.

Vinneroppskriftene blir samlet i en folder som i år brukes i EFFs julekampanje på øya, og i markedsarbeidet for øvrig.

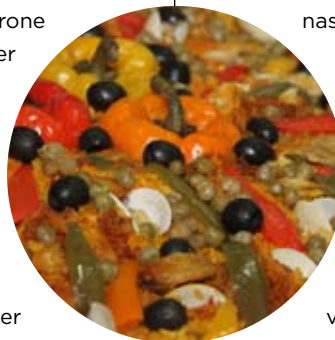


Norsk Bacalao-festival i Den dominikanske republikk

Datoen er 26. oktober 2009, og spenningen er til å ta og føle på. 40 amatørkokker er kvalifisert til finalene i de to konkurranseklassene "Hverdagsmat" og "Gourmetmat" i den sjettede årlige festivalkonkurransen Corona el sabor con Bacalao Nouego.

For å vinne konkurransen om å "krone smaken av Norsk Klippfisk" gjelder det å score høyest på mest fantasifulle oppskrift, flotteste presentasjon og – selvsagt – beste smak.

Denne festivalen er blitt mer enn en tradisjon, nærmest en institusjon i Den dominikanske republikk, og møtes av enorme forventninger og et voldsomt medieoppbud. Bare en uformell liten pressekonferanse i juli for å fortelle om festivalen som skal gå av stabelen i oktober ble dekket av 3 TV-kanaler og 10 trykte medier og resulterte i et 3 minutter langt innslag på nyhetene i rikskanalen!



Arrangementet er en eneste stor fest, med inviterte kjendiskokker, matskribenter og ellers usedvanlig høy kjendisfaktor. For vinnerne vanker det ikke bare en raus pengepremie i lokal målestokk, men også en plass i rampelyset og varig kjendisstatus av nasjonal dimensjon!

Konkurransen ble fulgt av rundt 10 TV-stasjoner + journalister og fotografer fra minst 25 trykte medier! EFFs representanter for kvelden, Spania- og Karibiautsending Espen Hanson og markeds sjef konvensjonell Svein Wara er overveldet over interessen og alt oppstyret rundt arrangementet.

Neste store begivenhet i Den dominikanske republikk er en regionfestival for Norsk Bacalao som går av stabelen i Santiago i mars 2010, i forbindelse med påsken, som normalt markerer en topp for konsumet av norsk klippfisk av sei i Karibia. Norske eksportører oppfordres til å delta på disse arrangementene!



Selv en tredjeprisvinner får sine minutters nasjonal berømmelse på TV!



Tid for prisutdeling v/EFFs Espen Hanson og Svein Wara.

Norsk Sjømat.
Fra kalde, klare farvann.

Eksportutvalget for fisk

Strandveien 106
9291 Tromsø

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

www.godfisk.no
www.seafood.no

