

Midt-Norsk
Fiskerikonferanse
2011



Hvordan er det
med omdømmet
til norsk hvitfisk?

Kristiansund, 5. mars 2012

Trygve Myrvang
Adm. direktør

Hvordan er det med omdømmet for norsk fisk?

- Hva er omdømme?

En definisjon kan være:

Summen av omgivelsenes føyte og erfarte opplevelser med virksomheten

Les: hvordan oppleves norsk torsk ?





State of the Arctic - Challenges Ahead

Global oppvarming



Mindre og tynnere is øker den marine produksjonen



Høyere aktivitet i nordlige områder
Mer sjøgående trafikk
Mer olje, gass og mineral utvinning
Mer fiske
Mer turisme

Øker verdien av mineraler og ressurser

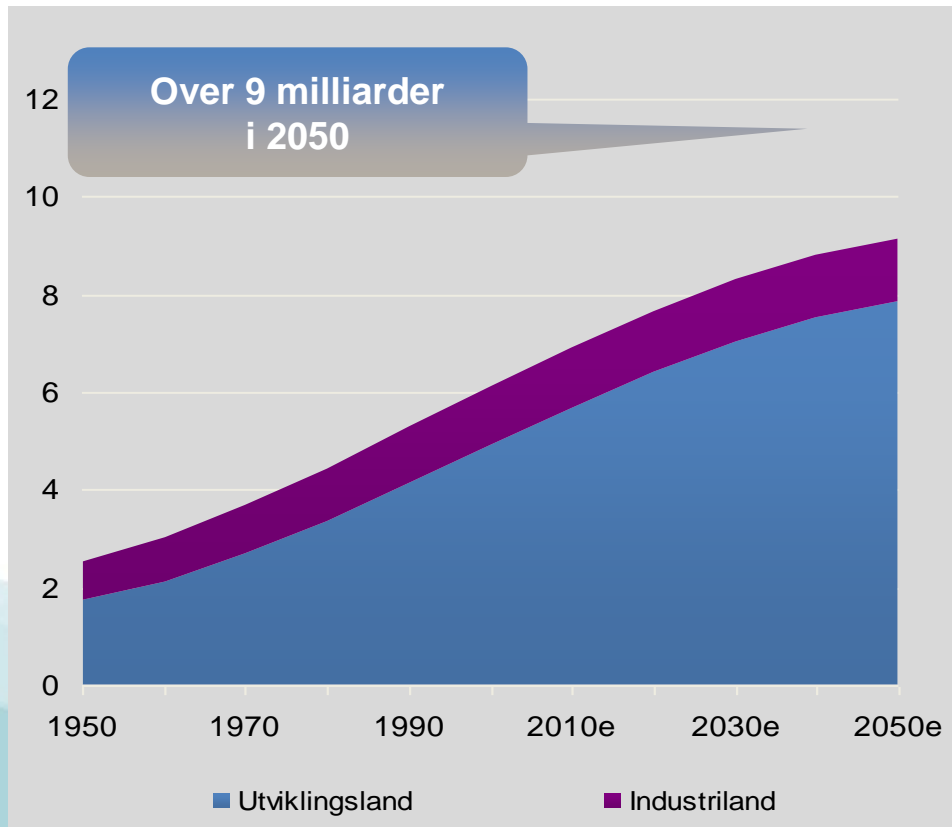
og

Bedre teknologi og redningssystem



Verden trenger mer sjømat

Vi blir stadig flere:
Befolkningsvekst
(milliarder)

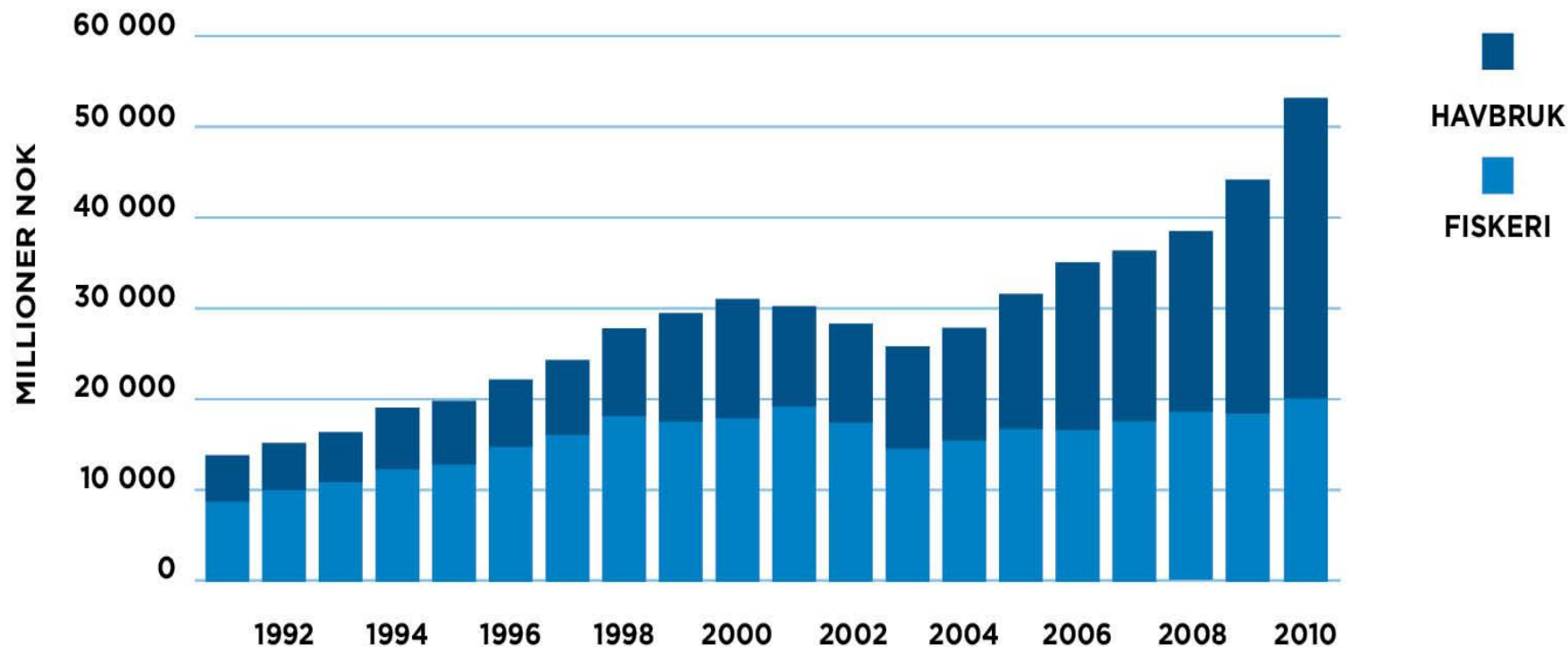


Vi spiser mer protein:

Ifølge FAO vil verdens befolkning spise i snitt 55% mer kjøtt i 2030 enn i 1980



NORSK EKSPORT AV SJØMAT 1991 - 2010



HAVBRUK UTGJØR 62 % 33,4 MRD
FISKERI UTGJØR 38 % 20,4 MRD

Ressurser



© EFF/Kjell Ove Storvik

RGES
SKLAG

Soria Moria II

Regjeringas visjon:
Norge skal være verdens fremste sjømatnasjon

Skal vi være verdens fremste sjømatnasjon, krever det at vi har **kunnskap som ligger i front** på områder som bærekraftig ressursforvaltning, havbruksforvaltning og havmiljø.

Men, det krever også at vi har god **kunnskap** om forbrukertrender, produktutvikling, markedsføring og kjøpskriterier.

Når er vi verdens fremste sjømatnasjon?

- *Inntar en lederrolle internasjonalt innen forsvarlig forvaltning og dokumentasjon - langsiktig bærekraftig utvikling av både fiskeri- og havbruksprodukter*
- *Innovasjon og nytenkning i alle ledd i verdikjeden fra fjord til bord - frembringe moderne produkter i et format og i distribusjonskanaler som forbrukerne etterspør*
- *En åpen og levende kystkultur som byr på både gode historier og gode sjømatprodukter tilgjengelig både for nordmenn og for turister som besøker Norge; regionale og lokale*
- *Stabil og troverdig leverandør av kvalitetsprodukter over tid*
- *Best på mattrygghet; som innebærer god dokumentasjon og tilgjengeliggjøring av informasjon om struktur og systemer som ligger til grunn*
- *Eksportere like mye kunnskap om hvordan høste og produsere bærekraftig sjømat som sjømatprodukter*

Bærekraftig forvaltning

Det viktigste omdømmeverktøy for norsk hvitfisk!

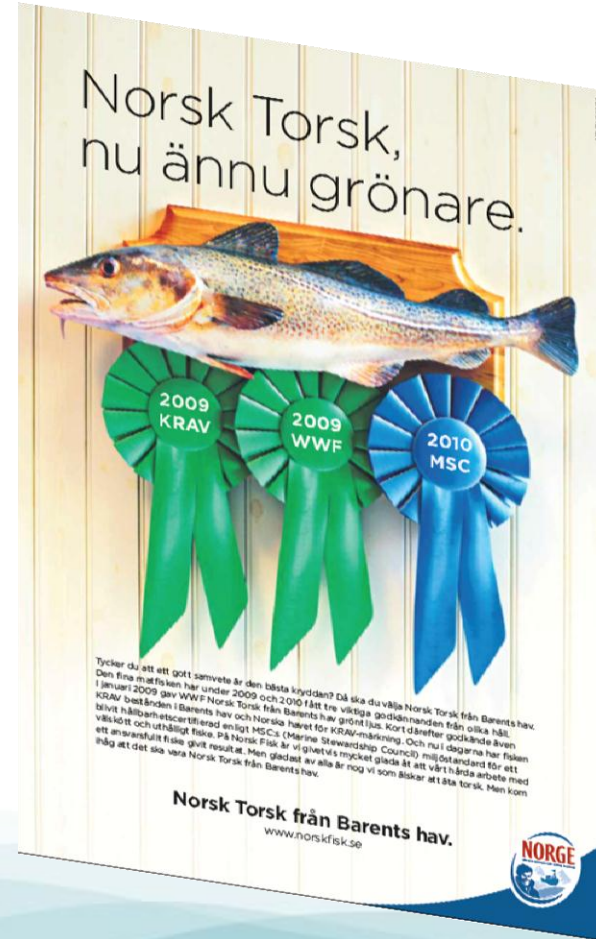
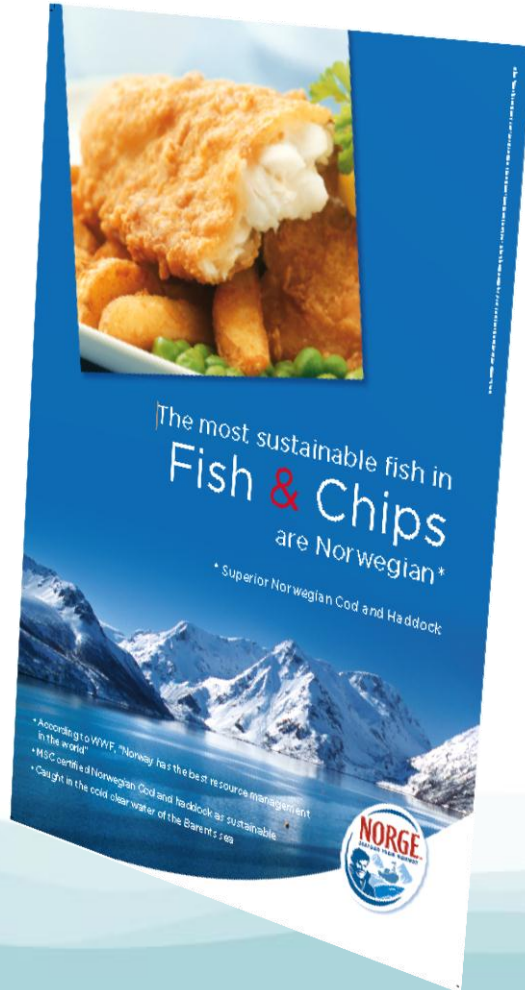
- Norges suksess misunnes men:
- Norge må ikke hvile på laurbær
 - Forvaltningssystemet må utvikles videre gjennom
 - Kunnskapsbygging
 - Systemkompetanse
 - Forvaltningskultur
 - Sterkt forvaltningsregime
 - Lovverk
 - Myndighetsorganer
 - Salgslag
 - Fangstledd og fagorganisasjoner
 - Industriaktører og industriorganisasjoner
 - Eksportledd



Miljømerking



Markedsføre bærekraftig ressursforvaltning



WWFs fiskeguide

FISKGUIDEN VISAR VÄGEN

Smaklig måltid

Det bästa valet av fisk. Bestånden av fisk är rikliga, förvaltas väl och fisket sker på ett mer hållbart sätt.

Var försiktig med

Tänk efter! Viss osäkerhet finns kring fisket och de odlingsmetoder som används.

Låt bli

Undvik dessa fiskar helt. De kommer från överfiskade bestånd och/eller är fångade eller odlade på ett sätt som skadar andra marina arter eller miljön.



Titta efter de här miljömärkena i butiken: **MSC**, Marine Stewardship Council (www.msc.org) och **KRAV** (krav.se). De står för ett uthålligt fiske som bevarar mångfalden och främjar en ekologisk produktion.

SMAKLIG MÅLTID

Abborre (*insjöar*)
Alaska pollock 
Blåmussla, ostron  (*odlad*)
Gädda (*insjöar*)
Gös 
Havskräfta   (*burfångad*)
Hoki 
Hummer (*svensk*)
Hälleflundra 
Kapkummel 
Kolja  
Krabba (*svensk burfångad*) 
Lax  
Makrill  (*lokalt fångad*) 
Nordhavsräka  
Rödspätta 
Sej  (*Nordostatlanten*) 
Sill   (*Nordostatlanten*)
Skarpsill 
Skrubbskädda (*Östersjön*) 
Tonfisk (albacor, skipjack) 
Torsk   (*östra Östersjön*)
Tunga 

VAR FÖRSIKTIG MED

Abborre (*Östersjön*)
Alaska pollock
Gädda (*Östersjön*)
Havskräfta 
Hälleflundra (*odlad*) 
Kolja 
Krabba 
Kummel, kapkummel
Lake (*insjöar*)
Lax (*Östersjön, odlad Nordeuropa*)
Långa (*Island, Barents hav*)
Nordhavsräka (*Nordostatlanten*)
Piggvar (*odlad*)
Regnbåge (*odlad Nordeuropa*)
Röding, öring (*odlad*) 
Rödspätta (*Östersjön, Nordsjön*)
Sik (*insjöar*)
Siklöja
Sill/strömming (*Östersjön*)
Sötvattenkräfta (*odlad, signalkräfta*)
Tonfisk (skipjack)
Torsk (*odlad, Island, västra Östersjön*)
Tunga

LÅT BLI

Blåmussla, ostron (*trålad*)
Haj, rocka
Hajmal/pangasius, tilapia
Havskatt
Hälleflundra, liten hälleflundra
Kummel, kapkummel (*trålad*)
Kungsfisk/uer
Lake
Lax 
Långa
Marulk
Nordhavsräka (*Island, Nordvästatlanten*)
Piggvar
Regnbåge (*odlad Chile/Turkiet*)
Röding (*vild*)
Rödspätta (*bomtrålad*)
Sik (*Östersjön*)
Sötvattenkräfta (*flodkräfta*)
Tonfisk (*blåfenad, gulfenad*)
Torsk
Tropisk räka/scampi/jätteräka
Tunga (*trålad*)
Ål

Kommunikasjon, profilering, omdømme

- Det er behov for en sterkere profilering av sjømatnæringa i samfunnsdebatten her hjemme.
- Viktig å ta tydelige verdivalg og kommunisere disse - omdømme bygges ved å love og oppfylle det en lover.
- Fiskeri- og havbruk må ha et støtt rekkverk å holde seg fast i. Viktig at rekkverket (forvaltningsorganene) er solide og gjennomarbeidete for å ha habilitet.



Kilde: Fiskeri- og kystdepartementet

Illegal fishing in Barents Sea

Отчет

Март 2006 г.

Отчет по состоянию на 2005 год -
"Российский промысел трески и
пикши / перегрузки в море"



Российский промысел трески и пикши 2006

Отчет по состоянию на



Март 2007 г.

Improvement through 2006 ->2008



KORUNDOV'Y
KT-0280

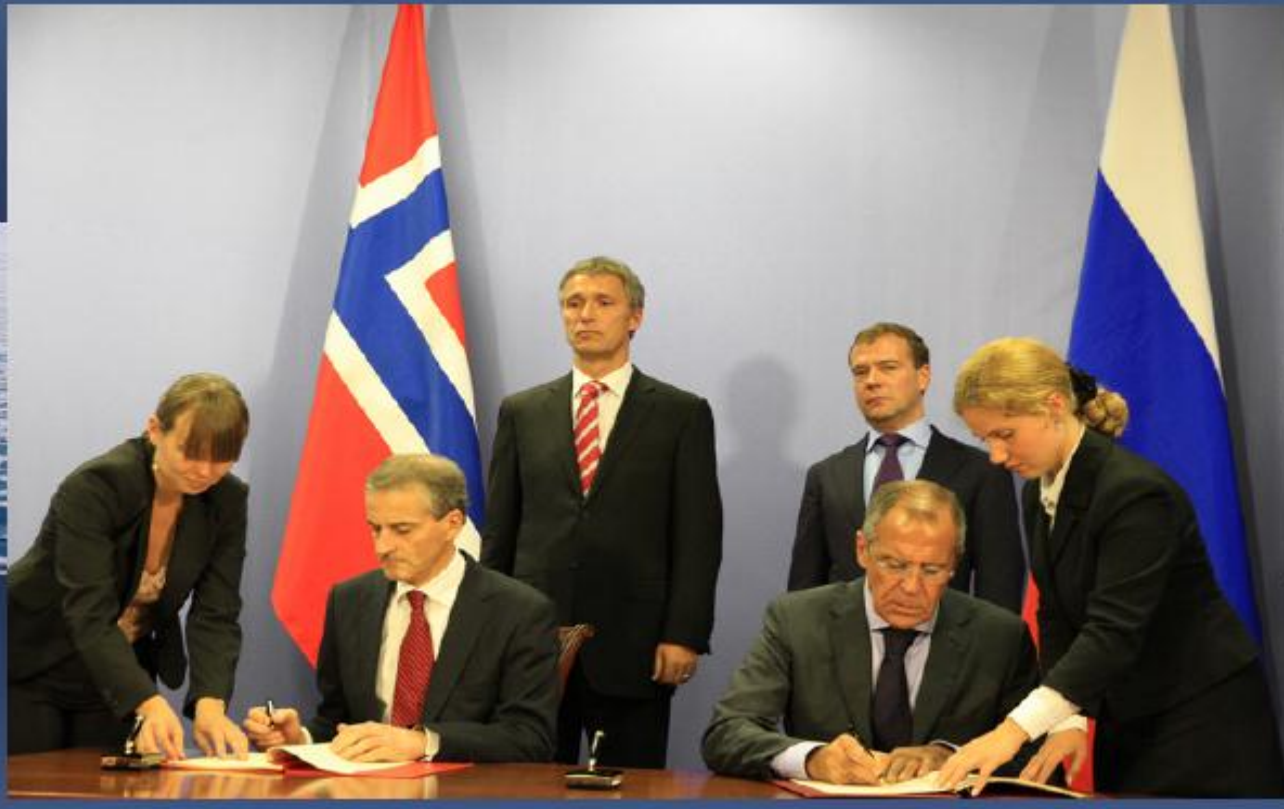
KONTROLLVERKET

NORGES
RÅFISKLAG

The Minister and the King



Relations with Russia





Organisasjoner som merkevare

The *Coca-Cola* side of life™



Samfunnsansvar



PHILIP MORRIS INTERNATIONAL

[Home](#) | [FAQ](#) | [Contact us](#) | [Search](#) | [Site](#)

Search:

Select a country:

Choose a country 

[About us](#)

[Investor relations](#)

[Smoking & health](#)

[Business environment](#)

[Responsibility](#)

[Careers](#)

[Media](#)

[Compliance](#)

[Community initiatives](#)

[Child labor](#)

[Environmental issues](#)

Responsibility



[Find out more...](#)

Internal links

[Sustainable development](#)

[▶ More](#)

[Social performance](#)

[▶ More](#)

For us, as a tobacco company, responsibility begins with our products. It means that:

- we remind people about the dangers of smoking;
- we do what we can to keep cigarettes away from children;
- we work to develop potentially less harmful products.

But responsibility doesn't end there.

Responsibility also means being able to see the wider picture.

From supporting communities around the world, to addressing issues impacting employees and leading responsible environmental and agricultural practices, Philip Morris International is committed to operating its business with the utmost integrity and in full compliance with the law.

 [Email this page](#)

Hva må til for å skape godt omdømme?

- Vær synlig (Visible)
- Vær særegen / karakteristisk (Distinctive)
- Vær ekte / autentisk / truverdig (Authentic)
- Vær transparent / åpen (Transparent)
- Vær konsistent (Consistent)



Takk for oppmerksomheten!

