



Fersktorsk mot marked

Garantiordning i Innovasjon Norge og støtte til pilotnettverk innen levende lagring, 4. juni 2008



Norges Råfisklag og Innovasjon Norge



- Regjeringens ferskfiskstrategi
 - Bedre kontinuitet i leveransene av fersk fisk med høy kvalitet
 - IN bedt om å følge opp strategien - samarbeid i verdikjeden
- Garantiordninger
- Levendelagring og oppfôring "Pilotprosjektet med Tobø Fisk as"
 - Kunnskap og erfaringer fra oppskalering gjennom hele verdikjeden
 - Mål om å etablere samarbeidsnettverk som involverer kystfartøy, mottaksindustri og markedsledd
- EFF - Kvalitetsmerke Skrei er etablert - "Fersktorsk" er i gang

❖❖ Muligheten

Påstander:

- Næringen har gjort så mye innenfor dette området at flaskehalsen for videre utvikling og kommersialisering ikke er
 - Driftskapitalbehov/risikoavlasting
 - Eller videre FoU
- Men; Forutsigbare verdikjeder
 - Markedstilpasset
 - Samarbeid mellom fartøy – industri - marked

❖ Videre kunnskapsutvikling er viktig

Innovasjon Norge "forutsetter" at de etablerte verdikjedene for levendelagring og oppfôring i Havøysund, i Båtsfjord og på Myre samarbeider om kunnskapsdeling

Vi ønsker også at Filetforum og Villfiskforum koordinerer kunnskapsdelingen og trekker på NOFIMA

Konkurransen mellom "Verdikjedene" skal stå i markedet. Åpenhet og samarbeid må gjelde her hjemme

Bankene må dekke driftskapitalbehovet

Styrker og muligheter

Styrker

Økende etterspørsel etter norsk sjømat. Viktigste fortrinn er:

- Sjømatkvalitet
- Høyt norsk kompetansenivå
- Aktiv kyst – lokale fortrinn

Muligheter

- Satse på markedskompetanse
- Produktdifferensiering
 - Bærekraft/Merkevarer/Lokale fortrinn
- Samarbeid hele verdikjeden (vanskelig å få til – vanskelig å kopiere)



Marint verdiskapingsprogram



- Bedriftsnettverk
- Kompetanse
- Trainee
- Felles internasjonaliseringstiltak
- Kystnæringer mot marked
- Utviklingstiltak

Ambisjonen er omstilling til markedsorientering og samarbeid



❖❖ Kystnæringer mot marked

Modellen utviklet i samarbeid med IN Omstillingsavdeling. Prosjektleder Dag Ronald Fredheim fra IN Troms, PWC valgt som leverandør

Første fellessamling for bedriftene i hver Mobiliseringsarena:

- 27 mai Nord/Sør – Trøndelag
- 28 mai Sogn og Fjordane
- 29 mai Finnmark Øst
- 3 juni Nordland
- 3 juni Finnmark Vest
- 4 juni Troms
- 10 juni Vardø



Samling 2 og 3 i hver Mobiliseringsarena høsten 2008

”Områder med omstillingsbehov”

Innspill fra fylkene og FKD

Finnmark:

ØST: Lebesby, Gamvik

VEST: Måsøy, Hasvik og Loppa

Vardø

Troms:

Lyngen, Skjervøy, Karlsøy, Torsken og Bjarkøy

Nordland:

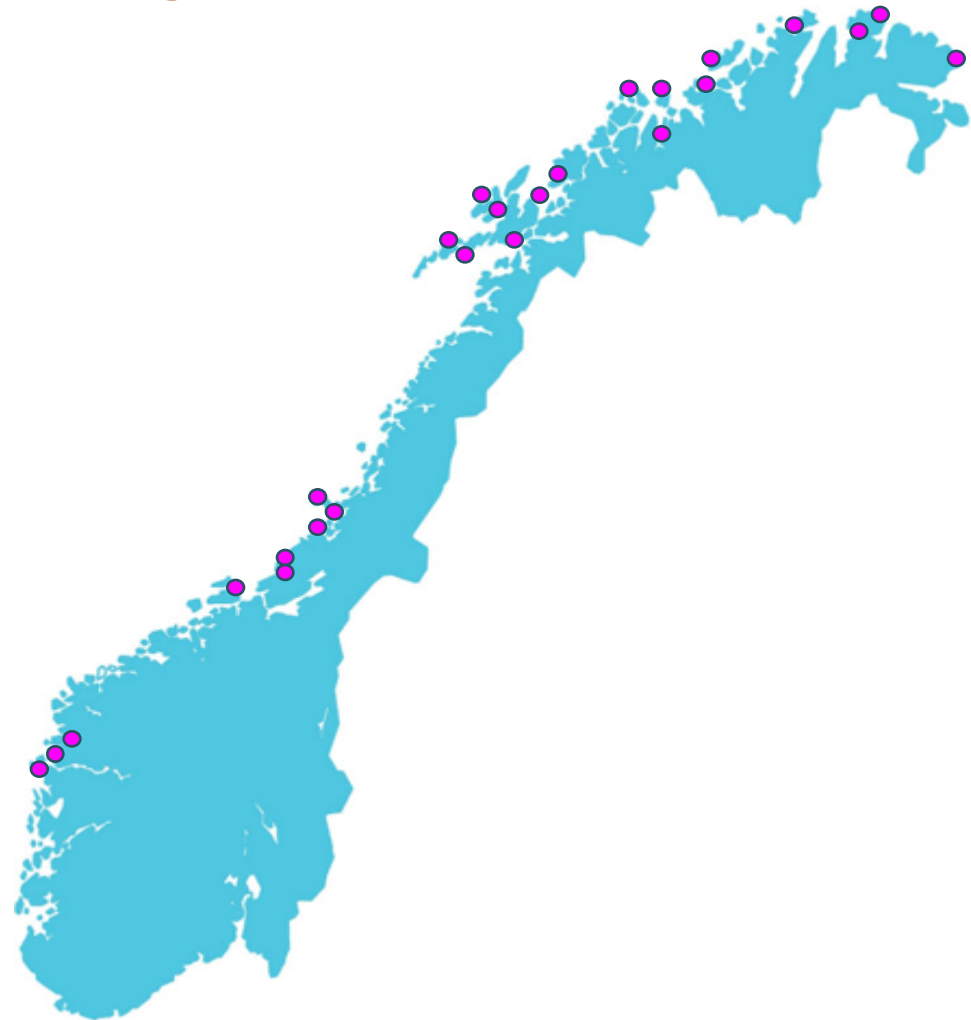
Vågan, Vestvågøy, Lødingen, Bø og Øksnes

Nord/Sør-Trøndelag:

Nærøy, Vikna, Flatanger, Osen, Roan og Frøya

Sogn og Fjordane:

Vågsøy, Selje og Bremanger



MVP - nettverk pr mai 2008



	Forprosjekt		Hovedprosjekt		Sum	
	Antall	Mill. kr	Antall	Mill. kr	Antall	Mill. kr
2006	19	5,0	1	2,0	20	7,0
2007	26	6,2	9	19,9	35	26,1
2008	6	1,6	6	9,6	12	11,2
Sum	51	12,8	16	31,5	67	44,3

❖ Kompetanseprogram Markedsorientering

- NHH – 5 intensive samlinger på 1 år - 30 studiepoeng
- Alle typer sjømatindustri
- Alle regioner i Norge
- Første kull 2007 med 29 deltagere, alle tatt eksamen
- Annet kull 2008 godt i gang med 29 deltagere, 40 % kvinner



Tilleggseffekt er at prosjektjobbingen bygger relasjoner mellom deltakerne og samarbeid mellom bedriftene

Traineeordningen

Styrke enkeltbedrifters og nettverks markedstilpasning

- Bygge bedriftsintern markedskompetanse
- Prioritere søkere som:
 - Har gjennomført kompetanseprogram eller tilsvarende
 - Vil ha en rolle i bedriftens arbeid med markedstilpasning

Erfaringer fra de første 9 traineene

- Svært positivt mottatt fra alle
- Alle har følt seg under et "positivt press"
- Alle er villige til å markedsføre ordningen
- De yngste med god støtte fra bedrift scorer høyest

Forbedringspotensial

- Tydeligere rammer fra IN
- Tettere relasjon til øvrige MVP-aktiviteter



❖ Felles internasjonaliseringstiltak



- Støtte bedriftenes arbeid for langsiktig markedstilpasning
- Tilpasset EFFs arbeid med profilering av norske sjømatprodukter
- Målet er at markedet oppfatter norske sjømatbedrifter som attraktive partnere

Messer, felles tiltak og markedskompetanse for sjømatbedriftene
Videreutvikle samspillet mellom DK og UK for å styrke kompetanseoverføring til sjømatnæringen

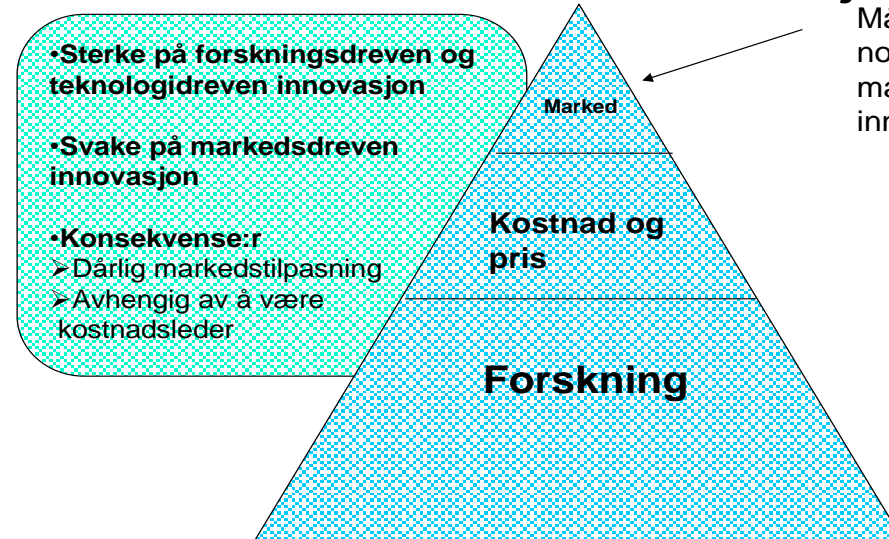
MVP - Utviklingstiltak



Når kan MVP brukes til utviklingstiltak?

1. Konkrete behov i bedriftsnettverkene
2. Rettet mot markedstilpasning
3. Dekker behov innen "Kystnæringer mot marked"

Drivere for innovasjon



Mål: Omstille det norske miljøet til markedsdrevne innovasjoner

Verdikjeden for levendefangst fra fartøy til marked har behov og relevans slik at MVP – utviklingsmidler kan brukes

Markedstilpassede verdikjeder for levendefangst

Behov i verdikjeden

- Fangst
 - Tilpasning av fartøy og redskap
 - Kvoter og rammevilkår
- Lagring
 - Merd og håndtering
 - Fôr – sykdom
 - Sortering – anvendelse
 - Kapitalbehov
- Markedstilpasning
 - Sesong, kvalitet og størrelse=fortrinn
 - Langsiktig strategi=pris



Alle ledd i verdikjeden er like viktig. Samarbeid gjennom kjeden er en forutsetning for å ta ut prismuligheten. Hvordan:

Fordele overskuddet

Tillit og åpenhet
Forpliktende avtaler
Leveranse
Mottak
Pris
Forutsigbarhet

Roller

Levering av fisk
Eier og risiko fisken i merd
Ansvar for finansiering
Administrering

Innovasjon Norges prioriteringer framover



1. Stimulere utviklingen av kommersielle verdikjeder
 - Markedsrettede nettverk
 - Kystnæringer mot marked
2. Støtte utviklingsoppgaver i verdikjeden som kan utløse markedstilpasning av nettverk og styrke arbeidet inn i Kystnæringer mot marked
 - Samarbeid Filetforum - Villfiskforum
3. Kunnskapsdeling
 - Vi ønsker også at Filetforum og Villfiskforum koordinerer + NOFIMA

