



Linekonferansen

Fiskeriutsending Johan Kvalheim

Måløy 29.03.2011





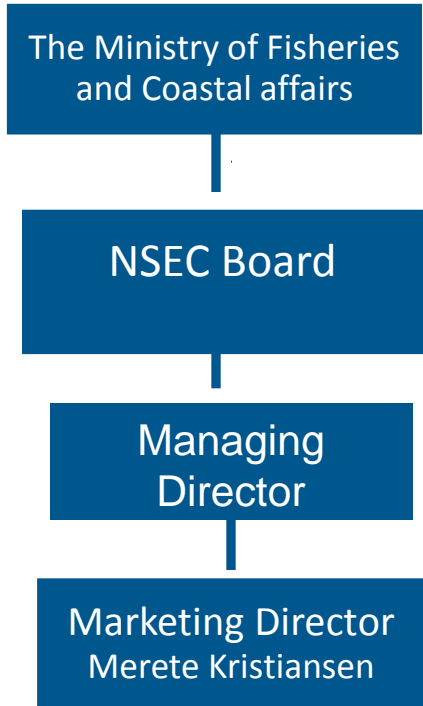
Agenda

- Hva er EFF?
- Norsk fiskerinæring
- Norsk eksport av sjømat
- Forbrukeren og markedet
- utfordringer for hvitfisk
- Hva gjør EFF i Frankrike og UK?

Eksportutvalget for fisk

- Etablert i 1991
- Omdannet til aksjeselskap i 2005
- 100 % eid av Fiskeridepartementet
- 100% finansiert av næringen - markedsavgift
- Fiskeriministeren som generalforsamling
- Rådgiver for Fiskeridepartementet

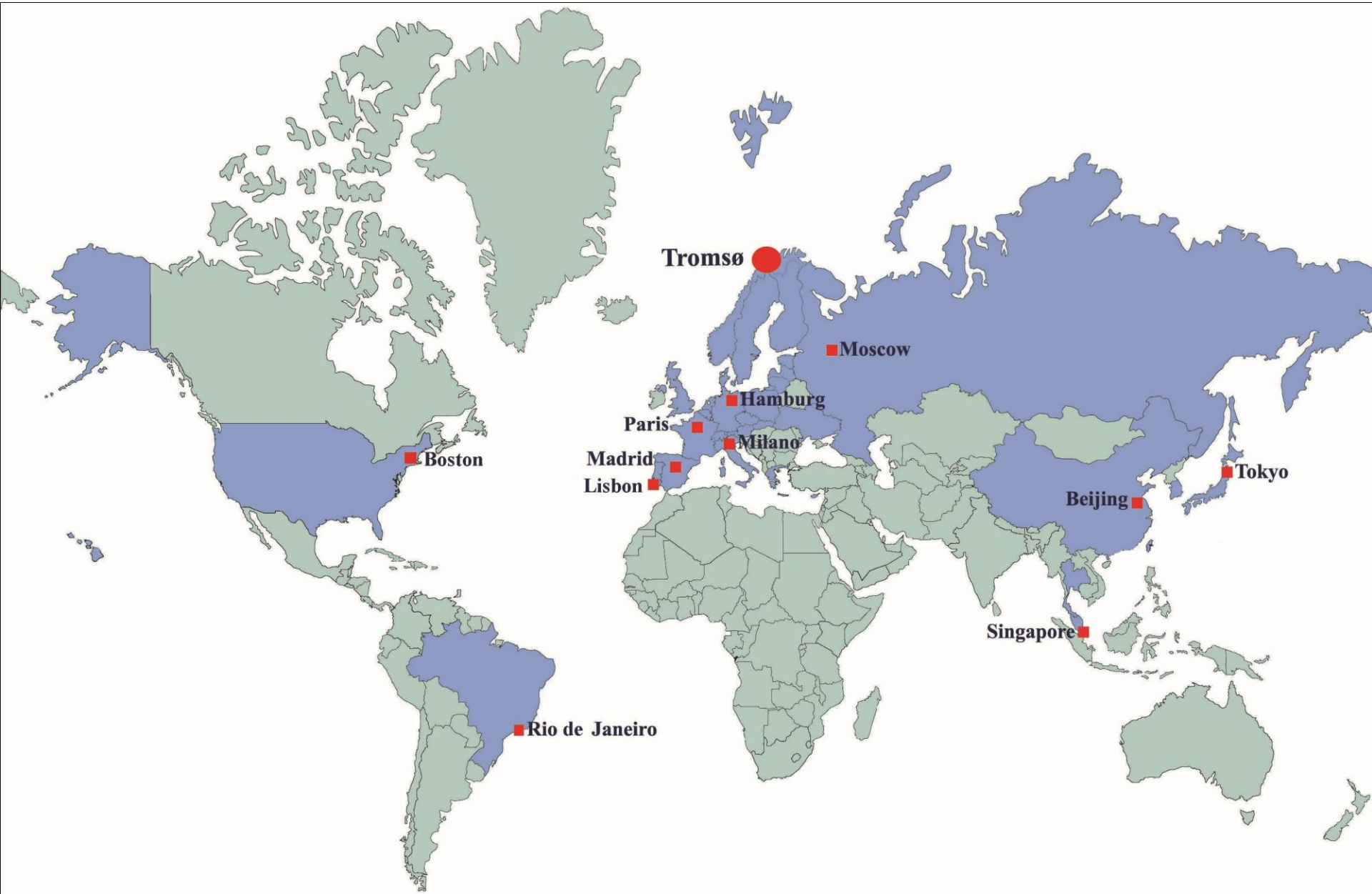
EFF – organisasjonskart



Board representatives:
 Chairman Rolf Domstein – Domstein ASA
 Knut Haagenen – Jangaard Export AS
 Line Ellingsen – Ellingsen Seafood AS
 Marit Solberg – Marine Harvest ASA
 Truls Fredriksen – Nergård sales AS
 Jan Skjærvø – Norges Fiskarlag
 Inger Furmyr – NNN
 Lisbeth Bjørvig Hansen – NSEC representative



EFF – 11 utekontor



Visjon

EFF skal vinne verden for Norsk Sjømat!





Overordnet mål



EFF skal øke verdien av Norsk Sjømat gjennom markedsutvikling





Budskap

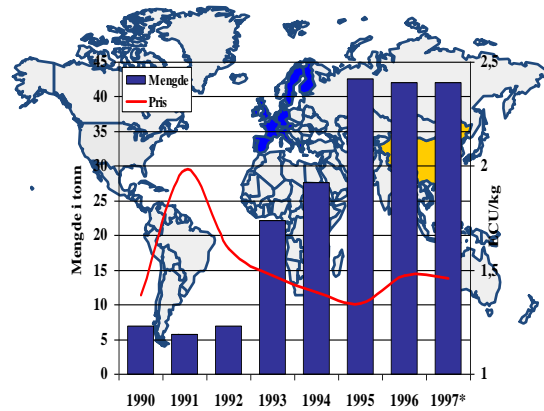
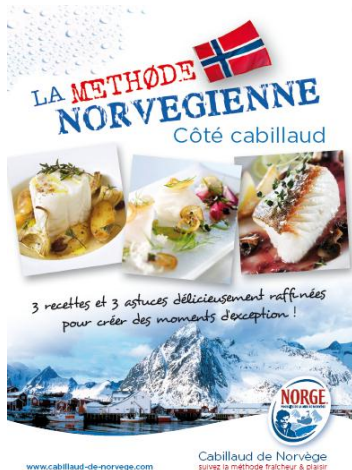


”Den beste sjømaten kommer fra Norge”

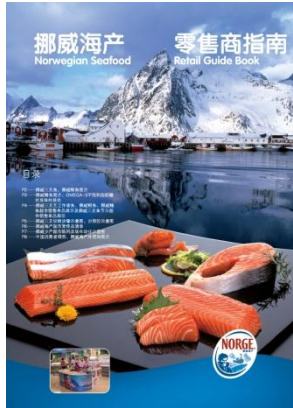


Eksportutvalget for fisk (EFF)

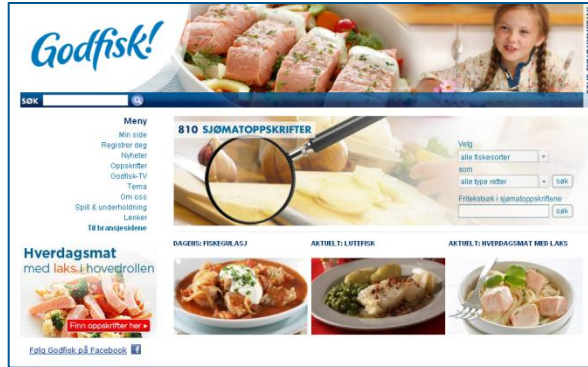
- Generisk markedsføring
- Markedsinformasjon og markedsadgang
- Informasjon- og beredskapsarbeid



Aktiviteter



Brosjyrer



Internet/sosiale nettverk



PR/event/presse



Messer



Butikk aktiviteter



Demo i butikk

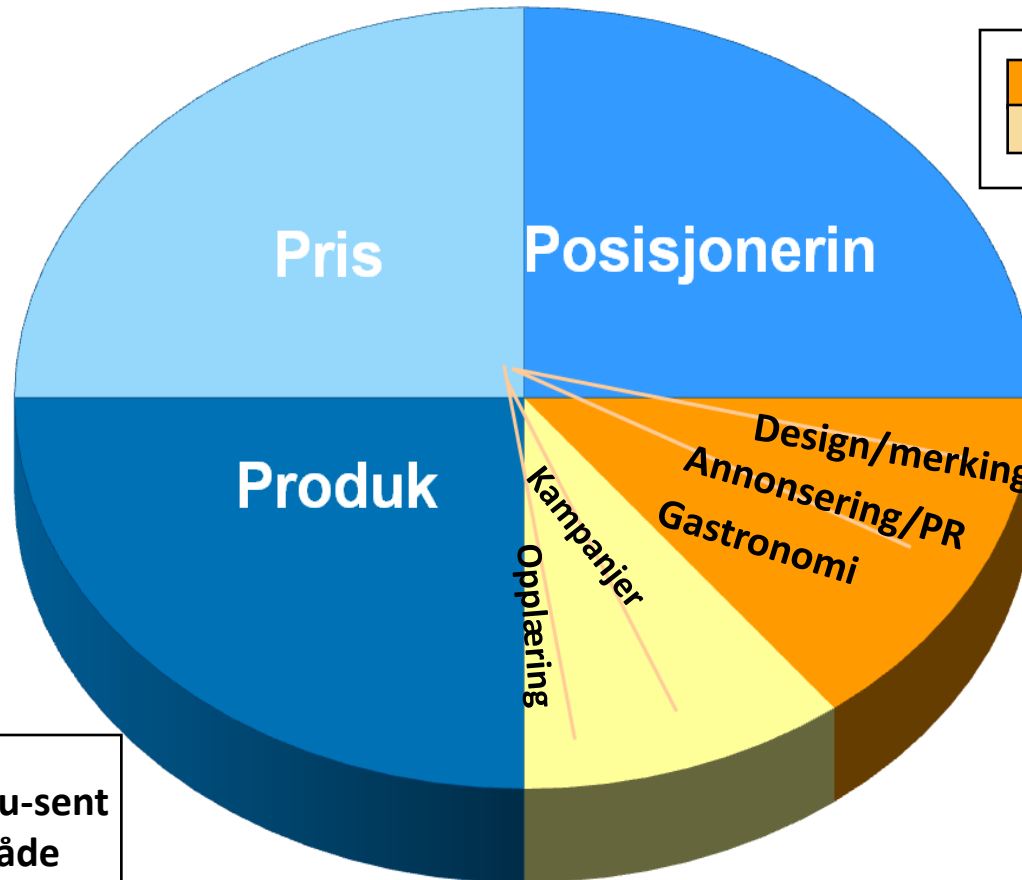


HoReCa



Cataegory management

Rollefordeling EFF/næringsaktører



Finansieringsmodell

Løpende markedsavgift som innkreves på eksportleddet:

- laks og ørret: 0,75 prosent
- konvensjonelle produkter - tørrfisk, klippfisk og saltfisk 0,75 prosent
- fersk og fryst hvitfisk og all pelagisk fisk 0,75% fra 01.01.11
- bearbeidede produkter, reker 0,20 prosent
- Eksportørene betaler i tillegg 0,30 % i FoU-avgift
- Fou-avgift pluss markedsavgift = Eksportavgift

Struktur – Norsk sjømatnæring 2010

Fiskeflåte:	6 309 fartøy
	9 924 fiskere hovedyrke
	2 356 fiskere biyrke
Fiskeindustri:	479* bedrifter
	10 100* ansatte
Akvakultur:	1 313 matfiskkonsesjoner
	5 070* ansatte
Eksport:	464 eksportører
	142 land
Eksportverdi:	53,7 milliarder kroner

* Tall fra 2009

A wide range of Norwegian seafood products

Farmed fish

- Norwegian salmon
- Norwegian Fjord Trout
- Cod
- White halibut
- Arctic Char

Wild fish

- Cod
- Cooley
- Pollock
- Herring
- Mackerel
- Haddock
- Capelin
- Redfish
- Monkfish

Shellfish and crustaceans

- Dived scallops
- King Crab
- Edible crab
- Cold water shrimps
- Sea urchins
- Lobster
- Blue mussels
- Oysters



Norway 's fishing areas



NORSK EKSPORT AV SJØMAT 2010

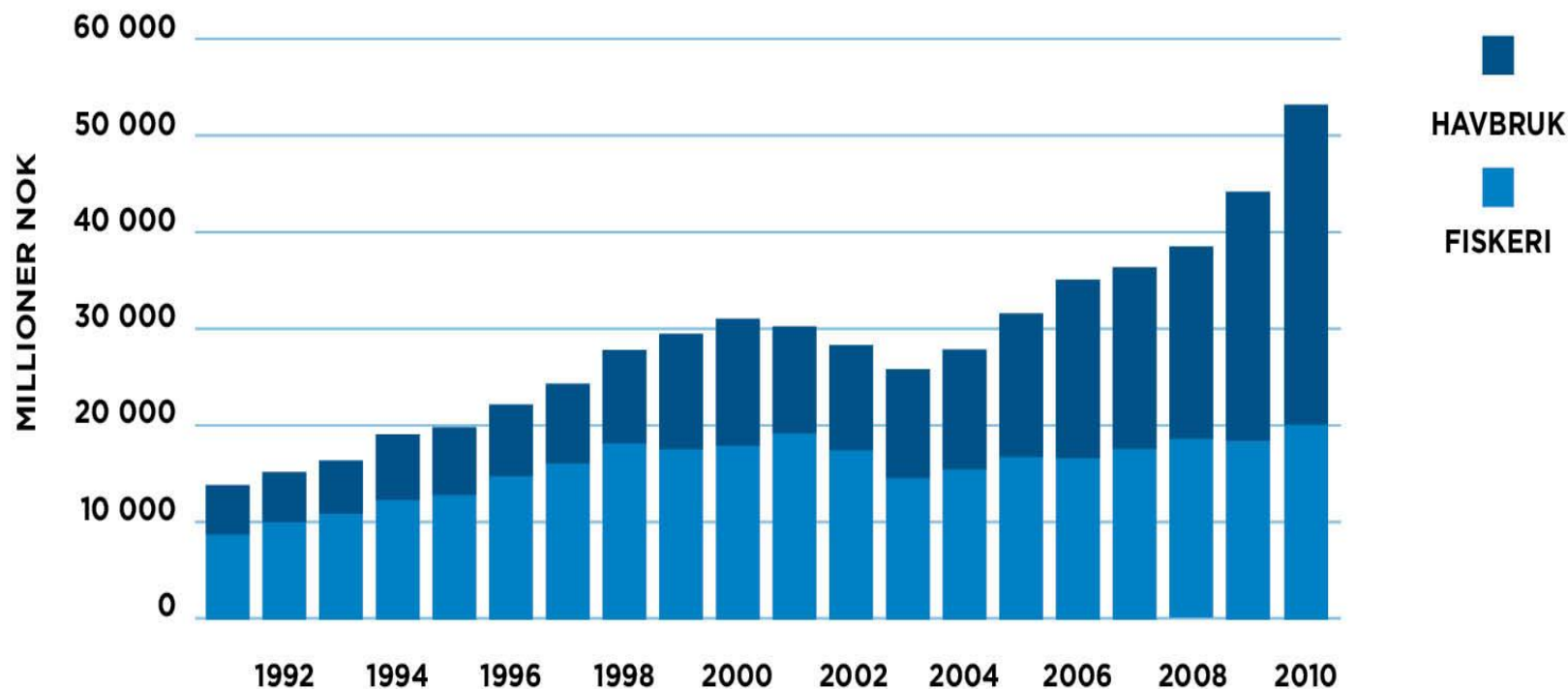
53,8 MRD KRONER

+ 9,1 MRD NOK

2,7 MILL TONN

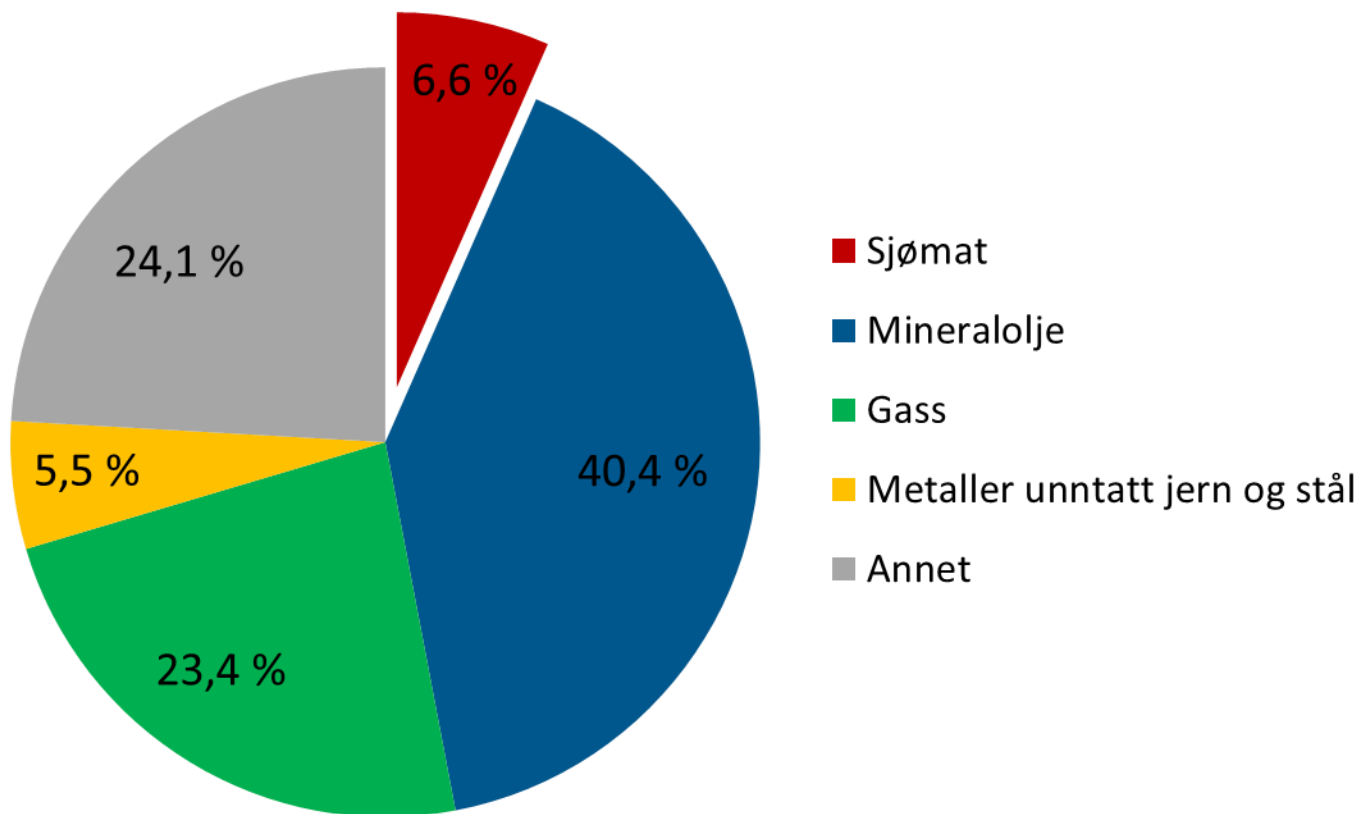
+ 93 TUSEN TONN

NORSK EKSPORT AV SJØMAT 1991 - 2010



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

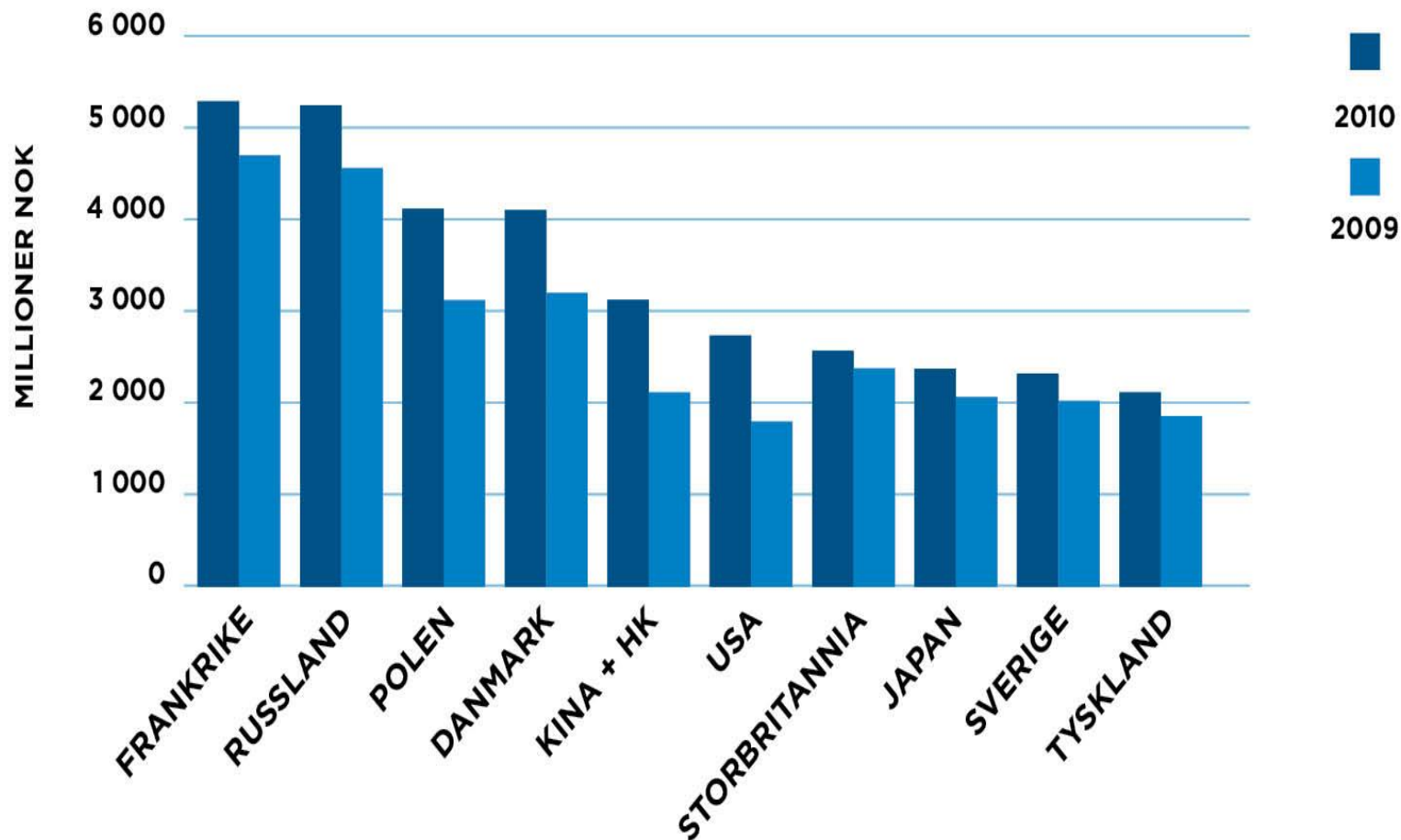
Sjømat næringens andel av norsk eksport 2010



NORSK EKSPORT AV SJØMAT



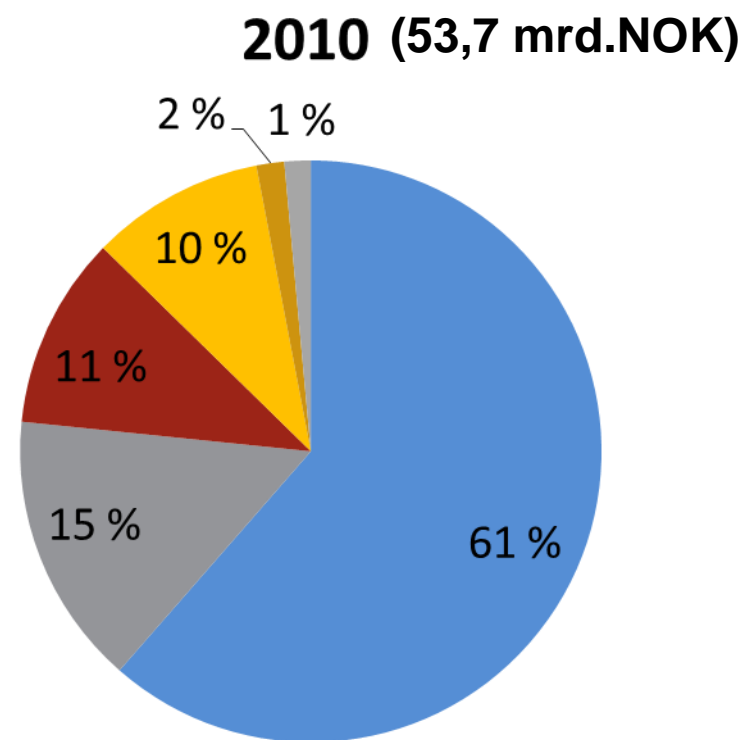
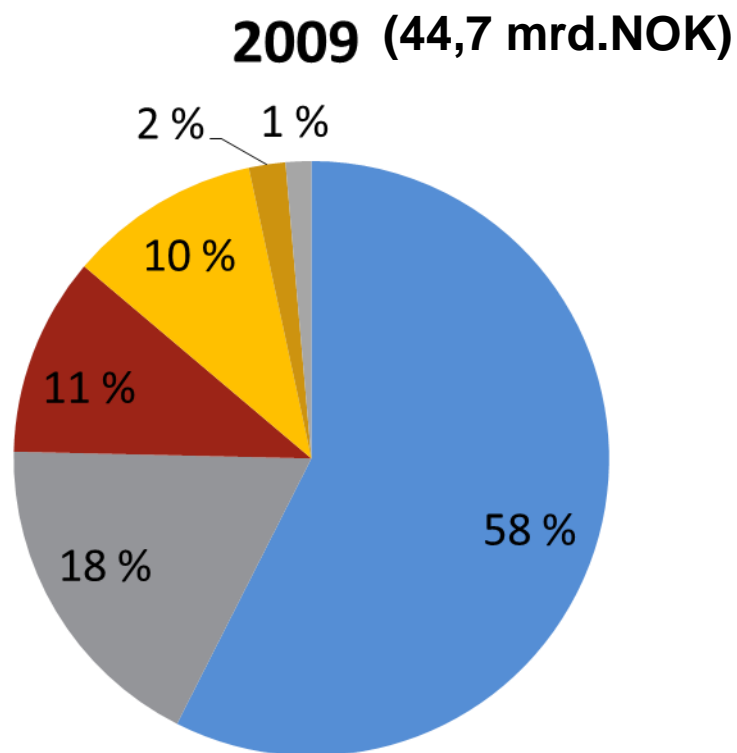
NORSK EKSPORT AV SJØMAT 2010



NORSK EKSPORT AV SJØMAT 2010

BRANSJE	VERDI 2010	ENDRING VS. 2009
LAKS/ØRRET	33,1 MRD	+ 7,4 MRD (29 %)
TORSKEFISK	10,9 MRD	+ 1,45 MRD (15 %)
PELAGISK	8,2 MRD	+ 0,17 MRD (2 %)
REKER/SKALLDYR	0,83 MRD	- 0,05 MRD (-6 %)

Eksportverdi fordelt på sektor



- Laks/ørret
- Pelagisk
- Hvitfisk
- Konvensjonell
- Reker/skalldyr
- Annen

NORSK EKSPORT AV LAKS OG ØRRET

LAKS

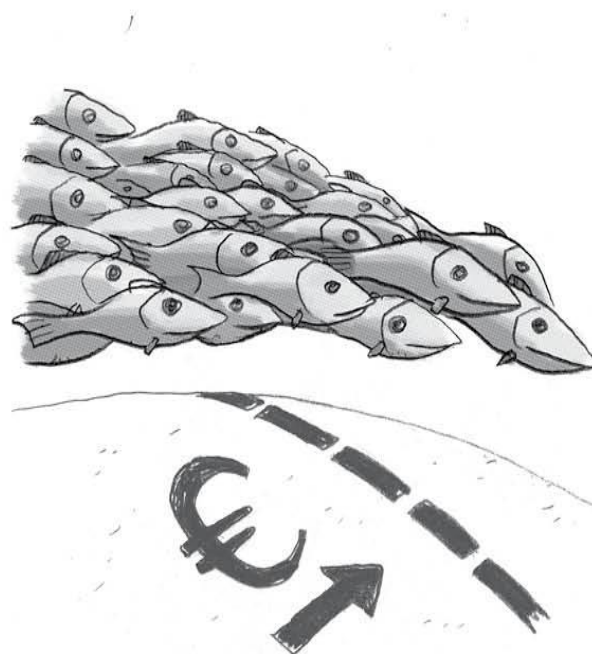
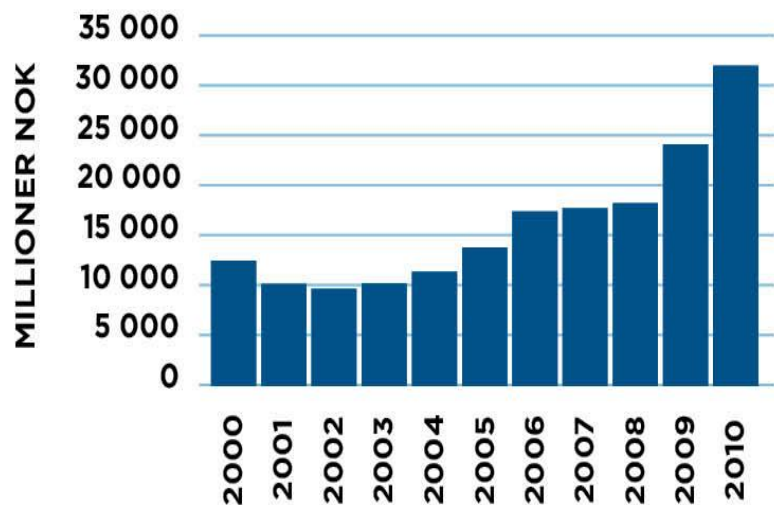
31,4 MRD
+ 7,7 MRD (33%)



ØRRET

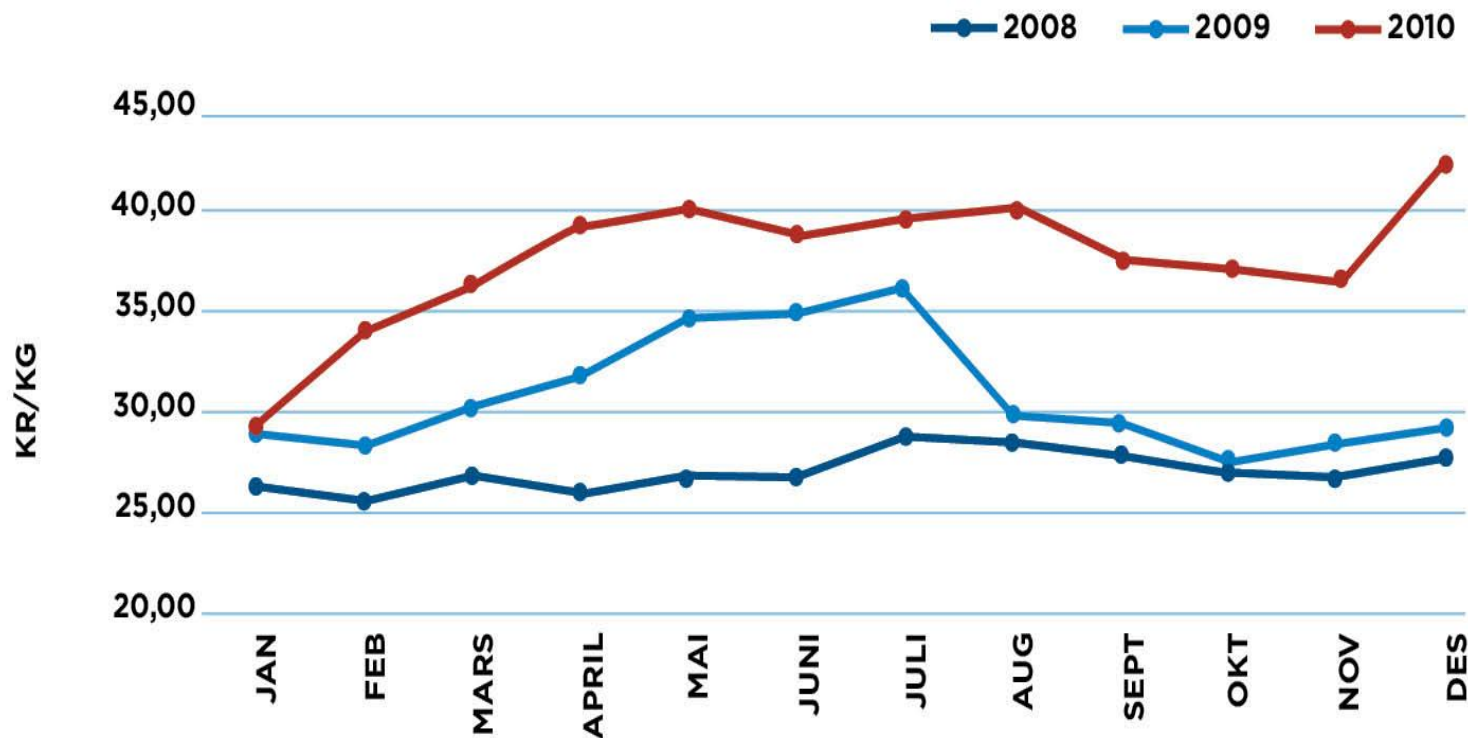
1,6 MRD
- 325 MILL (-17%)

31,4 MRD: EKSPORTREKORD FOR NORSK LAKS



VERDI: 31,4 MRD NOK + 7,7 MRD

EKSPORTPRIS FERSK NORSK LAKS



GJENNOMSNITTSPRISER

2008: 26,95 KR/KG

2009: 30,72 KR/KG

2010: 37,50 KR/KG

TORSK, SEI OG HYSE

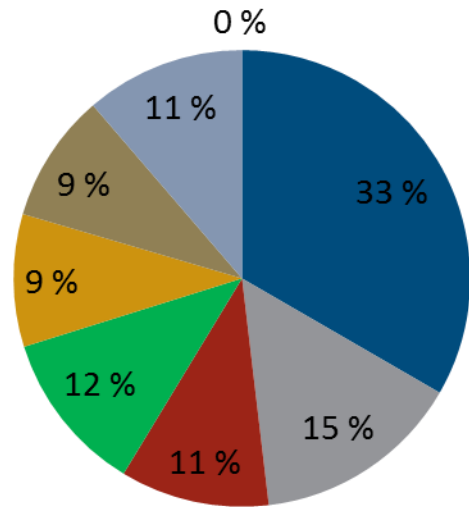
9,1 MRD

+ 1,1 MRD (14 %)



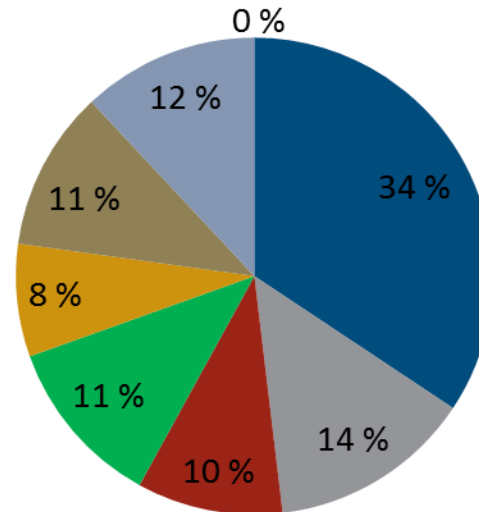
Norsk eksport av torsk

2009
(5,0 Mrd.Nok)



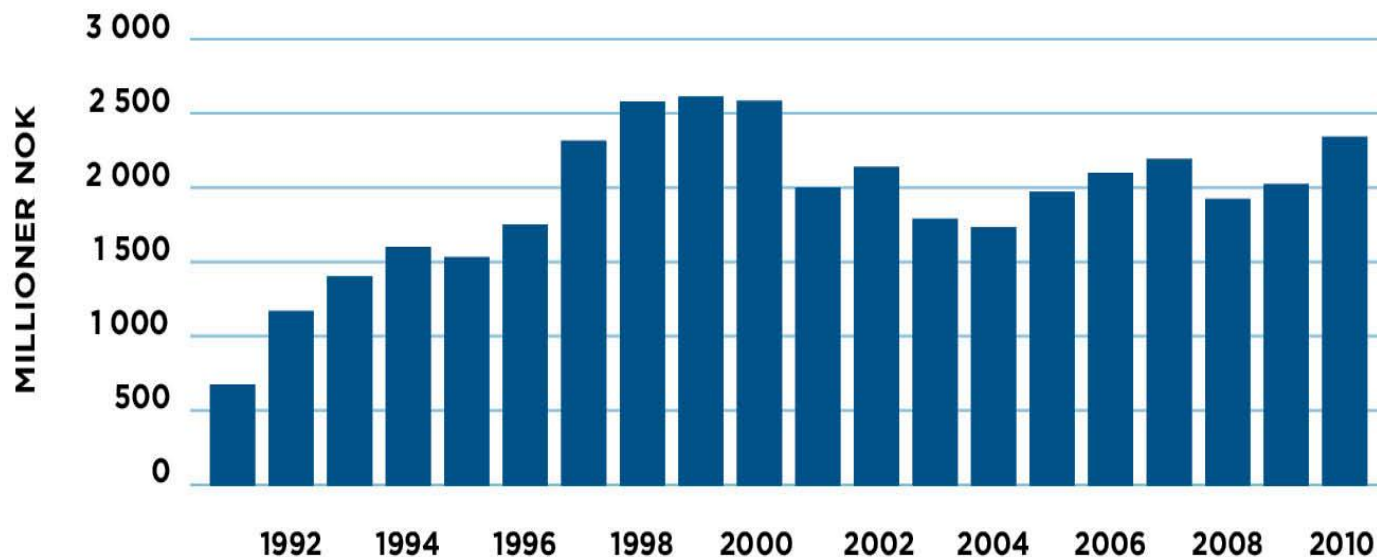
■ Klippfisk
■ Fersk Hel
■ Fryst Filet

2010
(5,7 Mrd.Nok)



■ Saltet
■ Fersk Filet
■ Fryst Hel
■ Tørket
■ Annet

EKSPORT AV FERSK OG FRYST TORSK



VERDI: 2,4 MRD NOK + 323 MILL
VOLUM: 89 242 TONN + 15 175 TONN

Viktigste eksportmarkeder for torsk 2010

Viktigste produkter	Viktigste marked	Verdi (mill.Nok)	Mengde (tonn)	% Andel av total	
				Verdi	Mengde
Klippfisk	Portugal	1084	24 904	56 %	60 %
	Brasil	546	9 775	28 %	24 %
Saltet hel	Portugal	455	14 960	60 %	60 %
	Spania	161	5 457	21 %	22 %
Fryst filet	Storbritannia	285	8 871	42 %	47 %
	Frankrike	152	3 491	22 %	19 %
Tørrfisk hel	Italia	375	3 030	73 %	58 %
	Nigeria	68	1 474	13 %	28 %
Fersk hel	Danmark	327	14 350	50 %	51 %
	Sverige	84	3 698	13 %	13 %
Fryst hel	Kina	308	17 010	50 %	49 %
	Polen	75	4 441	12 %	13 %
Oppdrett	Sverige	73	3 105	25 %	28 %
	Danmark	65	2 456	22 %	22 %

Norske torsk kvoter i 2010

(297 749 tones)

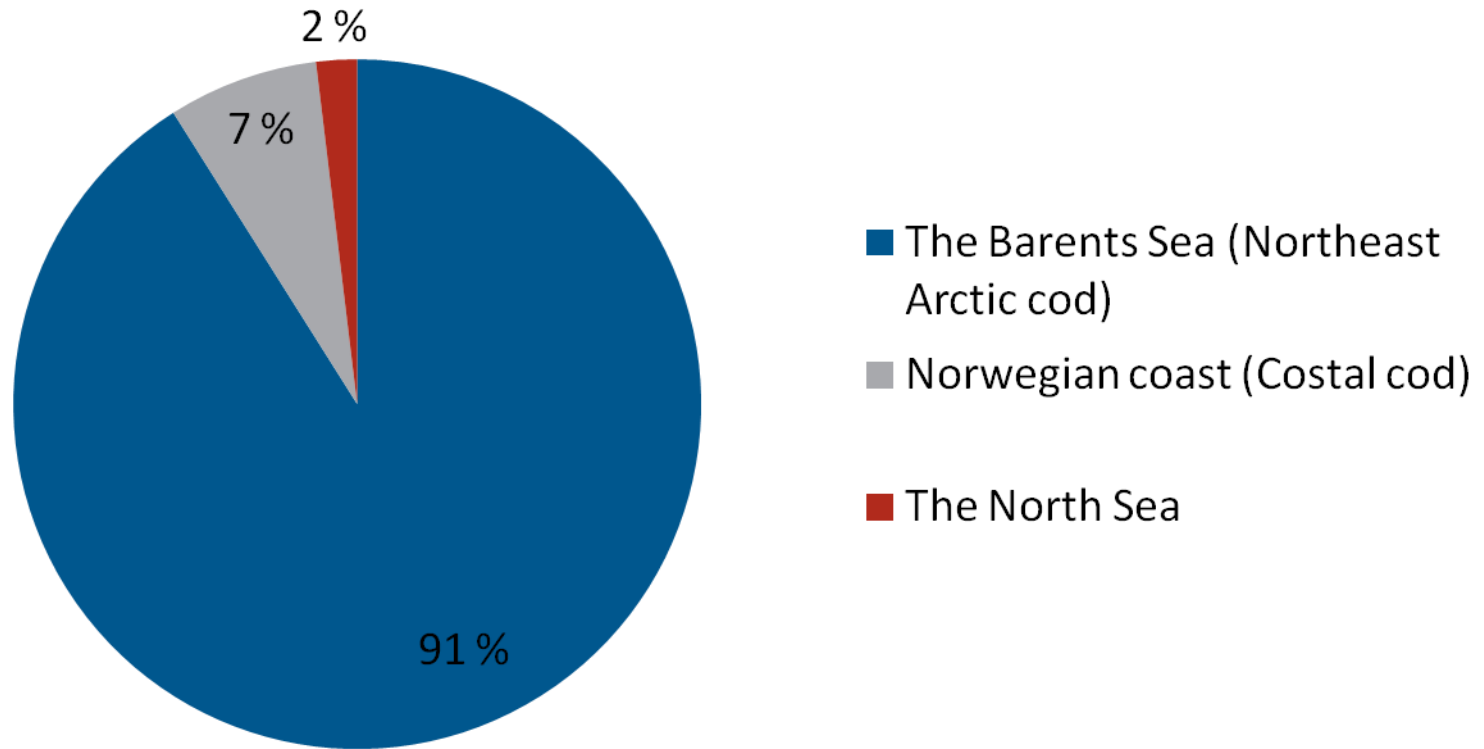
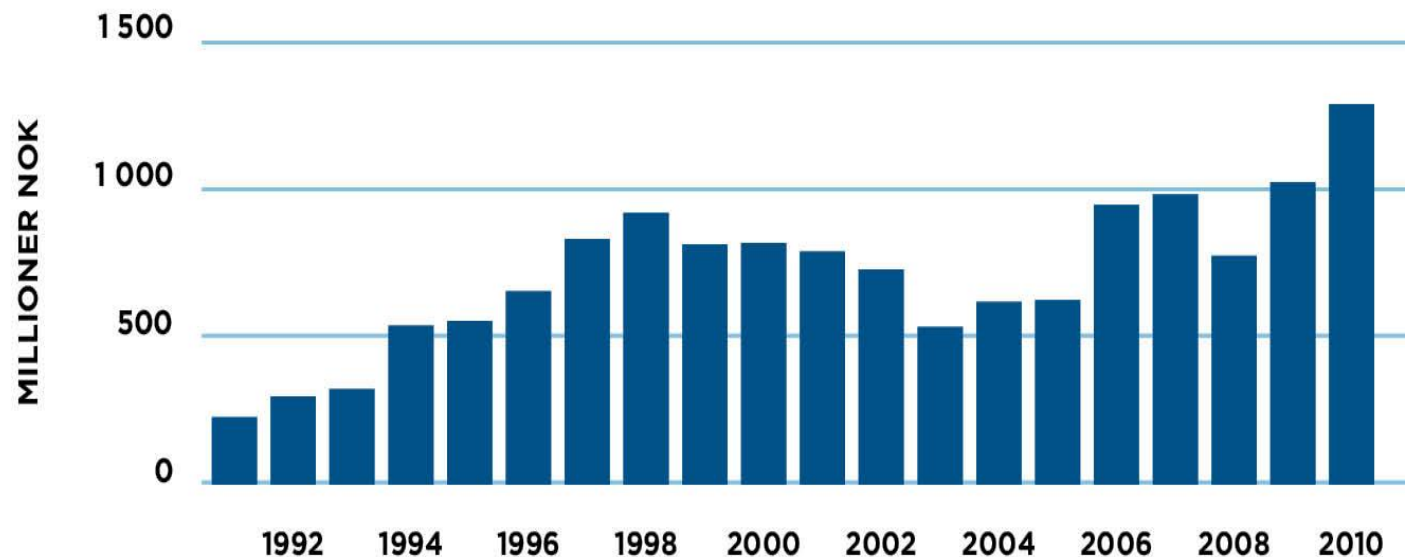


Figure 1: Overview of the Norwegian cod quotas 2010

Fishing areas	Quotas	
The Barents Sea (Northeast Arctic cod)	271 045 tones	91 % of total catch of Norwegian cod
Norwegian coast (Costal cod)	21 000 tones	7 % of total catch of Norwegian cod
The North Sea	5 704 tones	2 % of total catch of Norwegian cod
Total Norwegian cod quotas	297 749 tones	

EKSPORTREKORD FOR HYSE



VERDI: 1,3 MRD NOK + 275 MILL

Volum: 83.276 TONN + 15 681 TONN

Kvoter for torsk og hyse i Barentshavet 2010 - 2011

Situasjonen for bestandene i Barentshavet er meget god!



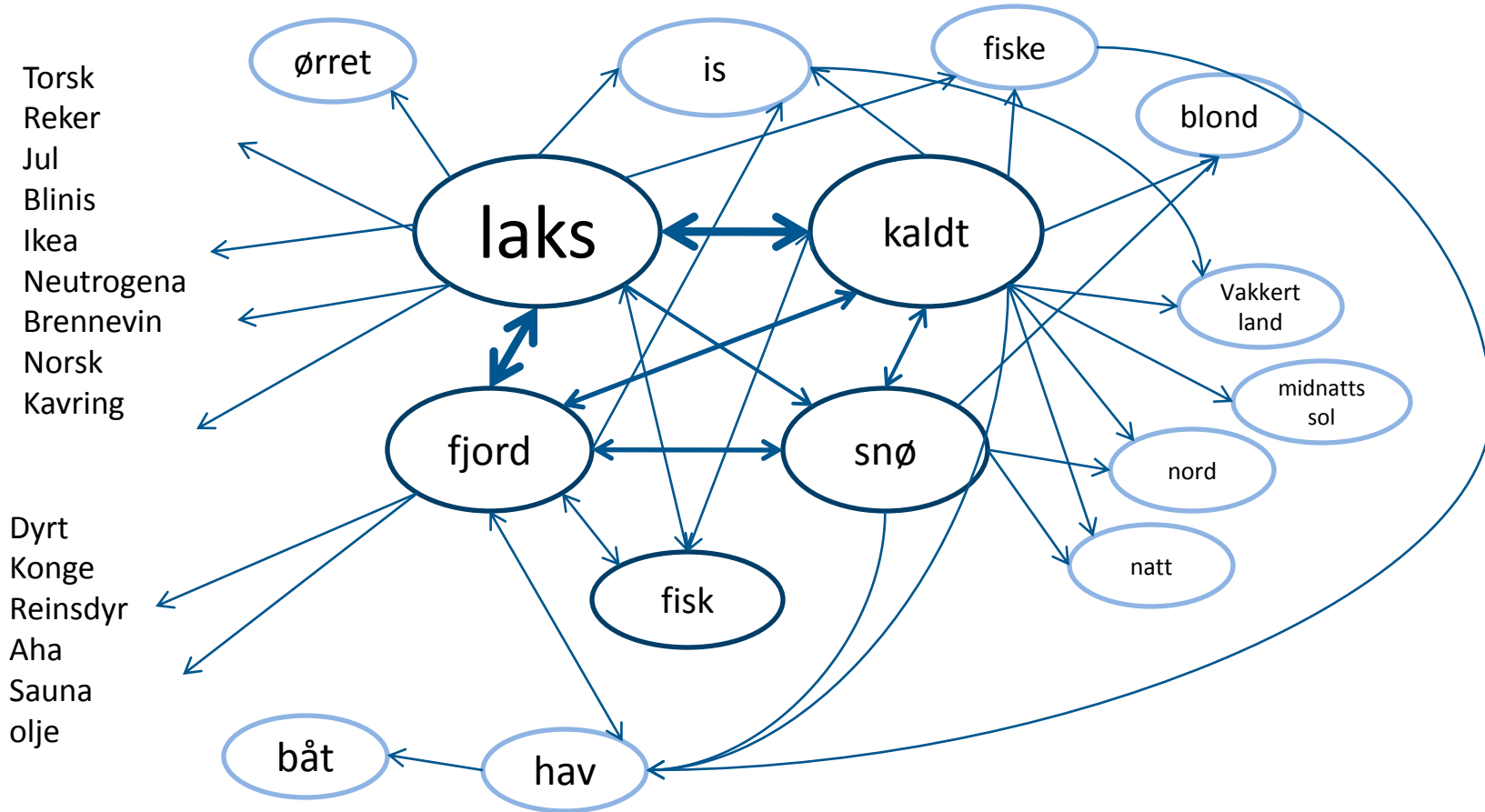
Torske kvoten:
2010: 607 000 tonn
2011: 703 000 tones
En total økning på 16%



Hyse kvoten:
2010: 243 000 tones
2011: 303 000 tones
En total økning på 25 %

Forbrukeren

Assosiasjoner til Norge



N = 104

Doktoroppgave av Kristin Rogge Prahm, 2009

Eksportutvalget for fisk

www.seafood.no



Norsk sjømats verdier

Nature

Clear, cold waters



Man and sea

*Professionals, tradition
and modern technology*



Lasting values

*Good resources management and
control, strict and high standards*



...gives the seafood the unique quality and real taste of Norway



Simplifying the consumers decision

*The consumer looks for origin of the product -
Marketing of products focuses on origin*



Italian pasta



French wine



Russian Caviar

Utfordringer for hvitfisk kategorien

- **FAO 27**

- Hvor i alle dager kommer fisken fra?

- **Stabilitet i leveringene**

- For å planlegge kampanjer må det være stabilitet i leveringene

- **Produktene vi tilbyr forbrukeren**

- Må vi ha en doktorgrad for å kjøpe hvitfisk?

- **Merking av produktene**

- Forbrukeren har 6 sekunder på å bestemme seg...hva ser han etter?

- Miljømerking, MSC, forbrukertips?

Noen eksempler fra Frankrike



Food prices will increase in France...

Grande distribution : Leclerc prêt à baisser sa marge pour contenir la hausse des prix

11.02.2011, source : Les Echos.fr

Partager : [Facebook](#)

Avec une hausse de 4,3 % de ses ventes à parc constant en 2010, le mouvement Leclerc fait mieux que le marché. Grâce à une politique de prix bas que ses dirigeants entendent maintenir, quitte à rogner sur la marge nette.

« 2011 sera l'année de tous les dangers. » En présentant mardi les résultats du **groupe** d'indépendants qu'il préside, Michel-Edouard Leclerc n'a pas caché que, selon lui, **l'année qui débute sera plus difficile pour les distributeurs implantés en France que l'année qui vient de s'achever.** « Selon les prévisions établies par Nielsen, il risque d'y avoir une inflation globale des produits alimentaires de 3 % à 4 % au second semestre 2011, ce qui pourrait donner une inflation annuelle de plus de 3 % », explique le président de l'ACDLec. Et d'ajouter que, selon les données du Bipe, « le pouvoir d'achat des Français va baisser de 0,6 % cette année », en raison de la pression sur les salaires, de la chasse aux niches fiscales comme de la hausse des dépenses contraintes.

C'est pour anticiper cette évolution qui pèsera sur la consommation que **les dirigeants de Leclerc entendent « limiter la hausse des prix à 2 % »** dans leurs magasins, en dépit des demandes des industriels (« 6 % à 7 % ») qui veulent répercuter la flambée des matières premières. Pour ce faire, ils ne se font pas seulement forts d'obtenir des tarifs écrasés de leurs fournisseurs. « Nos adhérents ont décidé d'investir 0,2 à 0,25 point sur leur marge nette, qui n'est que de 1,2 %, dans les prix », annonce Michel-Edouard Leclerc.

Pour ce dernier, comme pour Jean-Claude Pénicaut, responsable de la politique commerciale au Galec, la **centrale d'achat** Leclerc, il s'agit de faire perdurer une politique de prix bas qui a encore porté ses fruits en 2010. L'écart moyen avec le premier concurrent est de 5 %. **L'an passé, le réseau a réalisé 37,5 milliards de chiffre d'affaires**, dont 31 milliards hors carburants, en hausse de 5,4 %, et 28,6 milliards en France (hors carburants), en progression de 4,3 % « à parc constant ».

Selon le panéliste Kantar, cité par Leclerc, au 26 décembre 2010 et sur 12 mois glissant, Leclerc affichait - tous formats confondus - un gain de 0,5 point de part de marché, à 17,4 %. Derrière, seuls Auchan (+ 0,3 point, à 9,3 %) réalise une performance comparable. Système U, Lidl, Monoprix et **Netto** progressent, eux, de 0,1 point (à respectivement 9,2 %, 4,6 % et 0,9 % de parts de marché). Intermarché est stable (à 11,7 %) comme Aldi et Casino. **Toutes les autres enseignes sont en baisse, selon les informations données par Leclerc**, et notamment les hypermarchés Carrefour (- 0,4 point, à 12,5 %) et Carrefour Market (- 0,1 point, à 7,7 %).

ECONOMIE | [RSS Economie](#)

Le Point.fr - Publié le 27/01/2011 à 17:15 - Modifié le 27/01/2011 à 17:16

Les prix des produits alimentaires vont inéluctablement augmenter

La hausse attendue dans les prochains mois est liée à l'en vol des prix agricoles, prévient le ministre de l'Agriculture Bruno Le Maire.

Commentaires (32)

Imprimer

Envoyer par email

[Facebook](#) [Twitter](#) [LinkedIn](#)

A⁺ A



Les professionnels de l'agroalimentaire ont du mal à répercuter leurs coûts en hausse sur le produit dans les rayons
© Aziz Chibane / Sipa

À ne pas manquer

SOURCE AFP

Les Sarkozy dinent avec Hortefeuex

Par Anna Cabana

Pain, pâtes, viande : l'envolée des cours des matières premières agricoles va se traduire dans les mois à venir par une valse des étiquettes pour le consommateur et raviver la guerre entre la grande distribution et l'industrie agroalimentaire. "Dans les prochains mois, les prix de la baguette de pain, des pâtes, de la farine, de l'huile, de tous les produits de première nécessité, de la viande vont bien entendu augmenter", a déclaré jeudi le ministre de l'Agriculture Bruno Le Maire. La hausse est "inélucltable", selon lui.

Les présidents n'ont pas d'amis

Par Hervé Gattegno

Tony Blair, l'ami anglais de Kadhafi

Par Michel Colomès

Depuis un an, les cours mondiaux des principales matières premières comme le blé sont à la hausse. La pression s'est encore accentuée depuis l'été après plusieurs catastrophes climatiques (sécheresse, inondations...) qui ont mis à mal les récoltes dans plusieurs pays producteurs. Selon les experts, la situation ne devrait pas changer dans un avenir proche en raison du développement de la demande mondiale, en Chine par exemple, et des interventions de fonds spéculatifs sur les marchés.

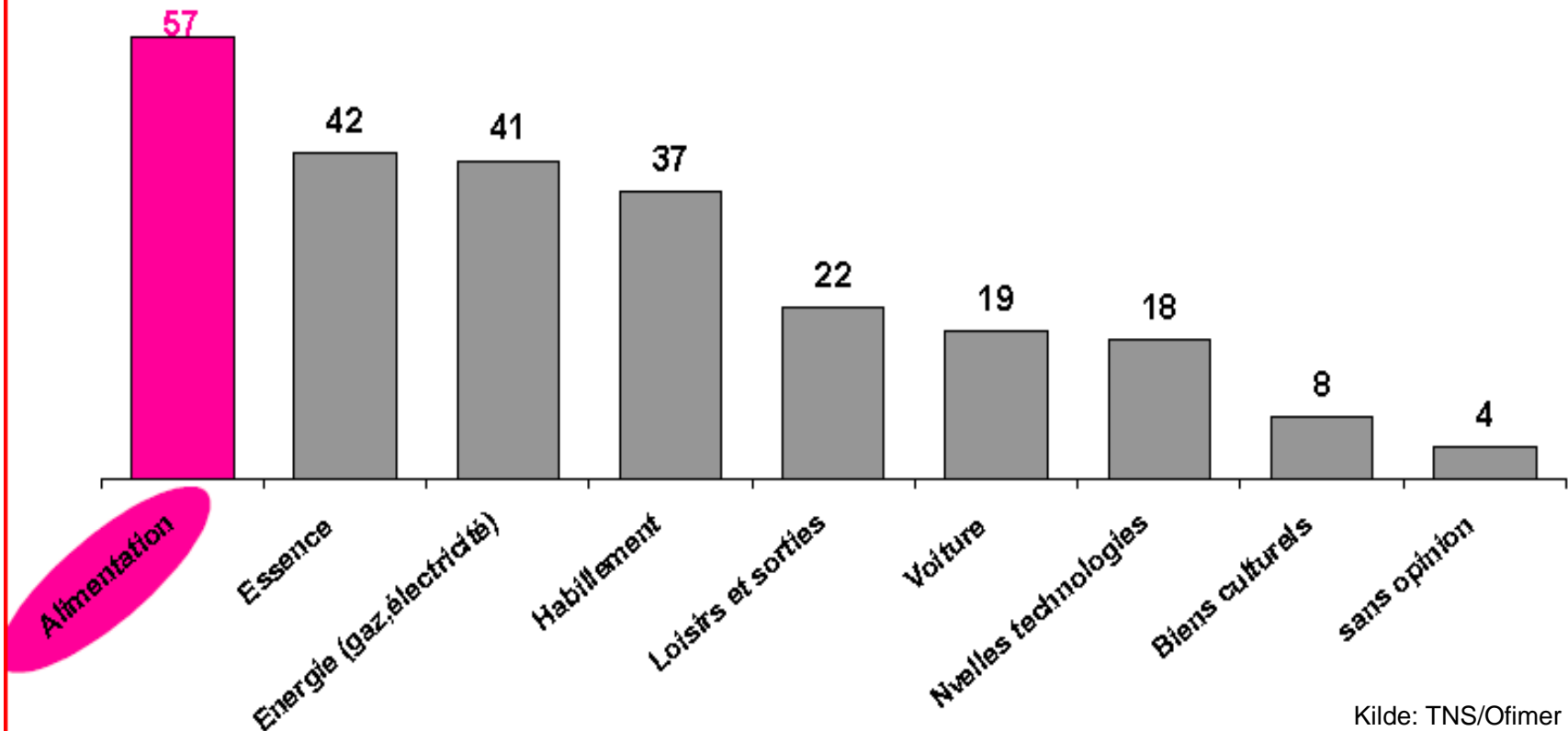
Un ascenseur spatial pour remplacer la navette

Par Frédéric Lewino



In which domain do you focus the most on price?

« Dans quel domaine diriez-vous que vous faites le plus attention au prix? »



Kilde: TNS/Ofimer



paupiettes de saumon
9€
00 la barquette

pavés de saumon
14€
60

dos de cabillaud
19€
90

salon international de l'agriculture

Commendes
moules de Hollande
6€

gagnez du temps
réglez emballages et plats à cuisiner

gagnez du temps





FILET FROLINE DU SAU
POMME DE TERRE
1.50 kg
7.44

FILET MERLIN SANS ALETES
POMME DE TERRE
1.50 kg
4.25

FILET MERLIN SANS ALETES
POMME DE TERRE
1.50 kg
4.25

FILET FROLINE DU SAU
POMME DE TERRE
1.50 kg
7.44

FILET MERLIN SANS ALETES
POMME DE TERRE
1.50 kg
4.25

FILET MERLIN SANS ALETES
POMME DE TERRE
1.50 kg
4.25

FILET MERLIN SANS ALETES
POMME DE TERRE
1.50 kg
4.25

FILET MERLIN SANS ALETES
POMME DE TERRE
1.50 kg
4.25

SANS ALETES

SANS ALETES

SANS ALETES

SANS ALETES

FILET MERLIN SANS ALETES
POMME DE TERRE
1.50 kg
4.25

SANS ALETES

FILET MERLIN SANS ALETES
POMME DE TERRE
1.50 kg
4.25

FILET MERLIN SANS ALETES
POMME DE TERRE
1.50 kg
4.25

SANS ALETES

SANS ALETES

SANS ALETES



Carrefour
market  78360
MONTESSON

**FILET DE PANGA DECONGELE
ELEVE AU VIETNAM**
PECHÉ EN ATLANTIQUE NORD-EST

consommer jusqu'au **09-03-2009**
Validité + 15 J04 le 07-03-2009

POIDS NET: 0,260 kg
PRIX UN: € 9,90

€2,57
L'HEX

A conserver entre 0 et +2°C



Carrefour
market  78360
MONTESSON

FILET DE LIEU NOIR x 2
PECHÉ EN ATLANTIQUE NORD-EST

consommer jusqu'au **09-03-2009**
Validité + 15 J04 le 07-03-2009

POIDS NET: 0,306 kg
PRIX UN: € 9,90

€3,03
L'HEX

A conserver entre 0 et +2°C



Carrefour
market  78360
MONTESSON

**FILET DE PANGA DECONGELE
ELEVE AU VIETNAM**
PECHÉ EN ATLANTIQUE NORD-EST

consommer jusqu'au **09-03-2009**
Validité + 15 J11 le 07-03-2009

POIDS NET: 0,276 kg
PRIX UN: € 9,90

€2,73
L'HEX

A conserver entre 0 et +2°C



Carrefour
market  78360
MONTESSON

FILET DE LIEU NOIR x 2
PECHÉ EN ATLANTIQUE NORD-EST

consommer jusqu'au **09-03-2009**
Validité + 15 J04 le 07-03-2009

POIDS NET: 0,232 kg
PRIX UN: € 9,90

€2,30
L'HEX

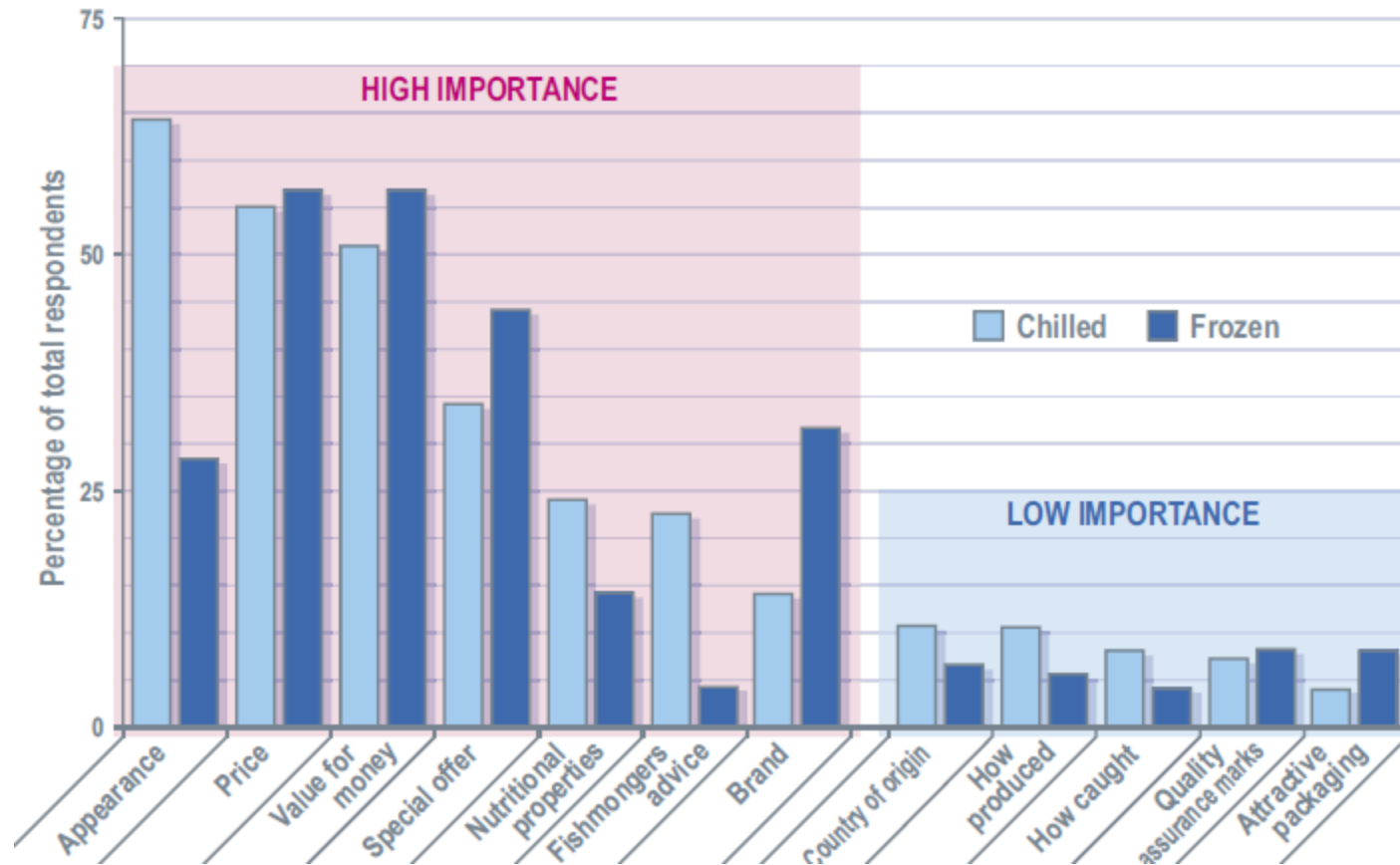
A conserver entre 0 et +2°C







Hvilke kriterier spiller inn for en sjømatkunde i UK?



4 mat trender

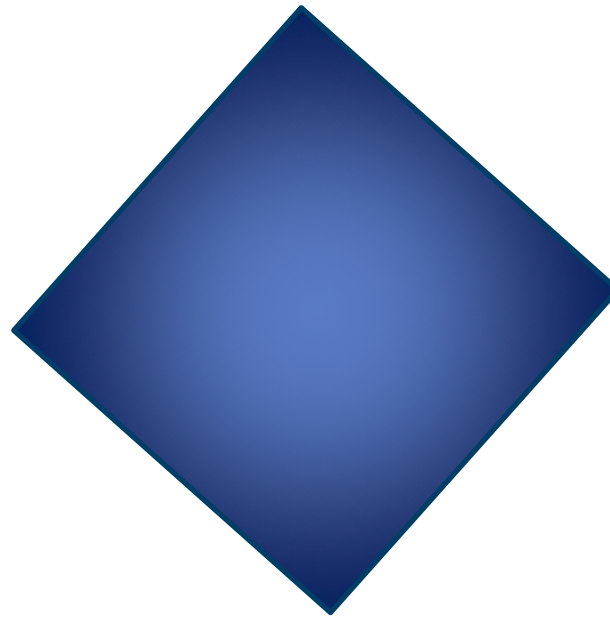
Hva ønsker forbrukerne seg?



Helse



Bekvemmelighet



Nytelse

Miljø



Utfordring: Konkurrentene våre tilbyr produkter for enhver anledning – men det gjør ikke vi

Hvordan selges fisk i Norge?



Hvordan selges konkurrentenes produkter?

– Eks. Prior



Eksportutvalget for fisk

www.seafood.no



Vi må ta utgangspunkt i forbruker- og kundebehov for å skape størst mulig verdi av ressursene våre



Forstå forbrukers behov i de mest relevante spisesituasjonene



Forstå handelens behov og hvordan kjøpsituasjonen påvirker valg



Utvikle og kommunisere produkter som møter disse behovene bedre enn konkurrentene



Som kan få konsekvenser for dagens verdikjede

Innovasjon og merkevarebygging – basert på forbrukerbehov



Vi trenger flere som tør å satse på innovasjon!

Vi må utvikle det beste sjømatlandslaget - rekruttering er avgjørende



Hva gjør EFF i UK og Frankrike?

Økt aktivitet i UK



- Økning i budsjett fra 2 til 6 million
- Nytt PR byrå på plass første uke i mai
- Økt fokus på kampanjer i butikk/restaurant for å øke synligheten for norsk sjømat
- B2B seminar i Grimsby
- 2010
- Kampanje med ca 1000 Fish & Chips shops
- Partner i konkurransen "Fish & Chips Shop of the year"
- Annonsekampanje i Fish & Chips magasiner
- Pressereise til Norge

Recette norvégienne du plaisir n° 9

**NE PAS RATER
UNE OCCASION POUR
SE FAIRE PLAISIR**



AVEC LE CABILLAUD DE NORVEGE



Retrouvez toutes nos recettes sur
www.cabillaud-de-norvege.com

Collective des produits
de la mer de Norvège

Frankrike

Eksportutvalget for fisk
www.seafood.no



Media 2011

Cross media activation:

Weekly consume magazines:

Télé 2 Semaines + Voici
Cooking column



TV Program



Cooking program on Radio



On-line visibility

Content : recipes, tv
programs (2nd broadcasting),
M6 partnership



Recette norvégienne du plaisir n° 9

SAVOIR SATISFAIRE LES PETITS ET LES GRANDS



AVEC LE SAUMON DE NORVEGE



Retrouvez toutes nos recettes sur
www.saumon-de-norvege.com

Collective des produits
de la mer de Norvège

Eksportutvalget for fisk
www.seafood.no



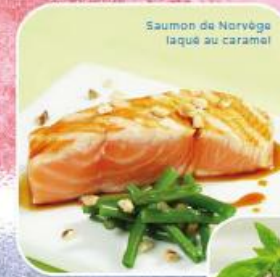
Cora



Recette norvégienne du plaisir n°5

MULTIPLIER
LES OCCASIONS
DE SE REGALER

AVEC LES POISSONS DE NORVEGE



Collective des produits
de la mer de Norvège

Eksportutvalget for fisk

www.seafood.no



Oppskriftshefter

Linguini au saumon de Norvège



+ 1h de repos

Ingrédients :

- 450 g filet de saumon de Norvège sans la peau
- 1 pincée de curry
- 400 g linguini (pâtes)
- 1 échalote finement émincée
- 1 gousse d'ail finement émincée
- 2 c. à s. d'huile d'olive
- 1 c. à c. de sauce soja
- 1 c. à c. d'huile de sésame
- Gingembre frais finement râpé
- Jus d'un demi-citron
- 2 cuil. à soupe de feuilles de coriandre finement ciselées

Coupez le filet de saumon de Norvège en dés de taille égale. Mélangez les dés avec l'huile d'olive et le curry, couvrez d'un film et laissez mariner au moins 1 heure au réfrigérateur.

Faites cuire les linguini « al dente » en suivant les indications de cuisson figurant sur le paquet.

Dans une poêle anti-adhésive, faites sauter vivement les dés de saumon de Norvège 2 à 3 minutes pour qu'ils restent tendres à cœur.

Pendant ce temps, faites fondre l'échalote et la gousse d'ail dans un peu d'huile d'olive, ajoutez le gingembre râpé, la sauce soja, l'huile de sésame et réservez au chaud.

Egouttez les linguini et versez-les dans un saladier.

Ajoutez les dés de saumon de Norvège cuits, l'ail, l'échalote et le jus d'un demi citron et mélangez délicatement l'ensemble. Servez aussitôt dans des assiettes chaudes, parsemez de coriandre fraîchement ciselée.



En plus de vous faire plaisir, manger du saumon de Norvège vous fait du bien. 2 portions par semaine couvrent vos besoins en oméga-3. Cette recette du plaisir est aussi celle de la santé !



Les recettes norvégiennes du plaisir

FAITES-VOUS PLAISIR TOUS LES JOURS

MULTIPLIEZ LES PETITS PLATS SAVOUREUX

Le saumon et le cabillaud de Norvège vous offrent une multitude de recettes pour régaler vos proches, dans les grandes occasions comme au quotidien.

Envie d'une touche de raffinement ?
Avec sa chair blanche et son goût délicat, le cabillaud de Norvège sublimerait vos repas.

Envie de contenter toute la famille ?
Simple et rapide à cuisiner, le saumon de Norvège se décline d'innombrables façons en vous offrant la certitude de plaire à tous, aux petits comme aux grands.



GRACE A DES POISSONS DE TRES GRANDE QUALITE

Un cadre de vie parmi les plus sains du monde : c'est dans les eaux limpides et pures des fjords norvégiens qu'est pêché le cabillaud de Norvège et qu'est élevé le saumon de Norvège.

Des méthodes d'élevage et de pêche uniques : la Norvège allie un savoir-faire ancestral et les technologies les plus modernes, dans un respect total de l'environnement afin de préserver ses richesses sous-marines.

Un système de traçabilité et de contrôles réguliers à toutes les étapes de la production : des organismes indépendants interviennent chez tous les intervenants de la filière.



IMPRIM'VERT*
Imprimé dans le respect de l'environnement
www.poissons-de-norvege.com

Mes recettes norvégiennes du plaisir

SPECIAL SAUMON & CABILLAUD



Retrouvez toutes nos recettes sur
www.poissons-de-norvege.com

Collective des produits
de la mer de Norvège



Eksportutvalget for fisk

www.seafood.no



Sushi kampanje med Matsuri




Første franske kokebok dedikert norsk sjømat

pêche en norvège
10 PRODUITS / 30 RECETTES

RECETTES MICHAËL FÉVAL
PHOTO TOM HAGA

PÊCHE EN NORVÈGE LESITE



re trouvez le sur le site www.hinokh-editeur.com



UN SITE INTERNET prolongement du livre
[avec des recettes supplémentaires]

PRÉFACE UN CHEF ÉTOILE
INTRODUCTION GILLES BRACHARD

TOM HAGA MICHAËL FÉVAL

UN LIVRE ACCESSIBLE, SIMPLE ET GÉNÉREUX...
Emprunt de valeurs, de rites et de convictions, Méditerranée de toujours par sa générosité et sa simplicité : « Quand on reçoit, on partage. On partage ses goûts, ses savoirs gourmands, ses rôles cuisiniers, ses satisfactions culinaires, ses scènes de fournaise ! Une philosophie qui s'est construite petit à petit auprès des plus grands : Eric Birifar au Plaza Athénée et Bernard Loiseau à Sauleau. Jeune chef déjà couronné de plusieurs prix, accro à la perfection, sa cuisine marine saine, vive et colorée se singularise par un plaisir inédit tout à fait inédit des aliments est une nécessité absolue... et où le choix de dix produits phares de Norvège en 30 recettes.

- > saumon
- > cabillaud
- > fruits de mer
- > églefin
- > filets blancs
- > tau mon
- > crabe royal
- > crevette nordique
- > saumon

format	300 x 250 mm
pages	144 pages
illustr.	200 photos
diffusion	4 000 ex.
prix public	30,- €
parution	oct 2010
distributeur	Polka-Littoral
ISBN	978-2-916791-02-0

ÉCRIVAIN MICHAËL FÉVAL
DISTRIBUTEUR POLKA LITTORAL
DISTRIBUTION LITTORAL

HINOKH-ÉDITEUR 132 81447 59446 000 257 | 02 99 46 40 00 | www.hinokh-editeur.com

un livre un site internet & des vidéos
10 PRODUITS / 30 RECETTES

PREMIER LIVRE
ayant son prolongement multimédia complémentaire



UN SITE INTERNET prolongement du livre
[avec des recettes supplémentaires]

PRÉFACE UN CHEF ÉTOILE
INTRODUCTION GILLES BRACHARD

TOM HAGA MICHAËL FÉVAL

UN LIVRE ACCESSIBLE, SIMPLE ET GÉNÉREUX...
Emprunt de valeurs, de rites et de convictions, Méditerranée de toujours par sa générosité et sa simplicité : « Quand on reçoit, on partage. On partage ses goûts, ses savoirs gourmands, ses rôles cuisiniers, ses satisfactions culinaires, ses scènes de fournaise ! Une philosophie qui s'est construite petit à petit auprès des plus grands : Eric Birifar au Plaza Athénée et Bernard Loiseau à Sauleau. Jeune chef déjà couronné de plusieurs prix, accro à la perfection, sa cuisine marine saine, vive et colorée se singularise par un plaisir inédit tout à fait inédit des aliments est une nécessité absolue... et où le choix de dix produits phares de Norvège en 30 recettes.

- > saumon
- > cabillaud
- > fruits de mer
- > églefin
- > filets blancs
- > tau mon
- > crabe royal
- > crevette nordique
- > saumon

format	300 x 250 mm
pages	144 pages
illustr.	200 photos
diffusion	4 000 ex.
prix public	30,- €
parution	oct 2010
distributeur	Polka-Littoral
ISBN	978-2-916791-02-0

ÉCRIVAIN MICHAËL FÉVAL
DISTRIBUTEUR POLKA LITTORAL
DISTRIBUTION LITTORAL

HINOKH-ÉDITEUR 132 81447 59446 000 257 | 02 99 46 40 00 | www.hinokh-editeur.com





Auchan



★ WANTED ★

Le saumon de Norvège,
un poisson très recherché...
pour sa qualité.



LA MÉTHODE NORVÉGIENNE

La Méthode Norvégienne, ce sont des saumons élevés dans les eaux pures des fjords norvégiens avec un grand respect pour l'environnement. C'est une qualité constante grâce à une procédure de traçabilité et à des contrôles très stricts qui nous ont souvent permis de décerner le Label Rouge. C'est une garantie d'excellence, fruit du professionnalisme et d'éleveurs passionnés qui, depuis des générations, se transmettent un savoir-faire unique. Reconnu et apprécié dans plus de 100 pays à travers le monde, le Saumon de Norvège est forcément un saumon très recherché !



Saumon de Norvège
suivez la méthode fraîcheur & qualité

www.saumon-de-norvege.com

• LES PRODUITS DE LA MER DE NORVÈGE •
La plus précieuse des sources d'inspiration

Un environnement maritime
exceptionnel

Les eaux profondes et glacées
de la Norvège et leur environnement
soigneusement préservés ont donné
naissance à des produits d'une diversité
et d'une qualité uniques.

Ainsi, la Norvège propose des
joyaux qui ont acquis dès très
longtemps leur réputation de noblesse
gastro-nomique.



LE CRABE ROYAL DE NORVÈGE :
LE CRUSTACÉ QUI PORTE SON NOM

Avec sa chair naturellement douce et sucrée
et sa fibre appétissante le Crabe Royal de Norvège
s'allie avec succès avec le homard. Son
savant ? Une recette particulière est une
manipulation individuelle qui procure un
régal non de bonnet d'écaille et présente
le poisson entier garni de sa chair et de
saux, au grill, à la vapeur ou encore à la poêle.



LA COQUILLE SAINT-JACQUES
DE NORVÈGE : LE JOUYAU DE LA MER

Si elle impressionne par sa taille, la Coquille
Saint-Jacques de Norvège surpasse encore
d'avantage par sa saveur à la fois douce,
fraîche et délicate, résultat d'une rhodé et la
main très riche en calcium et de la coquille et du
fondant, qui offre un usage très polyvalent.
Elle peut être associée en carpaccio, en
farfalle ou encore en tant que poêle.



L'OURSIN DE NORVÈGE : UNE SAVEUR
RECONNUE DANS LE MONDE ENTIER

Précieusement récolté à la main par les
pêcheurs, l'oursin de Norvège présente une
saveur exceptionnelle, naturelle. Elle est
cette saveur qui a permis à l'oursin de
acquiescer une renommée internationale
longue, et à la vapeur dans sa coque il
reste une texture fondante et onctueuse et une
saveur de mer inimitable et très fraiche.



LE FLÉTAN BLANC DE NORVÈGE :
UN CÂDEAU DES DIEUX

Surnommé « Pêcheur Saint », le Flétan Blanc
est apprécié depuis des siècles dans le monde
de la Norvège car il est l'incarnation du dieu
bon et doux, comme lui. Apprécié pour
sa texture délicate et sa fibre soyeuse, sa
chair blanche et ferme a été utilisée par les
chefs du monde entier.



LE TOURTEAU DE NORVÈGE : LE ROI
DES PLÂTES AUX DÉS FRAÎTES DE MER

Le roi des plats de mer, le Tourteau de
Norvège est très apprécié dans le monde
entier pour sa texture délicate et sa fibre soyeuse
et sa saveur délicate. Sa chair blanche et
ferme a été utilisée par les chefs du monde
entier.



LE COEUR DE FILET DE SAUMON DE
NORVÈGE : LA PARTIE LA PLUS NOBLE DU
PÊCHE COMMUN DES PÊCHONS DE NORVÈGE

Le Cœur de Filet de Saumon est un morceau
très apprécié de tous, car il est le plus
doux et le plus tendre de tous. Il est composé
de filets de saumon et de saumon et de saumon
et une texture qui est appréciée de tous.
grandes et de saumon.



LA CREVETTE DE NORVÈGE :
LE « MUST » DE LA CREVETTE

Environnement unique, eaux froides,
courants forts et alluvions particulièrement
riches. La Crevette de Norvège est
appréciée pour sa saveur délicate et sa fibre
soyeuse, sa chair ferme, couleur rouge
naturelle, douce et délicate par une
poêle ou à la vapeur.



L'OMBLE CHEVALER ARCTIQUE DE
NORVÈGE : L'AVENTURE DE L'EXTRÊME

C'est un produit de la mer de Norvège
très apprécié de tous, car il est le plus
doux et le plus tendre de tous. Il est composé
de filets de saumon et de saumon et de saumon
et une texture qui est appréciée de tous.
grandes et de saumon.



LE COEUR DE FILET DE CABILLAUD DE
NORVÈGE : LE SECRÈTE GASTRONOMIQUE
DES CHEFS

Peu connu en dehors de la Norvège, le
Cœur de Filet de Cabillaud est un morceau
très apprécié de tous, car il est le plus
doux et le plus tendre de tous. Il est composé
de filets de saumon et de saumon et de saumon
et une texture qui est appréciée de tous.
grandes et de saumon.

Saveurs subtiles, espèces peu connues au-delà des frontières de leur
pays d'origine... Les produits de la mer de Norvège offrent à votre
cuisine une nouvelle source d'inspiration pour le plus grand bonheur
des palais exigeants.

La Mer de Norvège vous présente
ses plus beaux joyaux.



Kveldens kokk på et tidligere oppdrag for EFF



Norsk Sjømat.
Fra kalde, klare farvann.

