



FISKERI- OG HAVBRUKSNÆRINGENS FORSKNINGSFOND

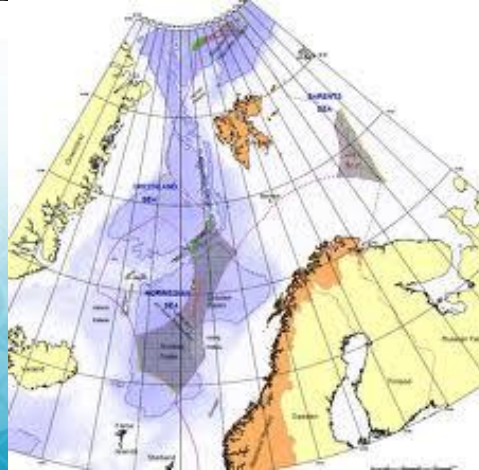
Velkommen



KYSTPERLEN SOM FORANDRET

NORGE

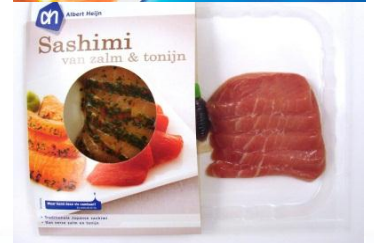
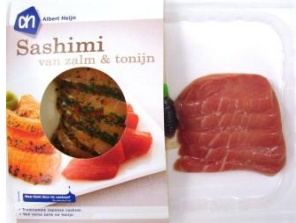
KAREN KAN FORTSATT BO PÅ FRØYA
OM 10 ÅR



Verdens fremste sjømatnasjon













Hovedutfordringer:

1. Bærekraftig utvikling
2. Klimaforandringer
3. Samfunn, næring og marked



Referansegruppen for Markedsforskning

- Opprettet første kvartal 2010
- Medlemmer:
 - Arne Sørvig, Marine Harvest ASA, leder
 - Bjørg Frøland, Nordic Group AS
 - Bjørn Fredriksen, Nergård AS
 - Egil Sundheim, Eksportutvalget for fisk
 - Erling Holmeset jr., Norges Fiskarlag
 - Hans Johan Dahl, NNN
 - Nils Williksen, Nils Williksen AS
 - Morten Hyldborg Jensen, Aker Seafood ASA
 - Marta Valdés, LO, Vara
 - Arne E. Karlsen, Gunnar Klo AS (fratrådt)

Mandat

- Strategisk premissgiver for FHF's markedsforskning spesielt, og markedsforskning generelt.
- Følge opp FHF's handlingsplan for markedsforskning
- Identifisere næringens behov
- Bidra til at næring er kravstor kunde overfor FOU-miljø
- Sikre god innretting og kvalitet på program og prosjekt
- Premissleverandør overfor FHF for å formulere viktigste markedsmessige utfordringer på kort og lang sikt
- Bidra til at kunnskap fra markedsforskning formidles og tas i bruk

Rapport om siste 10-års markedsforskning

- Ikke lang tradisjon, men norske miljø markerer seg akademisk
- Det er behov for nedstrømsforskning, men det er dyrt.
- Hovedtema i rapporten:
 - Forbrukerforskning
 - Markedsstrategi/organisasjon
 - Industriell kjøpsadferd
 - Etterspørselsanalyser
 - Markedsintegrasjon og markedsrett
 - Markedsmodeller, miljømerking, hedoniske modeller

Programområder

1. Etterspørselsforhold knyttet til bærekraft, miljø og etikk
2. Markedsbasert verdikjedeutvikling
3. Forbrukerforsking



**FARMING
RESOURCE**

**HARVESTING
FISHING**

LOGISTICS

PROCESSING

RETAIL

CONSUMER

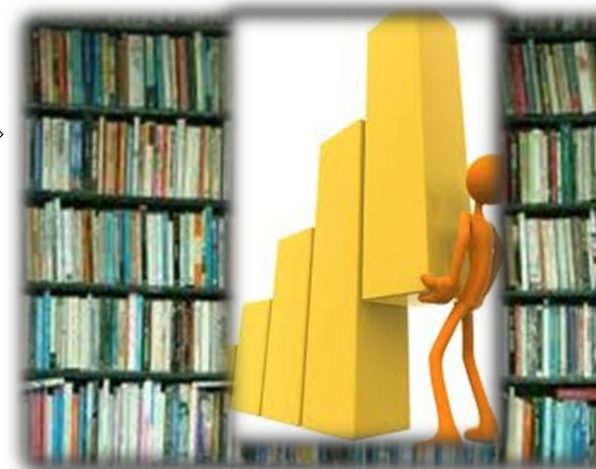
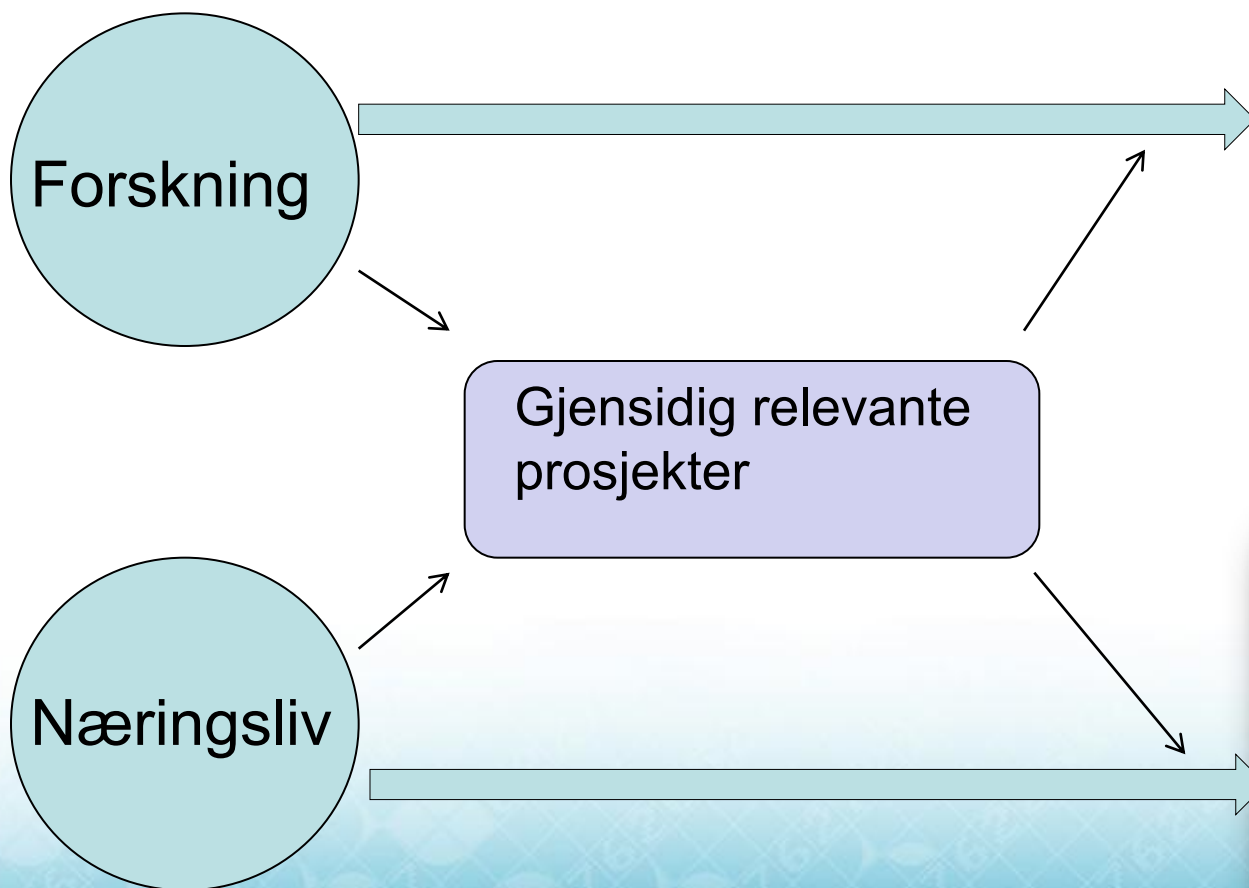


Pågående prosjekter

	Bærekraft	Verdikjede	Konsument
Etterspørselsforhold (Nofima)	v	v	v
Effekter av MSC (Nofima)	v		v
Suksesskriterier handel med fisk (UiS)		v	
Posisjoneringsstudien (UiS)		v	v
Prioritet 2011		v	

- Det foregår også markedsforskningsprosjekter i enkelte av FHF's prosjekter via faggruppene, men disse er ikke formelt koordinert på tvers av aktivitetene under ***tag:markedsforskning***

Ulike mål, felles interesser



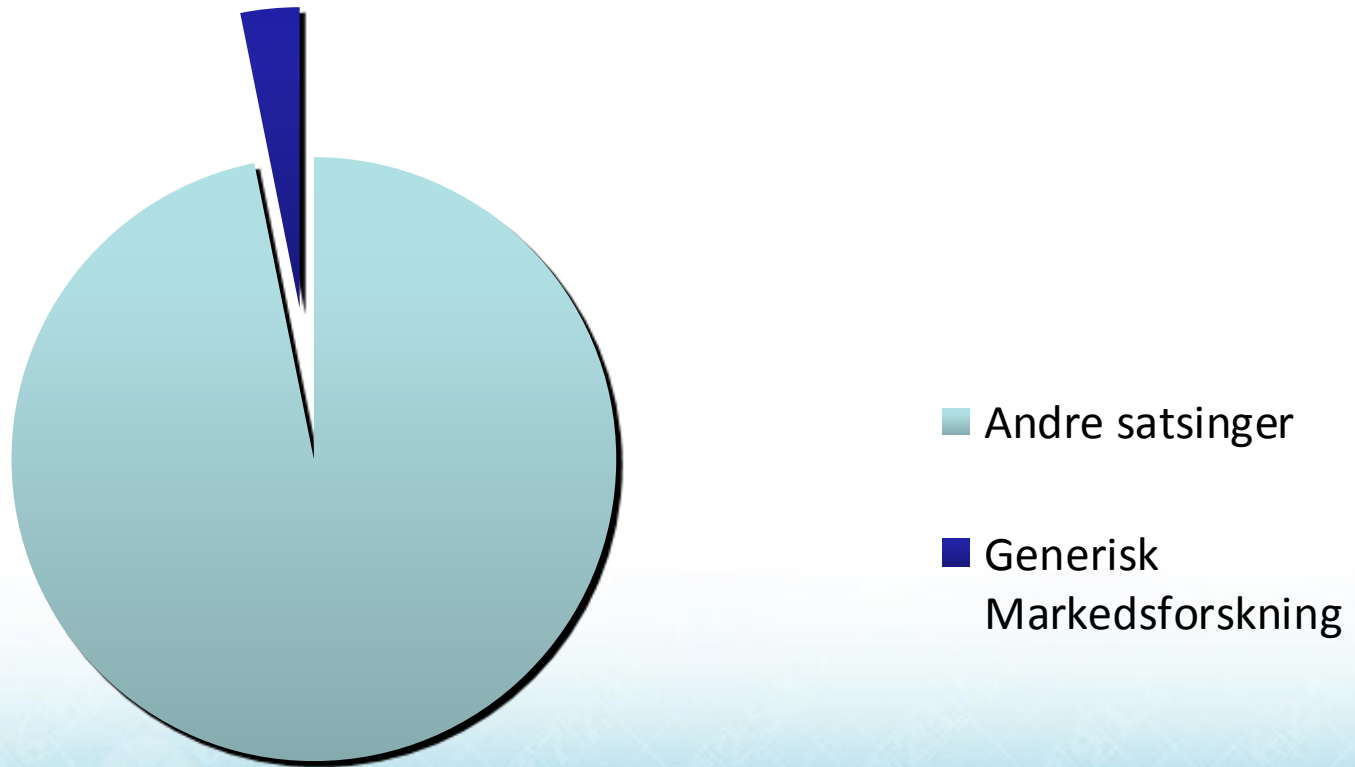
Bestillingskriterier

- *Bidrag til norsk sjømatnærings konkurransevne*
- *Relevans for prisdannelse gjennom verdikjeden for sjømat/matvarer*
- *Tidshorisont for når resultater kommer til anvendelse*
- *Innhold av praktisk markedsforskning (resultatenes praktiske relevans for næringen; inkludert plan for formidling)*
- *Generisk vs. spesifikk relevans (næring, industri etc)*
- *Potensiale for samfinansiering og relevante samarbeidspartnere til prosjektene*
- *Kostnadsramme*

Nytte av markedsforskning?

- Kategori og produktutvikling på næringens initiativ fordrer gode hypoteser om markedsutvikling på lang sikt.
 - Grunnlag for volumvekst; alt. høyere pris for begrenset ressurs
- Forståelse for hva som endrer adferd blant industrielle kjøpere og konsumenter. Grunnlag for å gjøre de rette grepene i verdikjeden på kort og lang sikt.
- Grundigere forklaringer på volum- og prisforhold fra etterspørsels-siden, kunnskap som for både råvarebaserte og markedsbaserte selskaper kan omgjøre til bedre etterspørselstyring, prising m.m.
- Sammenligninger mellom regioner, land, kanaler og nisjer. Grunnlag for teknologi og produktutvikling.

Referansegruppen i FHF's totalbudsjett - 1 1



Program

0900-0910: Velkommen v Arne Karlsen.

0910-0930: Hvorfor Markedsforskning? Faglige prioriteringer i årene fremover. v Arne Sørvig.

0930-1040: Sjømatnæringens kunder stiller økende krav mht bærekraftig fangst. Kan bærekraft og miljø benyttes som virkemiddel i markedsføring.

Pirjo Honkanen, Nofima

Frode Nilssen, Nofima

1040- 1055: Pause

1055-1130: Posisjoneringsstudie for norsk sjømat. v Ragnar Tveterås og Yuko Onozaka, Universitetet i Stavanger.

1130-1215: Lunsj

.....program

1215-1300: "New marketing perspectives on changing global seafood value chains". v. James A Young, Stirling Universitet

1300-1400: Casestudier – preferansebygging i sjømatnæringen:

Suksesskriterier i handelen med oppdrettsfisk. v Ragnar Tveterås

Linefisk fra kystflåten. v. Edgar Henriksen, Nofima

1400-1415: Pause

1415-1700: Samhandling mellom Markedsforskning og industri. Innledning ved Finn Bergesen jr.

Paneldebatt om prioriteringene fremover og samhandling med deltagere fra norsk sjømatindustri og forskning Denne del av programmet ledes av Aslak Bonde.

Våre mål for konferansen

- Prioritere fremtidige satsingsområder
- Konkretiser hvordan næring og forskning best kan samarbeide innen fagfeltet
- Formidle ny kunnskap
- Inspirere hverandre!