

# **Sjømat som opplevelse og kultur – Hvordan bygge renommé på tallerkenen?**

Smaken av kompetanse  
Lukten av business

Dag Terje K Solvang  
Administrerende direktør  
Gastronomisk Institutt AS



# Gastronomisk Institutt AS

- Startet i 1988
- stiftelse i 1990
- AS - august 2004
- 21 ansatte
- hovedkontor i Stavanger
- avdelingskontor i Oslo.



Smaken av kompetanse. Lukten av business.



# Forretningsområder

- Produktutvikling og bedriftsrådgiving
- Kommunikasjon, promosjon og events
- Utdanning, inspirasjon og opplæring

Smaken av kompetanse. Lukten av business.



# Gastronomisk Institutt AS

- **Våre eiere:**
  - **Stiftelsen Gastronomisk Institutt**
  - **Matforsk AS**
  - **Fiskeriforskning AS**
  - **Norconserv AS**

Smaken av kompetanse. Lukten av business.





Smaken av kompetanse. Lukten av business.



# Sjømat som opplevelse og kultur

- Hvordan bygge renommé på tallerkenen?



Smaken av kompetanse. Lukten av business.



# Sjømat som opplevelse og kultur

- Å bygge renommé på tallerkenen?
  - Er ikke godt norsk godt nok?
  - Finnes det flere kvaliteter?



Smaken av kompetanse. Lukten av business.



# Hvem er kundene, og hva vil de ha?

- Det samlede turistkonsum for 2004 viser at norske og utenlandske turister la igjen nesten 80 milliarder kroner, hva ønsker de å finne på tallerkenen?
- Hva ønsker kjøkkensjefen å sette på menyen?
- Hva ønsker vi selv å finne i dagligvare hyllene?

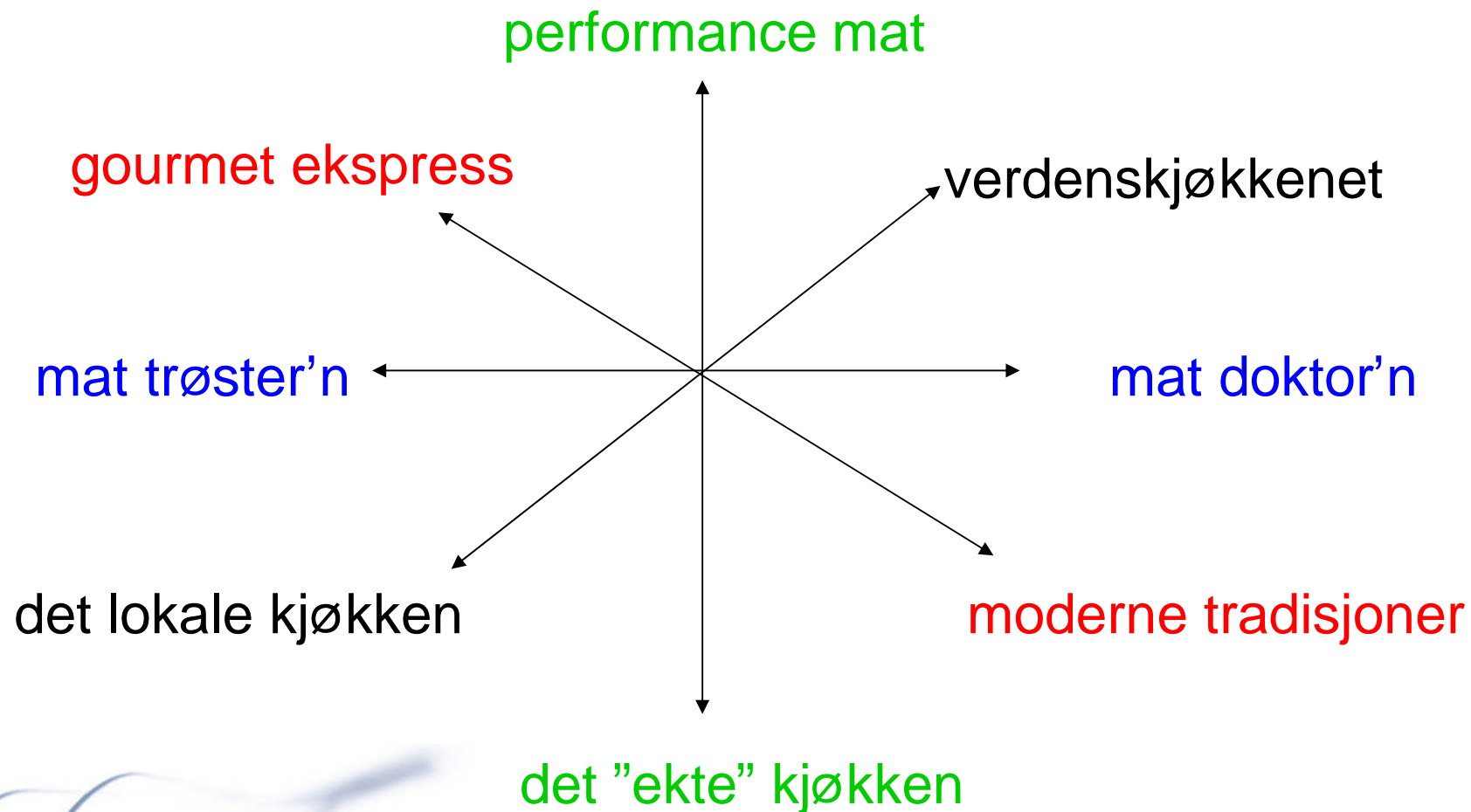
Smaken av kompetanse. Lukten av business.





# Trender 2006-2007

pej gruppen 2005



Smaken av kompetanse. Lukten av business.



# Matdoktor'n

- Å forebygge mot sykdommer
- Sunnere livstil
- Bio Food - Food for Life
- Functional food forsvinner som begrep men tema er like viktig
- Lovgivningen lempes
- Konstant skiftende sunnhetsoverskrifter
- Stort potensiale



Smaken av kompetanse. Lukten av business.

# Gourmet Ekspress

- Situasjonsmat
  - Lette, raske løsninger
  - Nye salgskanaler
- 
- Spås et stort potensial
  - Vekst på alle fronter;
    - Hjemme
    - Jobb
    - Mobil
    - Restaurant



Deli de Luca



Smaken av kompetanse. Lukten av business.

# Det "ekte" kjøkken

- Forenkling
- Færre valg
- Avmystifisering
- Back to basic – råvarene i fokus
- Færre, men bedre råvarer
- Kokken blir håndverker – igjen
- Autentisitet i høysete



Smaken av kompetanse. Lukten av business.



# Det lokale kjøkken

- Originalitet og særpreg
- Lokalitet og tradisjon
- Nisjeprodusenten – med den rette historien
  
- Stor vekst og stort potensiale
- Vi vil ha produkter vi kan:
  - Forstå
  - Forklare
  - Forholde seg til



Smaken av kompetanse. Lukten av business.

# Hvordan tenker kokken?

- Vil være en videreforedler – men har varierende kompetanse
- Ønsker at menyen skal skille seg ut fra andre
- Mat med historie og identitet blir et konkurranse fortrinn
- Krever gode råvarer, men er uloyal mot leverandører
- Store forskjeller mellom storhusholdning, hoteller og gourmet restauranter

Like fullt: pris, tilgang og logistikk er viktig!



Smaken av kompetanse. Lukten av business.



# Norske råvarer, hvordan står det til?

- Norge har den sikreste og reneste maten i verden
- Norge har mat med særegne kvaliteter som smak, konsistens og lukt
- Norge har mat med identitet
- Fantastiske miljøkvaliteter i inntrykket av Norge



Smaken av kompetanse. Lukten av business.



# Hvordan fortelle dette til våre gjester og kunder?

- Pris og leveringsdyktighet er ikke nok alene
- Det vi serverer må ha en historie i tillegg
- Unike muligheter for norsk sjømat
- Å si at noe har bedre kvalitet betyr også å si at noe har lavere kvalitet
  - Er dette grunnen til at vi fortsatt sier laks er laks?

Smaken av kompetanse. Lukten av business.





# Seafood from Norway

- En meget sterk merkevare
- Inneholder verdier som gir verdi til produktet – ute
- Hjemme må vi bygge renommé ved flere kvaliteter og i tråd med de trendene vi ser

Smaken av kompetanse. Lukten av business.



# Kvalitetssikring gjennom merkeordninger:



Smaken av kompetanse. Lukten av business.

# Spesialitet:



- 37 produkter totalt
- 6 produkter fra den blå åker



- Varmrøyt dilllaks
- Varmrøyt pepperlaks
- Røkelaks



- Reker



Smaken av kompetanse. Lukten av business.



# Beskyttelsesbetegnelser



- Opprinnelse
  - 2 produkter – ingen sjømat
- Geografisk
  - 9 produkter – 1 sjømat



3 søknader under behandling;

Ishavsroye fra Vesterålen,

Rogalandsreker

Tørrfisk fra Lofoten

Smaken av kompetanse. Lukten av business.



# Har de grønne kommet lengre..?

- Ja, mange har kommet lengre.
- Noen eksempler;



Smaken av kompetanse. Lukten av business.



# Klostergarden – en smak av utstein



Produsent av lam med beite  
rundt det gamle klosteret  
Særegen smak – og en unik  
historie



**KLOSTERGARDEN**

Smaken av kompetanse. Lukten av business.



# Jærens smak – svinekjøtt



Stor svineproduksjon på Jæren.

Ville tilbake til den ”gamle grisen”

Testet smak og struktur i 3 år

Et unikt produkt i handel i dag

Smaken av kompetanse. Lukten av business.



# Konklusjon;

- Lær av de gode eksemplene
- Kommuniserer særegne kvaliteter i produktet
  - Selg historien!
- Aksepter at noe får en bedre pris enn annet

Smaken av kompetanse. Lukten av business.





**Takk for meg!**



Smaken av kompetanse. Lukten av business.

