



## RAPPORT KONGEKRABBESTIVALEN OG –KONFERANSEN 2012

## **Innhold**

Innledning.....	2
Organisatorisk forankring .....	2
Kongekrabbekonferansen.....	2
Kongekrabbefestivalen.....	4
Matopplevelser .....	4
Kulturopplevelser .....	6
Markedsføring .....	6
Oppsummering .....	8
Deltakerliste Kongekrabbkonferansen: .....	9
Program Kongekrabbekonferansen .....	11

## **Innledning**

3. - 7. oktober ble Kongekrabbefestivalen 2012 arrangert i Vadsø, Kirkenes og Bugøynes. Dette var 8. gang festivalen ble arrangert, og andre gang arrangementet var spredt over flere dager i to kommuner. Målsettingen med festivalen er, gjennom faglige arrangement og kulturelle aktiviteter, å bidra til at kongekrabben blir en positiv kraft i regionen som både fagmiljøer, næringsliv og den generelle befolkningen har glede av.

Arrangementet var i år delt i to hovedbolker. Ett faglig arrangement med fokus på kongekrabben som næringsressurs, og et festivalprogram med fokus på å vise frem potensialet i kongekrabben som råvare i en kulturell setting. Disse to delene var integrerte, men denne rapporten vil behandle de to delene hver for seg.

## **Organisatorisk forankring**

Polar Spectacle er et aksjeselskap som ble etablert i Vadsø i 2004. Selskapet har arrangert Kongekrabbefestivalen i Vadsø årlig siden den tid, et arrangement som har kombinert mat, musikk og underholdning i et firedagers arrangement. Etter oppstart og frem til 2010 hadde selskapet utfordringer av både organisatorisk og økonomisk art. I 2011 ble organisasjonen revitalisert med nye eiere - særlig fra fiskerinæringen - og selskapet ble restrukturert og arrangementene spisset. Nytt styre, nye eiere og nye krefter ga nytt liv til festivalen.

En omfattende restrukturingsprosess kom i gang i selskapet, med ny kapital og under nytt navn: High North, High End (HNHE). Denne prosessen dannet grunnlaget for å legge en ny strategi: selskapet sitt hovedmål er å jobbe for å skape et godt omdømme for råvarer fra Finnmark. Dette skal gjøres gjennom å legge til rette for faglige møteplasser, sikre god presentasjon av matretter på arrangement i Finnmark, samt å arrangere eventer, i egen regi, som har råvarer fra Finnmark i fokus.

## **Kongekrabbekonferansen**

Kongekrabbekonferansen ble arrangert på Thon Hotel Kirkenes 3. og 4. oktober. Programmet hadde fokus på markedssituasjonen for kongekrabben som råvare. Ulike forskningsresultater ble presentert for å danne grunnlag for bestandsregulering her i Norge.

I Norge isolert sett er kongekrabbe et lite og til dels ubetydelig produkt i det store norske sjømatbildet. Men for de det gjelder, fiskere og industri i Finnmark, er krabben viktig. Derfor er det av interesse å finne ut hva som skjer både globalt og lokalt. Og det er svært mye som skjer, over alt. Utvikling i volum fra Russland og USA, substitutter i form av snekrabbe og krabbe fra Sør-Amerika, samtidig som krabben ut av butikk og inn på kun eksklusive restauranter m.m. Kanskje noe av det viktigste som skjer er den finansielle situasjonen i verden.

Konferansen ble av deltakerne vurdert som meget vellykket, både faglig og sosialt.

Programmet til årets konferanse var preget av stor innholdsmessig bredde. Vi hadde en rekke betydningsfulle innledere fra inn og utland med spisskompetanse innen sine fagområder. Vi var dessuten spesielt bevisst på å invitere innledere med ulike oppfatninger av bestands- og markedssituasjonen for krabben. Det faglige programmet er vedlagt.

I tillegg til et variert og godt faglig program, la vi opp til å etablere gode møteplasser mellom deltakerne slik at de faglige og sosiale båndene kunne styrkes ytterligere. Gjennom å bruke råvarer og kokker av meget høy kvalitet på alle serveringene under arrangementet fikk vi gjennom eksempelets makt vist noe av potensialet som ligger i matopplevelser basert på råvarer fra regionen.

På konferansens siste dag var det mulig for konferansedeltakerne å delta på en utflukt til Bugøynes for å få en omvisning på anlegget til Norway King Crab. Svært mange av konferansedeltakerne deltok på dette, som ble avsluttet med en smak av kongekrabbe forberedt av våre festivalkokker.

Presentasjonene til de fleste innleiderne kan gjøres tilgjengelig om ønskelig.

### **Evaluering**

Tilbakemeldingen fra innledere og deltakere er udelt positive. Spesielt nyttig var det at man samlet næringen fra fiskere til marked.

Vi fikk en rekke henvendelser under arrangementet, samt i etterkant, fra deltakere som beskriver konferansen som svært interessant og nyttig.

Det faglige programmet var delt inn i tre hovedtemaer. Den første var en innledende bolk der man så på bestandkontroll og ulike erfaringer fra krabbeyngel og bestandovervåking. Bolk nummer to gikk nærmere inn på den internasjonale markedssituasjonen for kongekrabbe, mens den tredje og siste bolken var en dialogkonferanse mellom fiskere og industri.

### **Deltakelse**

Det var totalt 48 personer som registrerte seg som deltakere på konferansen. Deltakerne representerte en rekke ulike aktører fra både miljøbevegelsen, politiske miljøer, forvaltning og industrien. I tillegg til gode, relevante innlegg, var det gode diskusjoner rundt temaene. Komplette deltakerliste er vedlagt.

Vi hadde god kontakt med de ulike miljøene, som er aktuelle for deltakelse på konferansen, og rekrutteringen til konferansen ble gjort i stor grad gjennom konferansens nettverk via direkte kontakt. Dette var også et ledd i strategien om kostnadskontroll og relevanse i de aktuelle miljøene. Fra 2011-konferansen så man at markedsføring i tradisjonelle medier ikke ga ønskede resultater, så i år rettet vi fokuset på direkte kontakt med de potensielle konferansedeltakerne. Dette er tidkrevende og av ulike grunner ble rekrutteringsarbeidet ikke optimalt i år. Vi kunne blant annet vært tidligere ute med både endelig program og med invitasjoner, men en uavklart økonomiske situasjonen fra 2011 hindret noe av dette tidlige

arbeidet. Vi tror derfor at potensialet i forhold til antall deltakere er langt høyere enn dette for neste års konferanse.

Deltakertallet var omtrent det samme som i 2011, så rekrutteringen har vært svært kostnadseffektiv ift antall deltakere per markeds kroner brukt.

## Kongekrabbefestivalen

Festivalprogrammet var i år noe mindre omfattende enn tidligere år, men med et tettere og klarere kvalitetsmessig fokus på hvert enkelt arrangement. Hovedfokuset ble satt på matopplevelser i tillegg til at vi arrangerte flere konserter og underholdning på flere arenaer og innen flere ulike sjangre. Domstein ble brukt til konserter og matmarked, mens vi arrangerte stand up på samfunnshuset Vårbrudd. Matarrangementene fant sted på Rica-hotellet, Sirkkagården og på Domstein. På Domstein er man avhengig av til dels omfattende arbeid for å klargjøre til festival. Men det gir gevinst: Domstein og Kongekrabbefestivalen er en meget god match i forhold til historikk, størrelse, plassering og kapasitet.

## Matopplevelser

I samarbeid med Urban Food og lokale aktører ble sjømat satt ettertrykkelig på kartet under årets festival. I tillegg til at det på det faglige arrangementet ble servert gourmetmat av høyeste klasse til alle måltider, hadde vi flere arrangement der befolkningen i kommunen får ta del i det kulinariske skiftet.

### Domstein

Med den nye strategien til Kongekrabbefestivalen er Domstein-bygget en sentral del. Byggets sterke tradisjoner i Vadsø's sjømathistorikk danner en optimal ramme for en sjømatfestival. Nesten alle i Vadsø har et forhold til Domstein, og det er tett knyttet til sjømat og gode opplevelser.

Også i år var kultur og sjømatopplevelser sentralt i feiringen av kongekrabben som råvare. Kokkene fra Urban Food laget til nydelige retter, med en tydelig lokal forankring og stolthet, som ble servert på Domstein under alle arrangementene under festivalen. Kokkene fra Urban Food hadde god hjelp fra elever ved Vardø videregående skole. Disse elevene fikk kyndig veiledning fra både Urban Food og mangeårig lokalmat-entusiast Neil Lupton, som var leid inn av festivalen for å tilberede den etter hvert tradisjonsrike kongekrabbewoken og for å veilede elevene fra Vardø vgs.

### Matmarkedet på Domstein

Lørdag for- og ettermiddag ble Domstein omgjort til et sydende matmarked der kongekrabben, og andre lokale råvarer, stod i spissen for gode matopplevelser for både store og små. Vi hadde i løpet av formiddagen over 400 personer inne i lokalet, og de 5 lokale matprodusentene som stilte med mat hadde alle god omsetning, og de var svært fornøyd med både oppslutning og tilbakemeldinger fra publikum.

Potensialet for matmarkedet er fortsatt stort, og det er et ønske fra festivalen å få med flere lokale matprodusenter. Rekruttering av lokale matprodusenter til matmarkedet er en stor oppgave, som festivalen ytterligere må rette sitt fokus på. Det må også settes av mer tid og ressurser i dette rekrutteringsarbeidet.

#### Havets skattekiste

Bård Greni fra Urban Food, i samarbeid med kokker fra Rica Hotel Vadsø, utviklet «Havets skattekiste» - et konsept utviklet av Norges sjømatråd. Dette er et konsept som involverer barna, og lærer dem hvordan man kan lage spennende, gode og næringsrike matretter ved hjelp av lokale råvarer fra sjøen.

#### VM i fiskekaker

Etter initiativ fra Vardø vgs, arrangerte festivalen i år Varangermesterskapet i fiskekaker. Dette var et spesielt populært innslag under Matmarkedet på Domstein, og både publikums- og deltakeroppslutningen var svært god. Konkurransen tiltrakk seg flere seriøse lokale kokker, som bidro med sine beste fiskekaker, selvsagt etter egne hemmelige oppskrifter. Selve gjennomføringen av konkurransen ble foretatt av kompetansesenteret for sjømat i Vardø, og tilbakemeldingene fra både deltakere og publikum var svært gode.

#### Smaken av krabbe

Salg og utdeling av småretter, basert på råvarer av kongekrabbe, er et populært innslag, og publikum fikk oppleve potensialet til denne herlige råvaren. Også annen sjømat hadde sin plass gjennom salg av fiskesuppe, thai-inspirert sjømat og krabbewok.

#### Krabbewok

Lokal mat-entusiast og mangeårig ressurs for festivalen, Neil Lupton, var hyret inn for å servere kongekrabbewok fra en egen salgsbod, som festivalen selv har designet og fått laget. Dette er et populært innslag, og salget var tilfredsstillende, selv om det store økonomiske overskuddet uteble.

#### Rica Hotell, Vadsø

På Rica-hotellet i Vadsø hadde vi i år ett arrangement. En femretters gourmetmiddag, tilberedt og presentert av kokkene fra Urban Food, i tett samarbeid med hotellets egne kokker. Både Urban Food og Ricas kokker kom med svært gode tilbakemeldinger på samarbeidet, og gjestene hadde kun lovord å si om arrangementet.

#### Sirkkagården, Vadsø

Da lokale kokker ikke lenger ønsket å stå for sjømatbuffeten på Sirkkagården, bestemte festivalen for å gjennomføre dette i egen regi.

Kokkene fra Urban Food hadde tilberedt utallige retter med lokale råvarer, og arrangementet var utsolgt på forhånd. Et slikt arrangement krever store ressurser og mye goodwill fra de involverte partene.

## Kulturopplevelser

De kulturelle opplevelsene spiller en viktig rolle for å skape god festivalstemning. Kongekrabben skal stå i fokus når store kultur- og matopplevelser presenteres på ulike scener og i ulike lokaler.

Det var omtrent 60 frivillige som bisto til å få gjennomført arrangementene. De arrangementene vi stor for var følgende:

### Domstein Fredag

Fredagen var fokuset på ungdommen. Lav inngangspris og mange ulike aktiviteter, skulle markere at sjømat og kultur ikke bare er forbeholdt de eldre.

Kulturprogrammet fra scenen var variert, men av særdeles god kvalitet, og denne visningsplassen for mangfoldig kultur, er viktig for ungdommen å oppleve, og det er en potensiell god inntektskilde for festivalen. Kort tid og manglende ressurser i tide, førte til noe manglende oppslutning. Likevel er det festivalens oppfatning at potensialet for en slik ungdomsdag på Domstein er formidabelt.

Det var ca. 150 personer innom Domstein under ungdomskvelden.

### Domstein Lørdag

Også på lørdagen var det et variert konsertprogram på Domstein. Det begynte med showet Fra Vegas til Vadsø med Vadsø storband, før den sørafrikanske multiinstrumentalisten Mark Fransmann tok scenen. Så varmet bandet Trendsettarklubben opp for Datarock, som avsluttet kvelden med et forrykende show.

Det var 370 betalende denne kvelden, pluss 45 krediterte gjester.

### Barnearrangement

Barnearrangementene har alltid vært populære under Kongekrabbefestivalen. I år hadde vi engasjert teaterlaget Teaterentusiastene til å lage barnerebusen som ble arrangert både lørdag. I tillegg var det flere arrangement på Domstein i løpet av formiddagen på lørdagen som var forbeholdt barn, blant annet malerverksted og trommekurs.

Detaljert program kan finnes på <http://hnhe.no/festivalprogram>

## Markedsføring

Vi la spesielt vekt på PR-arbeidet i år, og redaksjonell omtale i ulike medier var et klart mål for oss. Dette lyktes vi i stor grad med og pressedekningen har vært god, spesielt i forkant og underveis i festivalen og konferansen.

Det store kongekrabbebildet, der vi inviterte hele Vadsø befolkning til å stille opp til verdens største kongekrabbebilde (se forsiden av rapporten). Oppmøtet fra publikum var formidabelt og NRK radio og TV og Finnmarken var tilstede med flere journalister. Omtrent 700 mennesker samlet seg til bildet, mao over 10 prosent av den totale befolkningen i Vadsø, så det må sies å være en formidabel oppslutning. Dette PR-fremstøtet var også et ledd i strategien om å forankre Kongekrabbefestivalen og -konferansen sterkere i hos den lokale befolkningen. Tilbakemeldingene etter festivalen har gitt oss klare indikasjoner på at vi er på rett vei i dette arbeidet.

### Media

Det ble innledet et samarbeid med avisa Finnmarken som sikret oss god forhåndsomtale og markedsføring gjennom annonsering på trykk og på web. Vi oppnådde gode redaksjonelle omtaler i avisa, i tillegg daglig annonsering på web de siste 4 ukene før arrangementet, samt annonsering i avisa i totalt 14 dager.

Det ble annonsert for fagkonferansen i Sør-Varanger avis, Finnmarken, Finnmark Dagblad, Fiskeribladet Fiskaren og på Fiskeriportalen Intrafish.

Også etermedia viste interesse for arrangementet. Vi hadde blant annet flere innslag i Finnmarkssendinga på radio.

Vår samarbeidspartner, Finnmarken, har vært svært imøtekommende – både på det redaksjonelle og på markedssiden. Journalistene har tatt tak i historiene som er blitt formidlet fra festivalen og konferansen, og markedsavdelingen har vært svært behjelpelige med både markedstips og med gode rabatter på attraktive markedsflater.

### Facebook

I 2011 ble det utviklet en egen Facebookside for arrangementet der det ble informert om arrangementene (<http://www.facebook.com/highnorthhighend>). Denne siden ble også brukt til årets festival, og siden får god respons fra publikum. Likevel er potensialet i sosiale medier meget stort. Det er ønskelig med flere ressurser til dette arbeidet

### Materiell

I 2011 ble det utviklet en ny grafisk profil for festivalen. Denne ble benyttet også i år, og den er tydelig, samtidig som den har en sterk gjenkjennelighet. Den henvender seg til folk i alle aldre, og har et friskt og levende uttrykk som henspiller på gode sjømatopplevelser for publikum i alle aldre.

### Nettside

Nettsiden er videreført med flere spesialtilpassede moduler for festivaler av denne typen.



## Oppsummering

Alt i alt er arrangøren godt fornøyd med gjennomføringen av arrangementet. Vi hadde godt besøk på de fleste arrangementer, og tilbakemeldinger fra gjester og de involverte er i all hovedsak gode. Noen sentrale begrep det ble lagt vekt på var kostnadskontroll og ingen overlappinger/interne konkurranser mellom egne arrangement, slik vi fikk tilbakemeldinger på i 2011.

### Tidspunkt

Tidligere har Kongekrabbefestivalen alltid blitt arrangert den første helgen i oktober. I 2011 ble festivalen flyttet til den siste helgen i oktober for å unngå at fagkonferansen krasjet med andre fiskefaglige arrangement. I etterkant så vi at dette var en dårlig løsning, så 2012-konferansen og –festivalen ble arrangert den første helgen i oktober, slik det opprinnelig har blitt gjort.

Dette har gitt gode utslag, da mange har vent seg til at festivalen er første helgen i oktober, og det er et innarbeidet tidspunkt hos reiselivsaktører i Russland og Finland. Værmessig er det også mer fornuftig å holde arrangementet tidligere på høsten.

Kulturprogrammet ble komprimert og plassert til fredag og lørdag. Dette ga gode utslag på salgstallene, så dette er noe man bør merke seg for seinere festivaler. Konferansen passer bedre på hverdager, da dette er tidspunkt hvor de fleste likevel har arbeidstid.

### Materiell

Vi rettet et spesielt fokus på lesbarhet i årets materiell, da vi fikk tilbakemeldinger i fjor om at det var vanskelig å lese deler av innholdet i programmet. Spesielt den eldre delen blant publikummet hadde utfordringer med dette.

Tilbakemeldingene i år har kun vært av positiv art, samtidig som vi har beholdt egenarten og posisjonen til både konferansen og festivalen. Billett- og besøkstallet tyder også på at vi lyktes godt med denne strategien.

### Matarrangement

Vi valgte i år å bruke Urban Food, med kokk Bård Greni, som hovedleverandør av kokketjenester på de fleste av våre arrangement. Det var en svært positiv opplevelse på mange måter, hovedsakelig fordi kvaliteten på maten og serveringen var av ypperste klasse. Vi hadde et sterkt fokus på kostnadskontroll i år, etter fjorårets sviende underskudd, og der var Urban Food en uunnværlig samarbeidspartner med sterkt fokus på gode opplevelser til overkommelige priser og god service. Urban Food har lang erfaring fra tilsvarende festivaler, så vår festival og konferanse nøt godt av denne erfaringen.

Vi vet at det finnes en rekke lokale aktører som også kan levere matopplevelser av høy klasse. For å sikre lokalt eierskap og at arrangementet skaper vekst i lokalt næringsliv, noe som er en av målsettingene til festivalen, så bør det vurderes å kutte ned på bruken av eksterne kokker, og heller legge til rette for samarbeidsprosjekter der lokale kokker kan jobbe sammen de

eksterne gourmetkokkene. Dette vil sannsynligvis redusere kostnadene, øke lokalt eierskap og i tillegg sikre kompetansebygging blant regionens kokker.

Vi hadde et sterkt ønske om samarbeid mellom eksterne/nasjonale og lokale kokker. Dette viste seg å ha store utfordringer. Viljen fra lokale aktører var til stede, men det manglet på gjennomføringsevne, så Urban Food hadde hovedansvaret for alle hovedarrangementene på matsiden.

### Sponsing

Et avgjørende element for gjennomførbarheten av dette arrangementet er at vi får gode, langsiktige sponsorer som vil være med å utvikle arrangementet videre. Å basere seg på offentlig støtte og billettinntekter alene vil neppe være tilstrekkelig rent økonomisk, men det vil heller ikke være strategisk fornuftig. Denne festivalen er også til for sjømatnæringen, og de må enda sterkere på banen som innholdsleverandør og sponsor, slik at kvaliteten på arrangementet kan vokse i fremtiden. Etter gjennomføringen av årets arrangement ble kontaktet av flere aktører som ønsket være med å utvikle festivalen videre. Dette betyr at vi gjorde et godt arbeid med å nå ut til befolkning og næringsliv, og at det nå er viktig at vi bygger videre på dette utgangspunktet.

### Deltakerliste Kongekrabbkonferansen:

Alnes	Kristin	FHL
Anderssen Ingilæ	Rebekka	High north high end
Gibbs	Nicki	New Zealand Rock Lobster
Bergersen	Claus	Barentssekretariatet
Bertelsen	Bernt	Fiskeri- og kystdepartementet
Bråteng	Thor Morten	NKC
Caspersen	Johnny	Norges Råfisklag
Ebeltoft	Wenche	Norway KingCrab
Eriksen	Inge Arne	Sametinget
Hansen	Roger	Norges Råfisklag
Hansen	Roger	Innovasjon Norge
Hansen	Terje	NKC
Haugan	Erling	Norges fiskarlag
Hauge	Nina	Innovasjon Norge
James	Philip	Nofima
Johansen	Bjarne	Norges kystfiskarlag
Johansen	Torbjørn	Norges fiskarlag
Kovetcheva	Nikolina	VNIRO
Kristensen	Bjørn	Bjørn Kristensen fangst og fritid
Kristoffersen	Liv Jullum	Dnb
Linangi	Viggo	Norway KingCrab
Meyer	Terje	Kirkenes næringsshage

Mijares	Jose	Artico Ice bar AS
Pamplona	Gloria	Artico Ice bar AS
Paulsen	Gunnar	Norges kystfiskarlag
Pedersen	Arne	Norges kystfiskarlag
Randal	Linda Beate	Innovasjon Norge Finnmark/styret
Rautio	Rune	Akvaplan-niva
Rudi	Ton-Ola	Fiskeridirektoratet region Finnmark
Ruud	Svein	Troika seafood
Sacton	John	Seafood.com
Salamonsen	Johanne	Finnmark fylkeskommune
Seipæjærv	Øyvind	NKC
Stensen	Jens	Norges kystfiskarlag
Storli	Siren	NHO Finnmark
Strømhaug	Karianne	Mattilsynet
Stunes	Hanne Beate	Dnb
Sundet	Jan	Havforskningsinstituttet
Sykes	Daryl	New Zealand Rock Lobster
Sætra	Gunnar	Havforskninga
Tangeraas	Mattis	Norway Sea Urchin
Thomassen	Halvard	Norges fiskarlag
Tobiassen	Ingve	Fiskeridirektoratet region Finnmark
Vlasenko	Julia	Troika seafood
Vogt	Per Andreas	NKC
Välitalo	Anne Sofie	Troika seafood
Wickstrøm	Lars Jøran	Norges fiskarlag
Ystmark	Geir Ove	FHL

## **Program Kongekrabbekonferansen**

Kongekrabben er en et eksklusivt produkt internasjonalt. I takt med at det globale tilbudet har gått ned har prisen gått opp. I Norge isolert sett er kongekrabbe et lite og til dels ubetydelig produkt i det store norske sjømatbildet. Men for de det gjelder, fiskere og industri i Finnmark, er krabben viktig. Derfor er det av interesse å finne ut hva som skjer både globalt og lokalt. Og det er svært mye som skjer, over alt. Utvikling i volum fra Russland og USA, substitutter i form av snekrabbe og krabbe fra Sør-Amerika, krabben ut av butikk og inn på kun eksklusive restauranter m.m. Kanskje noe av det viktigste som skjer er den finansielle situasjonen i verden. Vår konferanse har som mål å belyse flest mulig av disse områdene. Årets program mener vi på mange måter gjør det.

### **Onsdag 3. oktober**

**12:30 Åpning av konferansen, Bernt Bertelsen, Fiskerdepartementet**

**12:45: Blått lys for kongekrabben, Dr Ann Merete Hjelmseth/Dr Jan Sundet,**

Havforskningsinstituttet

Forskerne utelukker ikke at det kan bli en kollaps i det norske krabbefisket i flere finnmarksfjorder. Grunnen er at det fiskes svært intensivt etter store hannkrabber, noe som kan få konsekvenser for bestanden av kongekrabbe. Gjennomgang av bestandsutvikling på kort og mellomlang sikt.

**15:45 Produksjon av kongekrabbeyngel**

Dr Nikolina Kovatchova, VNIRO, Russland

Russiske forskere produserer kongekrabbeyngel og setter ut på Kola-kysten. Hva er bakgrunn, status og mål med dette? Viser det noen effekt?

**16:30 New Zealand, historiske trekk og utvikling med hovedfokus på forvaltning og bestandsovervåking**

Alann Sykes, CEO New Zealand Rock Lobster Industry Council

Spiny lobster fiske på New Zealand – kan deres erfaringer være relevante for norsk kongekrabbeforvaltning og fiske?

**17:30 Internasjonal markedssituasjon for kongekrabbe, John Sackton Publisher**

[Seafood.com](http://Seafood.com)

**19:30 Konferansemiddag laget av Urban Food**

### **Torsdag 4 oktober**

**09:00- 12.00 Dialogkonferanse mellom fiskere og industri**

Besert på det som ble sagt på konferansens første dag, samt erfaringer med årets fiske legges det opp til en dialogkonferanse mellom fiskere og industri der man diskuterer seg frem til hvordan man skal tilpasse seg det totale bildet på en slik måte at dette blir best mulig for flåte og industri.