

## Søknad

|                      |   |                  |      |                 |
|----------------------|---|------------------|------|-----------------|
| <b>Søknadsnr.</b>    | 2015-0160   | <b>Søknadsår</b> | 2015 | <b>Arkivsak</b> |
| <b>Støtteordning</b> | Tilskot til nærings- og samfunnsutvikling 2015      |                  |      |                 |
| <b>Prosjektnavn</b>  | Etablering av fiskehandlernetttverk i Smak av kyste |                  |      |                 |

### Kort beskrivelse

Smak av kysten ønsker å etablere en ny satsing, nemlig etablering av et "fiskehandlernetttverk". Behovet hos potensielle aktører i Sogn og fjordane, Hordaland og Rogaland er kartlagt gjennom et forprosjekt som konkluderer med at det er behov for et kompetansenettverk for fiskehandlerne/sjømathandlerne som akn gi økt utvikling, attraktivitet, lønnsomhet og verdiskapning. Faghandelen må utvikles for være et utstillingsvindu for norsk sjømat, kvalitet/ ferskhhet og kunnskapsformidling til forbruker.

### Prosjektbeskrivelse

I vår dialog med fiskehandlerne kommer det tydelig frem et behov for kompetanseutvikling, ønske om økt samarbeid og synlighet for å holde tritt med utviklingen i markedet. Det er en utfordring å tilpasse seg et marked i endring. Innovasjon synes å være lite vektlagt i denne næringen. De få som gjør det bra evner å tenke nytt og tilpasser seg forbrukernes ønske om å få kunnskap om opphav/tilberedning og ha muligheten til å kjøpe mer ferdig tilberedt mat og lett servering.

Fiskehandlerne har høy råvarekompetanse og er viktige formidlere av kunnskap også når det gjelder behandling, kvalitet, opphav og underbygging av vår matkultur knyttet til kysten. Med økt bearbeiding og mye ferdige produkter i dagligvarehandelen mister kundene begrep om "fersk fisk" og kunnskap om opphav og behandling. Fiskehandlerne er spesialister som bidrar til å fremme mangfoldet av norsk sjømat. Fiskehandlerne er et utstillingsvindu og en viktig ressurs for å fremme norsk sjømat.

Overføringsverdiene antas å være store mellom dette leddet og de andre i verdikjeden i det etablerte Smak av kysten netttverket. For å ivareta fiskehandlernes status og muligheter i fremtiden, ser vi det som positivt å øke samarbeidet inn i hele verdikjeden. Fiskerleddet som er avgjørende for hvilken kvalitet som landes på sjømaten, vil også være naturlig å engasjere ytterligere.

På bakgrunn av interesse fra og erfaringer med enkelte fiskehandlere ble det igangsatt et forprosjekt finansiert av Hordaland Fylkeskommune hvor formålet var å kartlegge potensialet for å etablere en ny gren i «Smak av kysten»: Et fiskehandlernetttverk.

Hovedprosjektet baserer seg på viktige konklusjoner fra forprosjektet:

Det er behov og ønske om et kompetansenettverk for sjømathandlerne som kan gi økt utvikling, attraktivitet, lønnsomhet og verdiskapning for aktørene. Erfaringsutveksling mellom aktørene og på tvers av verdikjeden er nevnt som viktig, spesielt med tanke på de store geografiske avstandene og

behovet for å sikre at man kvalitetsmessig drar i samme retning. Her handler det om å ivareta en utvikling av en faghandel som vil være viktig i arbeidet med å vise frem norsk sjømat, mangfold og kvalitet overfor publikum. Fiskebutikkene er et viktig utstillingsvindu for norsk sjømat og sørger for gode handleopplevelser av kvalitetsvarer med kunnskap, historie og identitet – og som kundene er villige til å betale for.

I vår kartlegging vurderer vi dagligvarehandelen med egne fiskedisker som lite aktuell i nettverket. De har sitt eget program for kompetanseutvikling og kjører egne konsepter. "Shop-in-shop"-butikker vil på sin side vurderes som aktuelle å ta med.

Synergiene inn mot det etablerte Smak av kysten- nettverk anses å være gode. Hos restaurantene er behovet for råvarekompetanse stort, mens fiskehandlerne på sin side etterlyser mer kompetanse og inspirasjon om tilberedning og presentasjon av retter.

Det å knytte fiskehandelen opp mot et kompetansenettverk med et merkenavn anses å være positivt i markedet, og også med tanke på å fremstå som attraktiv overfor unge som søker en karriere i faget.

Forprosjektet viser med dette at det er grunnlag for å etablere et nettverk, basert på utvalgte medlemmer som representerer fiskehandlere fra hele landet. Fiskehandlerne som skal satses på må ha vilje og evne til å drive faghandelutsalg med god presentasjon av fersk fisk og evt. ferdigretter og servering.

Vi gjør oppmerksom på at vi i søknaden bruker begrepet "fiskehandlere" ettersom det er det næringen selv bruker til tross for at fagbrevet heter «sjømathandel».

Etableringen foreslås gjennomført i Hordaland, Sogn og fjordane og Rogaland første året, for deretter å kunne vokse til andre geografiske områder. Forankringen til Smak av kysten er sterkest på Vestlandet og det er dermed et potensial for størst suksess for oppstart nettopp her.

Fase 1 (01.09.15-01.09.16) vil bestå i å etablere styringsgruppe, nettverk, planlegge aktiviteter, gjennomføre kompetanseprogram og aktiviteter.

Fase 2 (etter 01.09.16) vil bestå i å etablere fiskehandlernettet i andre deler av landet, fortrinnsvis Nord- og østlandet.

Det handler om å koble sammen den beste kompetansen innen faget!

## Kontaktopplysninger

| Funksjon                | Navn                              | Adresse/poststed              | Mobil      |
|-------------------------|-----------------------------------|-------------------------------|------------|
| Søker /<br>Prosjekteier | Matarena AS<br>Org.nr:913 812 638 | Strandkaaien 3<br>5014 BERGEN | 909 77 447 |
| Kontakt-<br>person      | Alexandra Krage Angell            | Strandkaaien 3<br>5014 BERGEN | 909 77 447 |
| Prosjekt-<br>leder      | -                                 | Strandkaaien 3<br>5014 BERGEN | 909 77 447 |

Mottatt offentlig støtte tidligere: Nei

## Spesifikasjon

### Bakgrunn

Smak av kysten er et kulinarisk nettverk av 72 bedrifter som representerer store deler av verdikjeden: Fiskemottak, produsenter, grossister og med hovedvekt på restaurantene. Med langsiktig fokus på kompetanse og samarbeid har Smak av kysten kontinuerlig jobbet med å utvikle mangfold og kvalitet av norsk sjømat på restaurantene. Basert på et 2-dagers kompetanseprogram blir restaurantene sertifisert og deltar aktivt på utviklingsaktiviteter gjennom året (fagsamlinger, studieturer, prosjekter etc.). Det er Norsk Sjømatsenter som står bak nettverket som ble etablert i 2007.

I Stortingsmeldingen om sjømat ("Verdens fremste sjømatnasjon") holder man oppe betydningen av samarbeid og her fremheves nettverket Smak av kysten: Smak av kysten er et nettverksprosjekt som skal tilføre kunnskap om og øke bruken av sjømat ved å tilby beboere, tilreisende og turister unike opplevelser knyttet til sjømat og kystkultur. Prosjektet skal bidra til samspill mellom lokal, kystbasert sjømat, næringsutvikling og kulturformidling (St. meld. Nr. 22, kapittel 7.4).

Gjennom satsingen har man etablert et attraktivt sjømatnettverk som bidrar til å befeste sjømat som en fremtredende råvare i det norske og nordiske kjøkken. Hovedmålsetningen er et årlig økt salg av sjømat på min. 5% på restaurantene, noe som er innfridd. Det er en målsetning å øke verdiskapningen for produsenter og restauranter gjennom et bredt samarbeid i verdikjeden på produktutvikling, kvalitetsrettet arbeid og kunnskapsutveksling. Det er også etablert et godt samarbeid med ulike FoU-miljøer og organisasjoner.

Smak av kysten skal øke bruken av norsk sjømat i sesong, nye tilberedningsmetoder og ikke minst det å sikre en større variasjon av råvarer. I Sør-Norge er brosme, lysing, sei, makrell og o-skjell tilbudt gjestene med stolthet og begeistring. Dette var råvarer som tidligere i liten grad var på menyen i denne regionen. Adopsjon av nye arter strekker seg også langt utover de spisestedene som er medlem i Smak av kysten i og med at også andre spisesteder har blitt inspirert av arbeidet og nå satser bredere på sjømat. Smak av kysten oppleves som "trendskapere" i forhold til hva som blir etterspurt og tilbudt. Satsingen har brutt ned barrierer for å ta i bruk et bredere mangfold, ikke bare på spisesteder, men også i fiskebutikker og dagligvarehandel. Lysing er et eksempel på et produkt som resultat av Smak av kystens arbeid er blitt presentert som en ny kategori (filet) og er blitt etablert i dagligvarehandel/ matkassetilbud.

Smak av kysten har utviklet gode verktøy som grunnlag for kompetanseutviklingen, slik som sesongkalender.no og kvalitetshåndbok for alle medlemmer.

Smak av kysten – muligheter for etablering fiskehandlermarkedet

I de senere årene har Smak av kysten vekket interesse hos fiskehandlere. Dette har resultert i at vi har inkludert en fiskehandler i Hordaland for «uttesting» samt invitert noen med på et par aktiviteter i regi av Smak av kysten. Noen fiskehandlere leverer også til utvalgte restauranter og noen restaurantkonsepter er bygget opp sammen med eller i tett samarbeid med en fiskebutikk.

I vår dialog med fiskehandlerne kommer det tydelig frem et behov for kompetanseutvikling, ønske om økt samarbeid og synlighet for å holde tritt med utviklingen i markedet. Det er en utfordring å tilpasse seg et marked i endring. Innovasjon synes å være lite vektlagt i denne næringen. De få som

gjør det bra evner å tenke nytt og tilpasser seg forbrukernes ønske om å få kunnskap om opphav/tilberedning og ha muligheten til å kjøpe mer ferdig tilberedt mat og lett servering.

Fiskehandlerne har høy råvarekompetanse og er viktige formidlere av kunnskap også når det gjelder behandling, kvalitet, opphav og underbygging av vår matkultur knyttet til kysten. Med økt bearbeiding og mye ferdige produkter i dagligvarehandelen mister kundene begrep om "fersk fisk" og kunnskap om opphav og behandling. Fiskehandlerne er spesialister som bidrar til å fremme mangfoldet av norsk sjømat. Fiskehandlerne er et utstillingsvindu og en viktig ressurs for å fremme norsk sjømat.

Overføringsverdiene antas å være store mellom dette leddet og de andre i verdikjeden i det etablerte Smak av kysten nettverket. For å ivareta fiskehandlernes status og muligheter i fremtiden, ser vi det som positivt å øke samarbeidet inn i hele verdikjeden. Fiskerleddet som er avgjørende for hvilken kvalitet som landes på sjømaten, vil også være naturlig å engasjere ytterligere.

På bakgrunn av interesse fra og erfaringer med enkelte fiskehandlere ble det igangsatt et forprosjekt finansiert av Hordaland Fylkeskommune hvor formålet var å kartlegge potensialet for å etablere en ny gren i «Smak av kysten»: Et fiskehandlernettsverk.

Resultater fra forprosjektet – Er det potensial for å etablere et fiskehandlernettsverk i Smak av kysten?

Det vises til rapport fra forprosjektet hvor 15 potensielle aktører fra Vestlandet samt noen toneangivende fiskehandlere ble kartlagt og intervjuet. Her peker vi på noen av de viktigste funnene:

- Det er store geografiske avstander mellom fiskehandlerne og alle jobber individuelt med sine konsepter. De har ingen arena de formelt møtes for å diskutere felles utfordringer, dele erfaringer eller utvikler kompetansen sin.
- Dagligvarehandelen ses på som en stadig større konkurrent og det pekes på behovet for ytterligere differensiering for fiskehandlerne for å møte konkurransen. Lave priser i dagligvarehandelen må møtes med fiskehandelens kunnskap, gode handleopplevelser, historier/ opphav, mangfold, kvalitet etc. som kan gi aksept for høyere priser
- På den annen side er det positivt at tilbudet av ferdigpakket sjømat i dagligvarehandelen øker, slik at interessen for sjømat totalt sett øker i forbrukermarkedet. Samtidig er det flere forbrukere som er opptatt av bærekraft, kvalitet, opprinnelse og handleopplevelse. Ofte tar kundene med seg erfaringer fra utlandsreiser hvor handlemønsteret er mye mer konsentrert rundt faghandlere enn her hjemme. Det er ønskelig å fremme verdien av faghandelen i et voksende nisjemarked for sjømat, for det antas at behovet for faghandlere har potensial til å vokse i takt med veksten i dagligvarehandelen.
- Tilgjengelighet til et bredt utvalg sjømat er viktig for å sikre at fiskediskene er et vindu utad for kvalitet og bredde av norsk sjømat! Økt makt i dagligvarehandelen oppleves som en trussel for å ivareta levering av et bredt spekter sjømat fra kystflåten. Utvikling av faghandelen er viktig for å ta vare på kystflåten og mangfoldet
- Svinn i form av varer som ikke blir solgt er en utfordring som har potensial til å løses gjennom nytenking og kreativitet for å sikre økt lønnsomhet
- Nyttig å være en del av et nasjonalt nettverk. Utfordringene er ulike i forhold til geografi. For eksempel makrell: Ulike holdninger, store variasjoner, ulike bruksområder geografisk. Nyttig å lære av

hverandre i ulike deler av landet. Dette kan være nyttig for utviklingen.

- Viktig å inkludere fiskerne og sørge for at de får kunnskap om kvalitet og mangfold som er nødvendig for å skape et attraktivt sjømattilbud.
- Det er faretruende lav rekruttering til sjømathandlerfaget. Utviklingsarbeidet i et nettverk vil kunne bidra til å gjøre faget mer attraktivt.
- Nyttig å utvikle nettverk i samarbeid med kokker. Fiskehandlerne mener de har mye å by på med sin råvarekunnskap. Selv mangler de inspirasjon og kunnskap på tilberedning og det å tenke kreative tilbud til kundene basert på råvarene de har i disken. Flere av deltakerne i kartleggingen peker på utvikling av kompetanse, nettverksbygging og inspirasjon som målsetning for deltakelse for egen bedrift.

Det antas at antall fiskebutikker i landet er rundt 80-100 totalt sett, et tall som de siste årene har minket i takt med økt satsing i dagligvarehandelen. I dette tallet inngår ikke fiskedisker i dagligvarehandelen.

### **Prosjekt mål**

Å etablere et fagnettverk av utvalgte fiskehandlere som gjennom kompetanseutvikling, samarbeid og produktutvikling skal bidra til økt sjømatomsättning/ bedre lønnsomhet og verdiskapning, samt økt attraktivitet for bransjen. Nettverket etableres i Hordaland, Sogn og fjordane og Rogaland.

Satsingen skal bidra til å øke folks bevissthet rundt lokal sjømat og være et viktig utstillingsvindu mot forbrukermarkedet, samt øke attraktiviteten for bransjen i forhold til rekruttering.

Fiskehandlernettet skal dra fordeler av og bidra til å styrke det etablerte Smak av kysten nettverket visa versa. Det skal være tydelige synergier/ overføringsverdier mellom aktørene.

### **Forankring**

Prosjektet vil første året konsentrere innsatsen om fiskehandlere på Vestlandet. Nettverket startes opp der Smak av kysten i dag har sin sterkeste forankring.

### **Prosjektorganisering**

Prosjekteier (PE): Matarena AS

Prosjektansvarlig (PA): Alexandra Krage Angell

Prosjektleder (PL): Alexandra Krage Angell

Det etableres en styringsgruppe for prosjektet bestående av utvalgte representanter fra fiskehandlerfaget, hvor en av dem vil inngå i styringsgruppen for Smak av kysten.

### **Samarbeidspartnere**

Samarbeidspartnere i prosjektet vil være fylkeskommunene i Sogn og Fjordane og Hordaland. I tillegg vil man samarbeide på tvers av hele verdikjeden med medlemmene i Smak av kysten (fiskemottak grossister, fiskehandlere og spisesteder).

### **Aktiviteter**

HA1: Etablering/ organisering

- Etablere styringsgruppe som er brukerorientert og består av toneangivende fiskehandlere. En av dem velges inn i styringsgruppen for Smak av kysten. Det legges opp til tung brukermedvirkning i

videre utarbeidelse av faglig innhold i nettverket

- Invitere med fiskehandlere i nettverket høsten 2015
- Utarbeide faglig innhold i kompetanseprogram, medlemskriterier og sertifiseringsinnhold, avklare synergier og fellesaktiviteter med Smak av kysten nettverket for øvrig og hvordan fiskerleddet skal involveres i prosjektet

## HA 2: Kompetanseutvikling

### HA 2.1: Oppstartssamling/ fagsamling

Gjennomføre en faglig oppstartssamling som skal gi introduksjon til Smak av kysten, presentere verdikjeden og mulighetene, kokkefaglig inspirasjon til utvikling og ikke minst dialogmøte for innspill til aktiviteter, fokusområder og kompetansebehov som danner grunnlag for den endelige aktivitetsplanen og viktig grunnlag for utarbeidelse av et attraktivt kompetanseprogram

### HA 2.2 To dagers kompetanseprogram

Det utvikles et 2-dagers kompetanseprogram hvor daglig leder og ansatte er målgruppe. Gjennomført program sertifiserer bedriften med synlig emblem og sertifikat i butikken og det gis personlige kursbevis til deltakerne. Programmet utformes i forhold til behov innen kvalitet, menyutvikling, presentasjon, salg/ kundebehandling etc. Deler av programmet vil inkludere øvrige Smak av kysten bedrifter for å skape overføringsverdier på nettverk og kompetanse.

Koble på fiskerleddet for å sikre kunnskapsoverføring og fokus på kvalitet. Invitere med fiskere på en del av samlingen.

I forlengelsen av kompetanseprogrammet sertifiseres hver enkel bedrift ved besøk. Se HA 3.1.

### HA 2.3: Studieturer

Planlegge innhold i to studieturer, både internt i Norge og til utlandet. Det handler om å få kunnskap om råvarer og bli inspirert til å oppnå "best practise" i egen bedrift. Eksempler: Fagbesøk til Billingsgate fiskemarked i London, besøk til lokale produsenter etc.

### HA 2.4: Regionale fagsamlinger

Det å legges opp til utvikling av lokale klynger og mindre regionale samlinger rundt ulike tema. Her legges det opp til at man kan knytte på fiskerledd, produsenter, grossister og restauranter i forhold til kompetanseutveksling og kunnskap. Eksempler: Besøk hos lokal produsent hvor kokk viser tilberedningsmuligheter og fiskehandler om råvarekunnskap/ behandling etc., fokus på utvalgte regionale sesongråvarer som kan fremheves både i butikk og på restaurant (en aktivitet som kan knyttes opp mot sesongkalender og kjøres i forkant av ulike sesonger), tur ut på fiskebåt. Ambisjonen er 1 samling om våren det første året hvor utvalgte bedrifter utfordres på program/ gjennomføring.

## HA 3: Kvalitetssikring

### HA 3.1: Sertifisering i bedrift

Bedriftene implementerer kriteriene for Smak av kystens fiskehandlernettsverk i egen bedrift og får i løpet av 3 måneder etter gjennomføring av kompetanseprogrammet besøk i bedriften for å

gjennomføre den endelige sertifiseringen etter mal fra Smak av kysten nettverket: Synlig Smak av kysten emblem monteres på utsiden av butikk og sertifikat på vegg inne, hvor kundene kan lese hva de kan forvente seg av fiskebutikken. En slik markering/ sertifisering gir forankring internt og erfaringsmessig også oppslag i lokal presse som inviteres. Her er man klar på måloppnåelse og hva bedriften kan forvente av Smak av kysten og omvendt.

#### HA 3.2: Egenmelding

Hvert år besvarer hver medlemsbedrift en egenmelding som skal oppgi hvor man står i forhold til gitte kvalitetskrav i medlemskapet. Egenmeldingen signeres av daglig leder og gir en klar status på hvor bedriften står og hva den evt. mangler for å oppfylle kriteriene.

Utover dette er det jevnlig kontakt med bedriftene på aktiviteter og møter samt kundeerfaringer og tester på nett/ sosiale medier som danner grunnlag for hvorvidt man leverer i forhold til medlemskapet. Som i Smak av kysten gjelder også at dersom man fraviker å levere i henhold til medlemskriteriene, så kan man ekskluderes fra nettverket.

#### HA 4: Synlighet

##### HA 4.1: Utvikle/ tilpasse logo, identitet og sertifikat

Det er kartlagt som en verdi for fiskehandlerne å bli knyttet til et kvalitetsstempel som Smak av kysten. Medlemseblemet skal synliggjøre overfor kundene at man satser på kompetanse og utvikling til det beste for kunden. Det tilpasses medlemseblem som synlige bevis samt sertifikater.

##### HA 4.2: Markedsføring

- Utnytte sosiale medier til å presentere bedriftene og deres tilbud: Sesongvarsler, sesongens fisk, retter etc.
- Utvikle og tilgjengeliggjøre maler for felles markedsføringstiltak i Smak av kysten profil
- Utvikle nyhetsbrev og oppskriftstips til kunder (noen har det på egen hånd). Knyttes opp mot sesongkalender, egne oppskrifter og oppskriftsdatabasen til Godfisk

##### HA 4.3: Etablere pris for beste Fiskehandler

En gang i året tildeles beste restaurant og produsent pris for sitt engasjement og sitt bidrag i satsing på sjømat. Tilsvarende pris ønskes etablert for Fiskehandlere. Prisen skal motivere til innsats og engasjement. I tillegg til heder og ære blir det premie i form av for eksempel en studietur. Evt. kan man etablere en konkurranse hvor man faktisk blir utfordret på hvem som er best i råvarekunnskap, filetering, enkelt tilberedning etc.

##### HA 4.4: PR

Det skal aktivt jobbes for omtale i presse og fagblader for å sette fokus på satsingen. Suksesshistoriene skal formidles aktivt inn mot presse og de inviteres til samlinger og aktiviteter for å øke synligheten, både lokalt og nasjonalt.

##### HA 4.5: Videreutvikle sesongkalenderen

- Ta sesongkalenderen aktivt i bruk for å underbygge kompetanse og gi denne verdien videre til kundene gjennom bl.a. oppskriftstips som beskrevet i pkt. 4.2.

## Målgrupper

10-15 utvalgte fiskehandlere i Sogn og fjordane, Hordaland og Rogaland som viser vilje og evne til å satse.

Fra Sogn og fjordane ønsker følgende bedrifter å inngå i nettverket:

- Snorre Seafood, Måløy - en fiskebutikk og to "shop-in-shop" butikker
- Askvoll Sjømat og delikatesser, Askvoll
- O.L. Brekke AS, Stryn

## Resultat

Etablere en felles nettverksarena for kompetanseutvikling og erfaringsutveksling med 10-15 utvalgte fiskehandlere. I fase 1 skal det jobbes med etablering og rekruttering av disse bedriftene med hovedvekt på Hordaland, Sogn og Fjordane og Rogaland.

1. Etablere et kompetanseprogram for fiskehandlere som spesielt skal legge vekt på kundebehov: Kunnskapsformidling, kvalitetskrav til fiskerleddet, tilberedningstips, attraktive produkter og retter, god kundeservice
2. Skape møteplasser og utviklingsarenaer for aktørene som skal fremme samarbeidet i hele verdikjeden (sesonglanseringer, produkt- og menyutviklingsamlinger)

## Effekter

1. Økt omsetning med minimum 5% per år og derigjennom øke den totale verdiskapningen
2. Ivareta og utvikle sjømattilbudet i henhold til kundenes krav og forventninger. Sikre mangfold og felles forståelse for kvalitet på fersk fisk
3. Bidra til vekst og verdiskapende innovasjon i form av nye produkter som tilbys i disken, nye retter og måltidsløsninger. Utvikle 2-3 nye produkter/ retter som kan tas i bruk av hver fiskehandler
4. Økt fokus på den totale handleopplevelsen som inkluderer kunnskaps- og historieformidling, tilberedningstips og presentasjon. Gir økt kundetilfredshet og økt attraktivitet.
3. Kompetanseoverføring mellom bedriftsnettverket av fiskehandlere og nettverket av produsenter/ grossister/ fiskemottak og restauranter i Smak av kysten skal gi synergieffekter. Økt samarbeid i hele verdikjeden skal sikre beste kvalitet, opphav og historie om råvarene. Smak av kysten restaurantene blir nyttige ambassadører/ markedsførere av nærliggende fiskebutikker når kunden ber om å få anbefalt steder å kjøpe fisk (noe som skjer svært ofte) og omvendt
4. Bidra til å fremme sjømathandlerfaget, øke attraktiviteten og interessen for faget
5. Synliggjøre fiskehandlerne som spesialister på sjømat, motivere til samarbeid om profilering/ markedsføring
6. Sikre et bærekraftig fiske og bidra til å ivareta kystfiskerne ved å etterspørre mangfoldet og ta i bruk bifangst
7. Omdømmebyggende tiltak for sjømatnæringen: Bidra til å styrke Norge som en fremtredende og attraktiv "sjømatdestinasjon".
8. Bidra til å underbygge den nasjonale lokalmatsatsingen (fremme lokalmat fra havet) og bidra til økt attraksjonskraft for Norge som matdestinasjon. Lokalmat er en sterk global trend.

## Tids- og kostnadsplan

### Tidsplan



**Kostnadsplan**

| <b>Tittel</b>                                       | <b>2015</b>      | <b>2016</b> | <b>2017</b> | <b>2018</b> | <b>2019</b> | <b>SUM</b>       |
|---|------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|------------------|
| Egeninnsats deltakere                               | 432 000          |             |             |             |             | 432 000          |
| Kvalitetssikring                                    | 150 000          |             |             |             |             | 150 000          |
| Prosjektledelse,<br>etablering, revisjon            | 250 000          |             |             |             |             | 250 000          |
| Reisestøtte til bedrifter i<br>Sogn og Fj.          | 18 000           |             |             |             |             | 18 000           |
| Reiseutgifter adm.                                  | 10 000           |             |             |             |             | 10 000           |
| Utvikling av<br>kompetanseprogram,<br>gjennomføring | 290 000          |             |             |             |             | 290 000          |
| Utvikling av<br>studieprogram /<br>kvalitetsprogram | 150 000          |             |             |             |             | 150 000          |
| <b>Sum kostnad</b>                                  | <b>1 300 000</b> |             |             |             |             | <b>1 300 000</b> |

**Finansieringsplan**

| <b>Tittel</b>  | <b>2015</b>      | <b>2016</b> | <b>2017</b> | <b>2018</b> | <b>2019</b> | <b>SUM</b>       |
|--|------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|------------------|
| Egenandel i reise<br>/deltakelse på ulike<br>aktiviteter | 100 000          |             |             |             |             | 100 000          |
| Egeninnsats deltakerne                                   | 432 000          |             |             |             |             | 432 000          |
| Egeninnsats Matarena                                     | 88 000           |             |             |             |             | 88 000           |
| Egeninnsats<br>styringsgruppe                            | 160 000          |             |             |             |             | 160 000          |
| HHH midler Hordaland<br>Fylkeskommune                    | 250 000          |             |             |             |             | 250 000          |
| Medlemskontigent,<br>engeandel delt.avgift,<br>komp.prog | 120 000          |             |             |             |             | 120 000          |
| Tilskot til nærings- og<br>samfunnsutvikling 2015        | 150 000          |             |             |             |             | 150 000          |
| <b>Sum finansiering</b>                                  | <b>1 300 000</b> |             |             |             |             | <b>1 300 000</b> |

**Geografi**

1400-Sogn og Fjordane

**Vedleggsliste**

| <b>Dokumentnavn</b>                                      | <b>Filstørrelse</b> | <b>Dato</b> |
|--|---------------------|-------------|
| Hovedprosjektsøknad Fiskehandlernetverk - OPPDATERT2.doc | 124 416             | 11.08.2015  |