

PROSJEKT  
HÅNDPLUKKET LAKSEFISKE  
(ARBEIDSTITTEL)

Trondheim, 16.01.6



# Introduksjon

Idar Andenes

Markedssjef for Innovation Norway i Benelux

Leder av Temaprojektene

fiskereiseprosjektet (Tyskland og Nederland)

vandre- og sykkelprosjektet (Tyskland, Nederland og Frankrike)

Startet med markedsføring av turistfiske på Sørlandet i 1992

## Innhold

- 1.0 Bakgrunn
- 2.0 Foreløpig målsetting
- 3.0 Organisering
- 4.0 Krav til deltakerne
- 5.0 Produktutvikling, tilrettelegging
- 6.0 Forslag til markedstiltak
- 7.0 Forslag til budsjett og finansiering
- 8.0 Tidsplan

## 1.0 Bakgrunn

### Hva er "Håndplukket"

Håndplukket startet som et pilotprosjekt i 2002 som en del av Markedsføringssamarbeidet mellom landbruket og Norges Turistråd. Bakgrunnen var å utnytte potensialet som småskala reiselivstilbydere hadde for å dekke det norske bedriftsmarkedets behov for møter og incentivreiser.

Bedriftene som er med i Håndplukket blir håndplukket ut fra enkelte kriterier/krav.

Prosjektmodellen som er brukt har vært vellykket og det er dette vi nå vil utnytte ved oppstart av prosjektet.

## 1.0 Bakgrunn

Dette er et prosjekt hvor nettverksbygging vil være prioritert. Både innenfor produktutvikling og markedsføring.

Vi forutsetter at bedriftene som deltar i prosjektet må ha som intensjon å fortsette samarbeidet etter prosjektperioden.

## ❖ 1.0 Bakgrunn

### Hvorfor satse på det britiske markedet?

- Det er rundt 1 mill. sportsfiskere i Storbritannia som fisker laks og annen gamefish (ørret og harr).
- Tradisjon – britiske sportsfiskere kom til Norge på begynnelsen av 1800-tallet og introduserte sportsfiske etter laks i Norge.
- Gode fly- og båtforbindelser til Norge.
- Norske laksefiskeprodukter er nærmest fraværende i salgsleddene i Storbritannia, men potensialet for salg er godt.

# 1.0 Bakgrunn

## Utfordringer for laksefisketilbydere

- Samarbeid
- Få til en gjennomgående strategi fra fiskeforvaltning, organisering av elveiere, utforming av produkter inkl. viktige områder som transport, guiding, husvære og bespisning, til markedsføring og salg.

## 2.0 Foreløpig målsetting

### Kvantitativ

- Øke antall britiske laksefiskere til Norge med 1000 innen 2009.
- Øke omsetningen hos deltakerne med nok. 200 000 i snitt per deltaker.

### Kvalitativ

- Gi det britiske markedet god informasjon og kjennskap til det norske laksefiskeproduktet.
- Øke markeds- og produktkunnskapen om det britiske markedet hos deltakerne.

Forumet vil utarbeide målsettingen for prosjektet.

## 3.0 Organisering

Prosjektet er initiert av Norske Lakseelver i samarbeid med Innovasjon Norge. Det legges inn som en del av temaprojektet Fisketurisme. Prosjektet har arbeidsområder innen produktutvikling og markedsføring og med følgende organisering:

<b>Prosjekteier:</b>	Innovasjon Norge
<b>Prosjektleder:</b>	Det ansettes en prosjektleder på deltid i IN
<b>Forum:</b>	Alle deltakerne i prosjektet. Møtes 2 ganger pr. år
<b><u>Referansegrupper:</u></b>	
• <b>Produktutvikling</b>	Representanter for bedriftene/leder av gruppen Finn Erlend Ødegård, Norske Lakseelver Svein Knutsen, Norges Skogeierforbund
• <b>Markedsføring</b>	Representanter for bedriftene/leder av gruppen Marta Dixon, Innovation Norway Storbritannia Idar Andenes, Innovation Norway Benelux / Temaprojektene

## 3.0 Organisering

Det er en forutsetning for prosjektet at det er tett kommunikasjon mellom produktutviklings- og markedsføringsgruppen.

Bedriftsrepresentantene velges på første møte i Forum og det er viktig at disse deltar aktivt i prosjektet.

## 4.0 Krav til deltakerne

### Generelle krav

- Det er viktig at det er kvalitet i alle ledd i produktet som skal selges.
- Det må være samsvar mellom pris og kvalitet.
- Vertskapsrollen må fungere. Prosjektbedriftene må ha en reiseleder/guide som kan være vertskap for gjestene fra ankomst til avreise
- Alt personale med gjestekontakt må kunne engelsk
- Deltakerne må kunne arbeide aktivt og kreativt i prosjektet.
- En kontaktperson for hver deltaker.
- Kjerneproduktet må være relatert til småskala/landbruk.

## 4.0 Krav til deltakerne

### Krav til fisket

- Det er et krav at leverandøren har nødvendig utstyr/service til disposisjon for fiskegjestene
- Guider, kleppere, båter osv. må kunne leies
- Høye krav til de laksestrekningene som skal selges

### Krav til overnatting og bespisning

- Enkeltrom med bad/toalett
- Variert meny av høy kvalitet
- Bruk av lokale råvarer
- Skjenkerettigheter for øl og vin
- Det vil være et generelt høyt fokus på matopplevelser i prosjektet.

## 4.0 Krav til deltakerne

### Krav til transport

Reisetiden bør ikke overskride én time fra kommunikasjonsterminal (fly, båt, tog). Er transfertiden fra kommunikasjonsterminal til overnattingssted for lang (over en time), bør evt. busstransfer kombineres med annet fremkomstmiddel. Den totale reisetid fra avreisested bør ikke overskride tre-fire timer hver vei.

### Egeninnsats/økonomi

For å delta i prosjektet må den enkelte prosjektdeltaker bidra i form av egeninnsats. Dette betyr at deltakeren må ha kapasitet til å jobbe med konkrete arbeidsoppgaver og aktiviteter til felles beste for prosjektet og deltakerne. Reise- og oppholdskostnader forbundet med tiltakene vil også inngå som en del av egeninnsatsen, og dekkes av den enkelte deltaker. Bedriftene som vil være med i prosjektet må ha tilfredsstillende økonomi.

## 4.0 Krav til deltakerne

### Registrering og rapportering

Registrering av alle henvendelser og salg relatert til prosjektet er av avgjørende betydning for å kunne måle effekten av tiltak i prosjektet. Rapportering av den enkelte bedrifts resultater, og deltakerens bruk av tid i prosjektet er svært viktig, og er derfor et av kravene for deltagelse.

## 5.0 Produktutvikling, tilrettelegging

### Nettverksbygging

- Studietur til Skottland
- Deltakelse på Game Fair
- Forum
- Seminarer, møter
- Jevnlige informasjonsbrev til deltakerne

### Kvalitetssikring

- En mal for kvalitetssikring av laksefisketilbud

### Andre tiltak

- Søknader om investeringer i anleggene sendes og behandles av det lokale IN kontor

## 6.0 Forslag til markedstiltak

### **Internett**

Det utvikles sider for hver deltaker evt. linkes det fra Laksesidene på visitnorway. Det skal i all informasjon og markedsføring henvises til visitnorway laksefiske. De tilbydere som ikke har web-sider på engelsk må lage dette.

### **Brosjyreproduksjon**

Et fluefiskermagasin får i oppdrag å lage en brosjyre. Artikkene i brosjyren skrives av magasinet egne journalister som besøker utvalgte elver sommeren 2006. I tillegg til opplaget som vedheftes magasinet trykkes det brosjyrer til distribusjon på messer etc. Det lages en e-brosjyre på engelsk som legges inn på visitnorway.com.

### **Distribusjon**

Brosjyren heftes inn i brosjyren i hele magasinet opplag.

## 6.0 Forslag til markedstiltak

### **Annonsering/online annonsering**

Det annonseres i de største fluefiskemagasinene.

Det kjøres kampanjer på de største relaterte web-portalene med generell informasjon om Norge, laksefiske, produkttilbud og linker til operatører og bookingsteder.

### **Pressebearbeidelse**

- Pressereiser

Det arrangeres 3 individuelle pressereiser i løpet av 2006.

Journalister fra de viktigste magasinene inviteres.

- Pressemeldinger

### **Newsletter, visitnorway**

Newsletter om laksefiske i Norge sendes til fiskeklubber, turoperatører etc. når markedstiltakene starter.

## ❖ 6.0 Forslag til markedstiltak

### **Bransjebearbeidelse**

- Det er avgjørende for å lykkes at en minst en turoperatør tilbyr produktet i markedet. Det tas kontakt med alle som tilbyr laksefiske for å informere om produktet.
- 2-3 turoperatører inviteres til Norge sommeren 2006 for å prøve produktet.

### **Messedeltakelser**

Det deltas på Gamefair messen i juli mnd. Deltakerne i prosjektet inviteres til å delta. Det er viktig at de så tidlig som mulig får kontakter på markedet. Det produseres en produktmanual for bruk på messen.

## 6.0 Forslag til markedstiltak

### **Kontakt med fiskeklubber**

Det tas kontakt med aktuelle fiskeklubber med tanke på å få gi informasjon om laksefiske i Norge på deres medlemsmøter og web-sider.

### **Studietur**

Det arrangeres en studietur til Scotland for deltakerne i prosjektet i september 2006. Målet er å gi deltakerne innspill på produktutvikling og tilrettelegging.

### **Markedstiltaksplan**

Det lages en utfyllende markedsplan etter innspill fra deltakerne. Markedsgruppen er ansvarlig for planen.

## 7.0 Budsjett og finansiering pr. år

### Inntekter

Innovasjon Norge	1 000 000
Deltakerbidrag	300 000 (max 15 deltakere)
Egeninnsats	<u>200 000</u>
Sum	<u>1 500 000</u>

### Kostnader

Produktutvikling og markedsføring	<u>1 500 000</u>
-----------------------------------	------------------

## 8.0 Tidsplan

### 2006

16.-17. januar

Presentasjon av Håndplukket Laksefiske i Trondheim.

05. Februar

Søknadsfrist.

15. mars

Deltakerlisten klar.

April

Prosjektstart. 1. møte med prosjektdeltakerne.

Juli

Deltakelse på Gamefair.

September

Markedsplan klar.

September

Studietur til Scotland.

November

Møte med prosjektdeltakerne.



Vi tar gjerne i mot din søknad til et spennende  
prosjekt!

Innovasjon Norge