

Hundrevis av bedrifter
stenges ute Side 9



LOFOTPRODUKT AS
SIGVÅLD
STUREIDØYR
8370 LEKNES

110857

Fiskeribladet kystavisa Fiskaren

Erling på nye tanker

Erling Omvik, avtroppende redaktør i Fredrikstad Blad, har gjort fisker av seg. – Vi må ikke tukle med naturen, sier Omvik om bord i båten på Helgelandskysten. Side 16–17



Tidenes julegave

– Fantastisk, sier redør Svein O. Brattetveit etter at staten trakk anken om skattekrav på strukturkvoter. Side 10–11

MANDAG 23. desember
2013

Løssalg kr 25 Norden DKK 25 Angang 6 Nr 148 Uke 52

Leder: Vi håper
byråkratiet fortsetter
å bruke sunn fornuft.



140 fiskeri- ansatte er Årets navn

Unn Torild Leiknes (bildet) og alle de ansatte i Lofotprodukt er kåret til «Årets navn i norsk sjømatnæring». Med kvalitet og humor har bedriften vunnet forbrukernes hjerter. Side 4–6

*Vi ønsker alle våre kunder
God Jul!*

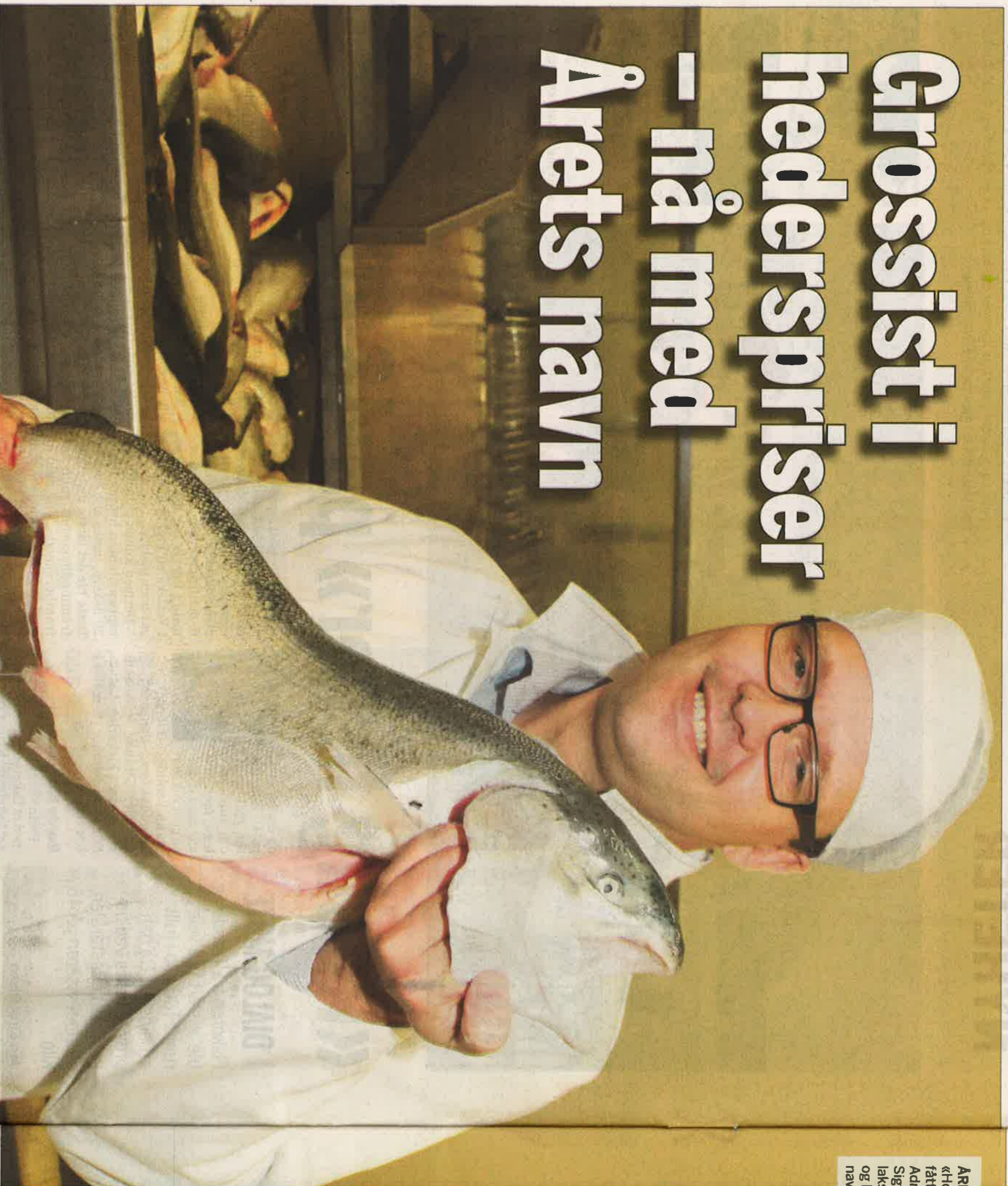
Tlf: 70 16 98 20
E-post: baader@baader.no
www.baader.com

BAADER[®]

Food Processing Machinery
BAADER NORGE AS



Grossist i høderspriser – nå med Årets navn



PRISVINNER

– Tusen takk. Denne prisen gjør oss ekstra stolte! Det sier administrerende direktør i Lofotprodukt AS, Sigvald Rist. FBFI og Intrafish har kåret Leknes-bedriften til Årets navn 2013.

Willly Hauge

Leknes

Det er ikke første gang Sigvald Rist kan innkassere en hederspris for virksomheten han leder. Lofotproduktets fantastiske seilas gjennom et par tiår er ikke bare ansettende i sitt slag. Bedriften er så spesiell at det knapt nok finnes matvarepro-

ducenter her til lands, som kan konkurrere med Lofotprodukt i antall priser, hedersbevisninger og produktkomaler.

Sist forsdag fikk altså bedriften prisen Årets navn, som Intrafish og FiskeribladetFiskaren står bak.

– Vi er veldig stolte av å få en slik oppmerksomhet, som det å bli kåret til årets navn i norsk fiskerinæring, sier Rist når han tar i mot FBFI.

Felleskapet

Men Rist legger straks til at det ikke bare er hans fortjeneste at Lofotprodukt har høstet den ene prisen etter den andre siden starten i 1994.

– Dette er et fellesskap, det er våre ansatte, eiere og administrasjon som skal berømmes. Eierne har satset penger og dermed gitt oss armslag til å skape produkter av høy kvalitet, og det har gjort det mulig å være der vi er i dag. Norges mest omtalte fiskeforretningsbedrift, sier Rist.

» Dette er et fellesskap, det er våre ansatte, eiere og administrasjon som skal berømmes

Sigvald Rist, administrerende direktør i Lofotprodukt AS

Det var stor skepsis blant menngmann da Lofotprodukt, nærmest over natta, ble etablert etter at forløperen, Lofot-Delikatesser, gikk konkurs. Konkursen var en realitet på en fredag i september 1994. Allerede mandag var det nye selskapet Lofotprodukt AS på beina og de første laksefiletene ble puttet inn i røykoven. Noen av de tidligere eierne mente at produktene til Lofot-Delikatesser var så gode at man ikke uten videre kunne pakke sammen

Fugl Fønix

950.000 kroner ble stilt til disposisjon for det nye selskapet,

og etter bare et par-tre måneder fikk Lofotprodukt tilbake meldingen de sårt trengte.

– Sølvpremie på røkt laks i Norgesmesterskapet i sjømat ble en jubeldag for oss. Vi var liv laga og de mange nedturene ble snudd og kronet med både diplom og hederlige omtaler, sier Rist.

Han fulgte med på lasset, fra Lofot-Delikatesser til Lofotprodukt. 25 åringen, med høyskoleutdanning innen fiskeoppdrett, hadde inntil danselsen av Lofotprodukt vært ansatt i Lofot-Delikatesser med ansvar for salg, pakking og utkjøring av fiskeprodukter. Nå ble han daglig leder for det nye selskapet. En ny rolle og store utfordringer for en ungdom som i midten av 20-årene skulle ta opp konkurransen med de store.

Stein på stein

Den gang var det bare åtte personer som skulle videreføre produksjonen. Det i små lokaler



Leknes, Nordland

i det tidligere fiskemottaket på Tangstad.

Sakte men sikkert fikk Lofotproduktets varer hylleplass i dagligvarebutikkene i nærheten. Utover 1990-tallet ble sortimentet utvidet og kunde-grunnlaget økte til å gjelde hele Nord-Norge.

I 1999 ble røkelaksen på nytt hedret med sølvplassering i

ARETS NAVN: Slagordet «Hold i torskens» har fått en ny dimensjon. Administrerende direktør Sigvald Rist, holder også i laksen. Sist torsdag ble han og bedriften kåret til Arets navn 2013.



FAKTA: LOFOTPRODUKT AS

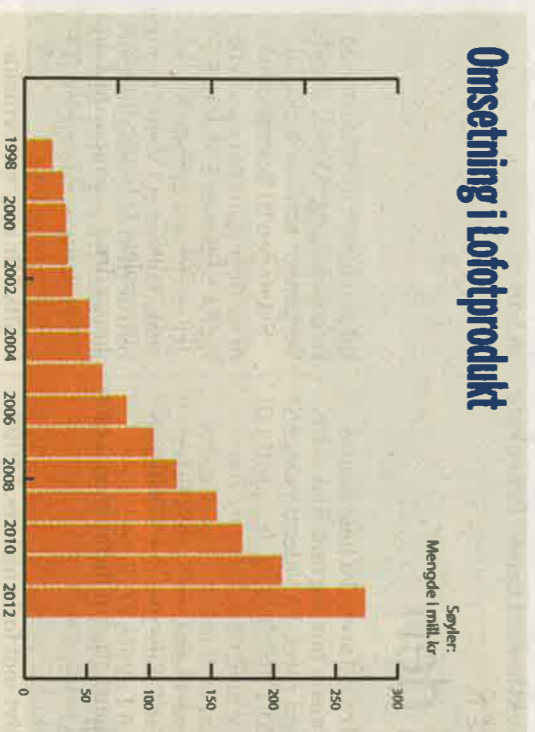
- Lofotprodukt AS har et velfyllt grossistlager innen priser og utmerkelse. Bare fra Norgesmesterskapet i sjømat skal skrøyte av tre gull, ni sølv og fire bronsepriser fra Norske Sjømatbedrifters Landsforening (NSL).
- Tillegg har bedriften vunnet en rekke andre priser og utmerkelse: 1999: Vestvågøy kommunes Næringspris tildelt Sigvald Rist.
- 2002: Fiskeridirektoratets kvalitetspris.
- 2008: Lofotens Matambassador. (Matfestivalen i Lofoten).
- 2008: Arets Sjømatbedrift (KSL Matmerk, Sparebank1, SR Bank, Norsk sjømatcenter).
- 2009: Design Effekt (Norges Designråd).
- 2009: Design Effekt Grand Prix (Norges Designråd).
- 2013: Arets Mat og drikkeproducent (NHO).
- 2013: Arets Glutentfrie Bedrift (Norsk cøliakiforening).
- 2013: Arets navn (Intrafish og FiskeribladetFiskaren).



LOFOTPRODUKT AS: Arets navn 2013 Hilde Mette Eriksen gjør fiskefarsen en av julens slagere. - fløtepuddingen fra Lofoten. ALLE FOTO: WILLY HAUGE



SKRYTEVEGGEN: Lofotprodukt har all grunn til å skrøyte av sine produkter. Veggene med medaljer og utmerkelse begynner å bli temmelig full. Torsdag kom en ny utmerkelse på plass. FiskeribladetFiskaren og Intrafish sin utmerkelse Arets navn.



Omsetning i Lofotprodukt

ransene.

I ny innpakning

Bedriften ble landskjent på midten av 2000-tallet da de skiftet design på blant annet fiskekakepakningene, og de er ennå i dag brukt som case når det holdes foredrag om varede-sign og markedsføring.

– Utseende og innpakningen på produktene har enorm betydning i et marked hvor det er beinhard konkurranse. Da vi skiftet logo og endret designet i 2003 hadde vi en årsmøtning på ca 50 millioner kroner. Året etter, med ny design, økte omsetningen med 30 millioner kroner og i 2007 var vi oppe i



FISKEKAKER: Hvert sekund produseres det tre fiskekaker ned på stekebandet til Lofotprodukter. Ibert Muekwa, sørger for at alt går riktig for seg under produksjonen.

– Hold i torskens!

Med en prislapp på ti millioner kroner ble reklamefilmen «Hold i torskens» lansert. En reklamefilm hvor troverdighet, kvalitet og ekthet skulle framheves. Dette samtidig som man skulle ha en foran for «slagord» som alle snakket om. Det slo an, og «hold i torskens» ble liksom et fast uttrykk blant folk.

– Det koster flekk å gjøre slike stunts? – Denne førmen for markedsføring viser seg å ha betydelig effekt, forteller administrerende direktør i Lofotprodukt AS, Sigvald Rist.

– På hvilken måte? – Vi hadde en test hvor 1.000 personer ble invitert til å svare på en del spørsmål, blant annet om hvor kjent pro-

duktet Lofoten egentlig er. Vi fikk en score på syv prosent av svarene. Det var i grunnen nedslående. Etter reklamekampanjen har vi hatt en ny test. Nå scorer vi hele 25 prosent. Det vil si at hver fjerde forbruger kjenner Lofoten som sjømatleverandør. – Og slikt blir det premiere, utmerkelse og hedersbeviser av?

– Ja, og det er veldig hyggelig. Selvsagt koster det, men ved å bruke de beste i bransjen så har det betydelig effekt. Try/ Apt har nok engang gjort en solid jobb. «Hold i torskens-kampanjen» fikk i slutten av november internasjonal oppmerksomhet med sølv i den internasjonale reklamekonkurranse Epica.

20-årsjubileum i 2014

– Et nytt år, med 20-årsjubileum står for døren. Hva kan forbrukerne se fram til?

– Fortsatt kvalitetsmat fra Lofoten, sier administrerende direktør Sigvald Rist med et hurt smil. – Det er vel mulig på lette litt for å tilfredsstille en nysgjerrig journalist?

Rist drar litt på spørsmålet. – «Hold i torskens» kommer til å fortsette med nye scener og innslag utover 2014.

– Og litt mer lekkasje Rist? – I løpet av vinteren skal vi lansere noen nye produkter. Fiskeanser til de vilke produktene vil være spilderne i sortimentet, sier Rist og viser oss prototypen av begreena.

hvis innhold skal sette en ekstra spiss på blant annet fiskekake. – Og nye hedersbevis og priser?

– Vi tar ikke det som en selvfølge. Det er kun gjennom systematisk og hardt arbeid blant alle ansatte at vi kan høste omtaler og heder. Avslutningen av dette året med kåringen av oss som Arets navn er både overraskende og gledelig. Slikt er med på å løfte oss ytterligere, og ikke minst strække oss enda mer for å være best i en næring hvor man langt fra kan lenne seg tilbake å hvile på laurbærene, slår Rist fast.



PRODUKSJON: Alle de ansatte i produksjonen er med på vinnerlaget når Lofotprodukt vinner prisen Arets navn.

103 millioner kroner, forteller Rist.

Men det stoppet ikke her. I år ble Lofotprodukt på nytt landskjent. Men også verdenskjent, med sine presentasjoner og markedsføring av produktene. Med et samlet styre bak seg lyret Rist inn et reklamebyrå for ytterligere å løfte Lofotproduktets image. Historien om

«hold torskens» kan du lese i egen sak på sidene.

willy.hauge@fbfil.no
Telefon: 76 08 24 90

LOFOTPRODUKT AS

Tall i mill ltr	2012	2011	%
Driftsinntekt	273,42	212,24	28,8
Driftsresultat	10,6	0,42	2.423,8
Resultat før skatt	8,09	3,61	

Norgesmesterskapet i sjømat. Rist kunne dette året, på vegne av bedriften, også innkassere Vestvågøy kommunes næringspris.

Medaljedryss

– Dere blir betraktet som grossister i priser og utmerkelse? Rist vrir seg litt forlegent i stolen.

– Jeg vet ikke hva man skal kalle det, men det å få erkjennelse og hederlige omtaler gjør oss godt. Men samtidig er det en påminnelse om at man ikke kan slappe av og tro at alt går på skinner.

– Som hva? – Kvalitet er noe man ikke skal kinse av. Holder man ikke en høy standard på produktene må man se langt etter både priser og kunder. Allerede i 2002 ble vi under Trondheimsmessa tildelt Fiskeridirektoratets kvalitetspris. Den prisen løftet oss mange hakk. Før det hadde vi fått både gull, sølv og bronse-priser i sjømatkonkur-