

## Ansøgningsskema til Region Midtjyllands initiativer og programmer

### Innovationssamarbejde som forretningsstrategi

<b>1. Oplysninger om ansøger</b>	<p><b>Agro Business Park A/S</b>  Niels Pedersens Allé 2  8830 Tjele  CVR Nr.: 25666070</p> <p>Kontaktperson:  Gyda Bay, Innovationschef  <a href="mailto:gb@agropark.dk">gb@agropark.dk</a>  Direkte tlf.: 8999 2558  Mobil: 2441 7262</p>
<b>2. Indhold (formål, mål og aktiviteter)</b>	<p>PROJEKTNAVN: <b>FFI POP</b> (akse 1)  Projektet er sammenkædet med og gensidigt afhængigt af de to relaterede ansøgninger FFI Development og FFI Growth, som tilsammen udgør et svar på regionens annoncering efter operatør på aktiviteten "Innovationssamarbejde som forretningsstrategi".</p> <p><b>Mål</b>  FFI POP vil fokusere på at indfange nye, innovative forretningsidéer og koncepter fra udviklingsorienterede SMV'er i fødevareklyngen. I initiativet skal disse nye muligheder afklares og modnes gennem korte og fleksible innovationssamarbejder mellem SMV'er og vidensmiljøer. FFI POP er ikke en trædesten i forhold til de Development og Growth, da kun få projekter/innovationssamarbejder vil gå videre fra POP til enten Development eller Growth. For nogle vil POP være tilstrækkeligt at komme på markedet eller få indført en nye proces.</p> <p>Et innovationssamarbejde vil i denne ansøgning være defineret som et samarbejde mellem mindst 3 SMV'er og 1 videninstitution.</p> <p>Konkret skal innovationssamarbejderne i FFI POP bevirke, at:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ...de <i>deltagende virksomheders innovative forretningsidéer</i> bliver vurderet og analyseret i forhold til deres ultimative kommercielle potentiale gennem en faciliteret proces med relevante vidensmiljøer &amp; erfarne aktører.</li> <li>• ...at <i>de deltagende virksomheders innovative forretningsidéer</i> modnes gennem feasibilityundersøgelser, indledende test og konceptudvikling i innovationssamarbejder med relevante partnere og vidensmiljøer.</li> </ul> <p><b>Succeskriterier</b>  Ambitionen er at nå ca. 250 fødevare SMV'er i projektets løbetid og skabe 22 nye innovationssamarbejder. Dvs. at 66 virksomheder finder sammen med videninstitutioner og skaber 22 innovationssamarbejder</p> <p>Øvrige virksomheder vil kunne gå direkte på markedet, eller blive guidet videre til andre muligheder indenfor erhvervsfremme systemet.</p> <p><b>Aktiviteter</b>  1) Innovationssamarbejder  Innovationssamarbejderne ansøger om at modtage 50 % medfinansiering hos FFI POP på samme vilkår som fastsat i ERST Støtteberettigelsesreglerne.</p>

Innovations samarbejderne vil blive tilbudt forskellige aktiviteter, der ikke er i en bestemt rækkefølge på hvornår innovations samarbejderne bliver introduceret for de forskellige aktiviteter, da dette vil afhænge af behovet for det konkrete innovations samarbejde.

Da FFI POP fokuserer på perspektivrige idéer og koncepter, så vil det være vanskeligt at direkte udvikle nye fødevarerprodukter, -processer, -koncepter og/eller nye forretningsmodeller alene gennem FFI POP. Det forventes derfor at de perspektivrige idéer, der accepteres i FFI POP skal undergå en videreudvikling enten i de tilknyttede initiativer eller i det øvrige innovations- og erhvervsfremmesystem.

De aktiviteter som tilbydes innovations samarbejderne er:

## 2) Afklare innovationspotentiale og - kapacitet

Denne hovedaktivitet har til hensigt at bringe værktøjer i spil, der kan afklare, understøtte og modne det konkrete innovationspotentiale i virksomhedens FFI POP projekt og bidrage til at styrke virksomhedens innovationsaktivitet eller -kapacitet på længere sigt.

Aktiviteten indeholder 3 underaktiviteter, som er detaljeret beskrevet i den indsendte regional fondsansøgning:

- *Viden til handling (synteser)*
- *INNOLift – et innovationsløft med dedikerede eksterne kompetencer og ressourcer*
- *Mikrotest og konceptafprøvning overfor kunder og målgrupper*

## 3) Resultatformidling og kommunikation

Formidlingsaktiviteterne og kommunikation har tre hovedformål:

- At skabe synlighed om aktiviteterne for at tiltrække de skarpeste deltagere og de bedste samarbejdspartnere. Samtidig skal kommunikationen sikre national bevågenhed og legitimitet om den opgave, regionen løfter i forhold til ikke bare regionale virksomheder men i forhold til hele den danske fødevarerklunge – og hjælpe regionen og klyngen med at tiltrække talent, penge og virksomheder
- At forbinde regionen og de deltagende virksomheder med den fælles fødevarerfortælling, der er under opbygning under den tidligere regerings vækstplan for fødevarer
- At dele viden mellem virksomheder for at skabe inspiration, høje ambitionsniveau, skabe stolthed og gøre det lettere at lære af andre virksomheders og institutioners erfaringer

Aktiviteten vil ske i forlængelse af Region Midtjyllands strategi for at være centrum for fødevarerinnovation, og vil være en samlende faktor for de mange forskellige aktiviteter inden for fødevarerområdet i og udenfor regionen. Denne aktivitet går på tværs af de 3 sammenhængende initiativer FFI POP, FFI Development og FFI Growth og budgetteres derfor delvist under hvert initiativ

Formidlingen vil være baseret på en fælles identitet omkring initiativet, og vil udmønte sig i:

- Digital kommunikation i form af hjemmeside, der videreformidles via bl.a. Danish Food Clusters univers samt etablering og vedligeholdelse af platform på sociale medier
- En presseindsats med 12 årlige historier i regionale og de nationale medier.
- 6 årlige nyhedsbreve samt markedsføring gennem partnerne nyhedsbreve
- En årlig vidensdelings og markedsføringsevent
- International markedsføring gennem Danish Food Cluster og European Food Alliance samt Invest in Denmark og Enterprise

	<p>Europe Network</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Fælles workshop og adgang til 1-1 vejledning for alle deltagende virksomheder i branding og synlighed, herunder brug af den kommende værktøjskasse under Den Fælles Fødevarfortælling</li> </ul> <p><u>4) Følgeforskning</u> Partnerskabet bag FFI POP er dedikeret til et sikre at de deltagende virksomheder får realiseret succesfulde innovationssamarbejder og får skabt innovative produkter, processer og løsninger, der gør en forskel på markedet – og dermed skaber de langsigtede effekter omkring jobskabelse, vækst og eksport. Ligeledes er partnerskabet dedikeret til en læringsbaseret approach til arbejdet med innovationssamarbejderne i projektperioden.</p> <p>Derfor ønsker konsortiet at bygge videre på den indsats omkring følgeforskning, der hidtil har været en integreret del af samarbejdet omkring det regionale innovationsmiljø. Denne aktivitet går på tværs af de 3 sammenhængende initiativer FFI POP, FFI Development og FFI Growth og budgetteres derfor delvist under hvert initiativ</p> <p><u>5) Projektorganisation &amp; samarbejde</u> Der er et veletableret konsortium bag den eksisterende FFI-satsning, som også udgør grundstammen i det nærværende konsortium. Igennem dialog i partnerskabet, med Region Midtjylland og gennem analyse af den udsendte annoncering og strategi for den nye fødevarer-satsning, er det dog blevet klart, at det optimale setup for konsortiet er at skabe tre separate, men gensidigt afhængige konsortier, der sammen bærer den operatørrolle, som Region Midtjylland efterspørger i annonceringen.</p> <p>Der er i organiseringen lagt vægt på at sikre en genkendelighed og kontinuitet for virksomhederne i valget af Future Food Innovation (FFI) som den bærende ramme for det fortsatte samarbejde. Det kendskab og den tillid, som er skabt gennem den hidtidige satsning, vil være en vigtig faktor i projektets videre succes.</p> <p>Samtidig er der lagt vægt på at fokusere konsortiets ressourcer og kompetencer på de styrkepositioner, som hver enkelt partner besidder. Derfor er strukturen med 3 forskellige partnerskaber valgt, da det tillader muligheden for mindre og mere dedikerede konsortier, hvor alle partnere har en betydelig rolle at spille i realiseringen af aktiviteterne.</p> <p><b>Milepæle</b> <i>Se vedhæftede bilag</i></p>
<p><b>3. Målgruppe og aktører</b></p>	<p><b>Målgruppe</b> Målgruppen for FFI POP er udviklingsorienterede SMV'er, store virksomheder vil have mulighed for at deltage i projektet, men kan ikke modtage støtte. For at være målrettet FFI skal der være tale om virksomheder som arbejder med fødevarer, dette skal dog forstås bredt, således at der både kan være tale om forarbejdning, ingredienser, detail osv.</p> <p>Der kan være tale om udviklingsaktivitet i samspil med partnere, kunder, leverandører og/eller med vidensmiljøer.</p> <p>I denne projektperiode er der, i modsætning til tidligere, en målgruppe, der inkluderer virksomheder uden tidligere erfaring med samarbejder med vidensmiljøer. Denne gruppe forventer vi at kunne tage særligt hånd om gennem FFI POP initiativet, da der her er fokus på korte, målrettede afklaringsforløb, der samtidig kan tjene som en icebreaker i forholdet mellem SMV og vidensmiljø. De tilknyttede</p>

	<p>innovationsaktiviteter er også særligt designet til at kunne løse hurtige og konkrete behov, som vil forventes at appellere særligt til denne del af målgruppen.</p> <p>Når det er skrevet, så er det afgørende kriterium for indplaceringen i de tre relaterede initiativer/puljer ikke virksomhedens tidligere erfaringer, men det foreslåede ideer/koncepter/produkters modenhed. Vi vil i FFI POP særligt have fokus på perspektivrige idéer/koncepter, som har behov for en nærmere afklaring af deres innovationspotentiale.</p> <p><b>Aktører</b> Der er et veletableret konsortium bag den eksisterende FFI-satsning, som også udgør grundstammen i det nærværende konsortium. Igennem dialog i partnerskabet, med Region Midtjylland og gennem analyse af den udsendte annoncering og strategi for den nye fødevarer-satsning, er det dog blevet klart, at det optimale setup for konsortiet er at skabe tre separate, men gensidigt afhængige konsortier, der sammen bærer den operatørrolle, som Region Midtjylland efterspørger i annonceringen. Konsortiet udgøres af:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Agro Business Park</li> <li>• Agrotech</li> <li>• Teknologisk Institut</li> <li>• Aarhus Universitet</li> <li>• MAPP</li> <li>• Danish Food Cluster</li> <li>• VIFU</li> <li>• Væksthus Midtjylland</li> </ul>
<p><b>4. Organisering (Bestyrelse, styregruppe, etc.)</b></p>	<p><i>Hvordan bliver initiativet organiseret. Hvilke roller har de enkelte parter.</i></p> <p><b>Styregruppe</b> Der etableres en tværgående styregruppe for initiativerne FFI POP, FFI Development og FFI Growth med repræsentanter for de ovenstående partnere i konsortiet. Styregruppen mødes ca. hver anden måned (ca. 5 gange p.å.). Styregruppen er overordnet ansvarlig for projekternes fremdrift, strategi og aktivitetsplan. Styregruppen fungerer også som endeligt bevillingspanel for medfinansiering fra projektpuljerne.</p> <p><b>Sparringspanel</b> Der oprettes et eksternt sparringspanel for sekretariatet med eksperter, erfarne kommercielle profiler og repræsentanter fra relaterede organisationer i erhvervs- og innovationsmiljøet til at diskutere og kommentere de indkomne ansøgninger om medfinansiering.</p> <p><b>Sekretariat</b> Projektets sekretariatsfunktion forankres hos ansøger og bemandes i samspil med det øvrige konsortium.</p> <p><b>Nøgleord om partnernes rolle:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Agro Business Park</i> Projektleddelse og -administration, identificering, modning og screening, facilitering, innovationssupport, matchmaking, InnoLift</li> <li>• <i>Agrotech</i> Videnspartner i innovationssamarbejder, videnssynteser, innovationstjek, InnoLift</li> <li>• <i>Teknologisk Institut</i> Videnspartner i innovationssamarbejder, videnssynteser, innovationstjek, InnoLift</li> <li>• <i>Aarhus Universitet</i> Videnspartner i innovationssamarbejder, videnssynteser,</li> </ul>

	innovationstjek, InnoLift <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>MAPP</i> Videnspartner i innovationssamarbejder</li> <li>• <i>Danish Food Cluster</i> Kommunikation</li> <li>• <i>VIFU</i> identificering, modning og screening, matchmaking</li> <li>• <i>Væksthus Midtjylland</i> Identificering, modning og screening, matchmaking</li> </ul>																																													
<b>5. Effektkæde</b>	Se bilag 1																																													
<b>6. Forankring efter projektperioden</b>	Der er et veletableret konsortium bag den eksisterende FFI-satsning, som også udgør grundstammen i det nærværende konsortium. Partnerne vil indgå i en konstruktiv dialog om at forankre de kompetencer og læringer, som er opsamlet gennem projektet – enten i organisationernes egne aktiviteter eller i senere afledte fælles initiativer. Denne diskussion er forankret i projektets styregruppe.																																													
<b>7. Udgifter fordelt på hovedaktiviteter jf. ansøgers udfyldte effektkædeskema</b>  <i>Regneark vedlægges</i>	Aktivitetstyper: <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <thead> <tr> <th colspan="5">Beløb i 1.000 kr. (evt. opgjort pr. halvår jvf. EU's rapporteringsperioder)</th> </tr> <tr> <th></th> <th>2016</th> <th>2017</th> <th>2018</th> <th>Sum</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td><b>Hovedaktivitet 1 Screening og Bevillinger</b></td> <td>3.011</td> <td>4.026</td> <td>5.962</td> <td><b>12.999</b></td> </tr> <tr> <td><b>Hovedaktivitet 2 Styrke innovationspotentiale og – kapacitet</b></td> <td>588</td> <td>868</td> <td>1.344</td> <td><b>2.800</b></td> </tr> <tr> <td><b>Hovedaktivitet 3 Resultatformidling og kommunikation</b></td> <td>137</td> <td>202</td> <td>312</td> <td><b>651</b></td> </tr> <tr> <td><b>Hovedaktivitet 4 Følgforskning</b></td> <td>50</td> <td>50</td> <td>50</td> <td><b>150</b></td> </tr> <tr> <td><b>Hovedaktivitet 5 Projektorganisation &amp; samarbejde</b></td> <td>264</td> <td>264</td> <td>272</td> <td><b>800</b></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td><b>I alt</b></td> <td><b>4.050</b></td> <td><b>5.410</b></td> <td><b>7.940</b></td> <td><b>17.400</b></td> </tr> </tbody> </table>	Beløb i 1.000 kr. (evt. opgjort pr. halvår jvf. EU's rapporteringsperioder)						2016	2017	2018	Sum	<b>Hovedaktivitet 1 Screening og Bevillinger</b>	3.011	4.026	5.962	<b>12.999</b>	<b>Hovedaktivitet 2 Styrke innovationspotentiale og – kapacitet</b>	588	868	1.344	<b>2.800</b>	<b>Hovedaktivitet 3 Resultatformidling og kommunikation</b>	137	202	312	<b>651</b>	<b>Hovedaktivitet 4 Følgforskning</b>	50	50	50	<b>150</b>	<b>Hovedaktivitet 5 Projektorganisation &amp; samarbejde</b>	264	264	272	<b>800</b>						<b>I alt</b>	<b>4.050</b>	<b>5.410</b>	<b>7.940</b>	<b>17.400</b>
	Beløb i 1.000 kr. (evt. opgjort pr. halvår jvf. EU's rapporteringsperioder)																																													
		2016	2017	2018	Sum																																									
	<b>Hovedaktivitet 1 Screening og Bevillinger</b>	3.011	4.026	5.962	<b>12.999</b>																																									
	<b>Hovedaktivitet 2 Styrke innovationspotentiale og – kapacitet</b>	588	868	1.344	<b>2.800</b>																																									
	<b>Hovedaktivitet 3 Resultatformidling og kommunikation</b>	137	202	312	<b>651</b>																																									
	<b>Hovedaktivitet 4 Følgforskning</b>	50	50	50	<b>150</b>																																									
	<b>Hovedaktivitet 5 Projektorganisation &amp; samarbejde</b>	264	264	272	<b>800</b>																																									
<b>I alt</b>	<b>4.050</b>	<b>5.410</b>	<b>7.940</b>	<b>17.400</b>																																										
Regionale erhvervsudviklingsmidler	2.000	2.000	2.400	<b>6.400</b>																																										
Regionalfondsmidler (akse 1)	550	1.610	3.340	<b>5.500</b>																																										
Privat medfinansiering fra deltagende virksomheder	1.200	1.300	1.500	<b>4.000</b>																																										
Anden offentlig medfinansiering	300	500	700	<b>1.500</b>																																										
Evt. anden finansiering																																														
<b>I alt</b>	<b>4.050</b>	<b>5.410</b>	<b>7.940</b>	<b>17.400</b>																																										

<b>9. Underskrift</b>	Dato Underskrift
-----------------------	---------------------

# BILAG 1

## Effektkæde og indikatorer: Innovationssamarbejde som forretningsstrategi FFI POP

Aktiviteter	Output	Effekter
<p><b>Innovationssamarbejder</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 250 virksomheder har været i kontakt med FFI POP og får dermed en første afklaring af deres koncept/idé. Det forventes, at størstedelen af disse (op mod 150) vil skulle enten sendes videre til FFI Development/Growth eller gennem andre ordninger/vurderes til at være for umodne/have for lavt innovationspotentiale. De resterende (omkring 100) skal matches med hinanden, andre virksomheder i FFIs netværk og med vidensinstitutioner mhp. en ansøgning.</li> <li>• Det forventes at den indledende afklaring og matchning resulterer i 40-45 projektansøgninger med ca. 130-140 virksomheder involveret. Heraf vil de bedst egnede ansøgninger blive selekteret til FFI POP innovationssamarbejder, mens de resterende virksomheder vil modtage forslag om andre relevante tilbud (f.eks. Innobooster).</li> <li>• Vi forventer at bevilge 22 innovationssamarbejder/Proof of Principle - projekter med 66 deltagende virksomheder, hvert innovationssamarbejde gennemgår et faciliteret forløb med en vidensinstitution. .</li> </ul> <p><b>2) Afklare innovationspotentiale og – kapacitet</b></p> <p>De 22 innovationssamarbejder og 66 deltagende virksomheder vil gennemløbe et faciliteret forløb med en vidensinstitution med fokus på de specifikke behov, som virksomheden har. Dette indebærer en løbende sparring med en tilknyttet facilitator og nært samarbejde med en vidensinstitution. Desuden kan der i forløbet bringes nedenstående specifikke værktøjer i anvendelse, hvor det møder virksomhedernes behov.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Det forventes, at der iværksættes 4-6 videnssyntheser, hvor der i et intensivt forløb indsamles relevant viden og laves en handlingsplan for af denne viden (f.eks indenfor sensorik, ingredienser, emballage og nanoteknologi i fødevarer)</li> <li>• Det forventes, at der iværksættes 12-15 InnoLift forløb, hvor innovationssamarbejdet boostes med "midlertidig</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Antal virksomheder som modtager støtte <i>66 virksomheder – 3 per innovationssamarbejde</i></li> <li>2) Antal virksomheder der samarbejder med forskningsinstitutioner <i>66 virksomheder – 3 per innovationssamarbejde</i></li> <li>3) Private investeringer som matcher offentlig støtte til innovation og F&amp;U-projekter <i>5.500.000</i></li> <li>4) Antal virksomheder der har modtaget støtte med henblik på at introducere produkter der er nye på markedet <i>22 virksomheder (44 øvrige virksomheder modtager støtte til at bidrage til innovation i det samarbejde de indgår i)</i></li> <li>5) Antal virksomheder der har modtaget støtte med henblik på at introducere produkter, der er nye for virksomheden <i>22 virksomheder (44 øvrige virksomheder modtager støtte til at bidrage til innovation i det samarbejde de indgår i)</i></li> <li>6) Antal virksomheder der udvikler koncepter til nye produkter eller løsninger</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Antal nye innovative virksomheder <i>20 virksomheder</i></li> </ol> <p><b>Projektspecifikke:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2) Min. 10 % af deltagende virksomheder har et nyt produkt på markedet 0-2 år efter projektdeltagelse</li> <li>3) Min. 20 % af deltagende virksomheder har et nyt produkt på markedet indenfor 2-5 år efter projektdeltagelse</li> <li>4) Min. 30 % af deltagende virksomheder har et nyt produkt på markedet 5+ år efter projektdeltagelse</li> </ol>

<p>innovationskraft" hentet fra videns- og uddannelsesinstitutioner (f.eks. studerende, forskere, Ph.d.) eller fra konsortiets øvrige netværk.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vi forventes at der vil være behov for 4-6 mikrotest forløb, hvor der gennemføres konceptafprøvning overfor kunder og målgrupper i mindre skala.</li> </ul> <p><b>3) Resultatformidling og kommunikation</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bidrag til nyhedsstrøm på website</li> <li>• Input til pressemeddelelser (ca. 2 POP historier per år)</li> <li>• Input til det samlede nyhedsbrev (6 årlige udgaver)</li> <li>• Bidrag til international markedsføring gennem DFC</li> <li>• Bidrag til den samlede årlig vidensdelings og markedsføringsevent for FFI</li> </ul> <p><b>4) Følgforskning,</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 2 årlige (delte) workshops med læringsresultater fra FFI POP, FFI Development og FFI Growth</li> </ul> <p><b>5) Projektorganisation &amp; samarbejde</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 6 årlige styregruppemøder.</li> </ul>	<p><i>20 virksomheder (vi forventer at 20 virksomheder får et positivt resultat, og at disse 20 kan arbejde videre med deres produkt)</i></p> <p><b>Projektspecifikke:</b></p> <p>7) Antal innovationssamarbejder som finder andre kapital/investeringsmuligheder, f.eks. hos VHM <i>15 samarbejder.</i> Antal innovationssamarbejder som går direkte videre til FFI Development <i>3 innovationssamarbejder</i></p> <p>8) Antal innovationssamarbejder som går direkte videre til FFI Growth <i>5 innovationssamarbejder</i></p>	
--	---	--

**Kritiske antagelser:**

- **Hurtig afklaring og samspil med øvrigt erhvervsfremmesystem er afgørende for at give den rette hjælp til den rette virksomhed**  
FFI konsortiet har de fornødne kompetencer og erfaring med opsøgende arbejde til at udfordre interesserede fødevarer virksomheder og stille de relevante spørgsmål, så det er kan afklares, om virksomheden har en perspektivrig idé/koncept eller har betydeligt innovations- eller vækstpotentiale således, at det virksomheden får det rette tilbud fra FFI. Ligeledes er der i konsortiet et stort overblik over alternative tilbud i innovations- og erhvervsfremmesystemet, så der kan henvises til andre og supplerede tilbud om bistand, når relevant.
- **Tidlig kvalificering af/sparring på koncepter og idéer accelererer innovation**  
Erfaringerne fra FFI og differentieringspuljen peger tydeligt på, at perspektivrige idéer/koncepter på et tidligt stadie/lav modenhed har særlig gavn af en hurtig koncentreret indsats fokuseret på at afklare idéens potentiale, at finde den rette viden og få afdækket virksomhedens reelle udviklingsbehov. Dette vil øge virksomhedens innovationskapacitet og øge chancen for, at virksomheden lykkedes med innovationen og øger sin innovationskapacitet på længere sigt.
- **Høj risiko balanceres af lav investering og værdiskabelse i processen**  
Ved at intervenere i en tidlig fase vil der være en relativt høj andel af de deltagende virksomheder, som screenes fra og en endnu højere andel, hvor den indledende idé/koncept ikke kan bære frem til et innovativt produkt på markedet. Erfaringerne fra den hidtidige differentieringspulje understøtter dog, at en betydelig andel af disse virksomheder vil få en værdi ud af sparringsprocessen, som kan betyde en højere succesrate i en ny innovationsproces. Ligeledes er der betydelig værdi i en henvisning til andre og mere relevante puljer/tilbud.
- **Innovative virksomheder skaber vækst og jobs**  
Effektmåling af det eksisterende FFI viser, at innovationsaktive virksomheder skaber nye jobs. Således har 14 virksomheder ved seneste måling skabt 157 nye jobs. En effekt, der ikke indfanges af den ERST-inspirerede opdeling af effektmålene på prioritetsakser.





## CV'er FFI POP:

### CV'er Konsortiepartnere:

#### **Lars Visbech Sørensen, CEO, Agro Business Park A/S, formand for styregruppen for FFI**

Uddannet cand. merc. Siden 2007 CEO for Agro Business Park A/S (innovation og managementselskab), CEO for Agro Business Innovation A/S (preseed investeringsselskab), CEO for Forskerpark Foulum (ejendomsselskab).

Har 20 års erfaring i værdikæden fra "jord til bord" i private og offentlige jobs – altid med fokus på innovation, videnssamarbejde, iværksætteri, marketing, salg, forretningsudvikling, investeringer og ledelse. Formand for styregruppen i FFI siden etableringen.

**Dorte Petersen (cand.scient) er kommerciel direktør hos AgroTech** og har 20 års erfaring med forretningsudvikling, produktudvikling og ledelse - primært fra fødevarerbranchen (Danisco Dupont) men også fra relaterede brancher som bioteknologi og grøn energi. Dorte er ansvarlig for salg, marketing og den tværgående drift i AgroTech. Dorte har bred erfaring med styregrupper både fra AgroTechs resultatkontrakt med forsknings- og innovationsstyrelsen, flere regionale projekter (Future Food Innovation, Regionale råvarer i regionale køkkener i region Sjælland) samt innovationskonsortier under Innovationsfonden (blandt andet FutureMilq).

#### **Lars Esbjerg, Lektor MAPP Centeret**

Forskning området for Lars er hovedsageligt fokuseret på spørgsmål vedrørende mad detailhandel og inter-organisatoriske relationer og netværk, herunder:

Hvordan markedspraksis udgør markeder og påvirke forbrugernes praksis

Åben innovation

Hvor organisatoriske aktører får mening ud af deres løbende erfaringer

Sensemaking i inter-organisatoriske relationer

Forhandler køb som meningsfuld handling

Forhandler branding

Hvordan forbrugerne erfaring og få mening ud af detailforretninger og forhandler brand arkitekturer

#### **Lone Ryg Olsen, CEO, Danish Food Cluster**

Uddannet journalist, redaktør Morgenavisen Jyllands-Posten, direktør for HR, CSR og kommunikation i Elbodan / Expert Danmark og BTX Group, Netværksdirektør i Netværk Danmark, indehaver af Working Relations.

Bred erfaring med kommunikation, branding, interessant pleje og netværksopbygning fra såvel mediebranchen som kommercielle virksomheder, offentlige og private virksomheder

#### **Jette Feveile Young, Institut for Fødevarer, Aarhus Universitet**

Uddannet Bromatolog ved KU med PhD i photobiologi fra University of Wales. Erfaring fra 3 års forskning på Human Ernæring, KU samt 15 års erfaring fra forskning i levnedsmiddelkvalitet og biologisk aktive stoffer fra Danmarks Jordbrugs Forskning og AU, oftest i samarbejde med brancher og virksomheder. Desuden 4 års erfaring som forskningsgruppeleder.

**Dorte Storper (EMBA, HD, HA) er direktør i VIFU**, der er en non-profit virksomhed, der bygger bro mellem forskning og små og mellemstore fødevareraktører.

Dorte har mere end 20 års erfaring med overordnet projektledelse af både nationale og internationale projekter, med dokumenterede effekter i form af innovation og vækst i erhvervet. Hun er leder af et team af højt kvalificerede projektledere og har et stort netværk i erhvervet, ved vidensinstitutioner og i politiske organisationer.

**Anne Maria Hansen (kemiingeniør)** er innovationschef i LifeScience divisionen på Teknologisk Institut med ansvar for strategisk- og forretningsmæssig udvikling af fødevarer- og bioøkonomi-projekter på Teknologisk Institut. Overordnet ansvar for flere tværorganisatoriske projekter på Teknologisk Institut. Bl.a. leder af inSPIRefood projektet og ”Det biobaserede samfund” på TI. Anne Maria har mere end 20 års erfaring med projektledelse, personaleledelse og indgår i bestyrelsesarbejde og styregrupper og er bl.a. medlem af styregruppen for FoodNetwork, bestyrelsen for Danish Food Cluster, VIFU mfl.

### **Væksthus Midtjylland**

Omkring CV’er på nøglemedarbejdere, som arbejder med FFI, så har jeg i skrivende stund vanskeligt ved at medsende sådanne, idet aftalen/ønsket er, at vi skal ansætte en ny person til funktionen. Umiddelbart tænker jeg, at følgende kriterier vil indgå i profilen (nævnt i vilkårlig rækkefølge):

- Indsigt i og gerne egne erfaringer med ansættelse i fødevarerrelaterede virksomheder
- Gerne erfaring med programbaseret virksomhedsudvikling og indsigt i offentlig erhvervsfremmetilbud
- Relevant praktisk erfaring samt en højere uddannelse
- Samarbejdsorienteret og netværkssøgende personlighed

### **CV’er FFI nøglemedarbejdere:**

#### **Gyda Bay, Innovationschef, Future Food Innovation, Agro Business Park**

Uddannet biolog, 11 års erfaring fra det statslige innovationsmiljø Østjysk Innovation med at vækst opstartsvirksomheder primært fra Aarhus Universitet og Universitetshospital. Bestyrelsesarbejde i projekterne både som formand og bestyrelsesmedlem. Et års administrativt arbejde for en opstartsvirksomhed, Unisense. Innovationschef for Future Food Innovation siden februar 2011.

#### **Malene Wiese Madsen,**

Uddannet jurist fra Aarhus Universitet og arbejder som juridisk projektleder i Agro Business Park. Har tidligere været juridisk rådgiver for Århus Kommune samt arbejdet med Strukturfonde for Erhvervsstyrelsen.

#### **Kurt Ebbe Knudsen,**

Uddannet cand.merc. med 13,5 års erfaring med økonomistyring fra Tulip Foods, Arla Foods og Locus A/S med fokus på ledelsesrapportering, budget, investeringsplanlægning og projektregnskaber. Derudover undervisnings erfaring gennem 11 år indenfor økonomistyring, finansiering, statistik og organisationsteori.

#### **Lars Visbech Sørensen, CEO, Agro Business Park A/S, formand for styregruppen for FFI**

Uddannet cand. merc. Siden 2007 CEO for Agro Business Park A/S (innovation og managementselskab), CEO for Agro Business Innovation A/S (preseed investerings selskab), CEO for Forskerpark Foulum (ejendomsselskab).

Har 20 års erfaring i værdikæden fra ”jord til bord” i private og offentlige jobs – altid med fokus på innovation, videnssamarbejde, iværksætteri, marketing, salg, forretningsudvikling, investeringer og ledelse. Formand for styregruppen i FFI siden etableringen.

### **Heidi Beck Rasmussen**

Uddannet regnskabsassistent med speciale i regnskab og revision. Har senere arbejdet som revisor hos Partner Revision. Senest har jeg arbejdet som erhvervsservicemedarbejder hos Ullits & Winter, Statsautoriseret Revisionspartnerselskab. I juli 2015 blev jeg ansat hos Agro Business Park, men har siden 2012 assisteret med rapportering af Future Food Innovation. Bred erfaring indenfor bogføring, regnskab og afrapportering.

### **Kathrine Vejgaard Stage**

Ansvarlig for iværksættermiljøet, Agro Food Park Inkubator, der opereres af Agro Business Park. Tilbyder sparring i relation til konkretisering af forretningsideer, forretningsmodeller, forretningsplaner og kapitalfremskaffelse. Derudover projektleder for Agro Business Parks Innovationskonkurrence samt Enterprise Europe Network med fokus på international partnersøgning.

Uddannet cand.merc. i International Business fra Aarhus Universitet og har været ansat i Agro Business Park siden 2009. Før det ansat som henholdsvis udviklingskonsulent i VIBORGegnens Erhvervsråd og som forretningsudvikler i Bestseller.

**Dorte Petersen (cand.scient) er kommerciel direktør hos AgroTech** og har 20 års erfaring med forretningsudvikling, produktudvikling og ledelse - primært fra fødevarebranchen (Danisco Dupont) men også fra relaterede brancher som bioteknologi og grøn energi. Dorte er ansvarlig for salg, marketing og den tværgående drift i AgroTech. Dorte har bred erfaring med styregrupper både fra AgroTechs resultatkontrakt med forsknings- og innovationsstyrelsen, flere regionale projekter (Future Food Innovation, Regionale råvarer i regionale køkkener i region Sjælland) samt innovationskonsortier under Innovationsfonden (blandt andet FutureMilq).

**Gerner Hansen (cand.agro, diplom MFBI) er seniorkonsulent hos AgroTech** og har mange års erfaring med statistiske analyser, sensorik og forbrugeranalyse samt rådgivning om forretningsudvikling. Gerner arbejder med omsætning af store mængder data til virksomhedernes beslutningsstøtte og vil blandt andet kunne understøtte aktiviteten "viden til handling (synteser)". Gerner Hansen var involveret i årets afprøvning af forskellige kød- og fiskeprodukter under udvikling på Food Festival 2015 for Future Food Innovation og vil kunne understøtte aktiviteten "Mikrotest og konceptafprøvninger".

**Anne Hørby Bendtsen (kandidat i marketing) er innovationskonsulent hos AgroTech** og har mange års erfaring med udvikling af innovationsprocesser og afholdelse af innovationscamps. Anne har deltaget i udviklingen af den innovationsproces, Industriel Gastronomisk Innovation, som benyttes i Foodture Lab og har stået for afholdelsen af flere innovationscamps i regi af Foodture Food Innovation blandt andet Waste-to-value i 2014.

**Henrik Ottesen (Cand. Econ Agro) er business support manager hos AgroTech** og understøtter AgroTechs kunder i fødevarebranchen med deres forretningsudvikling og udvikling af forretningsmodeller og vil fra efteråret 2015 indgå i AgroTechs korps af innovationsagenter. Henrik har selv hands-on erfaring fra FFIs målgruppe som selvstændig erhvervsdrivende i Mad & Folk, som beskæftigede sig med koordinering og internetbaseret afsætning af lokalt producerede fødevarer, blandt andet støttet af Future Food Innovation i Midtjylland. Henrik har desuden hos AgroTech beskæftiget sig indgående med strategiske samarbejder mellem store virksomheder og SMVer i Danmark blandt andet for Arla Foods.

**Lone Ryg Olsen, CEO, Danish Food Cluster**

Uddannet journalist, redaktør Morgenavisen Jyllands-Posten, direktør for HR, CSR og kommunikation i Elbodan / Expert Danmark og BTX Group, Netværksdirektør i Netværk Danmark, indehaver af Working Relations.

Bred erfaring med kommunikation, branding, interessant pleje og netværksopbygning fra såvel medieverden som kommercielle virksomheder, offentlige og private virksomheder

**Thomas Hornbæk Jakobsen, project manager, Danish Food Cluster**

Master of Science, Marketing and Business Innovation, Aarhus University

Trænet kommunikator på mange platforme, fra web til nyhedsbreve og opsætning af grafisk materiale, erfaren planlægger og afvikler af store og små events

**Jette Feveile Young, Institut for Fødevarer, Aarhus Universitet**

Uddannet Bromatolog ved KU med PhD i photobiologi fra University of Wales. Erfaring fra 3 års forskning på Human Ernæring, KU samt 15 års erfaring fra forskning i levnedsmiddelkvalitet og biologisk aktive stoffer fra Danmarks Jordbrugs Forskning og AU, oftest i samarbejde med brancher og virksomheder. Desuden 4 års erfaring som forskningsgruppeleder.

**Merete Brødsgaard Henriksen, Institut for Fødevarer, Aarhus Universitet**

Uddannet cand.scient. i molekylær- og cellebiologi fra Syddansk Universitet og international projektleder fra International Business College i Kolding. Har 9 års erfaring med fundraising og projektadministration af større tværfaglige forskningsprojekter omhandlende sundhedsfremmende indholdsstoffer i fødevarer og planter. Siden 2010 koordinator for instituttets formidlingsaktiviteter ved forskellige events som Forskningens Døgn og Food Festivalen i Århus.

**Dorte Storper (EMBA, HD, HA) er direktør i VIFU**, der er en non-profit virksomhed, der bygger bro imellem forskning og små og mellemstore fødevareraktiviteter.

Dorte har mere end 20 års erfaring med overordnet projektledelse af både nationale og internationale projekter, med dokumenterede effekter i form af innovation og vækst i erhvervet. Hun er leder af et team af højt kvalificerede projektledere og har et stort netværk i erhvervet, ved vidensinstitutioner og i politiske organisationer.

**Gert Løkke Leth (B.Sc.E.E.) er projektleder hos VIFU**, og arbejder med direkte og opsøgende kontakt til et stort antal virksomheder. Gert har gennem 6 år som erhvervskonsulent i det lokale erhvervsservice system opbygget stort netværk og erfaring med vejledning af virksomheder omkring innovation, funding og vækst. Specielt med gode resultater på matchmaking mellem virksomheder og ekstern viden.

Gennem 20 års arbejde med produktudvikling, projektledelse og ledelse i private virksomheder, har Gert også stor forståelse for virksomhedernes perspektiv og udfordringer.

**Anne Maria Hansen (kemiingeniør) er innovationschef i LifeScience divisionen på Teknologisk Institut**

med ansvar for strategisk- og forretningsmæssig udvikling af fødevarer- og bioøkonomi-projekter på Teknologisk Institut. Overordnet ansvar for flere tværororganisatoriske projekter på Teknologisk Institut. Bl.a. leder af inSPIRefood projektet og "Det biobaserede samfund" på TI. Anne Maria har mere end 20 års erfaring med projektledelse, personaleledelse og indgår i bestyrelsesarbejde og styregrupper og er bl.a. medlem af styregruppen for FoodNetwork, bestyrelsen for Danish Food Cluster, VIFU mfl.

**Eleonora Miquel Becker (cand. Tech al. Ph.d.) er Seniorrådgiver i Center for Fødevarer, Teknologisk Institut, Aarhus.**

Eleonora Miquel Becker (EMB) er ansvarlig for området fødevarer og holdbarhed og er underviser og koordinator af kurset "Holdbarhed af fødevarer" på TI. EMB har erfaring med projektledelse og formidling og her kan nævnes to samarbejdsprojekter mellem virksomheder,

forskningsinstitutioner og videns institutioner: "Naturlige ingredienser og grøn energi" og "Nye vegetabiliske proteiner til fødevarer". Begge projekter omhandler udvikling af innovative procesteknologier til at isolere værdifulde komponenter fra nye råvarer, restprodukter eller biomasser samt karakterisering af disse og udvikling af applikationer i blandt andet kødprodukter, bageri og sportsernæring.

**Knud Erik Hilding-Hamann (Cand. Negot.)** Centerchef, er ansat ved Teknologisk Institut i divisionen for erhvervsudvikling siden 1. juni 1998. Knud Erik er centerchef i Ide & Vækst og har tidligere været centerchef i Teknologisk Partnerskab og souschef i Analyse og Erhvervsfremme. Knud Erik er endvidere projektleder af innovationsagenterne (se mere her: [www.innovationstjek.dk](http://www.innovationstjek.dk)). Knud Erik har leveret rådgivning til internationale og nationale kunder indenfor innovationskapacitetsopbygning, fødevarerektor analyser og evalueringer.

**Jane Hagelskjær (cand.ling.merc.)** Kommunikationskonsulent, Jane har været ansat i Center for Idé & Vækst i Teknologisk Institut siden marts 2010, hvor hun som del af kommunikationsteamet har ansvar for eksternt såvel som internt kommunikation. Hun gennemfører kampagner rettet mod specifikke målgrupper og har bl.a. gennemført innovationskampagner rettet mod fødevarerektorer i region Midtjylland og andre regioner i Danmark.

### **Væksthus Midtjylland**

Omkring CV'er på nøglemedarbejdere, som arbejder med FFI, så har jeg i skrivende stund vanskeligt ved at medsende sådanne, idet aftalen/ønsket er, at vi skal ansætte en ny person til funktionen. Umiddelbart tænker jeg, at følgende kriterier vil indgå i profilen (nævnt i vilkårlig rækkefølge):

- Indsigt i og gerne egne erfaringer med ansættelse i fødevarerelaterede virksomheder
- Gerne erfaring med programbaseret virksomhedsudvikling og indsigt i offentlig erhvervsfremmetilbud
- Relevant praktisk erfaring samt en højere uddannelse
- Samarbejdsorienteret og netværkssøgende personlighed