

Ansøgningsskema til Region Midtjyllands initiativer og programmer

Innovationssamarbejde som forretningsstrategi

1. Oplysninger om ansøger	Agro Business Park A/S Niels Pedersens Allé 2 8830 Tjele CVR Nr.: 25666070 Kontaktperson: Gyda Bay, Innovationschef gb@agropark.dk Direkte tlf.: 8999 2558 Mobil: 2441 7262
2. Indhold (formål, mål og aktiviteter)	<p>PROJEKTNAV: FFI Growth (prioritetsakse 2) Projektet er sammenkædet med og gensidigt afhængigt af de to relaterede ansøgninger FFI POP og FFI Development, som tilsammen udgør et svar på regionens annoncering efter operatør på aktiviteten "Innovationssamarbejde som forretningsstrategi".</p> <p>Overordnet formål Det overordnede formål for FFI Growth er at fokusere og tackle de særlige udfordringer, som er forbundet med at få afdække og udfolde vækstpotentialer indenfor fødevaresektoren. En undersøgelse fra Rambøll (succesfulde markeds introduktioner 2007) har vist, at innovationer på fødevarerområdet har de ringeste chancer for at nå markedet i sammenligning med innovationer på andre sektorområder. Det skyldes bl.a. de særlige krav til sikkerhed, kvalitet og godkendelser, som er forbundet med at introducere nye produkter på markedet, som gør det ekstra vanskeligt, tungt og omkostningsfyldt for særligt SMV'er at sætte nye produkter/processer/løsninger på markedet.</p> <p><i>Ved "projekter" forstås der under FFI Growth, et samarbejde mellem f.eks. virksomheder, virksomhed og videninstitution eller samarbejde mellem virksomhed og det netværk/den sparring som virksomheden bliver introduceret overfor i løbet af projektperioden.</i></p> <p>Mål FFI Growth vil fokusere på at kommercialisere og markedsforberede nye forretningsidéer, -modeller og nye koncepter fra SMV'er i fødevarerklngen. I FFI Growth er der fokus på at optimere vækstpotentialerne i de involverede projekter gennem facilitering. Konkret skal projekterne i FFI Growth bevirke, at:</p> <ul style="list-style-type: none">• ...de deltagende virksomheders innovative forretningsidéer får færdigudviklet deres kommercielle potentiale gennem en faciliteret proces, hvor der er fokus på vækstplanlægning, sektorspecifik sparring og kobling til relevante netværk af investorer og/eller test af deres produkter på kunder indenfor fødevarerområdet <p>Der er behov for en sektorspecifik indsats på dette område, der supplerer og samarbejder med de mere generelle vækstinitiativer gennem f.eks. Væksthus Midtjylland. FFI Growth vil fokusere på initiativer og vækstbistand, der specifikt adresserer de særlige vækstbetingelser og -barrierer i fødevaresektoren. Det er specielt hjælp til at få den rigtige fødevarerogodkendelse samt sikre</p>

fødevarer sikkerheden i hele kæden. Derudover gennem skabes målrettede testplatforme til relevante kunder, således at der gives markedsinformationer til vækstplanen. Derudover matche dem med investorer, samt relevante internationale indkøbere ved f.eks. FFI Buyers Network eller på de internationale fødevarer messer og European Food Venture Forum.

Succeskriterier

FFI Growth vil investere i og understøtte 20 – 30 projekter mellem virksomheder og fx vidensmiljøer. Effekterne af dette forventes at være flg.:

- 20 nye virksomheder der realiserer vækstplaner
- 150 nye jobs i virksomhederne
- Mere end 337 mio. kr. i øget omsætning for virksomhederne
- Heraf forventes 40-50% af den øgede omsætning at være eksportrelateret.

Effektskema - akkumuleret	Projektet	0-2 år	2-5 år	Længere sigte
Antal virksomheder i FFI Growth		50		
Antal udarbejdede vækstplaner		25		
Antal vækstvirksomheder *1			0	15
Antal virksomheder med vækst, men ej vækstvirksomheder			0	5
Nye jobs			66	150
Vækst i omsætning		kr. 148.500.000	kr. 337.500.000	kr. 337.500.000

Ansøgere til puljen kan både være virksomheder, som er modnet gennem FFI POP (eller i helt særlige tilfælde gennem FFI Development), men kan også være virksomheder, som er modnet gennem andre initiativer eller blot har nået dette udviklingstrin gennem egne udvikling. Ved fødevarer virksomheder skal det forstås meget bredt dvs. det kan både være emballage, nye koncepter, udnyttelse af råvarer på nye måder. I denne pulje kan vi fokusere på rene kommercielle samarbejder mellem SMV'er, hvilket også betragtes som egentlige B2B projekter. Det enkelte samarbejdes vækstbehov er afgørende for, hvad der skal tilbydes inden for matchmaking, sparring, internationalisering og facilitering i forbindelse med puljen. Det foreslås, at puljen kan igangsætte aktiviteter for et totalbudget på 30 mio. kr. - og derigennem give medfinansiering til ca. 15 projekter.

Der vil være projekter, virksomheder og idéer, som har en innovation, som kræver mere fokus på forretningsudvikling, forretningsmodellen, markedsinnovation, kapitalfremskaffelse, internationalisering eller organisatorisk innovation for at være helt markedsklar og klar til at implementere vækstplanen. For at kunne bidrage bedst til den sidste fase inden et produkt/løsning er klar til at skabe vækst, har vi FFI Growth aktiviteterne.

Hver enkelt projekt skal faciliteres individuelt og understøttes indenfor nogle hovedområder/aktiviteter.

Aktiviteter

For de deltagende virksomheder vil vækstpotentiale være i fokus. Virksomhederne har et stærkt behov for at tiltrække kapital og er stadig i målgruppen for puljens medfinansiering, da de endnu ikke har et færdigt produkt/løsning på markedet.

1) Puljen:

Ansøgere til puljen kan både være virksomheder, som er modnet gennem FFI POP (eller i helt særlige tilfælde gennem FFI Development), men kan også være virksomheder, som er modnet gennem andre initiativer eller blot har nået dette udviklingstrin gennem egne udvikling.

I denne pulje kan vi fokusere på rene kommercielle samarbejder mellem SMV'er, for at få den rigtige viden til at lave vækstplanen. Det enkelte

	<p>projekts/virksomheds vækstbehov er afgørende for, hvad der skal tilbydes inden for matchmaking, sparring, markedstest, internationalisering og facilitering i forbindelse med puljen. Det foreslås at puljen kan igangsætte aktiviteter og samtidig give medfinansiering til ca. 20 projekter.</p> <p>Der vil være projekter, virksomheder og idéer, som har en innovation, som kræver mere fokus på forretningsudvikling, markedsinnovation, kapitalfremskaffelse eller organisatorisk innovation for at være helt til at forløse vækstpotentialiet i den udarbejdede vækstplan.</p> <p>Fokus i faciliteringen indenfor puljens projekter/virksomheder er på disse hovedområder:</p> <p><u>2) Sparring og Vækstplan</u></p> <p>Det er dokumenteret, at vækstskabende SMV'er i større udstrækning end andre, anvender eksterne kompetencer i realiseringen af vækst- og innovationsplaner, f.eks. gennem test af markeder, netværk til personer med de relevante markedsmæssige kompetencer og erfaring, specielt fødevarer sikkerhed og godkendelser eller systematisk netværk med potentielle målgrupper og kunder. Derfor er det målet med denne hovedaktivitet at få virksomhederne til at tilbyde netop den systematiserede sparring, markedstest og netværksadgang, som der er behov for at realisere virksomhedernes vækstpotentiale. Aktiviteten indeholder 5 underaktiviteter, som er detaljeret beskrevet i den indsendte regionalfondsansøgning:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Udarbejdelse af vækstplan. Test af markeder for de nye produkter/koncepter vha. forskellige testplatforme og modtage feedback. Indhentelse af viden om markedet, salgskanalerne og værdien for kunderne for at vækstens kan udfoldes og beskrives i en vækstplan.</i> 2. <i>Understøtte tilpasning af forretningsmodellen til vækstplanen. Nye produkter på nye markeder kræver en ny forretningsmodel som skal underbygges via value proposition design – identifikation af hvor værdien skabes for at kunne forløse væksten. Derudover afdække internationale vækstpotentialer, samarbejds- og distributions-kanaler.</i> 3. <i>Sparring og viden vedr. fødevarer sikkerhed og godkendelser. Det tager lang tid at få godkendt nye fødevarer hos Fødevarerstyrelsen, specielt når de er nye og måske ikke falder indenfor en kendt kategori, så kan godkendelsen blive langtrukket og en barriere for skabelse af vækst. Se evt. Væksttjek Fødevarerstyrelsen. Marts 2014 Hatch&Bloom.</i> 4. <i>Strategiske partnerskaber – Sparring mellem store og små. Gennem et projekt om strategisk samarbejde mellem store og små fødevarer virksomheder har FFI bl.a. været med til at udvikle en model for samarbejde mellem store og små fødevarer virksomheder og dermed skabe mere vækst hos begge partnere.</i> 5. <i>Teste projektets/Virksomheders produkter, processer og løsninger overfor potentielle kundegrupper og med forskellige feedback former.</i> <p>Taget fra <i>Væksttjek Fødevarerstyrelsen. Marts 2014 Hatch&Bloom.</i> Når fødevarer virksomhederne overvejer at igangsætte nye initiativer, er det en samlet risikovurdering, der ligger til grund for virksomhedernes villighed til at igangsætte nye aktiviteter. Vurderes risikofaktoren for stor i forhold til det samlede potentielle vækststudbytte, er virksomhederne i højere grad tilbøjelige til at opgive et potentielt væksttiltag. Fødevarerstyrelsen er en væsentlig medspiller i arbejdet med at mindske risici og dermed højne potentialiet for vækst i de danske fødevarer virksomheder.</p>
--	--

3) Kommercialisering og Netværk

Projektet vil i denne hovedaktivitet bistå de innovative virksomheder med en række værktøjer og initiativer. Initiativet vil udadtil fremstå og kommunikeres fra en samlet platform fra konsortiepartnerne, der bygger på det eksisterende FFI brand og kommunikationskanaler, suppleret med et stærkere samarbejde med især DFC. Ligeledes vil al følgeforskning tage afsæt i det samlede initiativ og den samlede palet af virkemidler.

Til sammen skal de hjælpe virksomhederne med at kommercialisere produkterne, tiltrække den nødvendige investering og indgå i ambitiøse netværk – og samtidig introducere metoder og værktøjer, der kan hjælpe virksomhederne med at adressere udfordringer i innovation på længere sigt. Aktiviteten indeholder 4 underaktiviteter, som er detaljeret beskrevet i den indsendte regionalfondsansøgning:

1. *Eksportvækst. Afdække internationale vækstpotentialer, samarbejds- og distributions-kanaler. Identifikation af internationale samarbejdspartnere. Kan søges via Enterprise Europe Network samt ved internationale fødevaremesser, hvor der arrangeres matchmaking.*
2. *Forbedre de deltagende virksomheders eksport DNA. Det vil sige tænke internationalt og hele tiden optimere til at kunne skalere internationalt. Evt. via Innovation Health Check – et redskab til at identificere faktorer som har indflydelse for udfoldelsen af vækstpotentialet.*
3. *Bidrage til, at vækstvirksomhederne kan mødes med mulige kapitalkilder ved European Food Venture Forum. Det gælder både en stærk portefølge af store fødevarevirksomheder samt venture kapital.*
4. *Facilitere kontakt mellem de deltagende virksomheder og relevante investorer/kapitaludbydere og afsøge potentialerne for funding gennem regionale, nationale og internationale programmer*

4) Resultatformidling og kommunikation

Formidlingsaktiviteterne og kommunikation har tre hovedformål:

- At skabe synlighed om aktiviteterne for at tiltrække de skarpeste deltagere, de mest bedste samarbejdspartnere og de mest relevante investorer både nationalt og internationalt. 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 fødevareklynge – og hjælpe regionen og klyngen med at tiltrække talent, penge og virksomheder
- At forbinde regionen og de deltagende virksomheder med den fælles fødevarefortælling, 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 fødevareinnovation, og vil være en samlande faktor for de mange forskellige aktiviteter inden for fødevare området 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:

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Digital kommunikation i form af hjemmeside, der videreføres 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 partnernes nyhedsbreve ➤ En årlig vidensdelings og markedsføringsevent ➤ International markedsføring gennem Danish Food Cluster og European Food Alliance samt Invest in Denmark og Enterprise Europe Network ➤ 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 Fødevarerfortælling <p><u>5) Følgeforskning</u> Partnerskabet bag FFI Growth er dedikeret til en læringsbaseret approach til arbejdet med virksomhederne 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>6) Projektorganisation & 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>Milepæle</p>
<p>3. Målgruppe og aktører</p>	<p>Målgruppe Målgruppen for FFI Growth er udviklingsorienterede SMV'er. Der kan være tale om innovationsaktivitet 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 særligt FFI POP og FFI Development initiativerne. Der kunne være en ekstra mulighed for at skabe rent kommercielle projekter mellem virksomheder i FFI Growth – uden en tilknyttet</p>

	<p>vidensinstitution, da reglerne i denne prioritetsakse åbner mulighed for sådanne samarbejder. Det er dog vores forventning, at FFI Growth primært henvender sig til de virksomheder, som har en vis erfaring med udviklingssamarbejder med vidensmiljøer og andre virksomheder.</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. I FFI Growth har vi særligt fokus på virksomheder og projekter, der viser et klart vækstpotentiale.</p> <p>Aktører 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"> • Agro Business Park • Danish Food Cluster • VIFU • Væksthus Midtjylland
<p>4. Organisering (Bestyrelse, styregruppe, etc.)</p>	<p>Styregruppe 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>Sparringspanel 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>Sekretariat Projektets sekretariatsfunktion forankres hos ansøger og bemandes i samspil med det øvrige konsortium.</p> <p>Nøgleord om partnernes rolle:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Agro Business Park</i> Projektledeelse og -administration, identificering, modning og screening, facilitering, business modelling, vækstplan, matchmaking, finansiering • <i>Danish Food Cluster</i> Kommunikation, Test • <i>VIFU</i> identificering, modning og screening, matchmaking • <i>Væksthus Midtjylland</i> Identificering, modning og screening, matchmaking, sparring og vækstplan
<p>5. Effektkæde</p>	<p>Se bilag 1</p>
<p>6. Forankring efter projektperioden</p>	<p>Der er et veletableret konsortium bag den eksisterende FFI-satsning, som også udgør grundstammen i det nærværende konsortium.</p>

	Partnerne vil indgå i en konstruktiv dialog om at forankre deres 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.				
7. Udgifter fordelt på hovedaktiviteter jf. ansøgers udfyldte effektkædeskema <i>Regneark vedlægges</i>	Aktivitetstyper:	Beløb i 1.000 kr. (evt. opgjort pr. halvår jvf. EU's rapporteringsperioder)			
		2016	2017	2018	Sum
	1. FFI Growth Puljen	6.896	11.731	13.019	31.646
	2. Sparring og Vækstplan	337	555	615	1.507
	3. Kommercialisering og Netværk	195	333	369	897
	4. Resultatformidling og kommunikation	88	148	164	400
	5. Følgforskning	50	50	50	150
	6. Projektledelse og organisation	134	133	133	400
I alt	7.700	12.950	14.350	35.000	
8. Finansiering, nøgletal fra Regionalfonds-ansøgningskema <i>Regneark vedlægges</i>	Regionale erhvervsudviklingsmidler (akse 2)	4.700	2.500	2.800	10.000
	Regionalfondsmidler	2.610	5.470	1.920	10.000
	Privat medfinansiering fra deltagende virksomheder	390	4.980	9.630	15.000
	Anden offentlig medfinansiering				
	Evt. anden finansiering				
	I alt	7.700	12.950	14.350	35.000

9. Underskrift	
	Dato _____ Underskrift _____

BILAG 1

Effektkæde og indikatorer: Innovationssamarbejde som forretningsstrategi FFI Growth

Aktiviteter	Output	Effekter
<p>FFI Growth Puljen</p> <ul style="list-style-type: none"> • 50 virksomheder screenes/afklares særskilt til relation til FFI Growth. Det kan forventes, at en mindre del af virksomhederne fra screeningerne til FFI POP og Development vil findes relevante til Growth(ca. 25). Disse samlede 75 virksomheder vil blive inviteret til at ansøge FFI Growyh • Det forventes at den indledende afklaring og matchning resulterer i 40 projektansøgninger med op imod 60 deltagende virksomheder. Heraf vil de bedst egnede ansøgninger blive selekteret til FFI Growth innovationssamarbejder, mens de resterende virksomheder vil modtage forslag om andre relevante tilbud (f.eks.Virk 2.0, Vækstfonden eller direkte kontakt til eksterne investorer o.l.). • Det forventes at der bevilges 20 projekter med mindst 30 deltagende virksomheder. De 20 projekter vil gennemløbe et faciliteret forløb med fokus på de specifikke vækstbehov, som virksomheden har. Dette indebærer en løbende sparring med en tilknyttet facilitator og nært samarbejde med relevante partnere (virksomheder, vidensinstitutioner eller andre). Desuden kan der i forløbet bringes nedenstående specifikke værktøjer i anvendelse, hvor det møder virksomhedernes behov. <p>Sparring og Vækstplan</p> <ul style="list-style-type: none"> • 25 virksomheder har udarbejdet en vækstplan, der viser, hvordan virksomheden kan realisere sit vækstpotentiale. • 10-12 Business Model Workshops gennemført med henblik på at modificere og tilpasse forretningsmodel til vækstplan • Tilvejebringelse af viden vedr. fødevarerikkerhed, godkendelser og certificering • 2-6 dialoger mellem store og små virksomheder gennemført mhp at undersøge potentialerne for strategiske partnerskaber • Vi forventer at der vil være behov for ca. 5-6 testforløb, hvor der gennemføres kontrolleret produkt-/løsningsafprøvning over for kunder og målgrupper i (tæt på) fuld skala. <p>Kommercialisering og Netværk</p> <ul style="list-style-type: none"> • Op imod 10 internationale partnersøgningsforløb for at identificere potentielle partnere på eksportmarkeder • 3-6 eksport workshops for at styrke de deltagende virksomheders eksportkompetencer 	<ol style="list-style-type: none"> 1) 2.1 Antal virksomheder som modtager støtte <i>30 virksomheder – gennemsnitligt 1,5 per projekt</i> 2) Private investeringer som matcher offentlig støtte til innovation og F&U-projekter <i>15 mio</i> 3) Anslået antal nye vækstvirksomheder <i>15 virksomheder + 5 der skaber vækst, men ikke nok til at leve op til definitionen af vækstvirksomhed</i> 4) Anslået jobskabelse (fuldtidspersoner) <i>150</i> 5) Anslået skabt omsætning (kr.) <i>337.500.000 kr.</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Antal nye vækstvirksomheder <i>15 virksomheder</i>

<ul style="list-style-type: none"> • 3 European Food Venture Forum gennemført mhp at tilvejebringe ekstern kapital til at realisere vækst. • 5 kontaktskabende forløb mellem mellem de deltagende virksomheder og relevante investorer/kapitaludbydere mhp at tilvejebringe ekstern kapital til at realisere vækst. <p>Resultatformidling og kommunikation</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bidrag til nyhedsstrøm på website • Input til pressemeddelelser (ca. 2 Growth historier per år) • Input til det samlede nyhedsbrev (6 årlige udgaver) • Bidrag til international markedsføring gennem DFC • Bidrag til den samlede årlig vidensdelings og markedsføringsevent for FFI <p>Følgforskning</p> <ul style="list-style-type: none"> • 2 årlige (delte) workshops med læringsresultater fra FFI POP, FFI Development og FFI Growth <p>Projektorganisation & samarbejde</p> <ul style="list-style-type: none"> • 6 årlige styregruppemøder 		
--	--	--

Kritiske antagelser

- **En vækstplan baseret på innovation, kræver en ny/revideret forretningsmodel**

At bringe et nyt produkt/løsning/proces til markedet kræver, at virksomheden tilpasser og justerer sin forretningsmodel. Fra de kundesegmenter som adresseres til de distributionskæder, der er nødvendige til effektivisering af de kritiske interne processer, der skal sikre en stabil, sikker og effektiv produktion. Dette er ofte et underprioriteret område i specielt SMV'er og derfor skal der anlægges en helhedsbetragtning på forretningsmodellen i forhold til en ny vækstplan.

- **Der er særlige og specifikke udfordringer med fødevarerinnovation og vækst, som kræver en specialiseret indsats**

Særligt omkring fødevarerikkerhed, godkendelser osv. er der særlige behov og barrierer for innovative produkters adgang til markedet. Det skal adresseres særskilt og til dels også gennem partnerskaber med større, velkendte spillere med de fornødne ressourcer til at understøtte markedsintroduktion.

- **Der er særligt behov for at understøtte mindre fødevareraktiviteters adgang til eksportmarkeder**

Selvom fødevarerhvervet er et eksporterende erhverv, er eksporten domineret af store spillere og af eksport til lavvækstzoner i nærmarkeder.

- **Ekstern kapital er afgørende for at forløse SMV'ers vækstpotentiale**

En veldokumenteret begrænsende faktor for SMV'ers vækst er deres begrænsede adgang til vækstkapital. Derfor skal der tiltrækkes ekstern kapital til at realisere vækstplanerne på længere sigt.

Aktiviteter og milepæle GROWTH	2016	2016	2017	2017	2018	2018	Total
Hovedaktivitet 1 Growth puljen							
Identificere og screene SMV'er og projektideer til FFI Development Puljen	5	15	15	10	0	0	45
Vurdering, bevilling og projektsupport	0	5	5	5	5	0	20
Systematisk facilitering og follow-up	0	10	10	10	0	0	30
Skræddersyet og obligatorisk advisory board	0	5	5	5	0	0	15
Hovedaktivitet 2 Sparring og vækstplan							
Udarbejdelse af vækstplan	5	5	5	5	5	0	25
Understøtte tilpasning af forretningsmodellen til vækstplanen	5	5	5	5	0	0	20
Strategiske innovationssamarbejder mellem store og små virksomheder	0	1	0	1	0	1	3
Teste innovationssamarbejdets produkter, processer og løsninger	0	1	0	3	0	0	4
Hovedaktivitet 3 Kommercialisering og Netværk							
Identifikation af internationale samarbejdspartnere	0	1	1	2	2	2	8
Forbedre de deltagende virksomheders eksport DNA workshop	0	1	0	1	0	1	3
Bidrage til European Food Venture Forum	0	10	0	10	0	10	30
Facilitere til kapital eller funding	0	1	2	2	2	2	9
Hovedaktivitet 4 Resultatformidling og kommunikation							
Formidlingsaktiviteterne og kommunikation Digital kommunikation Nyheder	3	12	12	12	12	12	63
Pressemeddelelse	3	6	6	6	6	6	33
Nyhedsbrev	3	3	3	3	3	3	18
Årlig vidensdelings og markedsføringsevent	0	1	0	1	0	1	3
International markedsføring via EEN og DFC og Invest in Denmark	1	1	1	1	1	1	6
Fællesworkshop med værktøjskasse under Den Fælles Fødevarerfortælli	0	1	0	1	0	1	3
Hovedaktivitet 5 Følgforskning, evaluering og effektmåling							
Følgforskning - casestudier		4	0	4	0	4	12
1 årlige workshops med opsamling af læring		1		1		1	3
Hovedaktivitet 6 Projektetsorganisation & Samarbejde							
Styregruppemøder og bevillingspanel	5	5	5	5	5	5	30
Vidensudvekslingsmøder med Foodbest	1	1	1	1	1	1	6
Vidensudvekslingsmøder og hjælp med markedsføring af Team Vækst L	0	1	1	1	1	1	5

CV'er FFI Growth:

CV'er Konsortiepartnerne Growth:

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 investeringselskab), 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.

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, interessent pleje og netværksopbygning fra såvel medieversen som kommercielle virksomheder, offentlige og private virksomheder

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

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.

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

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, juridisk projektleder i Agro Business Park

Uddannet jurist fra Aarhus Universitet. Har tidligere været juridisk rådgiver for Århus Kommune samt arbejdet med Strukturfonde for Erhvervsstyrelsen.

Kurt Ebbe Knudsen, controller i Agro Business Park

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.

Heidi Beck Rasmussen, Agro Business Park

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, Agro Business Park

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.

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

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

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.

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.