

# Østjyllands spisekammer

KOMPETENCER- VIDEN - INNOVATION

Et projekt under  
fødevareindsatsen i  
Grøn Vækst-programmet

## Indhold

1. Formålet med projektet .....	3
Målgruppe .....	3
2. Organisering og beskrivelse af ansøgerne .....	4
Organisering .....	4
Dansk Landbrugsmuseum .....	7
Food Organisation of Denmark (FOOD) .....	7
Dansk Landbrugsmuseum og FOOD samler Midtjyllands fødevareaktører .....	8
3. Baggrund.....	8
4. Konkrete aktiviteter.....	10
5. Forventede effekter.....	12
Netværket efter afslutning af nærværende projekt .....	14
6. Økonomi .....	14
7. Vedlagte bilag .....	17

## 1. Formålet med projektet

Formålet med projektet 'Østjyllands Spisekammer' er at yde målrettet hjælp til små og mellemstore fødevarer virksomheder på en række nøje udvalgte indsatsområder, der er tilpasset virksomhedernes konkrete behov og ønsker.

Konkret omfatter projektet følgende:

- En række netværksaktiviteter, der har til formål at fremme virksomhedernes produktion og afsætning af fødevarer ved at styrke de deltagende virksomheders kompetencer gennem netværksaktiviteter centreret omkring udvalgte udfordringer og muligheder for mindre fødevarer virksomheder.
- Et antal demonstrationsaktiviteter, der har til formål at formidle ny viden om nye metoder, processer og teknologier indenfor fødevarerhvervet.
- En række udviklingsaktiviteter, der har til formål, at bidrage til udviklingen af nye og bedre produkter og øge produktiviteten og lønsomheden i virksomheden.

Hensigten er, at nærværende projekt skal ses som værende en del af Region Midtjyllands satsning på "Klog hverdagsmad som sund forretning", hvor kompetenceudvikling, ny viden og innovation er centrale elementer.

## Målgruppe

Indsatsen rettes primært mod mindre- og mellemstore virksomheder som skaber arbejdspladser og omsætning ved udvikling af nye niche- eller specialprodukter, lukrative afsætningsmetoder og lignende indenfor fødevarerområdet. Dette omfatter både primærproducenter og forarbejdningsvirksomheder. Deltagerne kan således fx være osteproducenter, grønsagsavlere, bryggerier, kødproducenter og mange andre virksomheder indenfor fødevarerhvervet.

Projektets aktiviteter – der er samlet i en række arbejdspakker – skal fungere som katalysator for overførsel af eksisterende viden, kompetencer mm. mellem relevante aktører og fødevarer virksomheder i Østjylland.

Østjylland vil i denne sammenhæng sige de kommuner, der allerede har et etableret samarbejde i regi af Business Region Aarhus (BRA): Aarhus, Randers, Norddjurs, Syddjurs, Samsø, Odder, Favrskov, Skanderborg og Silkeborg. Herudover deltager Horsens kommune.

I dette område laves det opsøgende arbejde, og virksomhederne vil som udgangspunkt blive kontaktet og inddraget direkte. Projektets aktiviteter vil i altovervejende grad blive afholdt i disse kommuner.

Hensigten er, at alle små- og mellemstore fødevarevirksomheder i de deltagende kommuner som minimum bliver informeret om projektet, og at en betydelig del vælger at deltage. I relevant omfang vil også fødevarevirksomheder fra resten af regionen og det øvrige Danmark blive inddraget, hvis det kan bidrage positivt til netværkets aktiviteter.

Dansk Landbrugsmuseum og FOOD har begge et meget stort netværk blandt de relevante virksomheder, hvoraf en del allerede har tilkendegivet, at de er interesserede i at deltage (se bilag 2 for interesselikendegivelser fra virksomheder).

## **2. Organisering og beskrivelse af ansøgerne**

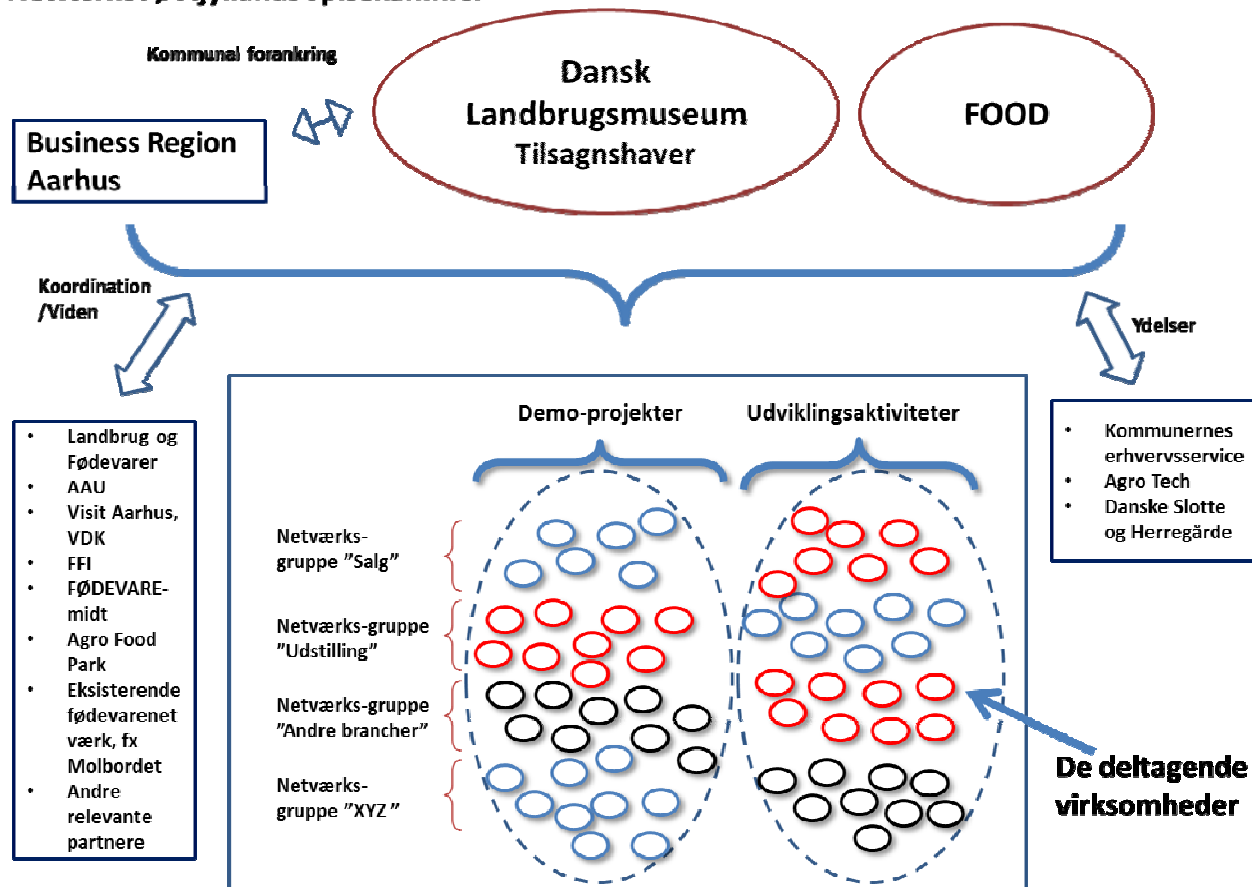
### **Organisering**

Projektets hovedaktører er Dansk Landbrugsmuseum og Food Organisation of Denmark (FOOD).

Dansk Landbrugsmuseum vil være projektets tilsagnshaver, og har til dels både netværksaktiviteter, hvor de samarbejder med kommunernes erhvervsservices samt afvikling af demonstrations- og udviklingsaktiviteter. Dansk Landbrugsmuseum og FOOD har samarbejdet tæt omkring udformningen af dette projekt. Eksekveringen af aktiviteterne vil foregå i et meget tæt samarbejde på tværs, hvor det forventes, at der vil være betydelig synergi mellem både partnerne og de deltagende virksomheder.

Projektets organisering er illustreret i nedenstående figur.

## Netværket Østjyllands Spisekammer



Projektet er tænkt som ét samlet netværk: *Østjyllands Spisekammer*. Netværket består af:

1. Alle de virksomheder fra fødevarerhvervet eller relaterede brancher, der kan og vil indgå i projektet
2. Den organisation og de relationer, der bygges op omkring de deltagende virksomheder med henblik på at skabe de aktiviteter, der skal være i regi af netværket.

Som medlem af det samlede netværk vil man modtage information og invitationer til de aktiviteter, der afholdes i regi af netværket. Fx i forbindelse med afviklingen af de demonstrations- og udviklingsprojekter, der udgør en væsentlig del af nærværende projekt.

Som del af det samlede netværk etableres desuden en række mere emnespecifikke netværksgrupper for de virksomheder, der er særligt optaget af den aktuelle gruppes emne. Det kan fx være en netværksgruppe, der har til formål at styrke virksomhedernes salgskompetencer. En virksomhed kan indgå i flere

netværksgrupper og deltage i flere udviklings- og demonstrationsprojekter alt efter, hvor virksomheden vurderer, at deltagelse skaber værdi for lige netop den konkrete virksomhed.

Udover virksomhederne og projektets hovedaktører vil en række andre partnere desuden blive inddraget aktivt i netværkets arbejde.

For det første findes der nationalt, regionalt og lokalt en række aktører, der arbejder med at fremme udviklingen af fødevarerhvervet i Danmark. Det drejer sig fx om nationale organisationer som Landbrug & Fødevarer, regionale initiativer som Future Food Innovation og FØDEVAREmidt og de eksisterende fødevarer-netværk i området som fx Smag Djursland, Østjysk Madkultur og Molbordet. I forhold til sidstnævnte er hensigten, at netværket i relevant omfang kan fungere som paraply eller samlingssted for en række af de mindre netværk, der allerede findes. Hvordan relationen til hvert enkelt af de eksisterende netværk skabes bedst muligt vil blive aftalt bilateralt med de enkelte netværk, da der er meget stor forskel på, hvor meget indhold, og hvor mange ressourcer, de eksisterende netværk har.

Projektet vil desuden aktivt inddrage de eksisterende nationale og regionale aktører bl.a. med henblik på at sikre, at: 1.) Projektet ikke udvikler tilbud, der allerede findes. 2.) Nyttig viden udvikles. 3.) Ideer, kontakter mm. deles. Inddragelsen vil bl.a. ske gennem halvårlige projektseminarer med fokus på udveksling af viden og fælles udvikling af aktiviteter, og gennem invitation til at deltage i de konkrete netværksarrangementer mv.

For det andet planlægger projektet at indgå aftale om leverance af en række ydelser fra andre partnere i det omfang, det er relevant. Bl.a. skal kommunernes erhvervsservice inddrages. Hvordan vil mere præcist blive aftalt nærmere i forbindelse med igangsættelse af projektet.

Endelig vil Business Region Aarhus spille en rolle som omdrejningspunkt for den kommunale deltagelse og forankring af projektet.

Den grundlæggende tankebag projektets organisering er, at projektets hovedaktører skal fokusere på de områder, hvor de har de stærkeste kompetencer, mens anden relevant viden m.m. inddrages gennem partnernetværket eller via leverandøraftaler.

## Beskrivelse af ansøgerne

### Dansk Landbrugsmuseum

Dansk Landbrugsmuseum er et statsmuseum under Kulturministeriet beliggende på Gl. EstruppåDjursland mellem Randers og Grenaa. Museet, der årligt gæstes af ca. 100.000 besøgende, er det nationale museum for dansk landbrug, landbokultur og landbrugets følgeindustrier samt museum for den levende kulturarv og madens og måltidets kulturhistorie i Danmark. Museet er et af de ældste og mest betydende landbrugsmuseer i Europa, hvis store samlinger af landbrugsgenstande regnes blandt verdens største. Dansk Landbrugsmuseum har mange års erfaring med at dokumentere kulturhistorien og inddrage denne viden i fødevareerhvervet og overfor forbrugerne.

Dansk Landbrugsmuseum har desuden en stor landbrugsbotanisk have, hvor man kan opleve et bredt udvalg af de gamle fødevareplanter med tilknytning til dansk landbrug, herunder markafgrøder, grøntsager, krydderurter, frugtbuske, bær m.m. Museet har bl.a. store beplantninger med alle de gamle danske æblesorter – godt 260 forskellige. Museet har også et stort udvalg af de gamle danske husdyrracer - køer, geder, får, grise, gæs, ænder og høns. Måltidets kulturhistorie har gennem de sidste 10 år været museets store satsningsområde, som er blevet varetaget gennem talrige store forskningsprojekter og gennem formidlingen. Siden årtusindeskiftet har museet opbygget en betydelig viden om madens og måltidets kulturhistorie i Danmark og bl.a. udgivet historiske kogebøger, produceret artikler, leveret input til TV udsendelser, etableret udstillinger, deltaget i fødevareevents landet over og meget andet. I projektet vil Dansk Landbrugsmuseum stille disse ressourcer og denne viden til rådighed, med henblik på at hjælpe virksomhederne med at få formidlet deres historie samt anvende viden om lokale fødevarer, egnsretter, de gamle husdyrracer, spændende fødevareplanter og meget andet i virksomhedernes produktion. Projektet implementerer gennem Dansk Landbrugsmuseum således kulturhistoriens bidrag til projektets netværk, så virksomhederne gennem deltagelse i projektet kan få denne indsigt stillet til rådighed til udvikling af sin produktion og innovationsprocesser.

### Food Organisation of Denmark (FOOD)

FOOD er en non-profit organisation, der er et samarbejde mellem en række private virksomheder og organisationer og Staten. FOOD har som formål at øge kendskabet til de unikke danske og nordiske smagsoplevelser. FOOD har med det mål for øje ansat medarbejdere med en bred vifte af relevante kompetencer, der alle er særligt knyttet til god mad på tallerken eller dansk landbrugs gode råvarer.

Et af FOOD's største projekter er Food Festival på Tangkrogen i Aarhus, hvor ikke mindst en lang række af Østjyllands fødevarerproducenter deltager. FOOD samler til Food Festival over 200 aktører fra fødevarerbranchen, og endnu flere fødevarer virksomheder besøger festivalen, der i 2012 også blev besøgt af 27.000 forbrugere, der kunne møde producenterne bag de mange høj kvalitetsvarer og nicheprodukter og fylde indkøbsnettet op.

FOOD er i høj grad allerede en netværksorganisation som samarbejder med centrale aktører fra fødevarerbranchen i Region Midtjylland og det øvrige Danmark. Både små, mellemstore og store virksomheder, organisationer, institutioner og foreninger. Det betyder også, at selve Food Festival på erhvervssiden fungerer som et nationalt og internationalt udstillingsvindue, ligesom festivalen og netværket omkring allerede nu er en platform, der igangsætter udvikling og innovation og skaber en unik ramme for at udvide eksisterende og danne nye netværk. FOOD vil med dette projekt udvide hjælpen til det meget store netværk af tilknyttede små og mellemstore virksomheder, så virksomhederne ikke blot har glæde af det i selve festivalweekenden, men også resten af året.

### **Dansk Landbrugsmuseum og FOOD samler Midtjyllands fødevareraktører**

I dette tværfaglige samarbejde vil Dansk Landbrugsmuseum og FOOD trække på deres brede netværk og partnerskaber af forskere, videninstitutioner, smagsudviklere og ikke mindst samarbejdet med en lang række af små og mellemstore fødevarer virksomheder i Østjylland. Denne tværfaglige konstellation gør, at projektet allerede på ansøgningsstadiet har opnået bred opbakning og interesse for de opstillede aktiviteter. Virksomhederne har således også bidraget til formuleringen af netværksaktiviteterne, så de i høj grad er direkte afledt af virksomhedernes ønsker og behov.

## **3. Baggrund**

Baggrunden for projektet er erfaringerne med de små og mellemstore fødevarer virksomheders udfordringer, som de opleves af FOOD og Dansk Landbrugsmuseum og begge aktørers mange østjyske samarbejdspartnere – fx Landbrug & Fødevarer, Agro Tech, Future Food Innovation, Aarhus Universitet, Agro Business Park, Agro Food Park og Business Region Aarhus.

Projektet har samlet både virksomhedernes konkrete ønsker samt de ovennævnte fødevareraktører fra Region Midtjylland's forslag til, hvilke aktiviteter der kan hjælpe netop denne målgruppe, og hvor det er i begges interesse at få viden og udviklingsbehov matchet konkret. Indsatser som kan skabe både arbejdspladser og vækst.



Der findes allerede en række gode tilbud til fødevarer virksomheder i det midtjyske, herunder bl.a. Væksthus Midtjylland, FØDEVAREmidt og Future Food Innovation. Det er som nævnt ovenfor hensigten, at aktiviteterne i nærværende projekt koordineres tæt med de allerede eksisterende tilbud. Både i form af løbende udveksling af informationer og ved direkte inddragelse af nøglepersoner fra de eksisterende tilbud i forbindelse med udvikling af afholdelse af de konkrete aktiviteter. Der er konkret indgået aftale mellem parterne bag dette projekt og Future Food Innovation om gensidig sparring og koordination, så dobbeltarbejde undgås, ideer og viden udvikles og kræfterne bruges bedst muligt i fællesskab.

Nærværende projekt skal således ses som en udbygning af den allerede eksisterende indsats, der bl.a. omfatter en række ordninger, der gør det muligt at søge om tilskud til udviklingsprojekter mv. Nærværende projekt giver ikke mulighed for direkte tilskud. I stedet er det hensigten, at de særlige kompetencer, faciliteter, platforme mv., der er beskrevet ovenfor, og som findes på Dansk Landbrugsmuseum og hos FOOD stilles til rådighed for virksomhederne. Herunder bl.a. Food Festival med deltagelse af indkøbere, presse og mange kvalitetsbevidste forbrugere samt museets omfattende kompetencer og viden om madkulturens udvikling, landbrugets historier og udvikling og måltidets udvikling.

På denne baggrund er det særligt hensigten, at nærværende projekt skal bidrage på følgende områder:

- **Salg.** Styrke virksomhedernes kompetencer i forhold til salg. Nationalt og på eksportmarkederne. Samt udvikle virksomhedernes kompetencer i forhold til at fremstå bedst muligt på messer, ved events mv. Herunder også i et vist omfang på andre sprog end dansk.
- **Fremme viden om og skabe netværk indenfor oplevelsesøkonomien.** Særligt fokus på at skabe salgsnetværk på tværs til andre brancher. Særligt til turismeerhvervet og andre dele af oplevelsesøkonomien.
- **Samarbejde og udveksling af viden.** Gennem netværksaktiviteter styrkes samarbejdet og udveksling af viden og erfaringer på tværs af virksomheder. Samtidig udbredes og deles viden om de andre muligheder der er for udvikling, herunder bl.a. i regi af Future Food Innovation og FØDEVAREmidt.
- **Styrket udvikling.** Fremme virksomhedernes muligheder for at styrke deres udviklingsarbejde.
- **Lokale løsninger på globale udfordringer.** Østjyske virksomheder har mange bud på, hvad der skal til for at løse en række af verdens helt store udfordringer på fødevarerområdet. Emnerne kan fx være bæredygtighed, sundhed eller vand.

- **Tilstedeværelse hvor kunderne er.** Projektet vil vise virksomhedernes kompetencer frem ved en række begivenheder, hvor der er mange potentielle kunder.
- **Hjælpe med at synliggøre og fortælle de gode historier.** Kan hjælpe virksomheden med at se nye potentialer, styrke markedsføringen, opfinde nye produkter mv.
- **Kortlægge og informere.** Bedre overblik og information om det østjyske spisekammer.

For virksomhederne er tid en knap ressource, og det er derfor essentielt, at aktiviteterne udvikles og udfoldes på virksomhedernes præmisser. Projektet er derfor bygget op således at:

- Der ligger motiverende aktiviteter ude i de forskellige kommuner, hvor virksomhederne befinder sig. De involverede kommuners erhvervsservice, så viden forankres lokalt.
- Viden og teknologi demonstreres på Food Festival, hvor vi ved, virksomhederne kommer alligevel, og hvor de er i en motiveret situation for at tage inspiration ind.
- Demonstrationerne udføres, så de er praktisk oversat til konkrete virksomhedscases, som andre virksomheder nemt kan gennemskue og dermed overføre til egen hverdag.

#### 4. Konkrete aktiviteter

Projektets konkrete aktiviteter er opdelt i 13 arbejdsplaner. Alle er beskrevet mere udførligt i vedlagte Bilag 1, så aktiviteternes formål, konkrete delaktiviteter, resultater, målgruppe, afvikling og tidsplan gerne skulle fremgå så tydeligt som muligt.

Den samlede indsats omfatter:

- Syv arbejdsplaner, der søges finansieret under Netværksordningen:
  - AP 1: Netværksaktiviteter med fokus på national afsætning. Styrker virksomhedernes kompetencer indenfor salg og skaber nye kontakter mhp. salg.
  - AP 2: Netværk for virksomheder med lyst til eksport. Hjælper med at klæde virksomhederne på, inden de går i gang med eksport.
  - AP 3: HR-netværk. Skal styrke virksomhedernes HR-kompetencer. Hjælper bl.a. virksomhederne med at identificere behov og problemstillinger, der kan løses gennem parring med de rette eksterne kompetencer.
  - AP 4: Udstillinger og præsentation på events. Styrker bl.a. virksomhedernes kompetencer i forhold til at bruge events, messer mv. som "go-to-market" strategi.

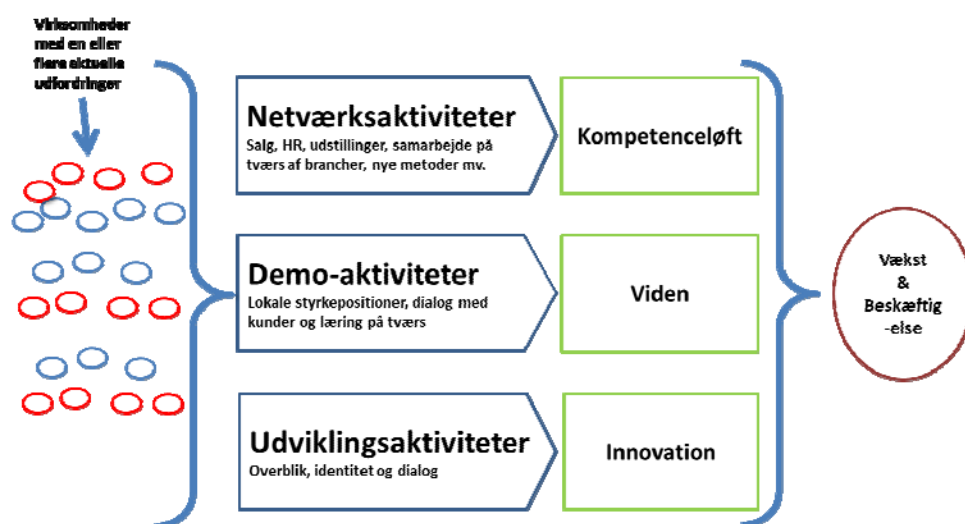
- AP 5: Netværk på tværs af brancher. Skaber netværk, der kan hjælpe fødevarer virksomheder med at blive bedre til at forstå, hvad der skal til for at samarbejde med og sælge til oplevelsesvirksomheder som hoteller, forlystelsesparker, feriecentre mv.
- AP 6: Netværk for udviklingsprojekter har til formål at styrke de deltagende fødevarer virksomheders kvalifikationer/kompetencer før de starter udvikling af nye produkter, eller påbegynder ny forarbejdning og opkvalificering i forhold til at udvikle virksomhederne.
- AP 7: Virksomhedsnetværk med matching af virksomheder og videnpersoner. Styrker de deltagende virksomheder ved at sætte dem i forbindelse med andre relevante virksomheder, aktører og videnpersoner.
- Fire arbejds pakker, der søges finansieret under Demonstrationsordningen:
  - AP 8: Global Challenges - Local Solutions. Her vises østjyske fødevarer løsninger på globale fødevarer udfordringer. Fx hvordan brødføder vi mange flere mennesker med mindre jord? Eller hvad kan fødevarer erhvervet gøre for folkesundheden?
  - AP 9: Food Festival Lab. Et levende laboratorium og demonstratorium med hjælp til at udvikle og fremvise nye teknikker, produkter, processer mv.
  - AP 10: Mindre lokale arrangementer i Østjylland. Østjysk viden, produkter, fremstillingsmetoder og de gode historier, som knytter sig til fødevarerne vises frem på fødevarer arrangementer i Østjylland.
  - AP 11: Større fødevarer arrangementer i Danmark. Østjysk viden, produkter, fremstillingsmetoder og de gode historier, som knytter sig til fødevarerne vises frem i forbindelse med større fødevarer arrangementer i hele Danmark.
- To arbejds pakker, der søges finansieret under Udviklingsordningen:
  - AP 12: Afdækning af historier og vækst muligheder i den østjyske madkultur. Virksomhederne får indblik i deres egen historie og muligheder og historierne om materialet om madkultur, opskrifter, egnsretter, råvarer, som knytter sig til Østjylland gøres anvendelig i kommerialiseringssammenhæng.
  - AP 13: Udvikling af informationsmateriale. Der laves kvalificeret formidling af projektets resultater og muligheder.

Som nævnt i afsnittet om projektets organisering vil der som del af det samlede netværk blive oprettet en række netværksgrupper centreret omkring specifikke udfordringer. Det kan fx være for virksomheder, der ønsker at styrke deres salgskompetencer. Denne netværksgruppe vil således særligt samles omkring aktiviteterne i AP1 (nationalt), AP2 (eksport), AP4 (på messer mm.) og AP12 (det særegne østjyske som salgsparemeter), der alle vil kunne være med til at styrke den enkelte virksomheds salgskompetencer.

På samme måde kan en fødevarer virksomhed, der enten allerede er eller i højere grad ønsker at blive en del af oplevelsesøkonomien (fx turisme) indgå i en netværksgruppe, hvor der arbejdes særligt med at udvikle relevante kompetencer med disse mål for øje, fx særligt centreret omkring AP 5 og AP 10-12.

Den endelige organisering i netværksgrupper plus design af de programmer/flow der skal tilknyttes vil blive fastlagt nærmere i tæt dialog med virksomhederne som del af projektets opstartsfasen.

Projektets tilgang er illustreret i nedenstående figur:



Processen vil være således, at de relevante østjyske virksomheder kontaktes, hvorefter de interesserede informeres om projektets tilbud. Herefter kan virksomhederne afhængigt af egne behov og ønsker deltage i de af projektets aktiviteter, de finder relevante. Hermed opnås effekter på både den korte og den lange bane.

## 5. Forventede effekter

Den umiddelbare effekt af projektet er, at der eksisterer et stærkt, samlet netværk for fødevarer virksomheder i Østjylland. Netværket har gennem en række gennemførte aktiviteter betydet, at de deltagende virksomheder helt overordnet har:

- Fået styrket deres kompetencer på udvalgte områder som salg, udstilling, HR mv., der styrker virksomhedernes produktion og salg.
- Fået øget viden om nye teknologier, processer og metoder indenfor fødevarerhvervet.
- Styrket deres forståelse af østjysk madkulturs historier, styrker, og konkrete anvendelsesmuligheder i forretningsøjemed
- Fået hjælp og inspiration til at udvikle nye produkter, processer mv.

Disse overordnede effekter vil være resultatet af succesfuld gennemførelse af projektets arbejdsplaner. For hver af disse arbejdsplaner er der opstillet konkrete målbare succeskriterier, hvoraf de væsentligste er følgende:

- Mindst 30 virksomheder deltager årligt i tre afsætningsmøder og de dertil knyttede aktiviteter (fx møder med kæder mm.). Hovedparten af de deltagende virksomheder tilkendegiver efterfølgende, at de har fået styrket deres salgskompetencer gennem forløbet.
- 25 virksomheder deltager i eksportkompetenceforløb.
- 10 virksomhedsaktuelle kompetenceforløb sættes i gang i forhold til matchning af kvalificerede kandidater med konkrete udfordringer i virksomhederne. Mindst halvdelen leder til løsning af virksomhedens konkrete problemstilling.
- Minimum 30 virksomheder modtager hjælp til, hvordan de kan forbedre deres præsentation til både messer, events etc.
- Mindst 3000 personer vil få kendskab til, at der er særlige fødevarer og produkter, som knyttes til Østjylland.
- Minimum 20 aktører fra andre brancher, fx turismeerhvervet, vil begynde at efterspørge østjyske fødevarerprodukter.
- Der gennemføres minimum 10 demonstrationer af ny fødevarer viden eller ny teknologi eksponeres for mindst 100 virksomheder.
- Minimum 30 deltagende virksomheder kaster sig ud i ny viden eller ny teknologi gennem et Lab, som over 100 virksomheder får viden om.
- Det samlede store nye fødevarer netværk Østjyllands Spisekammer vil blive eksponeret ved minimum seks væsentlige fødevarer events.

I bilag 1 er de forventede effekter af hver del af den samlede indsats beskrevet mere udførligt. Hensigten er, at de konkrete effektmål for hvert enkelt del af indsatsen specificeres yderligere efter nærmere dialog med de deltagende virksomheder.

På længere sigt vurderes, at projektet vil føre til:

- 40 nye arbejdspladser.
- 10 nye produkter/koncepter på markedet.
- Mindst fem nye processer for udvikling, produktion eller salg af fødevarer.

### **Netværket efter afslutning af nærværende projekt**

Hvis nærværende projekt gennemføres, vil der ved projektets afslutning eksisterer et stærkt netværk for og med østjyske fødevarer virksomheder. Vi forventer, at der blandt de deltagende virksomheder fortsat vil være interesse for at lave yderligere aktiviteter i regi af netværket.

Vi forventer også, at forløbet har givet alle de deltagende aktører en god portion viden om, hvad der virker rigtigt godt, og hvad der virker knap så godt. Både når det gælder emner, og når det gælder arrangementstyper og kommunikationsformer.

Om interessen blandt virksomhederne vil være så stærk at netværket kan stå 100 % på egne ben er det imidlertid meget svært at sige præcist på nuværende tidspunkt. Det er derfor hensigten, at der primo 2015 gennemføres en evaluering blandt virksomhederne og afholdes et seminar med deltagelse af de involverede aktører. På baggrund heraf udarbejdes konkrete forslag til, hvordan netværket kan finansieres og drives videre.

## **6. Økonomi**

Projektet indeholder 13 arbejds pakker (AP). Budgettet for hver enkelt pakke fremgår af nedenstående tabel:

Budget fordelt på aktiviteter/arbejdspakker pr. år				
Aktivitet/arbejdspakke (kr.)	2013	2014	2015	i alt
AP 1: Netværk indenfor national afsætning (NET)	208.910	260.075	260.075	729.060
AP 2: Netværk for virksomheder med lyst til eksport (NET)		195.700	195.700	391.400
AP 3: HR-netværk (NET)		221.450	221.450	442.900
AP 4: Udvikling af eventdeltagelse (NET)	133.900	133.900	133.900	401.700
AP 5: Netværk på tværs af brancher (NET)	201.880	403.760	300.760	906.400
AP 6: Netværk for udviklingsprojekter (NET)	180.250	566.500		746.750
AP 7: Vidensnetværk med match af videnpersoner (NET)		113.300		113.300
AP 8: Global Challenges - Local Solutions (DEMO)	412.000	618.000		1.030.000
AP 9: Food Festival Lab (DEMO)	190.550	399.640		590.190
AP 10: Mindre lokale arrangementer i Østjylland (DEMO)	77.250	309.000	161.922	548.172
AP 11: Større fødevarerarrangementer i Danmark (DEMO)	128.750	334.750	154.500	618.000
AP 12: Afdækning af vækstmuligheder østjysk madkultur (UDVIK)	592.250	803.400	298.700	1.694.350
AP 13: Udvikling af informationsmateriale (UDVIK)	62.315	103.000	77.250	242.565
				-
<b>sum</b>	<b>2.188.055</b>	<b>4.462.475</b>	<b>1.804.257</b>	<b>8.454.787</b>

I løbende samarbejde med ekstern konsulent søges i løbet af projektperioden at optimere projektets indsats og aktiviteter, så det sikres, at vi opnår de forventede effekter, at vi får styrket implementering af projektets resultater, og at vi forankrer netværkets involvering i projektet, så de langvarige effekter af projektet for netværkets fødevareraktiviteter sikres.

Processen med optimering og styrkelse af effekterne i projektet vil indeholde erfaringsopsamling og videnedveksling i projektet samt indeholde dialog og samarbejde med de øvrige lignende fødevareraktivitetsprojekter under det regionale Grøn Vækst Program. Der afholdes årlige, tværgående projektseminarer, med særligt fokus på tværgående problemstillinger og emner for fødevareraktiviteterne, eksempelvis emner som synlighed, nye markeder.

Budget for de enkelte partnere og den eksterne konsulent pr. år fremgår nedenfor. Det fremgår desuden, hvilke arbejdsopgaver aktørerne har ansvaret for.

Budget fordelt på parter pr. år (herunder involvering i arbejdsopgaver efter nummer)					
Parter (kr.)	Arbejdsopgave / aktivitet	2013	2014	2015	i alt
Gl. Estrup Landbrugsmuseum	6, 7, 10, 11, 12 og 13	810.500	1.825.000	672.206	3.307.706
FOOD	1,2,3,4, 5,8 og 9	753.825	1.792.500	1.664.500	4.210.825
Kommunale erhvervs-serviceleverandører	6 og 12	200.000	340.000		540.000
Agro Tech	5	75.000	75.000		150.000
Ekstern konsulent	Alle	55.180	120.975	70.101	246.256
<b>sum</b>		<b>1.894.505</b>	<b>4.153.475</b>	<b>2.406.807</b>	<b>8.454.787</b>

Budgettet fordelt på de tre ordninger, der ansøges under, fremgår her:

Fordelt på ordning	2013	2014	2015	i alt
Netværk	724.940	1.894.685	1.111.885	3.731.510
Demo	808.550	1.661.390	316.422	2.786.362
Udvikling	654.565	906.400	375.950	1.936.915
I alt	2.188.055	4.462.475	1.804.257	8.454.787

Projektets finansiering fremgår af nedenstående skema.

Finansieringskilder (kr.)	2013	2014	2015	i alt
Region Midtjylland	643.332	643.334	593.334	1.880.000
Aarhus Kommune	250.000	200.000	200.000	650.000
Norddjurs Kommune	100.000	100.000	100.000	300.000
Syddjurs Kommune	66.666	66.667	66.667	200.000
Randers Kommune	66.666	66.667	66.667	200.000
Horsens Kommune	100.000	100.000	100.000	300.000
Samsø Kommune	10.000	10.000	10.000	30.000
Business Region Aarhus (kommunale midler)	50.000	100.000	50.000	200.000
Anden off. Medfin., fond mv (Erhvervsministeriet)			94.242	94.242
EU - Grøn Vækst	1.286.664	1.286.668	1.280.910	3.854.242
Egenfinansiering, netværksdeltagerne	144.988	378.937	222.377	746.302
<b>sum</b>	<b>2.718.316</b>	<b>2.952.273</b>	<b>2.784.197</b>	<b>8.454.786</b>

Finansiering	2013	2014	2015	i alt
Privat	144.988	378.937	222.377	746.302
Kommunal	437.379	943.635	498.987	1.880.000
Regional	437.379	943.635	498.987	1.880.000
Anden offentlig (ikke Fødevarerministeriet)			94.242	94.242
EU	874.758	1.887.269	1.092.215	3.854.242
I alt	1.894.505	4.153.475	2.406.807	8.454.787

Det bemærkes, at det vil være muligt at fordele både forbruget og finansieringen anderledes mellem årene, når projektets endelige tidsplan ligger fast.

Bilag 4 indeholder skriftlig dokumentation for medfinansiering fra kommunerne Aarhus, Randers, Samsø, Norddjurs, Syddjurs og Horsens. Der vedlægges desuden tilsagn fra Business Region Aarhus, der også bidrager med kommunale midler.



## **7. Vedlagte bilag**

Bilag 1: Oversigt over projektets arbejdsplaner med uddybende forklaringer

Bilag 2: Liste over virksomheder, der har tilkendegivet interesse for projektet

Bilag 3: Underskrevne deltagererklæringer fra virksomheder

Bilag 4: Dokumentation for medfinansiering