

Midt i midt

Vækst og udvikling for midtjyske fødevareproducenter

1. Formål

Tre midtjyske kommuner ønsker sammen med en række lokale fødevarevirksomheder og de respektive erhvervsråd at udvikle en samlet platform rettet mod kompetenceudvikling samt mod etablering af et fælles netværk. Målet er at gearere fødevareproducenter og fødevarerelaterede virksomheder til at agere på og sælge til det lokale, det nationale og det internationale marked. Igennem arbejde med nye forretningsmodeller samt arbejde med en "omvendt værdikæde", hvor produkt/koncept afspejler de præcise behov hos de potentielle kunder er det målet, at professionalisere produkter og afsætning hos lokale fødevareproducenter og fødevarerelaterede virksomheder.

2. Deltagende virksomheder

2.1. Tilsagnshaver og projektkoordinator

Er VIBORGegnens Erhvervsråd på vegne af de 3 deltagende kommuner og lokale fødevarenetværk. Den lokale projektfacilitering varetages i Viborg af tilsagnshaver, i Silkeborg og Herning varetages de tilsvarende opgaver på konsulentbasis af de lokale erhvervsråd (Beskrivelse af projekttilknyttede medarbejdere – se bilag 1 og 2).

VIBORGegnens Erhvervsråd, er en privat forening, som er etableret i 1941 med det formål at udvikle og promovere erhvervslivet på VIBORGegnen. Erhvervsrådet har ca. 700 medlemsvirksomheder, og den tilknyttede erhvervsklub har 1700 medlemmer. Rådet har 12 ansatte med forskellige kompetencer og samarbejder med 120 private rådgivere. Erhvervsrådet har en række partnerskabsaftaler, bl.a. med Viborg Kommune, Væksthus Midtjylland, Danmarks Eksportråd, Dansk Design Center m.v. (Nærmere beskrivelse bilag 3).

2.2. Deltagere i netværket:

Projektet er udviklet i samarbejde med en række lokale fødevarevirksomheder samt ud fra de mangeårige lokale samarbejder mellem de 3 erhvervsråd og lokale fødevareproducenter i det midtjyske område.

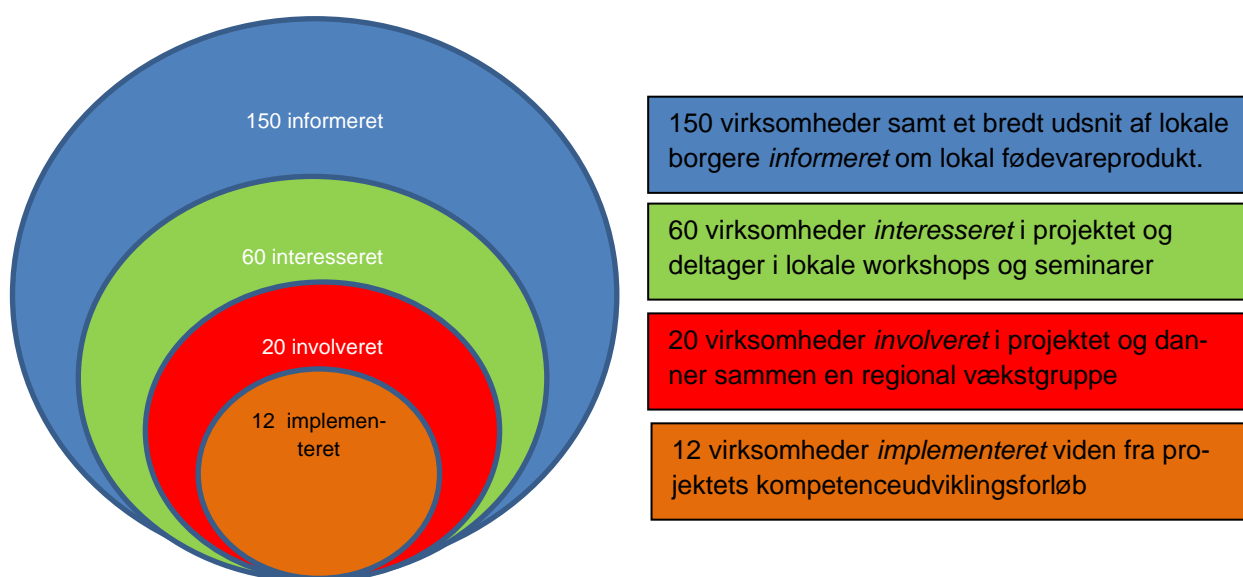
VIBORGegnens erhvervsråd, Erhvervsrådet Herning & Ikast-Brande samt Erhverv Silkeborg har stor erfaring i at identificere og udvikle vækstpotentialer i virksomheder og har ligeledes igennem mange år arbejdet tæt sammen med kommunerne om den erhvervsrettede indsats for alle kommunens virksomheder og kommunernes generelle erhvervs-klima.

I Viborg og Silkeborg har arbejdet ført til oprettelse af lokale fødevarenetværk, som rummer et stort antal lokale små-producenter, og i Herning er der i samarbejde med "Regional Madkultur Vestjylland" ligeledes etableret et netværk af lokale fødevareproducenter. Det er denne erfaring, der vil blive sat i spil i forhold til de lokale fødevareproducenter og ikke mindst i forhold til markedet. Det kræver naturligvis ikke medlemskab af et erhvervsråd at kunne deltage i aktiviteterne.

Netværksdeltagere udgør et bredt udsnit af lokale fødevarerproducenter og fødevarerrelaterede virksomheder i det midtjyske område.

Rekrutteringen vil tage udgangspunkt i allerede etablerede lokale fødevarer-netværk, men der vil undervejs i projektet ske en løbende rekruttering af yderligere virksomheder (deltagererklæring fra forhåndsinteresserede fødevarer-virksomheder vedhæftet som bilag 4).

Ansvar for den løbende deltagerrekruttering ligger hos de lokale erhvervsråd. Erhvervsrådenes generelle virksomhedskontakt vil sammen med en målrettet lokal offentlighed omkring aktiviteterne i projektet sikre, at der i løbet af projektperioden vil være et løbende flow af virksomheder, der er *informeret* om projektet over *interesserede* virksomheder og over til egentligt *involverede* i projektet (se nedenfor). Konkret vil rekrutteringen ske gennem en opsøgende screening gennemført af de lokalt projektansvarlige samt ved gennemførelsen af målrettede kampagner, messer og temadage.



2.3. Lokale fødevarer-netværk

I Silkeborg vil rekruttering ske i samarbejde med

Smag Silkeborg, en erhvervsforening der blev stiftet i år 2007. Foreningens formål er at danne netværk mellem aktører, som arbejder professionelt med produktion, forarbejdning og/eller salg af højværdifødevarer samt dermed beslægtede ting, i Silkeborg Kommune og egnen omkring. Der arbejdes desuden for en styrkelse af opfattelsen af Silkeborgegnen som et område med stor fokus på højværdifødevarer mv. gennem markedsføring, produktudvikling og netværksdannelse. Endelig er målet at skabe en kritisk netværksmasse for at øge erhvervets og medlemmernes synlighed og indflydelse såvel lokalt, regionalt og nationalt overfor bl.a. borgere, turister, politikere, samarbejdspartnere mv.

I dag har foreningen opbygget en medlemsskare på 22 medlemmer. Medlemmerne af foreningen består af fødevarerproducenter, gårdbutikker, spisesteder og overnatningssteder på Silkeborgegnen (Nærmere beskrivelse bilag 5).

I Viborg vil rekruttering ske i samarbejde med:

"*Smag på Viborg-egnen*" en selvstændig forening forankret hos VIBORGegnens Erhvervsråd,

som i 2008 tog initiativ til at oprette VIBORGegnens Fødevarer-netværk, som et åbent kompetence-netværk med fokus på vækst og innovation. Med 39 medlemmer og i gennemsnit 40 deltagere på hvert netværksmøde har netværket tydeligvis honoreret et behov og har formået at skabe værdi for deltagerne. I 2008 blev netværket organiseret som selvstændig forening "Smag på Viborg-egnen", som i dag har en medlemskreds på 17 virksomheder som alle er fødevarerproducenter eller distributører (Nærmere beskrivelse bilag 6).

I Herning vil rekruttering ske i samarbejde med "Regional Madkultur Vestjylland"

Der er ikke et egentligt fødevarer-netværk i Herning, men det er også en del af Herning kommunes erhvervsstrategi at fokusere på fødevarer-virksomheder. Fem fødevarerproducenter og spisesteder fra Herning kommune er dog medlem af Regional Madkultur Vestjylland. I forbindelse med dannelsen af Regional Madkultur Midtjylland skal der være en tæt dialog med Regional Madkultur Vestjylland for at finde skillelinien og ikke mindst samarbejdsfladerne mellem disse to foreninger.

2.4. Andre aktører

Aktiviteter og netværksfacilitering i Herning varetages af:

Erhvervsrådet Herning & Ikast-Brande, en medlemsbaseret privat forening, som i dag tæller mere end 600 medlemmer. Erhvervsrådet har 18 medarbejdere, der konstant arbejder på at fremme erhvervslivet i Herning og Ikast-Brande kommuner. Tre af disse medarbejdere arbejder fuld tid med tematiseret projektarbejde. Projektafdelingen i Erhvervsrådet har gennem de sidste 15 år gennemført en lang række projekter, som har været finansieret af projektmidler – lige fra lokale bevillingsgivere til internationale EU projekter (Nærmere beskrivelse bilag 7).

Aktiviteter og netværksfacilitering i Silkeborg varetages af:

ErhvervSilkeborg, en medlemsstyret selvejende fond med samarbejdsaftaler med Silkeborg Kommune og Væksthus Midtjylland. ErhvervSilkeborg har 760 medlemsvirksomheder, og er dermed landets næststørste erhvervsråd. Erhvervsrådet har 12 medarbejdere med lang erhvervs erfaring og erfaring med at skabe værdi for virksomheder. ErhvervSilkeborg driver 12 erhvervsnetværk med i alt 400 virksomheder og afholder årligt ml. 80 og 100 erhvervsarrangementer. Alle aktiviteter og netværk har virksomhedernes vækst som mål (Nærmere beskrivelse bilag 8).

Eksterne vidensaktører:

Bidrager til projektet både i forbindelse med kompetenceudviklingen og i forretningsgørelsen af "Regional Madkultur Midtjylland". Disse aktører er:

Navigators som har erfaring med facilitering af fødevarer-netværk fra bl.a. Regional Madkultur Vestjylland og Konsumfisk. (Nærmere beskrivelse bilag 9)

CREBS, Ålborg Universitet (Center for Research Excellence in Business ModelS) som har stor erfaring i forretningsmodeludvikling i danske virksomheder. CREBS er verdens første tværfaglige forskningscenter i forretningsmodeller og har 15 danske og internationale forskere tilknyttet (Nærmere beskrivelse bilag 10).

Teknisk Skole Silkeborg er med sin hotel- og restaurantskole førende inden for de forskellige grene af de gastronomiske og måltidsfaglige uddannelser. Skolens spidskompetencer omfatter de forskellige grene af den kreative topgastronomi, mad til mange, servering og præsentation, vin-

kundskab, ernæringsfaglig viden samt viden om de nyeste strømninger inden for måltidsfaglighed. (Nærmere beskrivelse bilag 11)

Øvrige aktører: Der vil blive anvendt en række eksterne konsulenter med specifikke kompetencer som oplægsholdere på de lokale temadage og seminarer.

Valget af andre aktører sker gennem overholdelse af reglerne om offentlig annoncering og evt. udbud, som beskrevet i vejledningen til ordningerne. Dokumentation for valget af ekstern konsulent og overholdelse af disse regler vil ske senest på udbetalingstidspunktet.

3. Organisering:

Projektet organiseres med en styregruppe bestående af en repræsentant fra hvert af de tre erhvervsråd, en repræsentant for de lokale fødevarenetværk samt en repræsentant fra hver af de tre kommuner. Styregruppen mødes 2 – 3 gange om året. Den løbende projektkoordinering varetages af en projektgruppe med deltagelse af en repræsentant fra hvert af de tre erhvervsråd. Projektgruppen mødes efter behov og vælger undervejs i forløbet at inddrage videnaktørerne i arbejdsgruppens arbejde efter behov. De deltagende virksomheder i den tværkommunale vækstgruppe udgør en følgegruppe til projektet. Følgegruppens opgave er løbende at give sparring på projektets temaer og indhold samt efterfølgende at stå for projektets forankring i en regional organisering som "Regional Madkultur Midtjylland".

4. Baggrund for projektet: udfordringer og behov

Fødevareområdet udgør en klar styrkeposition i Region Midtjylland både målt på størrelsen af produktionen og på mangfoldigheden af fødevarerrelaterede virksomheder og videnmiljøer. Fødevarebranchen bidrager væsentligt til vækst i hele regionen, både i de større byer og ikke mindst i de mindre samfund. Der er allerede etableret mange indsatser for at understøtte og skabe vækst og netværk for fødevarebranchen både i regionen, på den nationale og den internationale bane. I Region Midtjylland skal megasatsningen 'God Hverdagsmad, som sund forretning' understøtte, at regionens fødevarerhverv transformeres fra et traditionelt erhverv til et innovativt videnerhverv i tæt samklang med regionens mange videnmiljøer og aktører. Ligeledes skal det sikres, at der ydes optimale vilkår for at tænke fødevarer sammen med andre brancher som f.eks. turisme, oplevelser og kultur m.m.

Fødevarer og turisme indgår som to centrale indsatsområder i Vækstforum Midtjyllands handlingsplan. Disse to indsatsområder er også centrale områder for landdistriktsudviklingen i Regeringens program for Grøn Vækst, da der gennem projekter indenfor disse områder kan skabes øget beskæftigelse og indtjening i landdistrikterne. Det betyder blandt andet, at der er behov for et øget samarbejde mellem aktører både offentlige og private f.eks. udviklet i nye partnerskaber.

I mange kommuner er der allerede spændende initiativer og netværk i gang på fødevareområdet. Enkelte kommuner har indsatser, hvor fødevarer tænkes sammen med både turisme, oplevelser og kultur. I mange af de indsatser og netværk, der i dag er igangsat, tages der udgangspunkt i fødevarerproducenten eller fødevareraktiviteten. Med udgangspunkt i disse dannes netværk, af-

holdes workshops og temadage, etableres logistikruter og ledes efter afsætningskanaler. Det har vist sig at kræve mange ressourcer først at skabe markedet, og derefter få produkterne ud på markedet. Med dette projekt er det tanken, at vende værdikæden om, så markedet sættes i centrum, og så det specifikke marked allerede tænkes ind som en del af netværksdannelsen og i forbindelse med produktudviklingsaktiviteter.

Erfaringer fra fødevarer-netværkene i Silkeborg og Viborg har vist, at en stor del af de lokale fødevarer-reproducenter er småvirksomheder eller mikrovirksomheder uden det helt store vækstpotentiale eller vækstambition. Der er tale om gårdbutikker, bryghuse, osteproducenter m.v. men også en lang række lokale spisesteder og fødevarerbutikker. Disse virksomheder har helt specielle behov for forretnings- og produktudvikling. Alene har disse virksomheder kun betydning for lokalområdet, sammen har de betydning for det nationale marked.

Samtidig er der i de deltagende kommuner et mindre antal virksomheder med et reelt vækstpotentiale. Via netværkene har vi allerede i dag kontakt til f. eks. store kaffegrossister, store frilandsgartnerier eller kød- og pålægsproducenter som allerede i dag agerer både på det lokale, det nationale og det internationale marked. Disse virksomheder har ofte mere til fælles med tilsvarende virksomheder fra andre kommuner end med deres nabovirksomheder.

Projektet "Midt i Midt" ønsker at støtte op om begge disse virksomhedstyper ved at gennemføre såvel lokale som regionale, tværkommunale netværksdannelser målrettet nye forretningskoncepter og afsætningskanaler. Overordnet mål med projektet er at motivere flere lokale fødevarerproducenter og –virksomheder til vækst og forretningsudvikling. Vi ønsker derfor igennem projektet at skabe forståelse og grundlag for et nyt regionalt netværk, "Regional Madkultur Midtjylland", der efter projektets afslutning kan videreføre projektets aktiviteter, og som kan markedsføre lokale fødevarerprodukter i tæt samarbejde med regionens øvrige fødevarer-netværk under mærkningsordningen "Regional Madkultur - Culinary Heritage".

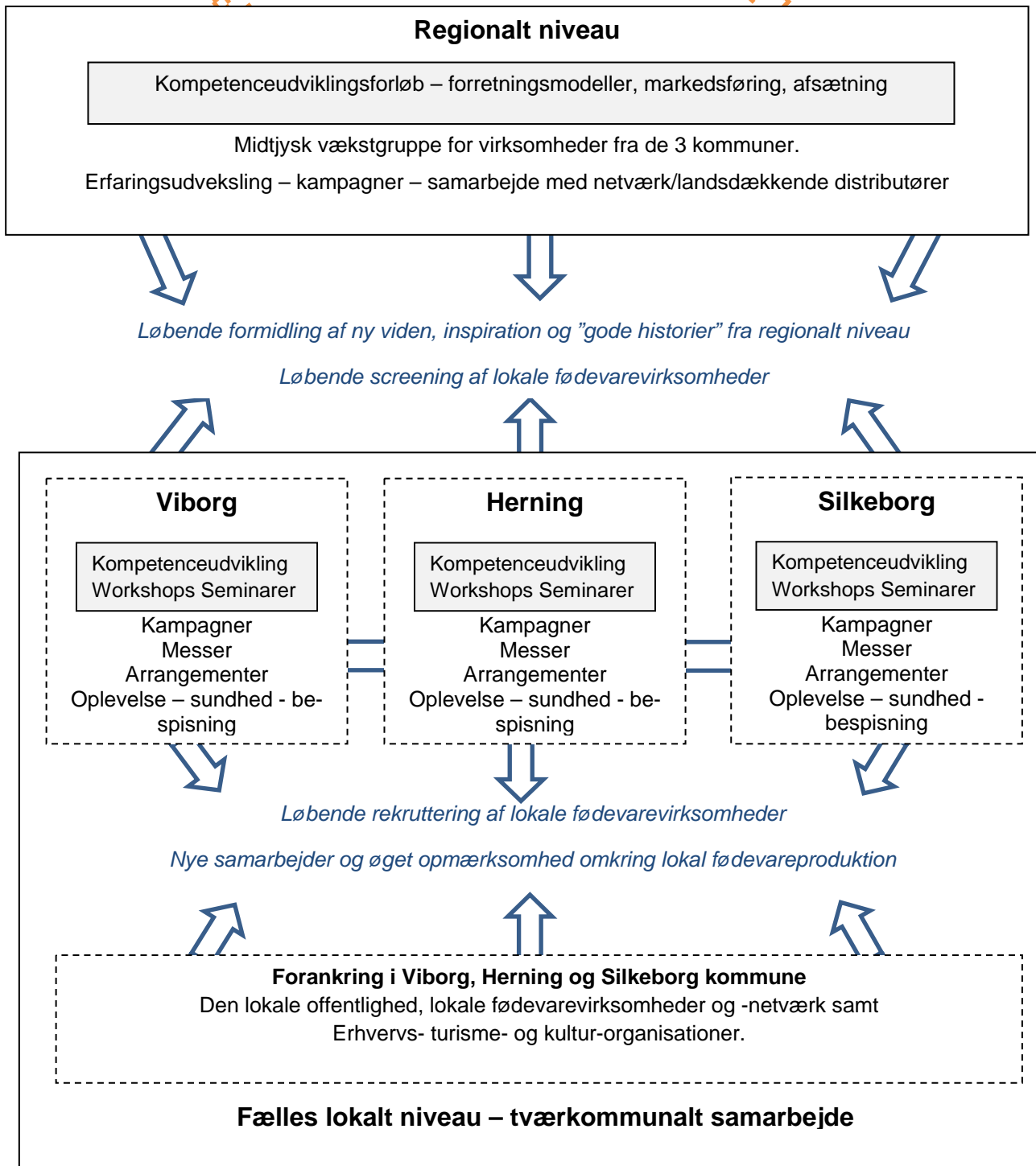
Det er vores klare erfaring, at en meget stor del af de små fødevarer-virksomheder er meget lokalt orienterede og derfor svære at motivere til deltagelse i regionale netværksdannelser. Der vil derfor igennem hele projektperioden ske en løbende deltagerrekruttering igennem motivation og spredning af gode business cases. Projektet ønsker at gennemføre en dobbelt formidlingsproces: Viden, inspiration og "best practise" spredes fra det regionale niveau ud til lokale virksomheder – for her igennem at motivere og "flytte" virksomheder fra udelukkende at fokusere på det helt nære lokale marked til at se vækst- og udviklingspotentialer i større regionale, nationale og (måske) internationale satsninger.

Samtidig viser erfaringerne fra de to fødevarer-netværk i Viborg og Silkeborg samt andre steder i landet, at det er et hårdt og ressourcekrævende slid at facilitere og udvikle lokale netværk. Den tid, som små fødevarer-virksomheder kan lægge i selve driften af et netværk, er minimal. Dog er det ligeledes erfaringen, at de meget gerne deltager i netværksaktiviteter, hvis de er velplanlagte og koordinerede, hvis der er volumen i netværket og aktiviteterne giver mulighed for vækst for deres virksomhed.

Nedenstående figur illustrer projektets opbygning

Oprettelse af foreningen "Regional Madkultur Midtjylland"

forankring



5. Aktiviteter

5.1. Regionalt niveau

5.1.a. Midtjysk vækstgruppe

Gruppen samler de mest vækst- og udviklingsorienterede fødevarerproducenter og fødevarerelaterede virksomheder i det midtjyske område. Med udgangspunkt i større aftagere af fødevarer i den midtjyske region vil gruppen arbejde med forretningsudvikling samt skabelse af nye og eksisterende produkter, der alene og i fællesskab med andre produkter kan opfylde de konkrete kundebehov. Målet er at skabe en stærk lokal/regional markedsplatform som giver disse virksomheder det bedst mulige udgangspunkt for at lancere sig på et nationalt og internationalt marked.

Konkret danner den midtjyske ramme om erfaringsudveksling på tværs af de midtjyske kommune-grænser, og vil gennemføre studieture, fælles virksomhedsbøg, fælles kampagner samt etablere nye former for samarbejde med aftagere af fødevarerprodukter.

Midtjyske aftagere kan være større oplevelses- og turistvirksomheder som Messecenter Herning, Papirfabrikken i Silkeborg eller kongres- og musikhuset Tinghallen i Viborg. Det kan være eksisterende eller kommende sygehuse og det kan være cateringvirksomheder, store uddannelsesinstitutioner samt større private virksomheder med kantineordninger som f. eks. Grundfos.

Nationalt kan aftagere være større detailhandelskæder, spisesteder eller fødevaremarkeder. Der er ligeledes stigende international efterspørgsel efter danske høj-kvalitetsfødevarer fra f.eks. Canada eller Kina. Vækstgruppen vil derfor ligeledes fokusere på produktudvikling rettet mod de internationale markeder.

Den midtjyske vækstgruppe udgør samtidig fundamentet for projektets videreførelse og forankring. Best practise fra de deltagende virksomheder vil sammen med viden og inspiration fra kompetenceudviklingsforløbene under projektførelsen spredes fra denne gruppe og ud til de respektive lokalområder. Målet er – med inspiration bl.a. fra ”Regional Madkultur Vestjylland” - at motivere lokale fødevarerproducenter til fortsat arbejde med vækst og forretningsudvikling via et permanent midtjysk netværk, godkendt under ”Regional Madkultur – Culinary Heritage”.

5.1.b. Fælles midtjysk kompetenceudvikling

Workshopforløb om forretningsmodeller

Et centralt element i forløbet er arbejdet med virksomhedernes forretningsmodel. I tæt samarbejde med instituttet CREBS ved Ålborg Universitet arbejdes med følgende model som bl.a. tager udgangspunkt i Osterwalders systematik:

Forstå

Først må der skabes en bred forståelse for, hvad forretningsmodeller er, og for den aktuelle situation, som en virksomhed befinder sig i. Det kan f.eks. være en afklaring af udgangspunktet i form af en særlig kompetence, som kan udnyttes på en ny måde, eller en idé om nye behov i samfundet, som kan udnyttes.

Forny

Dernæst må idéudvikling iværksættes med henblik på at udvikle ideer til mulige forretningsmodeller. Der vil i første omgang typisk blot være tale om løse, spekulative ideer, som så gradvist bliver mere konkrete.

Forankre

Til sidst må de udviklede ideer og modeller virkeliggøres ved at disse udmøntes i konkrete planer og handlinger, som bliver forankret i den organisation, der skal arbejde med den nye forretningsmodel.

Seminarforløb: Udvikling med udgangspunkt i markedet

Med udgangspunkt i de deltagende kommuners "markedsstruktur" vil seminarforløbet gentænke arbejdet med fødevarer ved at vende værdikæden på hovedet og sætte markedet i centrum. Målet er at skabe en ny bruger/kunde-drevet distributions- og produktudviklingsproces, hvor produkt/konceptudviklingen afspejler de præcise behov hos de potentielle kunder.

- Dialogmøder med producenter, virksomheder, oplevelsessteder, restauranter, sundhedssektor, cateringfirmaer, kantiner i de 3 midtjyske kommuner
- Dialog og inddragelse af indsatsens aktører
- Målretning af eksisterende og mulige nye produkter mod de præcise behov hos de potentielle kunder. Disse aktiviteter forestås i netværk bestående af producenter og virksomheder, med support fra projektet, diætister, kokke, videnleverandører og kunstnere
- Afprøvning af koncepterne. Disse aktiviteter gennemføres i tæt samarbejde mellem de deltagende producenter og distributører med support fra "Midt i Midt"

5.2. Lokalt niveau:

Fødevarerbranchen i Region Midtjylland er kendetegnet ved nogle få meget store og internationale virksomheder (Danish Crown, Arla, etc.) og en bred skare af mindre og primært lokalt orienterede virksomheder.

Blandt de sidstnævnte virksomheder er der en del hobbyvirksomheder og gårdbutikker, men der findes i gruppen en række virksomheder, som under de rette forudsætninger vil kunne udvikle sig til at blive både nationale og internationale aktører.

Mobiliseringen af disse virksomheder kræver en målrettet indsats, der gennemføres i lokalområdet "tæt på" de pågældende virksomheder. Indsatsen i forhold til det lokale niveau vil blive rettet mod overføring af viden, inspiration og "best practise" fra det regionale forløb så det kan inspirere lokale fødevareraktiviteter. Igennem lokale kampagner bl.a. med orientering om markedsføringsperspektiverne i mærkning under "Regional Madkultur – Culinary Heritage" vil der blive orienteret om projektet og løbende søgt at rekruttere nye virksomheder.

5.2.a. Løbende information og deltagerrekruttering

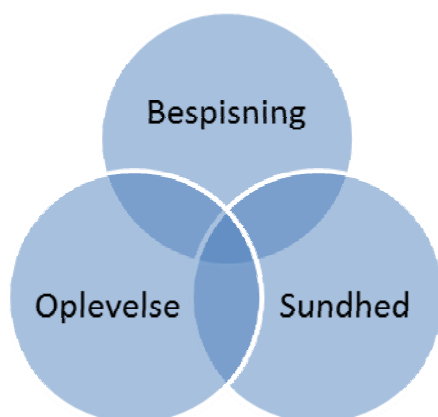
Via åbne arrangementer, produktudviklingsforløb og salgsfremmende aktiviteter er det hensigten at skabe en midtjysk ramme og en dialog hvor "de gode historier" kan spredes og måske give flere inspiration og værktøjer til at udvikle deres virksomhed. Herved øges kompetencerne hos netværkenes eksisterende medlemmer, og der skabes grundlag for rekruttering af nye.

Netværksaktiviteterne kan bl.a. omhandle:

- Lokale arrangementer for fødevarer virksomheder i samarbejde med eksempelvis Ålborg Universitet
- Formidling af de bedste forretningseksempler så de kan stå som ambitiøse eksempler til efterfølgelse
- Øjenåbneraktiviteter og kompetenceudvikling for hele netværket omkring eksempelvis emballage, logistik, markedsføring/salg

5.2.b. Lokale seminar-forløb

Projektet gennemfører en række lokale seminarer indenfor områderne:



De deltagende virksomheder vil gennemføre en bruger/kunde-drevet udviklingsproces, hvor den enkelte fødevarerproducent gøres bevidst om, i hvilken af de tre sammenhænge i den ovenstående figur, deres produkter skal indgå i. Ved lokale seminarer gennemgår lokale fødevarerproducenter sammen med potentielle aftagere og distributører et fælles forløb, hvor eksisterende og mulige nye produkter målrettes de præcise behov hos de potentielle kunder.

De lokale seminarer tager udgangspunkt i følgende faser:

Trin 1: Perspektivering af markedet – afdækning af behov hos forskellige typer af aftagere.

Trin 2: Afdækning af produkt portefølje blandt de deltagende virksomheder – identifikation af "huller".

Trin 3: Konzeptudvikling på tværs af virksomheder og med inddragelse af aktører fra de tre kategorier.

Trin 4: Opbygning af business case – perspektiv for kommercialisering af koncept.

Trin 5: Færdiggørelse af koncept – herunder branding, salg og distribution.

Efter hvert trin vil der være en evaluering af fremdrift – er man klar til næste trin, eller er der behov for yderligere kvalificering?

For nogle aftagere og produkter vil ovenstående trin-model kunne gennemføres hurtigt, så man på kort tid kommer frem til test-leverancer og markeds lancering. I andre tilfælde, hvor der er større dokumentationskrav – f.eks. til sundhedsområdet, kan processen have længere varighed.

Trin-modellen styres af en ekstern konsulent, så de deltagende virksomheder kan koncentrere sig om det kreative og faglige indhold i processen.

6. Fælles faciliteter til formidling af fødevareoplevelser

De deltagende virksomheder i Midt I Midt vil blive markedsført via fælles brand, informationsmaterialer, plakater/foldere samt via internetportal og social medier.

Netværket søges certificeret under navnet "Regional Madkultur Midtjylland" under "Regional Madkultur Culinary Heritage", så virksomhederne vil kunne udnytte mærkningsordningen som fælles brand, og det efter projektets slut vil kunne videreføres som forening for fødevarevirksomheder på tværs af de tre deltagende kommuner.

7. Effekter

Succeskriterier

- 9 – 12 virksomheder har deltaget i kompetenceudviklingsforløbene under den midtjyske vækstgruppe.
- 20 virksomheder har deltaget i tværkommunale aktiviteter, kurser og temadage.
- 60 virksomheder har deltaget i lokale forløb eller temadage i de deltagende kommuner.
- 150 virksomheder har deltaget i lokale kampagner, messer eller øvrige åbne aktiviteter.
- Lokale fødevarer er markedsført lokalt i samarbejde med kommuner, turist-, kultur- og oplevelsesaktører.
- "Regional Madkultur Midtjylland" er etableret som forening og godkendt under "Regional Madkultur- Culinary Heritage"
- Min. 40 virksomheder i de lokale netværk eller i den midtjyske vækstgruppe udnytter mærkningsordningen og fortsætter samarbejdet i foreningen "Regional Madkultur Midtjylland"

Effekt:

Ved projektafslutning skal:

- Minimum 3 produkter/koncepter skal være klar til en national og/eller international lancering

- Minimum 3 nye virksomhedsklynger er etableret med et stærkt, fælles koncept, der styrker deres konkurrenceevne og markedspotentiale
- En gennemsnitlig omsætningsforøgelse på minimum 25% blandt de deltagende virksomheder fra 2012 til 2014

Ud over succeskriterierne, der vil kunne måles efter projektets afslutning, er der nogle forventede, langsigtede effekter af projektet:

- En styrket og mere værdiskabende fødevarerproduktion i Herning, Viborg og Silkeborg Kommune.
- Styrkede samarbejdsrelationer mellem fødevarer virksomheder i midten af Midtjylland.
- Øget professionalisering af forretnings- og produktudviklingsaktiviteter hos midtjyske fødevarer virksomheder
- Øget samarbejde mellem lokale producenter og aftagere om udvikling af nye produkter
- Skabelse af mindst 50 nye arbejdspladser hos midtjyske fødevarer producenter som følge af styrkede afsætningsmuligheder på det lokale, det nationale og det internationale marked
- Tættere tilknytning af fødevarer producenter til det traditionelle erhvervsfremmesystem

8. Yderligere oplysninger

Erfaringsopsamling og kvalitetssikring

I løbende samarbejde med ekstern konsulent søges i løbet af projektperioden at optimere projektets indsatser 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 fødevarer virksomheder 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 fødevarer netværksprojekter under det regionale Grøn Vækst Program. Der afholdes årlige, tværgående projektseminarer, med særligt fokus på tværgående problemstillinger og emner for fødevarer netværkene, eksempelvis emner som synlighed eller nye markeder.

9. Økonomi

Finansiering fordelt pr. år

Finansieringskilder (kr.)	2013	2014	i alt
Region Midtjylland	246.579	285.299	531.878
Herning Kommune	82.193	95.100	177.293
Silkeborg Kommune	82.193	95.100	177.293
Viborg Kommune	82.193	95.100	177.293
Anden off. Medfinansiering			-
EU - Grøn Vækst	493.157	570.598	1.063.755
Egenfinansiering, netværksdeltagerne	268.088	310.402	578.490
sum	1.254.402	1.451.598	2.706.001

Budget fordelt på aktiviteter/arbejdspakker pr. år

Aktivitet/arbejdspakke (kr.)	2013	2014	i alt
1 Tværkommunal vækstgruppe	90.000	182.650	272.650
2 Den omvendte værdikæde og forretningsmodeller	70.000	142.100	212.100
3 Udvikling og facilitering af lokalt netværk	567.400	567.400	1.134.800
4 Temadage og lokale åbne arrangementer	61.850	50.000	111.850
5 Udviklingsseminarer	425.150	425.150	850.300
6 Information og markedsføring	40.000	84.300	124.300
sum	1.254.400	1.451.600	2.706.000

Budget fordelt på parter pr. år (herunder involvering i arbejdspakker efter nummer)

Parter (kr.)	Arbejdspakke / aktivitet	2013	2014	i alt
Herning Erhverv	3,5	249.869	249.869	499.738
Silkeborg Erhverv	3,5	249.869	249.869	499.738
Viborg Erhverv	1,3,5	339.869	432.519	772.388
Navigators	2,4,5	111.198	144.286	255.484
CREBS	2,4,5	111.198	144.286	255.484
Tekniske Skole Silkeborg	4,5	76.198	73.236	149.434
Øvrige	4,5,6	116.198	157.536	273.734
				-
sum		1.254.400	1.451.600	2.706.000



Bilag: Aktivitetsskema – Netværksordningen 2012

Skematisk oversigt over aktiviteterne i Netværksprojektet: Midt i Midt

Titel: Vækst og udvikling for midtjyske fødevarerproducenter og -relaterede virksomheder

Benyttes som supplement til ansøgningskemaet.

Arbejdspakke 1: Midtjysk vækstgruppe

Formål	Konkrete aktiviteter	Resultater	Hvem deltager (målgruppe)	Hvem udfører aktiviteterne	Tidsplan
Screening af potentielle aktører. Dannelse af tværkommunal vækstgruppe med fokus på det nationale/internat. marked	Virksomhedsbesøg i alle 3 kommuner Identifikation af lokale fødevarer virksomheder med vilje og evne til vækst	Dannelse af netværk med 15 – 20 lokale fødevarer virksomheder fra hele regionen	15-20 lokale fødevarer virksomheder fra de deltagende kommuner de eksisterende fødevarer netværk/-grupperinger	Lokale fødevarer virksomheder fra Herning, Silkeborg og Viborg kommuner sammen med Den koordinerende projektledelse Viborgegnens Er-	Første halvår 2013

				hvervsråd, Erhverv Silkeborg, Herning Erhvervsråd	
Netværksmøder	Løbende netværksmøder til gensidig inspiration og erfaringsdeling	Afholdelse af kvartalsvise møder i de deltagende kommuner	15-20 lokale fødevarer virksomheder fra de deltagende kommuner de eksisterende fødevarer netværk/-grupperinger	Lokale virksomheder fra Herning, Silkeborg og Viborg kommuner sammen med de tre Erhvervsråd	Løbende i hele projektperioden
Fælles kampagner	Tværkommunale fremstød i forhold til nationale og internationale markeder	Deltagelse i min 3 større markeder/messer eller kampagner	15-20 lokale fødevarer virksomheder fra de deltagende kommuner de eksisterende fødevarer netværk/-grupperinger	Lokale fødevarer virksomheder fra Herning, Silkeborg og Viborg kommuner sammen med Den koordinerende projektledelse Viborgegnens Erhvervsråd, Erhverv Silkeborg, Herning Erhvervsråd	Forventet 2. halvår 2013 samt 2014
Kontakt til landsdækkende markeder/distributionskæder	Introducere produkter fra netværkets fødevarer producenter for større distributionskæder	Aftaler med min 2 formidlere af fødevarer	15-20 lokale fødevarer virksomheder fra de deltagende kommuner de eksisterende fødevarer netværk/-grupperinger	Lokale fødevarer virksomheder fra Herning, Silkeborg og Viborg kommuner sammen med Den koordinerende projektledelse Viborgegnens Erhvervsråd, Erhverv	Forventet 2014

				Silkeborg, Herning Erhvervsråd	
Kontakt til store midtjyske aftagere	Etablere samarbejde med større midtjyske turist- og oplevelsesaktører eller virksomheder	Aftaler med min 2 formidlere	15-20 lokale fødevarevirksomheder fra de deltagende kommuner de eksisterende fødevarenetværk/-grupperinger	Lokale fødevarevirksomheder fra Herning, Silkeborg og Viborg kommuner sammen med Den koordinerende projektledelse Viborgegnens Erhvervsråd, Erhverv Silkeborg, Herning Erhvervsråd	Forventet 2014
Kontakt til andre netværk	Etablering af samarbejde med "Regional Madkultur vestjylland" m fl. omkring national/international markedsføring	Gennemførelse af min 2 kampagner rettet mod udvalgte markeder	15-20 lokale fødevarevirksomheder fra de deltagende kommuner de eksisterende fødevarenetværk/-grupperinger	Lokale fødevarevirksomheder fra Herning, Silkeborg og Viborg kommuner sammen med Den koordinerende projektledelse Viborgegnens Erhvervsråd, Erhverv Silkeborg, Herning Erhvervsråd	Gennemføres 2014

Arbejdspakke 2: Midtjyske læringsforløb i forretningsmodeller samt ”den omvendte værdikæde”

Formål	Konkrete aktiviteter	Resultater	Hvem deltager (målgruppe)	Hvem udfører aktiviteterne	Tidsplan
Tværkommunalt læringsforløb – tema forretningsmodeller	8 workshopdage Ud fra Osterwalders tilgang om at forstå, forny og forankre arbejdes med nye forretningsmodeller og processer,	Opkvalificering og inspiration der fører til konkret virksomhedsudvikling	9 – 12 virksomheder rekrutteres fra de 3 kommuner	CREBS sammen med Den koordinerende projektledelse	2 workshopdage 2. halvår 2013 6 dage i 2014
Udvikling af en bruger/kunde-drevet distributions- og produktudviklingsproces, hvor produkt/koncept afspejler de præcise behov hos de potentielle kunder.	8 workshopdage Screening af producenter, produkt-udvikling og klargøring af produkter og måltidselementer til de forskellige konceptmarkeder.	Udvikling af min 3 nye produkter til national lancering Etablering af 3 nye virksomheds-klynger	9 – 12 virksomheder rekrutteres fra de 3 kommuner	Navigators sammen med Den koordinerende projektledelse	2 workshopdage 2. halvår 2013 6 dage i 2014

Arbejdspakke 3: Lokal vidensspredning og deltagerrekruttering sammen med lokale fødevarenetværk

Formål	Konkrete aktiviteter	Resultater	Hvem deltager (målgruppe)	Hvem udfører aktiviteterne	Tidsplan
Lokal information og vidensspredning samt løbende rekruttering af nye deltagere til projektet.	De eksisterende fødevarenetværk udnyttes som platform til at introducere projektet til lokale fødevarevirksomheder samt for ”fødekæde” til de tværkommunale	Kendskab til og interesse for projektet blandt en bred kreds af lokale fødevarevirksomheder	En bred kreds af lokale fødevarevirksomheder i alle de 3 kommuner	Lokale fødevarevirksomheder fra Herning, Silkeborg og Viborg kommuner Den koordinerende	Hele projektperioden – start efter 1. kvartal 2013

	nale forløb.			projektledelse, Viborgegnens Erhvervsråd, Erhverv Silkeborg, Herning Erhvervsråd	
Tværsæktorielle netværk som forener fødevareinitiativer med lokal turisme, oplevelse og kultur	De lokale netværk etablerer samarbejde med kommuner, erhvervs-, kultur- og turistorganisationer	Flere fødevarevirksomheder involveres i lokale kultur-, oplevelses- og turismesatsninger	Lokale fødevarenetværk, lokale erhvervs-, kultur- og turistorganisationer	Eksisterende fødevaregrupperinger sammen med projektledelse og erhvervsråd	2. halvår 2013, hele 2014
Fælles informationsmøder	Projektet præsenteres ved lokale arrangementer.	Gennemførelse af min. 3 lokale informationsarrangementer i hver af de deltagende kommuner	Fødevarevirksomheder/-netværk sammen med lokale erhvervs-, kultur- eller turistorganisationer	Eksisterende fødevaregrupperinger sammen med projektledelse og erhvervsråd	2 halvår 2013, hele 2014

Arbejdspakke 4 : Lokale dialogmøder i alle kommuner

Formål	Konkrete aktiviteter	Resultater	Hvem deltager (målgruppe)	Hvem udfører aktiviteterne	Tidsplan
Spredning af erfaringer til en bredere skare af mindre producenter samt til løbende ny rekruttering	5 lokale møder pr kommune indenfor projektets emner for interesserede virksomheder.	Spredning af erfaringer til ansl. 50 virksomheder pr kommune. Evt netværksdannelse	Lokale virksomheder og organisationer fra lokalområdet	Navigators, CREBS, Silkeborg Tekniske Skole samt lokale fødevarenetværk	Start 2 halvår 2013 – hele 2014
Lokale kampagner/messer/ åbne informationsarrangementer i lokalområdet	Sammen med de deltagende kommuner, erhvervs-, kultur- og turistorganisationer gennemføres 3 lokale kampagner koordineret på tværs af kommunerne	Øget opmærksomhed omkring lokal fødevareproduktion	Bredt udsnit af lokalområdet – virksomheder, borgere, organisationer	Navigators, CREBS, VIBOR-Gegnens Erhvervsråd, erhvervSilkeborg samt lokale fødevarenetværk	2. halvår 2013, hele 2014

Arbejdspakke 5: Lokale seminarer/udviklingsforløb

Formål	Konkrete aktiviteter	Resultater	Hvem deltager (målgruppe)	Hvem udfører aktiviteterne	Tidsplan
Lokale Udviklingsseminarer - Fødevarer som oplevelse i Midt' - Sundhed og den regionale fødevarerproduktion - Midtjyske fødevarer i midtjyske køkkener"	hver kommune 3 dage med opfølgning i - Perspektivering af markedet - Afdækning af produktportefølje" - Konzeptudvikling - Opbygning af business case - Færdiggørelse af koncept	Udvikling af nye koncepter klar til lokal lancering Etablering af 3 nye lokale virksomhedsklynger med både producenter og aftagere	Min 10 fødevarer virksomheder fra hver deltagende kommune	CREBS, Navigators, Silkeborg Teknisk Skole, øvrige ekst.konsulenter Herning Erhvervsråd, VIBORGegnens Erhvervsråd og ErhvervSilkeborg	Start 2. halvår 2013 – hele 2014