

---

## **Mål- og resultatplan mellem Erhvervsstyrelsen og Food Organisation of Denmark (FOOD) 2018**

---

## Indholdsfortegnelse

<b>1. Strategisk målbillede</b> .....	2
<b>1.1. Præsentation af institutionen</b> .....	2
<b>1.2. Mission</b> .....	3
<b>1.3. Vision</b> .....	3
<b>1.4 Opgaver og strategiske målsætninger</b> .....	3
<b>1.4.1. Kerneopgaver</b> .....	3
<b>1.4.2. Strategiske målsætninger</b> .....	4
<b>3.5. Budget</b> .....	8
<b>1.5.1. Institutionens samlede budget</b> .....	8
<b>1.5.2. Budget for aktiviteter omfattet af nærværende kontrakt</b> .....	8
<b>4. Årlige resultatmål</b> .....	9
<b>2.1. Understøttende politiske udviklingsmål</b> .....	9
<b>2.1.1. Formidling på Landdistriktskonferencen</b> .....	11
<b>5. Formalia og påtegning</b> .....	13
<b>Bilag 1: Effektkæder for resultatmål</b> .....	14

## 1. Strategisk målbillede

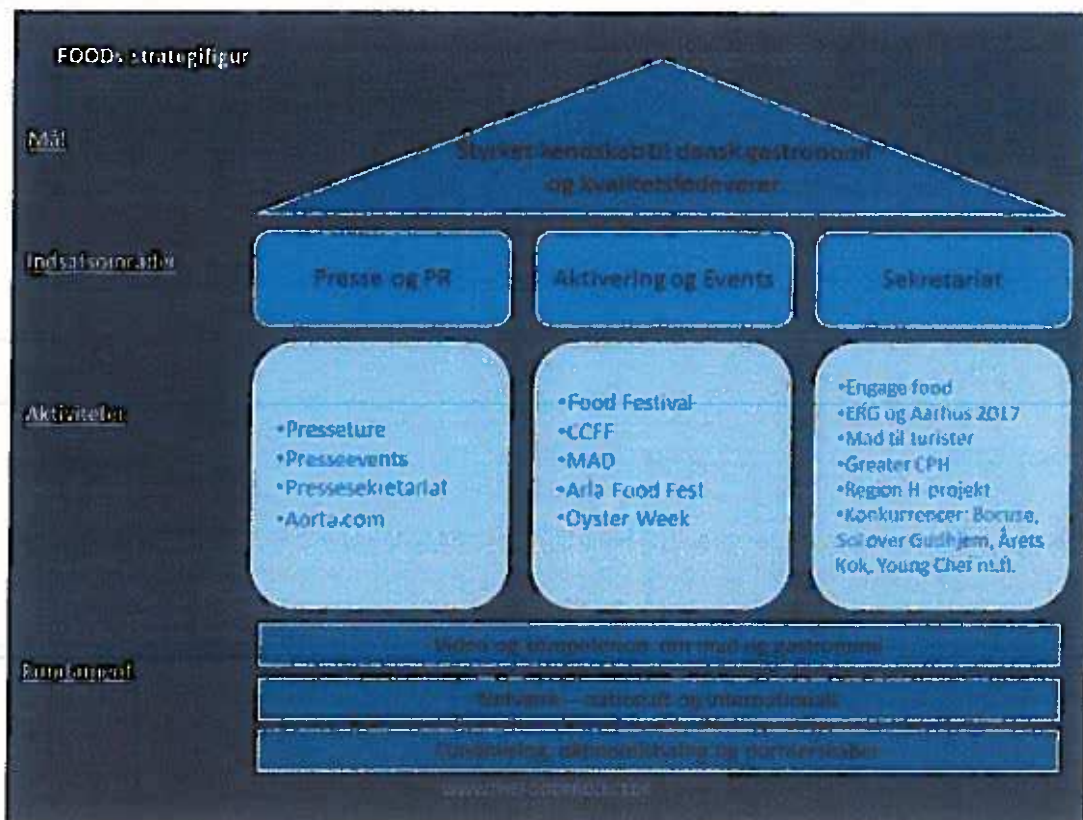
Food Organisation of Denmark (FOOD) er et offentligt-privat partnerskab stiftet som almennyttig forening på initiativ fra Erhvervsministeriet. FOOD har kontorer i Valby og Aarhus og samarbejder med en lang række offentlige og private samarbejdspartnere, der arbejder med fødevarer og madoplevelser i hele Danmark.

Medlemmerne er Erhvervsministeriet, Miljø- og Fødevareministeriet, Arla, Danish Crown, Wonderful Copenhagen, Københavns Kommune og Team Gastronomi Danmark (branchens organisationer, uddannelsesinstitutioner mv. i et fælles medlemskab). FOOD har desuden forpligtende samarbejder med bl.a. Carlsberg, BC Group, DI Fødevarer, Region Midtjylland, Region Sjælland, Region Hovedstaden, Aarhus Kommune samt en meget lang række andre offentlige og private partnere.

### 1.1. Præsentation af institutionen

Food Organisation of Denmark har til formål at udbrede kendskabet til dansk og nordisk gastronomi og kvalitetsfødevarer.

FOODs bestyrelse har vedtaget en strategi for de kommende års arbejde. Denne fremgår af nedenstående figur.



## 1.2. Mission

FOODs mission er at fremme og formidle nordisk gastronomi og kvalitetsfødevarer.

Missionen har således to elementer:

- **Fremmer.** Dette er "den venlige hånd". FOOD skal bedst muligt forsøge at hjælpe og understøtte alle, der arbejder for bedre gastronomi og kvalitetsfødevarer.
- **Formidler.** FOOD er særligt sat i verden for at formidle alle de mange gode historier.

Dermed bidrager FOOD til at skabe gode vækstvilkår for restauratører, fødevarerproducenter mv. i hele Danmark.

## 1.3. Vision

FOODs vision: Danmark er kendt og anerkendt som et internationalt gastronomisk og fødevarerproducerende kraftcenter.

- **Kendt** handler om, at vi skal blive ved med at fortælle og formidle de gode historier. Dansk gastronomi og fødevarerproduktion har meget at byde på. Vi skal fortælle det både her hjemme og i udlandet.
- **Anerkendt** er noget, vi hele tiden skal gøre os fortjent til. Vi skal derfor løbende have fokus på, at dansk gastronomi klarer sig godt i den Internationale konkurrence. Der skal hele tiden sikres høj kvalitet.

Dermed bidrager FOOD til at skabe gode vækstvilkår for virksomheder indenfor produktion af kvalitetsfødevarer og madoplevelser.

## 1.4 Opgaver og strategiske målsætninger

FOODs kerneopgaver og strategiske målsætninger er bestemt af foreningens vedtægter og den af bestyrelsen godkendte strategi for det daglige arbejde.

### 1.4.1. Kerneopgaver

FOOD er ifølge foreningens vedtægt sat i verden med det formål at udbrede kendskabet til dansk og nordisk gastronomi og kvalitetsfødevarer. Med det mål for øje har foreningens bestyrelse vedtaget en strategi, der er illustreret i figuren ovenfor. Som det fremgår, er indsatsen inddelt i tre indsatsområder/kerneopgaver:

- 1. Kerneopgave 1 – skabe international opmærksomhed gennem international PR**  
*FOOD udvikler og driver et internationalt PR-apparat mhp. løbende tilstedeværelse i de væsentligste internationale medier mv. Derved skabes løbende opmærksomhed om Danmark som gastronomisk destination og som producent af kvalitetsfødevarer.*
- 2. Kerneopgave 2 – skabe øget national og international opmærksomhed gennem events**  
*FOOD udvikler og arrangerer aktiviteter og events, der skaber opmærksomhed om dansk og nordisk gastronomi og kvalitetsfødevarer i Danmark og resten af verden. FOOD arrangerer således på egen hånd eller i partnerskab med andre en række af de vigtigste madbegivenheder i Danmark og udlandet.*
- 3. Kerneopgave 3 – at fungere som sekretariat og "hjælpende hånd" for andre aktører, der arbejder for samme formål**  
*Med henblik på at fremme foreningens overordnede formål løser FOOD både en række sekretariatsopgaver og understøtter andre aktører inden for promovning og udvikling af madoplevelser, kvalitetsfødevarer mv. Hjælpen kan både være administrativ, netværk/viden, presse og kommunikation, fundraising og direkte økonomisk tilskud. Alle opgaverne er rettet mod at udvikle og styrke det gastronomiske Danmark.*

#### **1.4.2. Strategiske målsætninger**

For hver af FOOD's tre kerneopgaver er der formuleret en række konkrete målsætninger:

- 1. Målsætning 1 (International opmærksomhed gennem international PR):**

Den overordnede målsætning er:

At sikre løbende synlighed for danske kvalitetsfødevarer og madoplevelser i førende internationale medier og relevante online platforme og sociale medier. Der opstilles konkrete mål for indsatsen løbende, og som minimum skabes 100 artikler/omtaler i væsentlige internationale medier årligt.

- 2. Målsætning 2 (øget national og international opmærksomhed gennem events)**

Der udvikles og afvikles en eller flere signaturevents, der fremviser danske kvalitetsfødevarer og dansk gastronomi for et betydeligt dansk og internationalt publikum.

- Der afholdes årligt Danmarks to største madbegivenheder i hhv. Aarhus (Food Festival) og København (Copenhagen Cooking). For hver af disse events opstilles en række konkrete mål vedr. antal gæster, udstillere, deltagertilfredshed mv. Et væsentligt indsatsområde er inddragelse af produkter og oplevelser fra hele Danmark. Koblingen mellem land og by er et vigtigt redskab ift. at skabe vækst og udvikling i landdistrikterne.
- På Food Festival 2018 vil der være et allokeret område på festivalpladsen, som hedder Danmarks Spisekamre, fx fra Djursland, Samsø, Sønderjylland, Bornholm m.fl. Området giver plads til at fødevarerproducenter fra den type sammenslutninger kan markedsføre sig i fællesskab.

Der vil også være virksomheder blandt disse, som tilbyder fødevareoplevelser, eksempelvis Landboturisme.

- FOOD afvikler selv eller er partner ved en række events mv., der fremviser danske kvalitetsprodukter og madoplevelser. Disse afvikles primært uden for de større byer, fx på Bornholm, ved Vadehavet, Limfjorden mv.

### 3. Målsætning 3: ("hjælpende hånd" for andre aktører)

FOOD fungerer som en "hjælpende hånd" i forbindelse med de fleste væsentlige aktiviteter inden for dansk gastronomi. Hjælpen kan både være administrativ, netværk/viden, presse og kommunikation, fundraising og direkte økonomiske tilskud.

Målene er særligt:

- I. At understøtte den nationale turismeindsats, som fastlagt i den nationale strategi for dansk turisme, ved at styrke Danmarks gastronomiske miljø.
- II. Understøtte dansk deltagelse i væsentlige internationale aktiviteter som fx Bocuse.
- III. Understøtte et levende gastronomisk miljø i hele Danmark fx gennem aktiviteter på Bornholm, Hirtshals, Holstebro, Haderslev mv.
- IV. Fungere som sekretariat for Midtjyllands rolle som Europæisk Gastronomiregion (Region Midtjylland har sammen med Aarhus Kommune og FOOD søgt om og fået tildelt titlen).
- V. Fungere som sekretariat for Engage Food, en fælles erhvervsindsats med deltagelse af Region Midtjylland, en række private aktører og 11 kommuner i den østlige del af Midtjylland.

I forhold til ovenstående bemærkes særligt følgende om indsatsen i 2018:

#### **Understøtte den nationale turismeindsats gennem udvikling af bedre spiseoplevelser**

FOOD skal også i 2018 bidrage til udmøntningen af den nationale turismestrategi. Som led i dette arbejde fungerer FOOD bl.a. som sekretariat for en fælles arbejdsgruppe med henblik på udvikling af bedre spiseoplevelser mv. til turister med deltagelse af fire regioner, Horesta og Dansk Kyst- og Naturturisme. I regi af denne gruppe gennemføres udviklingsprojekter i hele Danmark fra Falster til Holstebro.

Bl.a. koordineres og organiseres restaurant-konkurrencen Local Cooking, der har et todelt formål: 1. At få flere spisesteder til at skabe flere madoplevelser med lokale råvarer (giver ofte mere autentiske oplevelser og fremmer afsætning og kendskab til lokale produkter). 2. At fremme samarbejdet mellem spisesteder på tværs i forhold til lokale producenter.

Konkurrencerne omfatter en bred kreds af spisesteder fra de danske landdistrikter (samt enkelte fra større byer), og der er stor lokal opmærksomhed om og opbakning til afviklingen.

Denne indsats skal løbende koordineres med blandt andre VisitDenmark, og der skal på dette og de øvrige områder i nærværende aftale, være en løbende dialog med interesseorganisationerne Sammenslutningen af Danske Småøer og Landdistrikternes Fællesråd.

### **Europæisk Gastronomiregion - også efter Aarhus 2017**

FOOD har i samarbejde med Aarhus Kommune, Region Midtjylland og Aarhus 2017 stået bag en fælles ansøgning om titlen som Europæisk Gastronomiregion i 2017. Titlen tildeles af et netværk af Europas stærkeste gastronomiske regioner som fx Catalonien, Lombardiet, Galway m.fl. FOOD har i 2017 drevet sekretariatet for indsatsen, der har omfattet mere end 130 unikke events og aktiviteter. Indsatsen har for alvor skabt international omtale af Midtjylland som gastronomisk destination i førende medier som Lonely Planet, CNN, The Telegraph m.fl.

Som led i arbejdet har det været et selvstændigt indsatsområde at inddrage hele regionen, herunder ikke mindst de yderområder, hvor en betydelig del af selve fødevareproduktionen og den kystvendte turisme findes. Bl.a. blev der i foråret 2017 gennemført et udviklingsprojekt på Vestjyllands Højskole, The Catastrophic Meal, hvor en række førende internationale kapaciteter sammen med lokale virksomheder og erhvervsfremmeaktører afvikler en række work shops og events, der sætter fokus på kvalitet og bæredygtighed i de lokale madoplevelser og fødevareproduktion.

Der er blandt de involverede hovedpartnere (minus Aarhus 2017) enighed om, at det er hensigtsmæssigt at fortsætte indsatsen. Der er skabt et stærkt netværk, betydelig international opmærksomhed og en fælles tro på, at gastronomi og gode spiseoplevelser til turister er en væsentlig vej mod styrket vækst i hele Danmark.

FOOD vil på denne baggrund også i det kommende år spille en væsentlig rolle som sekretariat for den fælles indsats.

### **Engage Food**

FOOD samarbejder tæt med Region Midtjylland om regionens satsning Engage Food. Den samlede indsats omfatter to lokale udviklingsplatforme rettet mod fødevarevirksomheder med vilje til vækst og udviklingslyst. FOOD driver med en række partnere den ene af disse platforme. Her kan virksomheder få kompetent sparring, netværk og hjælp til produktudvikling, markedsudvikling, branding og afsætning. Karakteristisk for virksomheder under Engage Food er, de er ambitiøse på deres virksomheds vegne, at de er villige til at investere ressourcer i udvikling og netværk, samt at de ser samarbejde på tværs af virksomheder og fagfelter som en væsentlig driver for udvikling.

Alle indsatser gennemføres i et tæt integreret samarbejde med de generelle erhvervsudviklingsprogrammer, bl.a. de lokale erhvervsservices. Indsatserne er en del af et samlet system og uanset hvilken dør man som virksomhed går ind ad, vil man få det nødvendige tilbud og sparring. Det er et selvstændigt mål for indsatsen, at den dækker hele regionen. I 2017 havde indsatsen markant fokus på aktiviteter rettet mod udvikling i landdistrikterne. Herunder bl.a. følgende:

- Afholdelse af en række events i de mindre kommuner i Business Region Aarhus, der er dækket af LAG-ordningen. Fx 1. individuelle og fælles produktudviklingsforløb afholdt lokalt hos små og mellemstore fødevarevirksomheder på Djursland (Møllerup, Stenalt, Kalø, Ebeltoft, Rønde,

Mols Bjerger, Øerne, Tebstrup etc.). 2. udvikling af individuelle forretningsplaner (Thisted Bryghus, Nørager Mejeri etc.) 3. fælles workshop i Odder: Fokus lokale råvarer og lokalt fødevarerinitiativ. 4. afsætningsworkshop for vestjyske fødevarer virksomheder afholdt i Skjern (16 vestjyske virksomheder).

- Fokus på destinationsturisme i landdistrikterne. Bl.a. er der udviklet en regional spiseguide, Smagen af Region Midtjylland samt et omfattende regionalt eventprogram.
- Særligt fokus på Djursland som Aarhus' opland. Handel som i gamle dage: 2. september blev der sejlet skibe fra Skødshoved til Marselisborg havn med fødevarer fra Djursland. Herefter blev fødevarerne transporteret videre til gæsterne på Food Festival med hestevogne.

I 2018 vil vi følge op på denne indsats, og der vil fortsat være særligt fokus på følgende:

- Udviklingsaktiviteter rettet mod at udvikle nye, velsmagende fødevarer med stedbundne kvaliteter (dvs. med en særlig tilknytning til det område, de stammer fra).
- Fortsat fokus på destinationsturisme. Bl.a. med bistand fra Rejseholdet sættes der fokus på at udvikle bedre spiseoplevelser.
- Afsøge mulighederne for at fremme afsætningen af flere lokalt fangede fisk fra Djursland.

### Særligt fokus på Sjælland og Lolland-Falster

FOOD vil i 2018 sætte fokus på en række aktiviteter på Sjælland og Lolland-Falster. Dels i form af aktiviteter, der sigter mod at forbinde by og land, med henblik på at styrke salget af produkter og oplevelser fra virksomheder i landdistrikterne i København og andre større byer. Og dels i form af aktiviteter afviklet i landdistrikterne for de lokale virksomheder. Dette vil ske i et tæt partnerskab med lokale aktører som Nordisk Center for Lokale Fødevarer i Odsherred og Smagen af Nordsjælland. Aktiviteterne vil bl.a. omfatte:

1. En række madevents rettet mod at sætte fokus på lokale produkter og kompetencer. Bl.a. forventes der gennemført en samlet indsats i og omkring Karrebæksminde, der både omfatter en række samlede udviklingsforløb for de lokale spisesteder samt et større, folkeligt madevent, hvor der sættes fokus på Smagen af Karrebæksminde.
2. En udviklingsworkshop, hvor dygtige kokke hjælper med at udvikle nye, lokale produkter. Konkret kobles lokale producenter af råvarer som hamp, tang, honning, kød eller andre gode produkter med dygtige kokke med henblik på at forædle råvarerne til velsmagende produkter.
3. Afsætningsseminar med fokus på afsætning af lokale fødevarer fra landdistrikterne. Der vil særligt være fokus på at klæde producenterne på til at afsætte til en eller flere af de vigtigste afsætningskanaler for mindre producenter som detailhandel, HoReCa og online.



## 3.5. Budget

### 1.5.1. Institutionens samlede budget

Opgaver	Omkostninger Mio. kr.	Indtægter Mio. kr.	Budget 2018 I alt
0. Hjælpefunktioner samt generel ledelse og administration	2.139.868	1.420.000	-719.868
1. Kerneopgave 1	800.000	800.000	0
2. Kerneopgave 2	8.735.000	8.565.500	-169.500
3. Kerneopgave 3	11.709.325	12.611.141	901.816
<b>I alt</b>	<b>23.384.193</b>	<b>23.396.641</b>	<b>12.448</b>

### 1.5.2. Budget for aktiviteter omfattet af nærværende kontrakt

Opgaver	Omkostninger Mio. kr.	Indtægter Mio. kr.	Budget 2018 I alt
0. Hjælpefunktioner samt generel ledelse og administration	0	0	0
1. Kerneopgave 1	325.000	0	325.000
2. Kerneopgave 2	675.000	0	675.000
3. Kerneopgave 3	1.000.000	0	1.000.000
<b>I alt</b>	<b>2.000.000</b>	<b>0</b>	<b>2.000.000</b>

## 4. Årlige resultatmål

Kerneopgave 1	Kerneopgave 2	Kerneopgave 3
Der gennemføres et program rettet mod at skabe internationale indslag om destinationer, oplevelser mv. om mad og gastronomi i landdistrikterne	Der gennemføres en samlet indsats rettet mod landdistrikterne på Sjælland og Lolland-Falster. Indsatsen omfatter bl.a. gastronomiske udviklingsseminar, afsætningsworkshops mv.	Der videreudvikles på en samlet udviklingsindsats i forlængelse af den nationale turismestrategi rettet mod at skabe vækst og beskæftigelse i landdistrikterne gennem udvikling af bedre spiseoplevelser og flere kvalitetsfødevarer mhp. at styrke turisternes tilfredshed.
	Der afvikles eller støttes mindst 3 events med fokus på udvikling af madoplevelser til turister afholdt i landdistrikterne.	Der udvikles og afprøves et koncept for øget salg af lokale råvarer til lokale spisesteder i landdistrikterne.

### 2.1. Understøttende politiske udviklingsmål

Kerneopgave 1	
1. Resultatmål	<p>Den internationale omtale af dansk gastronomi har de seneste år været meget omfattende og har bidraget til at øge omsætningen og væksten i den danske restaurantbranche. Branchen har således oplevet en særdeles kraftig vækst i omsætning og beskæftigelse i denne periode. Omtalen og væksten har dog stort set udelukkende været rettet mod København og i de seneste år Aarhus. Målet med nærværende indsats er at udvikle et opdateret program, der kan udvide omtalen, så den også kommer landdistrikterne og kyst- og naturturismen til gavn med deraf følgende styrket efterspørgsel og vækst.</p> <p>Der opstilles følgende specifikke mål for indsatsen:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Plan for gennemførelse af minimum tre presseture med fokus på de danske landdistrikter. Planen foreligger inden udgangen af Q1 2018.</li> <li>2. Gennemførelse af presseture, der dækker hele Danmark. To ture gennemføres i Q2-3 og den sidste i Q4 2018.</li> <li>3. Ved udgangen af 2018 foreligger mindst 15 artikler med fokus på mad- og spiseoplevelser for turister i de danske landdistrikter, og det kan sandsynliggøres, at yderligere mindst 5 artikler vil blive bragt senere.</li> </ol> <p>Indsatsen understøtter direkte FOOD's overordnede formål om at styrke kendskabet til dansk gastronomi og kvalitetsfødevarer, der de seneste år har bidraget til at sikre dansk gastronomi løbende tilstedeværelse i en lang række af verdens vigtigste medier som CNN, BBC, Welt, Vogue, Lonely Planet og mange flere. Med nærværende initiativ sættes der særskilt fokus på at bruge den erfaring og de netværk, der er opbygget i denne sammenhæng, til gavn for større synlighed af kvalitetsoplevelser i landdistrikterne. Indsatsen gen-</p>

gennemføres i tæt samarbejde med VisitDenmark og relevante lokale Visit-organisationer og lignende (fx Sydvestjyske Smagsoplevelser).

#### Kerneopgave 2

##### 2. Resultatmål

Der gennemføres en indsats rettet særligt mod virksomheder på Sjælland og Lolland-Falster. Hensigten er at bidrage til udvikling af nye produkter, styrke de lokale netværk og øge efterspørgslen efter produkter og oplevelser lokalt og i de større byer.

Der opstilles følgende delmål:

1. Kontakt til og dialog med grupper af netværk og virksomheder, der kan og vil deltage i de planlagte aktiviteter er etableret. Q1 2018
2. Detaljeret plan for de konkrete aktiviteter, der ønskes testet mhp. at fremme udvikling, afsætning og øget synlighed. Q1
3. Gennemførelse af mindst to konkrete aktiviteter rettet mod at styrke enten udvikling, afsætning eller profilering af produkter og oplevelser fra landdistrikterne i Københavns opland.

#### Kerneopgave 2

##### 3. Resultatmål

Der er allerede en række gode lokale initiativer/events i gang en række steder i Danmark. Disse initiativer har ofte et godt lokalt netværk og en solid forankring og opbakning fx fra lokalt erhvervsliv, kommuner mv. Med en smule bistand i form af adgang til netværk, relevante kompetencer (fx kommunikation, eventafvikling mv.) og økonomisk bistand er der imidlertid et potentiale i yderligere udvikling af disse aktiviteter.

På denne baggrund afvikles eller støttes mindst 3 events med fokus på udvikling af madoplevelser og oplevelser med kvalitetsfødevarer til turister afholdt i landdistrikterne. Der opstilles følgende konkrete delmål:

1. Udarbejdelse af bruttoliste med egnede arrangementer til videre udvikling og efterfølgende indgåelse af aftale om samarbejde. Afsluttes Q1 2018.
2. Afvikling af arrangementer finder sted i Q2-3 2018.

#### Kerneopgave 3

##### 4. Resultatmål

Der videreudvikles på et igangværende udviklingsprojekt rettet mod at skabe bedre oplevelser til turister baseret på gastronomi og kvalitetsfødevarer i tråd med den nationale strategi for dansk turisme.

Der er konkret gennemført et pilotprojekt rettet mod at udvikle en metode til kvalitetsløft af spiseoplevelser. Et "rejsehold" i form af en ekspertgruppe, der bl.a. omfatter en succesfuld kok og personer med ekspertise inden for salg og drift af restauranter eller lignende, har arbejdet tæt sammen med relevante medarbejdere på spisestederne i en række intensive udviklingsforløb over flere dage mhp. at styrke kvalitet og salg af madoplevelser på udvalgte destinationer i landdistrikterne. Fokus har været på væsentlige elementer som råvareindkøb, sammensætning af menu, arbejdsgange i køkkenet mv. Projektet har i de fleste tilfælde været en betydelig succes, men der er fortsat behov for yderligere læring og forbedring af metoden i sin helhed.

Der opstilles følgende konkrete delmål for indsatsen:

	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Rejseholdet dannes og der etableres kontakt til 2 til 3 klynger af spisesteder i de danske landdistrikter. Indsatsen koordineres med Dansk Kyst- og Naturtursime med henblik på at styrke de særligt udvalgte destinationer. Herefter forventes fremgangsmåden at være følgende: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Trin 1 er udvælgelsen af 4-6 lokale spisesteder, der ligger i et afgrænset geografisk område. Det kan fx være ved Karrebæksminde, på Djursland og rundt om Ringkøbing Fjord.</li> <li>• Trin 2 er et telefoninterview med den ansvarlige for maden på hvert af de deltagende spisesteder. Interviewet har til formål at identificere særlige ønsker/udfordringer på det enkelte sted samt at lægge en konkret plan for, hvad der skal ske derefter.</li> <li>• Trin 3 er en serie af individuelle forløb, hvor Rejseholdet sammen med det enkelte spisested arbejder med at udvikle oplevelsen på de udvalgte spisesteder et for et. Denne indsats tilpasse de særlige udfordringer og ønsker, der er hvert enkelt sted. Hvert spisested får en skriftlig plan, der kan arbejdes videre med efterfølgende.</li> <li>• Trin 4 er en fælles workshop, hvor der samles op på de individuelle forløb. Her drøftes praktiske udfordringer og de nye tanker, der er opstået i kølvandet på besøget. Deltagerne har også mulighed for at hjælpe hinanden med de udfordringer, der er fælles.</li> </ul> </li> <li>2. Mindst 12 spisesteder på udvalgte destinationer i landdistrikterne vil i løbet af 2018 gennemgå et forløb med rejseholdet.</li> </ol>
5. Resultatmål	<p>Flere lokale råvarer på spisesteder, der har mange turister som gæster, tjener en række formål:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Det styrker salget af lokale produkter</li> <li>2. Der skabes kontakter og netværk mellem producenter og kokke, der ofte bidrager til videre udvikling. Fx af nye produkter, nye afgrøder osv.</li> <li>3. Spiseoplevelsen bliver i sig selv mere autentisk. Vi spise italiensk i Italien og vi har ikke lyst til fisk fra Stillehavet, når vi spiser på havnen i Hvide Sande.</li> </ol> <p>Med henblik på at styrke denne udvikling gennemføres tre workshops med lokale producenter og restauratører.</p> <p>Der opstilles følgende konkrete delmål:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Der indgås aftale med producenter og kokke om deltagelse. Q1 2018</li> <li>2. De konkrete workshops afholdes. Q2-3 2018</li> <li>3. Der etableres konkrete aftaler om afsætning af lokale produkter til spisestederne. Q2-3 2018.</li> </ol>

Der afholdes statusmøder to gange årligt i forbindelse med de halvårslige afrapporteringer.

### 2.1.1. Formidling på Landdistriktskonferencen

FOOD skal medvirke til planlægning og afvikling af Landdistriktskonferencen 2018, der forventes afholdt i oktober. FOOD bidrager med oplæg og er ansvarlig for en break-out-session af ca. 2 timers varighed – begge dele med sammenhæng til de aftalte årlige resultatmål. Bidraget afhænger af det endelige format på

konferencen, der forventes besluttet politisk i 2. kvartal 2018., og skal kun realliseres såfremt det giver mening i forhold til den politiske beslutning om Landdistriktskonferencens format.

FOOD skal desuden holde en løbende dialog med Folketingets Udvalg for Landdistrikter og Øer (ULØ) og relevante aktører på området, herunder særligt interesseorganisationerne Sammenslutningen af Danske Småøer og Landdistrikternes Fællesråd mhp. på at sikre videndeling og synergi.

## 5. Formalia og påtegning

1. Mål- og resultatplanen indgås mellem Erhvervsstyrelsen og FOOD. Mål- og resultatplanen træder i kraft den 1. januar 2018 og gælder for hele 2018.
2. Mål- og resultatplanen kan genforhandles i løbet af kontraktåret, hvis eksterne faktorer, som institutionen ikke kunne eller burde have forudset, gør, at et eller flere resultatmål ikke kan nås. Fejlbudgettering, leverandørsvigt, leverancer fra tredje parter kan i udgangspunktet ikke i sig selv føre til genforhandling.
3. Mål- og resultatplanen er ikke retsligt bindende og fjerner ikke beføjelser og ansvar. FOOD har stadig det sædvanlige ansvar efter gældende lovgivning og hjemmelskrav, hvor budget- og bevillingsregler, overenskomster mv. følges, med mindre der på sædvanlig måde er skaffet hjemmel til fravigelse.
4. FOOD har ansvaret for overholdelse af og afrapportering på mål- og resultatplanen samt eventuel genforhandling.
5. Målopfyldelsen i forhold til mål- og resultatplanen skal rapporteres skriftligt 2 gange årligt til tilskudsgiver og skal anvise, hvilke eventuelle korrigerende handlinger FOOD vil iværksætte i forhold til at opfylde mål- og resultatplanen.
6. Endvidere henvises til de tilsagnsvilkår der aftales mellem FOOD og Erhvervsstyrelsen, der angiver de nærmere betingelser for udbetaling af tilskuddet og dets anvendelse samt angiver de krav, der stilles til regnskabsaflæggelse og revision.

København den 27/2 2018



Vicedirektør Sigmund Lubanski

København den 27/2 2018



Direktør Pelle Øby Andersen

## Bilag 1: Effektkæder for resultatmål

