

Mål- og resultatplan mellem Erhvervsstyrelsen og Food Organisation of Denmark (FOOD) 2019

Indholdsfortegnelse

1. Strategisk målbillede.....	2
1.1. Præsentation af institutionen.....	2
1.2. Mission	3
1.3. Vision	3
1.4 Opgaver	3
2. Budget.....	6
<i>Institutionens samlede budget</i>	6
<i>Budget for aktiviteter omfattet af nærværende kontrakt</i>	6
3. Årlige resultatmål.....	7
Understøttende politiske udviklingsmål	7
4. Formalia og påtegning.....	10
Bilag 1: Effektkæder for resultatmål	11

1. Strategisk målbillede

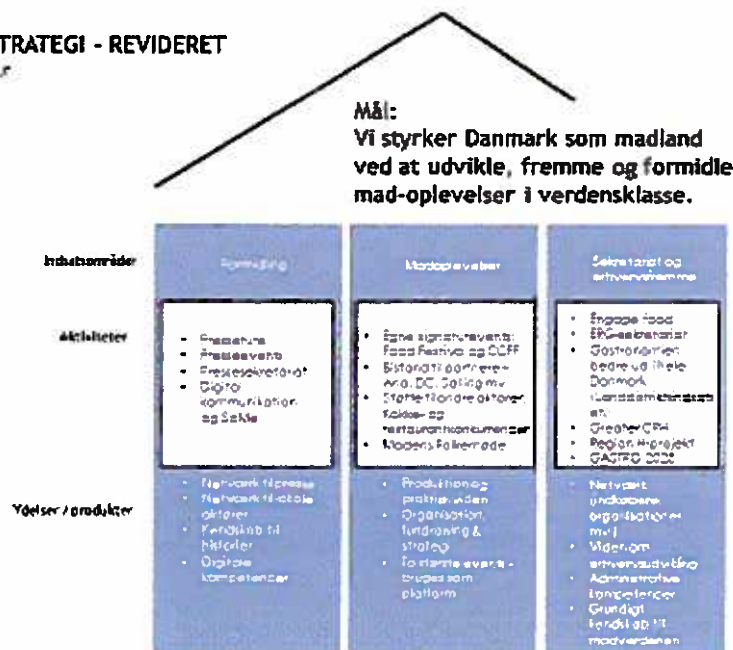
Food Organisation of Denmark (FOOD) er et offentligt-privat partnerskab stiftet som almennyttig forening på initiativ fra Erhvervsministeriet. FOOD har kontorer i Valby og Aarhus og samarbejder med en lang række offentlige og private samarbejdspartnere, der arbejder med fødevarer og madoplevelser i hele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

Medlemmerne er Erhvervsministeriet, Miljø- og Fødevarerministeriet, 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, Jeudan (Torvehallerne), DI Fødevarer samt en meget lang række andre offentlige og private partnere.

1.1. Præsentation af institutionen

FOOD 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:

FOOD'S STRATEGI - REVIDERET - strategifigur



www.foodofdenmark.dk

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 herhjemme 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 inden for produktion af kvalitetsfødevarer og madoplevelser.

1.4 Opgaver

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

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 – Formidling. FOOD skaber opmærksomhed om danske madoplevelser og kvalitetsfødevarer nationalt og internationalt**
FOOD udvikler og driver et PR-apparat mhp. løbende tilstedeværelse i de væsentligste internationale medier mv. Samtidig drives en række SoMe-platformer nationalt og internationalt. Derved skabes løbende opmærksomhed om Danmark som gastronomisk destination og som producent af kvalitetsfødevarer.
- 2. Kerneopgave 2 – Madoplevelser. Vi samler hele værdikæden og skaber dansk og international opmærksomhed om danske madoplevelser og kvalitetsfødevarer**
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 bl.a. de to største madbegivenheder i Danmark.
- 3. Kerneopgave 3 – Sekretariat og erhvervsfremme. Vi driver en række programmer for erhvervsfremme og bistår andre aktører, der arbejder med at promovere danske madoplevelser**
Med henblik på at fremme foreningens overordnede formål løser FOOD både en række sekretariatsopgaver og understøtter andre aktører inden for promovering 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.

Landdistriktspuljens midler understøtter, at FOOD inden for partnerskabets formål udfører aktiviteter målrettet landdistrikterne. Aktiviteterne er beskrevet i kap. 3, Årlige resultatmål.

I forhold til indsatsen i 2019 er her en uddybning af enkelte aktiviteter inden for rammerne af nærværende mål- og resultatplan.

Understøtte den nationale turismeindsats gennem udvikling af bedre spiseoplevelser

FOOD skal også i 2019 bidrage til udmøntningen af den nationale turismestrategi. Som led i dette arbejde arbejder FOOD på udvikling af bl.a. bedre spiseoplevelser til turister mv. i tæt samarbejde med andre centrale aktører på området som fx Horesta, lokale LAG'er og Dansk Kyst- og Naturturisme. I regi af denne gruppe gennemføres udviklingsprojekter i hele Danmark fra Lolland 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.

FOOD vil desuden i 2019 gøre en særlig indsats for at opkvalificere en række spisesteder på udvalgte danske småøer.

Indsatsen på dette område 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.

Fællesspisninger

Erfaringerne fra flere steder i landet tyder på, at der i de landsbyer, hvor der er organiserede fællesaktiviteter rettet mod alle beboere, skabes et stærkere fællesskab og sammenhold, der bl.a. er med til at gøre landsbyerne mere attraktive for fx børnefamilier. Det findes fx i udbredt grad på Djursland, hvor Det Grænseløse Køkken hver uge i sommerhalvåret samler op mod 300 lokale og tilrejsende til fællesspisning ved langborde på en mark uden for Ebeltoft.

I 2019 gennemføres et pilotprojekt, hvor vi hjælper med at etablere eller udvikle fællesspisninger i en række landsbyer rundt i Danmark. Projektet vil både omfatte en mini-kursus i mad til mange for lokale nøglepersoner samt en eller flere fællesspisninger, hvor vi sammen starter, hvad der forhåbentlig kan blive en ny lokal tradition. Projektet følger op på anbefaling nr. 17 fra Udvalget for levedygtige landsbyer, der handler om, at der skal sættes mere fokus på faciliteter og aktiviteter, der samler landsbysamfundene.

Indsats i særlige geografiske områder

FOOD vil også i 2019 sætte fokus på en række aktiviteter uden for de større byer i de danske landdistrikter. I 2019 vil der bl.a. være fokus på den jyske vestkyst, Sjælland og Lolland-Falster. 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. Minimum en madevent rettet mod at sætte fokus på lokale produkter og kompetencer. Vi forventer således at fortsætte indsatsen 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. Minimum to arrangementer der sætter fokus på vilkårene for produktion og afsætning af lokale madoplevelser og kvalitetsfødevarer i forbindelse med Madens Folkemøde på Engestofte Gods på Lolland, maj 2019.
4. Et udviklingsprojekt rettet mod at styrke den jyske vestkyst som gastronomisk destination.

2. Budget

Institutionens samlede budget

Opgaver	Omkostninger Mio. kr.	Indtægter Mio. kr.	Budget 2019 I alt
0. Hjælpefunktioner samt generel ledelse og administration	2.000.000	1.500.000	-500.000
1. Kerneopgave 1	800.000	800.000	0
2. Kerneopgave 2	9.000.000	9.000.000	0
3. Kerneopgave 3	8.700.000	9.200.000	500.000
I alt	20.500.000	20.500.000	0

Budget for aktiviteter omfattet af nærværende kontrakt

Opgaver	Omkostninger Mio. kr.	Indtægter Mio. kr.	Budget 2019 I alt
0. Hjælpefunktioner samt generel ledelse og administration	0	0	0
1. Kerneopgave 1	325.000	0	325.000
2. Kerneopgave 2	875.000	0	875.000
3. Kerneopgave 3	800.000	0	800.000
I alt	2.000.000	0	2.000.000

3. 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 i udvalgte geografiske områder. I 2019 vil der særligt være fokus på den jyske vestkyst, Sjælland og Lolland-Falster	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 tre events med fokus på udvikling af madoplevelser og kvalitetsfødevarer fra landdistrikterne.	Der udvikles og afprøves et koncept for flere fællesspisninger i landsbyer rundt i Danmark
	Der udvikles minimum to arrangementer med fokus på lokale madoplevelser og fødevarer i forbindelse med Madens Folkemøde på Lolland.	Der gøres en særlig indsats for at inddrage virksomheder fra landdistrikterne i relevante udviklingsforløb vedr. afsætning, produktudvikling, forretningsudvikling mv.

Understøttende politiske udviklingsmål

Kerneopgave 1

1. Resultatmål

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.

Der opstilles følgende specifikke mål for indsatsen:

1. Plan for gennemførelse af minimum tre presseture med fokus på de danske landdistrikter. Planen foreligger inden udgangen af Q1 2019.
2. Gennemførelse af presseture, der dækker hele Danmark. To ture gennemføres i Q2-3 og den sidste i Q4 2019.

3. Ved udgangen af 2019 foreligger mindst 15 artikler med fokus på mad- og spiseoplevelser for turister i de danske landdistrikter, og det kan sandsynliggøres, at yderligere mindst fem artikler vil blive bragt senere.

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 særskit 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 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 den jyske vestkyst, Midtjylland, 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 2019
2. Detaljeret plan for de konkrete aktiviteter, der ønskes testet mhp. at fremme udvikling, afsætning og øget synlighed. Q1
3. Gennemførelse af mindst tre konkrete aktiviteter rettet mod at styrke enten udvikling, afsætning eller profilering af produkter og oplevelser fra de udvalgte landdistrikter.

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 erhvervs- liv, 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 tre events med fokus på udvikling af madoplevelser og oplevelser med kvalitetsfødevarer fra 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 2019.
2. Afvikling af arrangementer finder sted i Q2-3 2019.

Der udvikles endvidere minimum to arrangementer med fokus på lokale madoplevelser og fødevarer i forbindelse med Madens Folkemøde på Lolland, Q2 2019.

Kerneopgave 3

4. Resultatmål

Der gøres en særlig indsats for at opkvalificere spisesteder på udvalgte småøer i regi af Rejseholdet, 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. Der opstilles følgende konkrete delmål for indsatsen:

- Der etableres kontakt til spisesteder på tre mindre øer. Q1 2019

- Der gennemføres en række forløb med de deltagende spisesteder, fiskehandlere mv. med henblik på at forbedre kvaliteten af de spiseoplevelser, der tilbydes.
- FOOD deltager i og bidrager, hvor det er relevant, med konkret bistand til arbejdet med at styrke Ø-passet.

5. Resultatmål

Der gennemføres et pilotprojekt, der har til formål at undersøge potentialet i samt udvikle en metode til at bruges fællesspisninger i landsbyer som et redskab fx til at styrke det lokale fællesskab og øge attraktiviteten hos børnefamilier mv.

1. Der etableres kontakt til 4-6 landsbyer, der har lyst til at deltage i projektet i Q 1&2 2019.
2. Metoden beskrives og afprøves på 1-2 steder i Q2 2019.
3. Metoden tilrettes og testes i yderligere 3-4 landbyer Q3-4 2019.
4. Evaluering og opsamling Q4.

5. Resultatmål

Fødevarer og madoplevelser forbinder bedre end nogen anden branche land og by. Lidt forenklet gælder, at maden laves på landet og spises i byen.

Vi vil derfor arbejde aktivt for at skabe en endnu stærkere forbindelse mellem producenter af madoplevelser og fødevarer i landdistrikterne og de kompetencer og afsætningsmuligheder, der findes i de større byer.

1. Der identificeres minimum 10 virksomheder fra udvalgte landdistrikter, der har et potentiale for øget afsætning eller udvikling. Q1&2 2019.
2. Der gennemføres konkrete forløb med de udvalgte virksomheder mhp. bl.a. styrket afsætning, udvikling af virksomheden eller udvikling af konkrete nye produkter. Q2&3 2019.

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

FOOD skal medvirke til planlægning og afvikling af Landdistriktskonferencen 2019, 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, og skal kun realiseres 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.

4. Formalia og påtegning

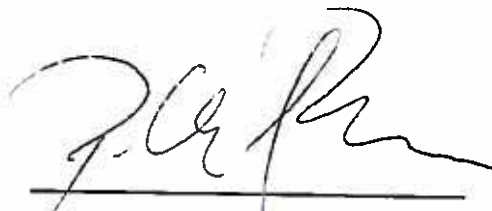
1. Mål- og resultatplanen indgås mellem Erhvervsstyrelsen og FOOD. Mål- og resultatplanen træder i kraft den 1. januar 2019 og gælder for hele 2019.
2. Mål- og resultatplanen kan genforhandles i løbet af kontraktåret, hvis eksterne faktorer, som institutionen ikke kunne eller burde have forudset, gør, 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 28/2 2019



Vicedirektør Sigmund Lubanski

København den 24/2 2019



Direktør Pelle Øby Andersen

Bilag 1: Effektkæder for resultatmål

