

1. marts 2018

## **NOTAT**

### **Afrapportering for 2017 på Mål- og resultatplan mellem Erhvervsstyrelsen og FOOD**

#### **Baggrund**

Kontrakten mellem ERST og FOOD tager udgangspunkt i FOOD's overordnede strategiske målbillede, som bygger på foreningens vedtægt. Heraf fremgår, at FOOD er 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, hvor indsatsen er inddelt i tre indsatsområder/kerneopgaver:

1. Kerneopgave 1 – skabe international opmærksomhed gennem international PR
2. Kerneopgave 2 – skabe øget national og international opmærksomhed gennem events
3. Kerneopgave 3 – at fungere som sekretariat og ”hjælpende hånd” for andre aktører der arbejder for samme formål

FOOD skal i forlængelse heraf i 2017 særligt bidrage til udmøntningen af den nationale turismestrategi, herunder varetage gennemførelsen af initiativet om ”Fødevarer som turismeprodukt”, hvoraf det fremgår, at ”Den gode historie om Danmark som gastronomiland skal styrkes og udbredes, herunder fortællinger om sunde, lokale danske fødevarer. Endvidere skal udbuddet og kvaliteten af tilbudte spiseoplevelser højnes for at forbedre turisternes oplevelser med den danske madkultur og derved styrke turisternes tilfredshed med og omtale af Danmark”.

#### **Afrapportering på konkrete resultatmål**

Mål- og resultatplanen indeholder en række konkrete resultatmål for hver af de kerneopgaver, der løses som led i FOOD's samlede strategi og nærværende kontrakt.

Overordnet er de konkrete aktiviteter gennemført som planlagt, og vi har i al væsentlighed nået de opstillede mål for 2017. I det følgende uddybes dette med en afrapportering på de specifikke mål, der er opstillet ift. hver af de tre kerneopgaver.

#### Mål for kerneopgave 1:

Der er opstillet følgende specifikke mål for indsatsen under kerneopgave 1:

1. Etablering af et netværk af partnere med godt lokalkendskab, der kan bistå med udvælgelse af emner til gode historier internationalt mv. Afsluttes Q1 2017.
2. Plan for gennemførelse af minimum tre presseture med fokus på de danske landdistrikter. Planen foreligger inden udgangen af Q1 2017.
3. Gennemførelse af presseture, der dækker hele Danmark. To ture gennemføres i Q2-3 og den sidste i Q4 2017.
4. Ved udgangen af 2017 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.

#### Afrapportering på kerneopgave 1:

Resultaterne har i det forgangne år været følgende:

- **Mål 1:** Der blev først på året identificeret et netværk af partnere med godt lokalkendskab, der ønskede at indgå i et samarbejde om at formidle gode historier internationalt. Netværket dækkede det meste af Danmark, herunder Bornholm, Vadehavet, Vestjylland, Østjylland og Nordjylland.
- **Mål 2 og 3:** Der er som planlagt gennemført tre ture med fokus på madoplevelser mm. i landdistrikterne (Nordjylland, Bornholm og Vadehavet). Der er desuden gennemført en pressetur særligt med fokus på Vestjylland og bæredygtig mad (bl.a. med eventen The Catastrophic Meal på Vestjyllands Højskole). Endelig har vi ydet sekretariatsbistand til yderligere en håndfuld journalister vedr. emner uden for de større byer.
- **Mål 4:** Arbejdet har samlet indtil videre resulteret i 27 artikler. Oversigt vedlagt som bilag.

#### Mål for kerneopgave 2:

1. Kontakt til og dialog med grupper af virksomheder eller netværk i udvalgte landdistrikter med henblik på at indgå aftale om samarbejde. Aftale indgået i Q1 2017.
2. Udvikling af koncepter og inddragelse af de relevante virksomheder. Minimum 15 virksomheder deltager fordelt på mindst to forskellige geografiske områder med tilhørende koncepter. Afsluttes Q2.
3. Koncept afprøves ved deltagelse på Food Festival 2017 i Q3.

#### Afrapportering på kerneopgave 2:

- **Mål 1:** Der blev indgået aftaler med to grupper af virksomheder/netværk fra om samarbejde mhp. fælles udvikling og test af koncept til fremme af stedbundne fødevarer og oplevelser.
- **Mål 2 og 3:** De planlagte koncepter blev udviklet og afprøvet. Der var god opbakning til deltagelsen både på Samsø og Djursland. Særligt afprøvningen af Djurslandsområdet på Food Festival var en stor succes med deltagelse af mere end 20 virksomheder/aktører: Nordisk Bryghus,

Holmegaard, Andersen Winery, Rydalsgaard, Småkageriet, Djurs Slagtehus, Pilehaven, Grenå ved Bo Varndal, Øer Is, Lille Raneladegård, Kalø Økologisk Landbrugsskole, Mariendal Mosteri, Mols Kafferisteri, Mjødgård, Nordisk Tang, Tebstrup Gedeosteri, Æbletoften, Ebeltoft Gårdbryggerim Cafè Moeslund og Madens Hus – Det Grønne Museum. Der var mere end 30.000 betalende gæster på festivalen hvoraf flertallet besøgte området.

#### Mål for kerneopgave 3:

1. Konstituering af gruppen og plan for indsatsen i 2017. Afsluttes Q1 2017.
2. Udvikling af metode til kvalitetsløft af spiseoplevelser. Et ”rejsehold” i form af en ekspertgruppe, der bl.a. omfatter en meget succesfuld kok og personer med ekspertise indenfor salg og drift af restauranter eller lignende, gennemgår sammen med relevante medarbejder et intensivt udviklingsforløb over flere dage mhp. at styrke kvalitet og salg af madoplevelser på udvalgte destinationer i landdistrikterne. Fokus vil være på de væsentlige elementer som råvareindkøb, sammensætning af menu, arbejdsgange i køkkenet mv. Der gennemføres test af konceptet i form af minimum 6 forløb, der gennemføres i Q1-3 2017.
3. I tæt samarbejde med de relevante regioner mv. udvikles og gennemføres minimum to projekter, der bygger videre på konceptet Local Cooking, der har til formål at skabe bedre/nye oplevelser med mad i de danske landdistrikter gennem øget brug af lokale råvarer på de lokale spisesteder. Gennemføres i Q2-3 2017.
4. Der gennemføres minimum to udviklings-workshops, hvor dygtige kokke kobles med producenter af stedbundne kvalitetsfødevarer fra landdistrikterne. Hensigten er at bruge kokkenes gastronomiske kompetencer til at omsætte de lokale råvarer til produkter og oplevelser, der kan sælges for en højere pris. Gennemføres i Q2-3 2017.

#### Afrapportering på kerneopgave 3:

1. Der blev etableret en arbejdsgruppe med deltagelse af bl.a. de danske regioner og en række andre relevante partnere.
2. Der blev etableret et rejsehold bestående af en ekspert i kommunikation og konceptudvikling samt en kok på Michelin-niveau. Der blev endvidere udviklet en metode (med to standardmodeller) for udvikling af bedre spiseoplevelser. Denne blev som planlagt testet ved 6 forløb på Fiskerimuseet ved Vestkysten, Fjordgården i Ringkøbing, Gjerrild Kro på Djursland, Fjordens Perle i Skive, Kommandobroen i Hvide Sande og Thunø Kro. Tilbagemeldingen fra alle de deltagende virksomheder har været særdeles positive.
3. Der blev gennemført Local Cooking i hhv. Åbenrå, Hirtshals og Holstebro.
4. Der blev gennemført en udviklingsworkshop i Odsherred i foråret og en i Sakskøbing Madhus i efteråret 2017. Begge steder med god deltagelse af lokale producenter.