



# Inspirations- & samverkansdag

”Västernorrland ska vara känt för sin goda och smakrika mat av hög kvalitet”



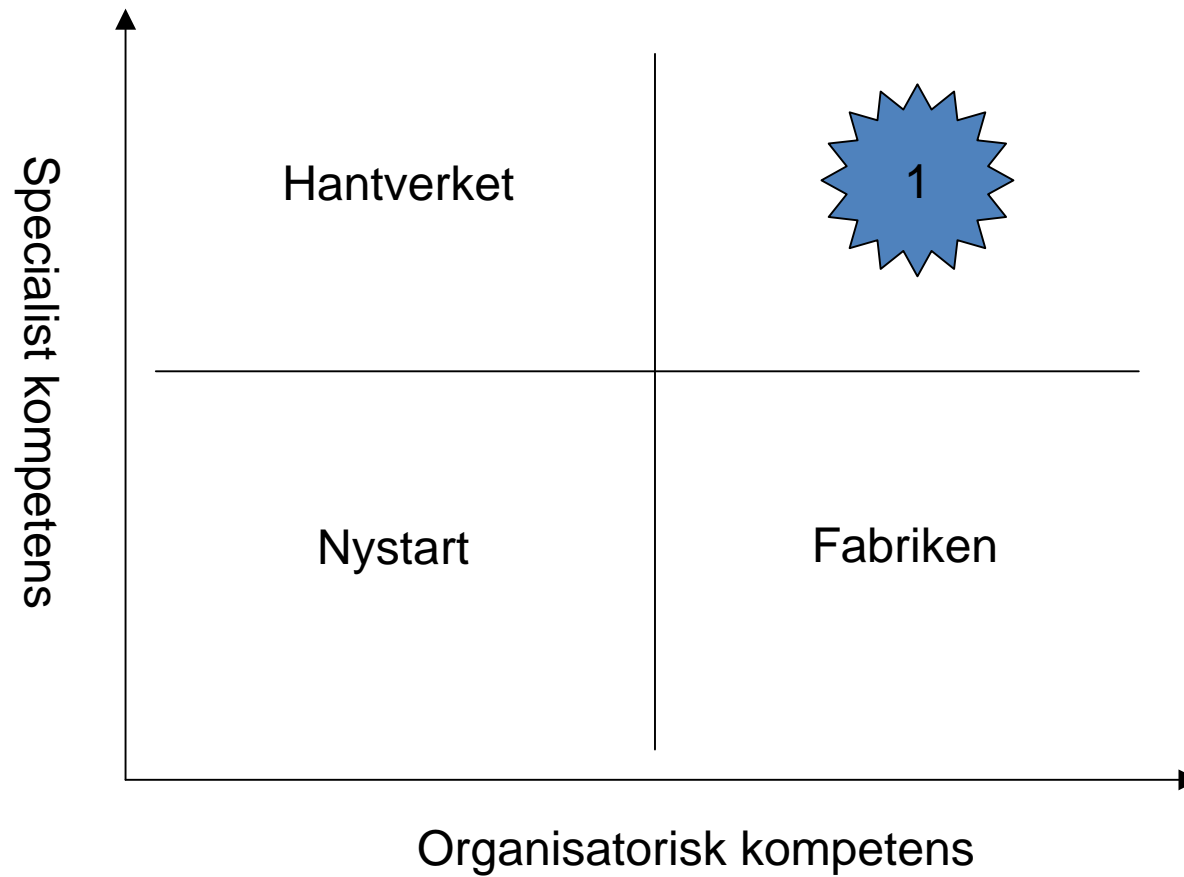
# Viktigt för Hushållningssällskapet

”Stödja landsbygdens näringar genom att initiera verksamhet och förmedla kunskap”

- Långsiktig ambition – 2020!
- Inte ett projekt
- Närhet till andra verksamhetsområden inom HS
- Forum för inspiration och nätverk



# Olika start och ambition





Syfte:

Lönsamma företag som uppskattas på marknaden och har egen förmåga att växa och utvecklas!

- Viktigt med ett konkret behov från näringen
- Stort engagemang under hela resan
- Intresset ökar för varje aktivitet
  
- 14 januari samlades ett 40 tal företag för att uttrycka sina behov av företagsutveckling, marknadskontakt och affärsmässighet



# Samordning av producenter och produktförädling

- Tillgång - och efterfrågansinventering
- Lokal vidareförädling av
  - Konsument/Butikssortiment
  - Storkök/Restaurang
  - Nästa produktled
- Slaktalternativ
- Kunskap om råvara och produkt

Öka lönsamhet.  
Äga större del av kedjan.  
Ökat ansvar för produkterna.  
Minska mellanled.



# Tillgång och efterfrågan

## - ett räkneexempel

- I länet produceras årligen ca 790 ton benfritt kött från köttrasdjur och 910 ton benfritt kött från mjölkkrasdjur. Det motsvarar 7,6 kg nötkött per länsbo. Förutsättningarna för en större produktion är goda!
- Medelsvensken äter 26 kg nötkött per år. I Norrland något mindre eftersom att vi äter en hel del vilt (främst älg). Uppskattningsvis 20 kg nötkött per person.
- 50 % av konsumtionen är importerat kött.
- Slutsats: Länets nötköttsproducenter kan idag leverera större delen av behovet och har möjlighet att ta marknadsandelar av importmarknaden.



# Marknadsföring

Övergripande syfte: Skapa trygghet och närhet i relationen mellan konsument och producent

- Kvalitetssäkring av producenter/produkter
- WEB plats – Handelsbyn
- Smaklustmässa
  - Nationell och regional(a)
- Forum Producent – Restaurang – Konsument
- Information om gårdar och producenter – lokal marknadsföring
- Västernorrlandsgården (varumärke som ägs av HS)



# Affärsmodell för försäljning

- E-handelslösning
- Gemensam logistik – enkelt för kunderna att handla
- Anbudskunskap – förmåga
- Samordning av anbud – kunna svara för flera
- Samordna deltagande på mässor och marknader
- Utveckling av spetsföretagen – nya marknader, nätverk och kontakter. Exportkunskap



# Nätverk

- Koordinator – ”en dörr in”
- Forum/Samlingsplats för företagare
- Inspiration, utbildning, rådgivning
- Sälj- och medieträning
- Studieresor
- Internationellt samarbete och erfarenhetsutbyte
- Mötesplatser för nätverken
  - Mathantverkare
  - Köttproducenter
  - Odlare
  - Café och Restauranger

Öka affärsmässighet.  
Lära av goda exempel.  
Öka samverkan.



# Innovation

- Tankesmedja
- Nya processer – äga hela kedjan - konceptutveckling
- Västernorrlands Matakademi
- Turism – gastronomiska resor och upplevelser – öppna gårdar
- Ungdomar
- Nysvenskar

Säkerställa att vi leder utvecklingen och fångar nya affärsmöjligheter



# Tidplan

2009

Förstudie

Smaklustmässa med mathantverkarna

Nötköttsproducenterna och mathantverkarna tagit initiativ till Matprojektet

2010

Jan

Framtidsverkstad med ovanstående

**Feb**

**Samverkan & Inspiration – idag**

Feb

Konkretisera projektet tillsammans med alla intressenter

Mars/April

Projektet startar