

# MATREGION

VESTFOLD OG TELEMAR

Mimir as v/ Kristin Prøven

*MIMIR*  
Endringsagenter for norsk reiseliv

## Overordnet målsetning for denne fasen

- Lande forslag til organisering og ta stilling til om dette skal være Vestfold, Telemark eller Vestfold og Telemark samt rigge til driftsfase hvor aktørene skal inn og forplikte seg.
- Etablere utvalgte kommunikasjonsiltak som viser fremdrift ihht handlingsplanen i forretningsplanen.

## Hva skal vi konkret levere i denne fasen

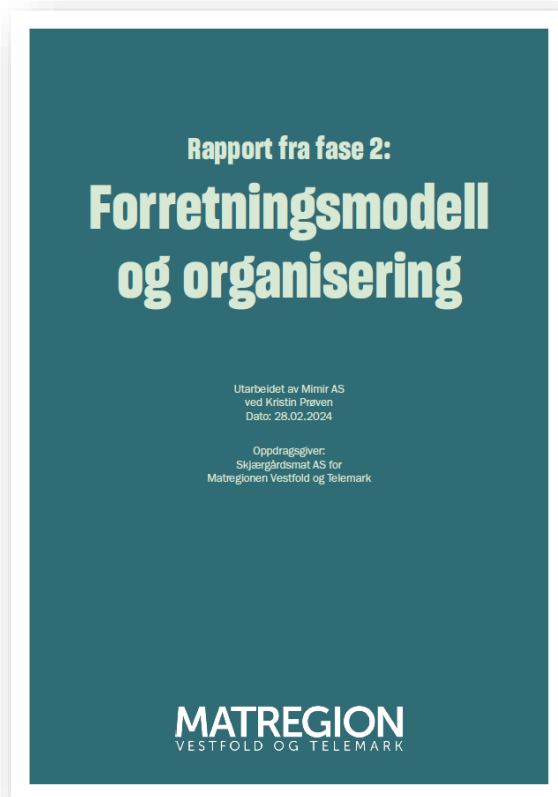
- Forankring og avklaringer gjennom møter med aktører, matnettverk og kompetansemiljøer.
- Rikke samarbeid med aktører som skal bli klare til å forplikte seg gjennom intensjonsavtaler.
- Utarbeide forslag til plan for etablering av et selskap/organisasjon som skal lede og utvikle Matregionen.
- Utarbeide oversikt over matarrangement
- Utarbeide oversikt over produsenter
- Utarbeide oversikt over matnettverk
- Innhold til web, SoMe ol.



# INNSPILLSRUNDER

## DESEMBER /JANUAR

- Innspill fra 30 ulike næringsaktører/nettverk vedr. innhold, tiltak, intensjonsavtale, organisering og finansiering
  - 6 innen reiseliv/arrangement
  - 3 innen foredling
  - 1 innen varehandel
  - 13 innen produsenter/nettverk
  - Bonde og småbrukarlaget Vestfold + Telemark
  - NKL Vestfold + Telemark
  - Bransjesamarbeid Vestfold Fylkeskommune
  - Smaken av FjellTelemark uka
  - Visit Vestfold





FORRETNINGSPLAN  
MED SITUASJONSANALYSE

# MATREGION VESTFOLD OG TELEMAR

22. juni 2023  
Mimir as v/ Kristin Prøven og Marie Bergsl.

Ana Eidsa / [Vatvestfold.com](http://Vatvestfold.com)

MIMIR

# BAKGRUNN OG RAMMEVILKÅR

Matregionen Vestfold og Telemark skal bidra til å operasjonalisere nasjonale, regionale og kommunale føringer, strategier og handlingsplaner for utvikling av mat- og måltidsopplevelser.

- Matnasjonen Norge
- Nasjonal Reiselivsstrategi 2030
- Bærekraftig reisemål og FNs bærekraftsmål
- Læreplan i mat og helse
- Oppdragsbrev fra Landbruks- og matdepartementet til fylkeskommunene:  
*«Målet er å styrke arbeidet med å utvikle sterke mat- og reiselivsregioner»*
- Regionalt næringsprogram for landbruket i Vestfold og Telemark 2019-2022
- Regional strategi for reiseliv og opplevelser 2022-2030 – Vestfold og Telemark Fylkeskommune
- Regional plan for folkehelse i Vestfold 2019-2030
- Kommunale næringsplaner

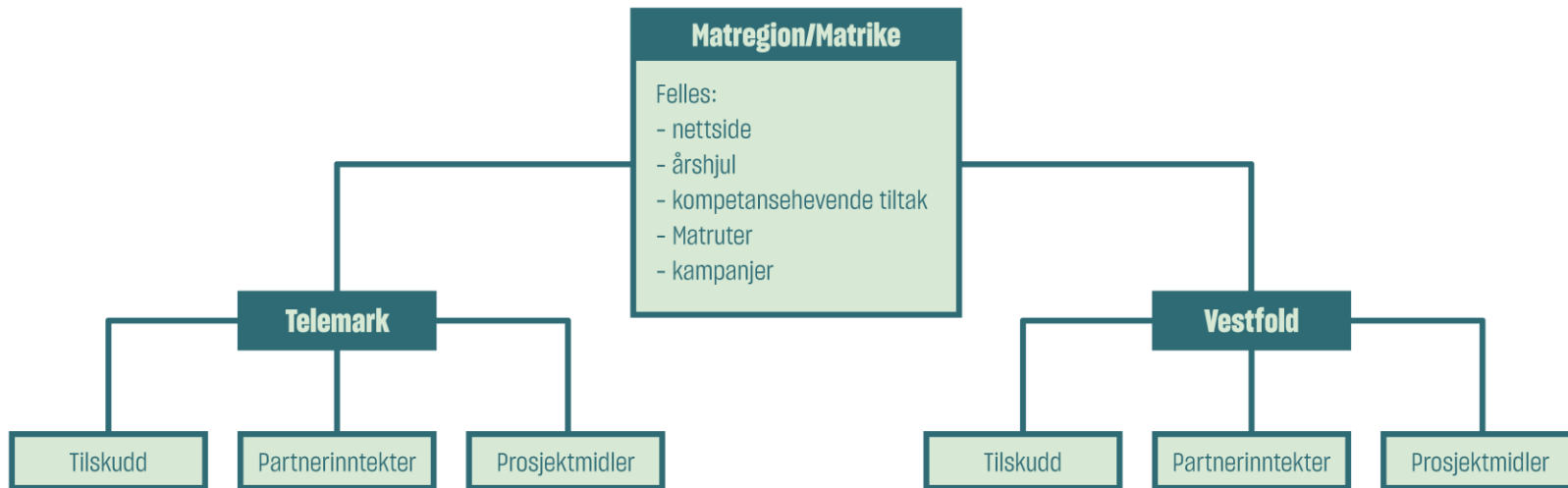
# INNSPILL til innhold og tiltak

Generelt inntrykk;

- Behovet for å øke kunnskap om lokalmat fra regionen bør prioriteres (gjennom historiefortelling som inkluderer både små og store produsenter).
- Mange av de små produsentene ønsker møteplasser
- De store ønsker å bli inkludert og bli en del av matkartet.
- Det bør fokuseres på produsentene i første omgang
  - uten produsenter, ingen matregion

# Alternativ 2: Felles satsing

Flertallet av næringsaktørene (75%) pekte på alternativ 2 som foretrukket løsning





# Organisering

Konklusjon er at Matregionen bør organiseres som en enhet i hvert fylke med en felles overbygning for å ivareta helhet, bredde og mangfold i matfatet fra fjord til fjell.

# INNSPILL til finansiering

- Generelt få innvendinger rundt foreslått bidragsmodell. Både små produsenter, reiselivsaktører og næringsmiddelindustri synes størrelse på bidrag var akseptable.
- Innspill om viktigheten av at næringsaktørene forplikter seg og at det bør undersøkes hvordan andre matregioner har løst/skal løse finansiering (f.eks. Trøndelag, Rogaland, Agder, Innlandet)

# SKISSE TIL BUDSJETT

Bidragsmodell Matregion Vestfold				
		År 1	År 2	År 3
Type aktør	Årsavgift	Ved 40 deltagere	Ved 60 deltakere	Ved 90 deltakere
Produsenter (20-50 stk)	kr 5 000	kr 100 000	kr 150 000	kr 250 000
Næringsmiddelindustri (3-6 stk)	kr 50 000	kr 150 000	kr 200 000	kr 300 000
Serveringssteder (16-30 stk)	kr 5 000	kr 80 000	kr 100 000	kr 150 000
Hoteller med servering (4-10 stk)	kr 10 000	kr 40 000	kr 70 000	kr 100 000
Matfestivaler (2 stk)	kr 5 000	kr 10 000	kr 10 000	kr 10 000
Kompetanseorganisasjoner (3 stk)	kr 10 000	kr 30 000	kr 30 000	kr 30 000
Forskning/innovasjonsmiljøer	kr 10 000	kr 10 000	kr 10 000	kr 10 000
Bidrag Fylkeskommunen	kr 1 000 000	kr 1 000 000	kr 1 000 000	kr 1 000 000
Kommuner (6 stk - kr. 3 per innbygger)	kr 760 665	kr 760 665	kr 760 665	kr 760 665
Prosjektmidler		kr -	kr 500 000	kr 750 000
<b>SUM</b>		<b>kr 2 180 665</b>	<b>kr 2 830 665</b>	<b>kr 3 360 665</b>
<b>Kostnadsbudsjett</b>				
Lønnskostnader		kr 1 000 000	1 500 000	1 500 000
Synlighet, prosjekter		kr 930 665	1 080 665	1 460 665
Andre driftskostnader		kr 250 000	300 000	400 000
<b>SUM</b>		<b>kr 2 180 665</b>	<b>2 880 665</b>	<b>3 360 665</b>

Bidragsmodell Matregion Telemark				
		År 1	År 2	År 3
Type aktør	Årsavgift	Ved 30 deltagere	Ved 50 deltakere	Ved 70 deltagere
Produsenter	kr 5 000	kr 150 000	kr 250 000	kr 350 000
Næringsmiddelindustri (3-6 stk)	kr 50 000	kr 150 000	kr 200 000	kr 300 000
Kompetanseorganisasjoner (3 stk)	kr 10 000	kr 30 000	kr 30 000	kr 30 000
Forskning/innovasjonsmiljøer	kr 10 000	kr 10 000	kr 10 000	kr 10 000
Bidrag Fylkeskommunen		kr 1 000 000	kr 1 000 000	kr 1 000 000
Kommuner 17 stk (Telemarksmodellen)	kr 656 000	kr 656 000	kr 656 000	kr 656 000
Prosjektmidler	kr -	kr -	kr 500 000	kr 750 000
<b>SUM</b>		<b>kr 1 996 000</b>	<b>kr 2 646 000</b>	<b>kr 3 096 000</b>
<b>Kostnadsbudsjett</b>				
Lønnskostnader		kr 1 000 000	kr 1 000 000	kr 1 500 000
Synlighet og prosjekter		kr 796 000	kr 1 396 000	kr 1 296 000
Andre driftskostnader		kr 200 000	kr 250 000	kr 300 000
<b>SUM</b>		<b>kr 1 996 000</b>	<b>kr 2 646 000</b>	<b>kr 3 096 000</b>

Telemarksmodellen = Grunnlag "Verdiskaping i landbruket og matindustrien i Vestfold og Telemark"

# Erfaring fra andre Matregioner

- **Agder:** bygges i regi av fylkeskommunen – 3 årig 2022-2025. Fylket finansierer min. en person videre fra 2025.
- **Innlandet:** fylket finansierer en stilling i 1,5 år (ut 2024), ambisjoner videre er ca. 2 mill. fra fylket og 3 mill. fra næring og sponsorer på sikt.
- **Trøndelag:** fylket har vært en viktig partner siden starten.
- **Rogaland:** regional matstrategi eid av fylkeskommunen.

## Matrike Vestfold og Telemark

### KUNDESEGMENT

#### Produsenter

- Landbruk
- Sjømat

#### Foredling

- Næringsmiddelindustri
- Lokalmatproduksjon
- Fiskesalgslag

#### Reiseliv

- Servering
- Hoteller
- Aktiviteter

#### Mat-arrangement

#### Varehandel

#### Kompetanse og utdanning

### KUNDERELASJON

- Primærproduksjon
- Produsentnettverk:
  - Budeieveven
  - Åkerkvinnene
  - Fruktbygda
  - Fjellmat
  - «Holmestrand»
  - Naturlig lokalt, Tønsberg
- m. fl.

- Nortura
- Findus
- Tine
- Bama
- Telefrukt
- m.fl.

- Visit Telemark
- Visit Vestfold
- Hanen
- NKL
- m.fl.

- Dyrsku'n
- Mersmak Skien
- Norsk Eplefest
- Rjukan Matfestival
- Horten Mat og Ølfestival
- Smaken av FjellTelemark UKA
- Skagerak-konferansen
- m.fl.

- Dagligvarekjeder
- Delikatessebutikker
- m.fl.

- Geitmyra
- Århus
- Skjærgårdsmat
- Opplæringskontorer
- Skoler/VGS
- Bondelaget
- Småbrukarlaget
- m.fl.

Private og offentlige initiativ må forenes for å bygge en sterk matregion!

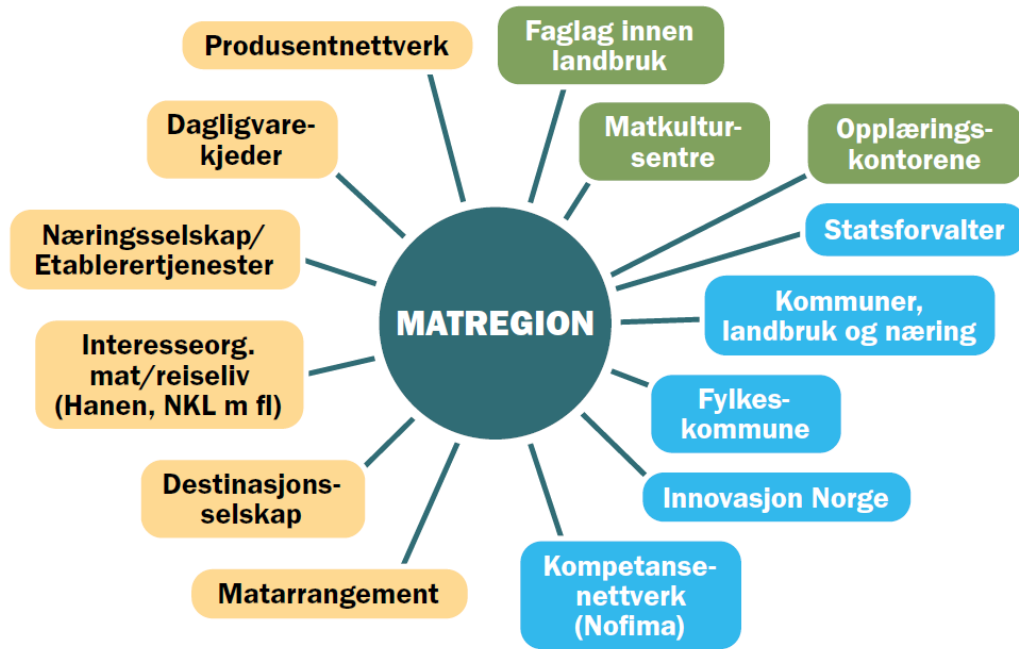
Matregionen (ny etablering) skal fylle gapene som ingen jobber med i dag;

- koordinere eksisterende initiativ på tvers
- etablere nye tverrfaglige tiltak

Fylkeskommunen representerer rammer, midler og kompetanse, og må derfor være en delaktig drivkraft i etableringsfasen for en matregion.

**PRIVAT**

# Interessenter Matregion



**OFFENTLIG**

# FORRETNINGSMODELL

**Skape:** gjøre bedriftene bedre rustet til å levere opplevelsesverdi til sine kunder, og dermed øke egen lønnsomhet og verdiskaping.

**Kapre:** Det vil være en utløsende faktor at fylkeskommunene bidrar med videre finansiering i etableringsfasen.

**Levere:** Fire innsatsområder



# MATPAKKE

## Produsentutvikling

Ansvarlig: Statsforvalter

### TILTAK

- ✓ Markedshager og prosjektet «Robust Småskala grønt»
- ✓ Nofima kurs
- ✓ Etablererkurs

# MATPAKKE

## Rekruttering

Ansvarlig: Fylkeskommune

### TILTAK

- ✓ Bransjesamarbeid (fylket)
- ✓ Smaken av Fjell-Telemark UKA
- ✓ «Ung restaurant» -NKL
- ✓ «Bærekraftig matglede til barn og unge» - Århus
- ✓ Kokkeskole – Geitmyra

# MATPAKKE

## 3 Mer lokalmat på flere fat

Ansvarlig: Matkoordinator

### TILTAK

- ✓ Produsentoversikt
- ✓ Menyforslag
- ✓ Studieturer
- ✓ Kurs -og kompetanse
- ✓ Innkjøpsstrategi
- ✓ Møteplasser

# MATPAKKE

## Merkevarebygging

Ansvarlig: Matkoordinator

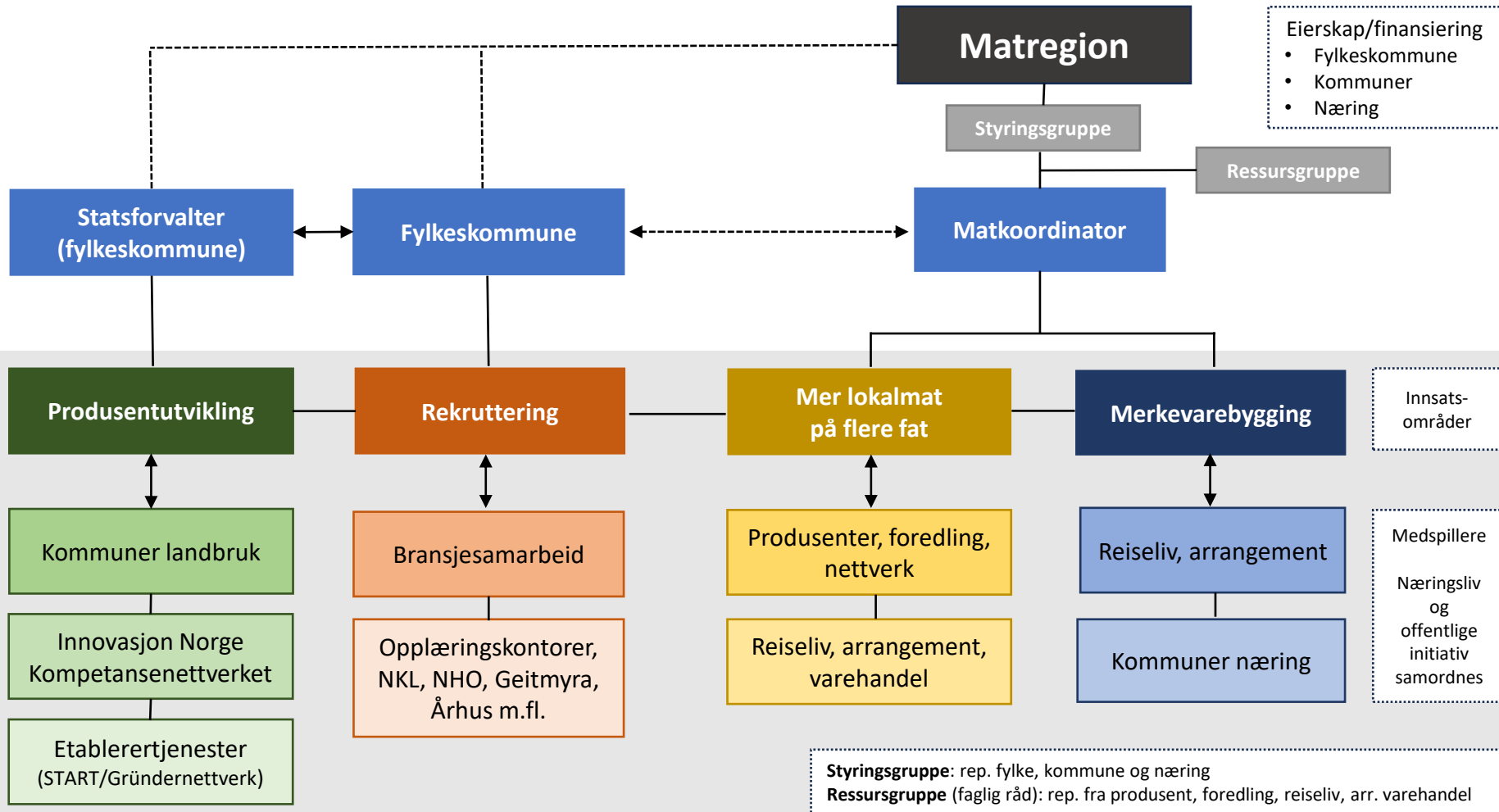
### TILTAK

- ✓ Forankring av Materklæring
- ✓ Website
- ✓ Historiefortelling
- ✓ Matruter
- ✓ Matambassadører
- ✓ Messer/matarrangement

# SAMHANDLINGSMODELL

Ansvar for innsatsområdene / Matpakkene fordeles mellom

- Fylkeskommunen
- Statsforvalteren Vestfold & Telemark
- Matregionen (nyetablerte virksomhet )



# MATREGION VESTFOLD OG MATREGION TELEMARK

Ressursgrunnlag, ulike forutsetninger og næringsstruktur vil kreve lokale tilpasninger hvor innhold innen de fire innsatsområdene vil variere ut fra lokale behov.

Som en oppstart (og i påvente av BRAK) anbefales å etablere Matregion satsingene i eksisterende organisasjoner i stedet for å starte et nytt AS eller SA.

- [Skjærgårdsmat](#)
- [Visit Telemark](#)

# Matrike Vestfold & Telemark

## Fellessatsing/koordinering:

- Merkevarebygging: markedsføring og messer/arrangement
- Mer lokalmat på alle fat: produsentoversikt, menyer, kurs, møteplasser
- Rekruttering: samarbeid om kommunikasjon
- Produsentutvikling: samarbeid om kommunikasjon og kurs

Avstemme faglig mellom fylkene gjennom fellesmøter i styringsgruppe, ressursgruppe og faste møtepunkter matkoordinatører.

## Matregion Vestfold

Avdeling i Skjærgårdsmat

## Matregion Telemark

Avdeling i Visit Telemark

# VEGEN VIDERE

- Etablere kommunikasjontiltak
- Ansette daglig leder/matkoordinator
- Finansiering og forankringsarbeid

