



gr

Konference om innovation på fødevareområdet

GRO og lokale fødevareproducenter sætter spot på
kvalitetsfødevarer, ekstraordinære oplevelser, frugtbare netværk og effektiv praksis.

Et ambitiøst fødevareprojekt

GRO – grønne regionale madoplevelser – har i perioden 2012-2014 arbejdet for at skabe vækst i Region Sjælland gennem nytænkning på fødevareområdet. Projektet har fokus på fødevarer af høj kvalitet samt udvikling og markedsføring af kulinariske oplevelser for regionens borgere og gæster.

I spændingsfeltet mellem praksis, teori og forskning har vi via udviklingsforløb, kompetenceudvikling, workshops og events arbejdet med at udvikle og fremme erhvervet i regionen med et skatkammer af kvalitetsfødevarer og oplevelsesøkonomi som omdrejningspunkt.

Fremtidens fødevareudvikling

Målet med det nytænkende projekt og samarbejdet har været at motivere og hjælpe regionens fødevareerhverv til at tænke tværgående og innovativt. Efter knapt tre års samarbejde med regionens virksomheder står det klart, at det også i praksis er en frugtbar måde at skabe nye produkter, processer og ydelser på – til gavn for både indtjening og beskæftigelse.

Bag projektet står et stærkt hold med meget forskellige kompetencer fra videns-, oplevelses- og uddannelsesinstitutioner. Aktiviteterne har været målrettet til alle fødevarerelaterede erhverv, men har

også involveret virksomheder indenfor eksempelvis turisme, design og kultur, der indirekte arbejder med fødevarer. I projektets tre leveår har GRO arbejdet tæt sammen med en bred vifte af fødevareerhverv i Region Sjælland – primært små og mellemstore virksomheder – samt en række offentlige institutioner.

Vi har taget udgangspunkt i at møde virksomhederne ud fra deres aktuelle behov og udfordringer. Alle innovations- og uddannelsesforløb har drejet sig konkret om den enkelte. Flere virksomheder er efterfølgende begyndt at arbejde mere strategisk og langsigtet med innovation og udvikling – efter virksomhedernes egne udsagn fordi de i praksis har set, at det virker og skaber værdi for dem.

Den Europæiske Fond for Regionaludvikling, Den Europæiske Socialfond, Region Sjælland og Region Sjællands Vækstforum har støttet GRO-projektet.

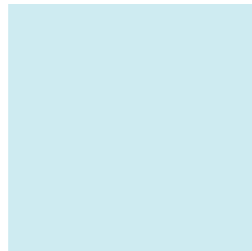
ET STÆRKT HOLD MED MEGET FORSKELLIGE KOMPETENCER

Aktører fra videns-, oplevelses- og uddannelsesinstitutioner står bag GRO-projektet:

- Grønt Center
- Roskilde Universitetscenter
- Østdansk Turisme
- Roskilde Festival
- Uddannelsescenter Roskilde
- Erhvervsakademi Sjælland
- University College Sjælland

INDSATSOMRÅDER I GRO-PROJEKTET:

1. Forretningsudvikling og branding i og uden for Region Sjælland.
2. Innovation omkring produkt-, service- og konceptudvikling: Forny fødevarerprodukter, processer, organisation, forretningsmodeller og afsætning.
3. Kompetenceudvikling i hele fødevarerhvervet: Koble innovation, forandringsprocesser og oplevelser sammen med faglighed, ernæring og produktudvikling.



Introduktion til dagen

Konferencen er skræddersyet til at inspirere producenter og andre, der arbejder med at udvikle og skabe vækst i fødevarerhvervet i Region Sjælland og på landsplan.

Vi deler ud af vores erfaringer og resultater fra projektets tre leveår, hvor vi har arbejdet sammen med mange af regionens små og mellemstore virksomheder og gennemført forskellige innovationsprocesser og uddannelsesforløb. Dagen er i GRO-ånd baseret på praksis, hvor indlæg med virksomheder fra forskellige forløb er det bærende element – og ikke mindst er der rig mulighed for at netværke og møde kendte og nye ansigter fra fødevarerhvervet og andre brancher som turisme og kultur, hvor lokale fødevarer har en vigtig plads.

HJÆLP TIL GOD INNOVATION

Inddrag og samarbejd med andre aktører. Sæt nogle scenarier op for, hvad der skal til for at udvikle og markedsføre en succesfuld forretning.

FÅ GROS HÅNDBØGER OM INNOVATION MED HJEM

Vi har produceret en serie med fem små håndbøger. Bøgerne formidler vores viden og erfaringer fra projektet, og beskriver både metoder og værktøjer og giver konkrete anbefalinger. Processer, forløb og resultater er illustreret ved hjælp af caseeksempler fra projektet.



I løbet af dagen kommer I til at:

- Møde producenter, der fortæller hvad de har fået ud af at arbejde sammen med GRO og deltage i forskellige forløb.
- Høre hvad regionens fødevarerhverv har at byde på. Herunder hvilke potentialer og udfordringer der er for fødevarerproduktionen i regionen.
- Få indblik i nye muligheder, metoder og værktøjer i forhold til at skabe succesfuld innovation, brande jeres virksomhed og produkt og bruge oplevelsesøkonomi til at styrke jeres forretning.



Rammer sender os tilbage og frem i tiden

Andelslandsbyen Nyvang er rammen for vores arrangement omkring innovation, erhvervsfremme på fødevarerområdet og samarbejde omkring lokale fødevarer. Det er et anderledes og levende frilandsmuseum, hvor I kan opleve livet og hverdagen i en lille andelslandsby som det blev levet i begyndelsen af 1900-tallet.

Nyvang fortæller historien om andelsbevægelsens storhedstid og skabelsen af den ny foreningskultur, hvor man slog sig sammen og løftede i flok. Meget af det er i tråd med de kvalitetsfødevarer, den jord-til-bord-tankegang og det samarbejde, som ifølge GRO-projektets erfaring skaber innovation og gode forretninger.

I pauserne kan I møde Nyvangs borgere, erhvervsdrivende, håndværkere og politi, og I kan gøre en

god handel i de små butikker. Klap for eksempel husdyr på husmandsstedet, smag på gammeldags kærnemælk i Søstrup Andelsmejeri eller køb alt fra klipfisk til lakridspiber i Trønninge Brugsforening og medisterpølse hos slagteren. Andelslandsbyen har også sin egen kirke og forsamlingshus.

Program

- 09.00 – 09.30** Ankomst, indskrivning og kaffe/morgenmad i Madam Blå
- 09.30 – 09.45** **Velkomst, hvorfor er vi her og netop her?**
Ved projektleder Kurt Pedersen, Uddannelsescenter Roskilde, og projektleder Lis Andresen, Grønt Center.
- 09.45 – 10.00** **Introduktion til Andelslandsbyen Nyvang**
Ved Andelslandsbyen.
- 10.30 – 12.00** **Indlæg del 1:**
Mød lokale fødevarerproducenter og GRO i andelslandsbyen. Du finder dit skræddersyede program på første side.
- 12.00 – 13.30** **Frokost i Madam Blå**
Vinderne af Local Cooking, Elmely Kro (2014) og Restaurant SuRi (2013), serverer deres vinderretter og gode historier: SuRi serverer en kold forret 'Fjorden og jorden'. Elmely Kro serverer 'Kærlighed og kanter...' forklædt som buffet.
- 13.30 – 15.00** **Indlæg del 2:**
Mød lokale fødevarerproducenter og GRO i andelslandsbyen. Du finder dit skræddersyede program på første side.
- 15.00 – 16.00** **Mød kendte og nye ansigter i Madam Blå**
Få GROs håndbogsserie og andre publikationer med hjem.

Tak fordi I kom.



Inspirerende indlæg

Konferencen har fokus på praksis, og I kan rundt omkring i landsbyen møde de indlægsholdere, der har været aktive i GRO og udviklet deres kompetencer inden for innovation. Der vil være indlæg fra fødevareproducenter, som har deltaget i innovations- eller uddannelsesforløb og brugt deres nye kompetencer og erfaringer til at udvikle deres forretninger og produkter. Indlæg fra GROs partnere handler mere generelt om GRO; henholdsvis en tv-produktion, den gode brandingstrategi og projektets resultater.

Fødevareproducenter

1. Nye solbærprodukter på markedet

Ved ejer Stig Jakobsen, Jyderodsgaard

Jyderodsgaard har i det kreative fødevelaboratorium på Grønt Center været igennem et forløb omkring innovation af solbærprodukter. Lige fra udvikling af opskrift, valg af produktionssted og produktionsmængde til hvordan det ser ud et år efter at produkterne kom på butikshylderne.

2. Convenience og blåbær

Ved blåbæravler Steen Møller, Strandegaard

Strandegaard ligger på Feddet ved Præstø Fjord, hvor der er sublime forhold til at dyrke blåbær, og høsten bliver større år efter år. Sammen med det kreative fødevelaboratorium på Grønt Center har Strandegaard udviklet nye produkter med blåbær, så forbrugerne kan nyde dem året rundt.

3. Madhus Lolland-Falster

Ved Peter Thorlin

Madhus Lolland-Falster er et lille fødevarer-netværk, der har deltaget i GROs workshop om at udvikle events og været på Roskilde Food Court. Fødevarer-netværket ser spændende muligheder i at markedsføre kvalitetsfødevarer fra forskellige landdistrikter i Region Sjælland på Roskilde Festival.

4. Faxe egnsret på Roskilde Festival

Ved Jeppe Graae, Madsynergi

Madsynergi har en vision om, at god gastronomi ikke kun skal være for toprestauranter, men også skal være tilgængelig i butikker, selskabsmad og kogeskoler. De implementerer og udvikler lokale råvarer som Faxe egnsret, der med succes har været deres spydspids i salgsboden på Roskilde Festival.

5. Eventruten

Ved Camilla Fougner, Østervang Gårdmosteri, og brygger Pia Winther Bargholz, Pinello

Ideen til Eventruten opstod og blev formet på et GRO-kursusforløb for mindre fødevarerproducenter. Eventruten er designet til at give børnefamilier lokale oplevelser med fødevarer. Ruten ligger ikke fast, men bliver planlagt til en bestemt dag, hvor den kombinerer pop-up-oplevelser på 3-4 små virksomheder i området, der tilbyder særlige, ærlige, lærerige og aktive oplevelser.

6. Livsnyder & Bonderøv

Ved ejer og kok Jens Hansen

Jens Hansen ejer Livsnyder & Bonderøv på Stevns og deltog i næsten alle GRO-kurser i foråret 2013. Han har udviklet sin virksomhed fra en cateringvirksomhed til også at omfatte kurser og oplevelser. Virksomheden arbejder tæt sammen med Stevns Fødevarer-netværk og sætter både Stevns på menuen samt giver kunderne masser af sanseoplevelser.

7. Distribution som udfordring

Ved Pia Frøslev, Urtopia, og Pia Jensen, Skovgaard

Urtopia Frilandsurter og Skovgaard Frugt og Grønt er medlemmer af Stevns Fødevarer-netværk. Ejerne af de to virksomheder har været på kursus hos GRO om distribution, der er en stor udfordring for alle mindre fødevarerproducenter i regionen. Under forløbet arbejdede de med en konkret fælles løsning for distribution af fødevarer på Sjælland og øerne.

8. Restauranter konkurrerer i Local Cooking

Ved ejer Henrik Nielsen, Restaurant SuRi i Holbæk

Restaurant SuRi har i 2013 og 2014 deltaget i den regionale restaurantkonkurrence Local Cooking, hvor omdrejningspunktet er lokale råvarer og gode historier til gæsterne. I 2013 vandt de konkurrencen med retten "Fjorden og jorden". Restauranten solgte efterfølgende 5.200 portioner af retten, og kunne registrere en omsætningsfremgang på 15 procent fra marts til oktober i vinderåret i forhold til 2012.

9. Verdens bedste mælkechokolade

Ved Mikkel Friis-Holm, chokoladeproducent

Friis-Holm er en lille familievirksomhed, der producerer og importerer gourmetprodukter af allerhøjeste kvalitet. Virksomheden er kåret som "Fremstiller af verdens bedste mælkechokolade" på den internationale chokoladefestival i London. Mikkel Friis-Holm deltog i Oplevelsesbaseret Innovationsforløb, da virksomheden vil gøre sin chokoladefremstilling på Sjælland både bæredygtig og transparent.

10. Strategi for kundeoplevelsen

Ved ejer Lene Tvedegaard, Gartneriet Toftegaard

Toftegaard Gartneri har i mange år givet sine kunder unikke oplevelser, hvilket gartneriet arbejder med strategisk. Lene Tvedegaard og hendes medarbejder Anette Wulff deltog i efteråret i et udviklingsforløb på Roskilde Universitet, hvor de over fire dage fik et teoretisk indblik i, hvordan de kunne arbejde endnu mere med oplevelsesøkonomi for at udvikle deres forretning.

GRO-projektet

11. Nordic Cookery i Østdanmark

Ved Malene Haarbo, Østdansk Turisme

I sensommeren 2013 havde Østdansk Turisme besøg af et tv-hold, der lavede optagelser i regionen til programmet "Nordic Cookery", som præsenterer dansk madkultur og livsstil. Udsendelserne bliver blandt andet vist på tv-stationerne BBC, RTL og Good Food i sommeren 2014, og når ud til ca. 80 millioner husstande i over 25 lande. Se programmet, der er med til at markedsføre kulinariske oplevelser i regionen.

12. Branding af Region Sjælland

Ved Poul Dines, Roskilde Universitet

På baggrund af den platform, som GRO-projektet har skitseret, og en lang række interviews med aktører på fødevareområdet, giver Poul Dines anbefalinger til opmærksomhedspunkter i forbindelse med en brandingstrategi for Region Sjælland. Herunder hvad en fælles strategi for lokale brands skal indeholde og de kritiske elementer, der er i forbindelse med at gennemføre en strategi.

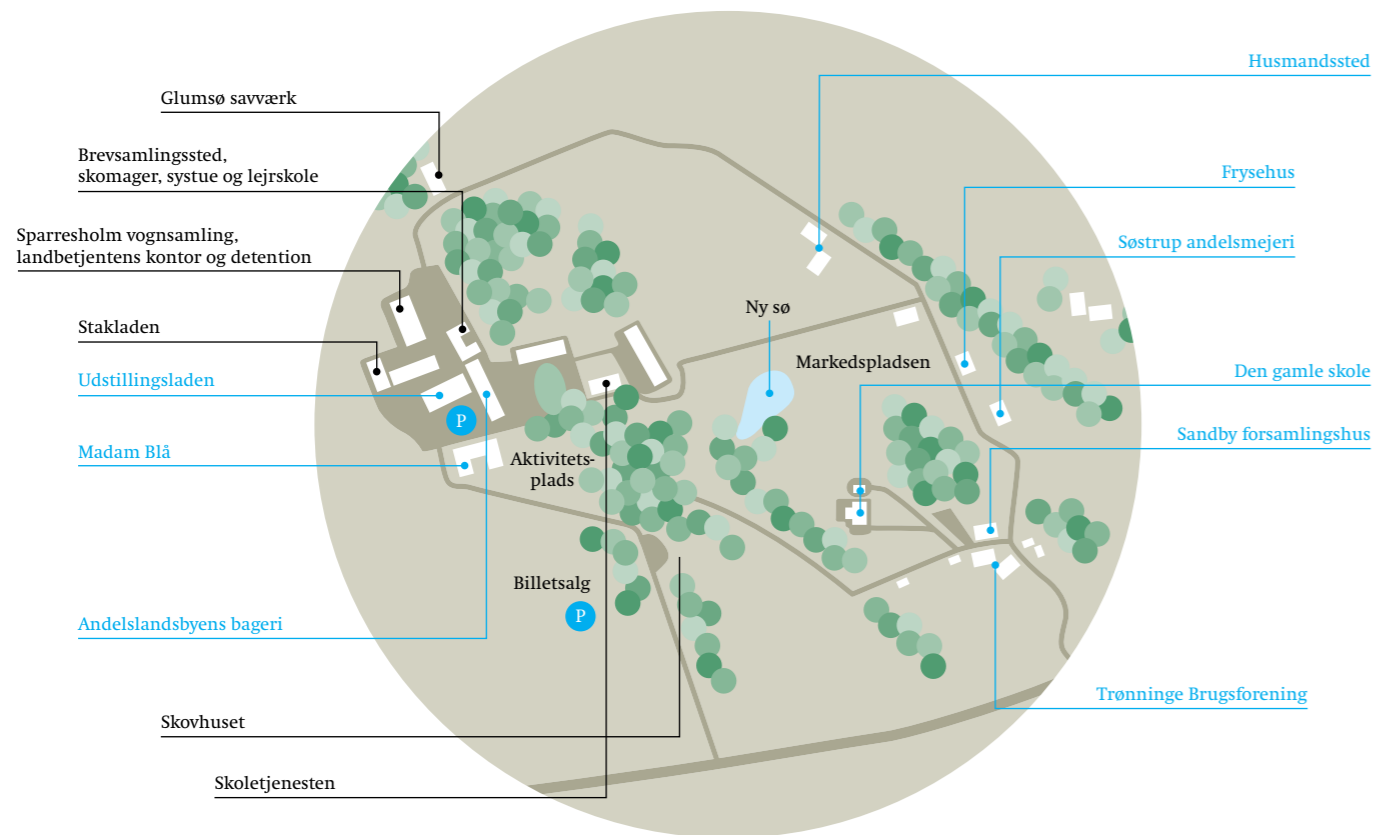
13. Har GRO nået målet?

Ved Stefan Brendstrup, LB Analyse

LB Analyse og ph.d.-studerende Safania Eriksen fra Roskilde Universitet har evalueret GROs aktiviteter i de tre år som projektet har kørt. Stefan Brendstrup fortæller om resultater, og om der fortsat er potentiale i Region Sjællands fødevareerhverv.



Kort over landsbyen



• Lokationer markeret med blå er værtssteder for indlæg

Fem håndbøger til praksis

Action learning – Nye kompetencer skaber innovation

Bogen omhandler Action learning – en praksisorienteret læringsmetode til innovationsprocesser, hvor kursister aktivt handler på hverdagens udfordringer, samtidig med at de reflekterer og danner deres egne erfaringer undervejs. GROs kurser og workshops har både handlet om at skabe nye forretninger og samarbejder for virksomheder og om at klæde offentlige institutioner på til at levere nye og sundere madoplevelser. Fælles for alle forløb er, at kursisternes kernekompetencer er blevet suppleret med nye kompetencer inden for bl.a. markedsføring, distribution og kundeoplevelser. Vi mener det er her mulighederne for at skabe innovation skal findes.

Det kreative fødevarerlaboratorium – Gode forløb med produktinnovation

Bogen opridser erfaringer med innovation i produktudvikling til producenter og andre, der har interesse i at udvikle nye og optimere eksisterende fødevarerprodukter. Vi anbefaler gode processer og nemt tilgængelige teorier og giver eksempler fra praksis – alt sammen med relation til arbejdet i Det Kreative Fødevarerlaboratorium på Grønt Center. Vores innovationsmodel går hele vejen fra at kortlægge markedet til at beskrive det produkt, der skal sættes i produktion. Afsættet er helt nye produkter, hvor man starter fra bunden med at skabe selve opskriften – men modellen kan også bruges til at udvikle afledte produkter og optimere produkter, der allerede er på markedet.

Branding – Fælles brandingstrategi for fødevarerhvervet i Region Sjælland

Med afsæt i fremtids- og vækstmuligheder beskriver bogen de erfaringer og muligheder, der er i forhold til at finde en fælles brandingplatform for fødevarerhvervet i Region Sjælland. Brandet skal være med til at udvikle forretningen for regionale produkter og koncepter på en måde, så flere sunde, velsmagende og bæredygtige regionale fødevarer og måltider bliver tilgængelige for borgere, institutioner og virksomheder i og uden for regionen. I bogen definerer vi vores måde at bruge brandingbegrebet på, og præsenterer og tester tre forskellige scenarier for branding af regionens fødevarer og anbefaler strategien "smag-oplevels-opdag".

Udvikling og markedsføring af madoplevelser – Om at give turister det, de efterspørger

Bogen redegør for erfaringer med at udvikle og markedsføre madoplevelser. Indholdet er målrettet til virksomheder, organisationer og uddannelsesinstitutioner, der arbejder med fødevarer, gastronomi og turisme. Andre med interesse i at udvikle og markedsføre fødevarerrelaterede oplevelser – gerne på tværs af faggrupper – kan også blive inspireret. Med den regionale restaurantkonkurrence "Local Cooking" som case, kommer vi rundt om arbejdet med effektiv markedsføring - fra den gode idé til nye oplevelser og videre til event management og storytelling om mad og steder.

Oplevelsesbaseret innovation – En guide til strategisk arbejde med kundeoplevelser

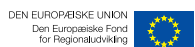
Via erfaringer fra virksomhedsnære innovationsforløb giver bogen en introduktion til oplevelsesbaseret innovation og forretningsudvikling. Vi beskriver hvordan virksomheder kan nytænke deres forretning, hvis de arbejder strategisk med oplevelsesbaseret innovation. Det gælder også virksomheder, der ikke primært er oplevelsesvirksomheder. Bogen præsenterer værktøjer og metoder, som kan bruges til at udvikle og understøtte innovationsprocesser – fra den spæde idé til praksis. Den viser givningerne ved at involvere og få støtte fra eksterne aktører, så man slipper fri af vanetænkning og får øje på nye udviklingspotentialer.

Udgiver: GRO grønne regionale madoplevelser / Fotos: Ricky Molloy, Østdansk Turisme og Grønt Center.
 Redaktion & grafisk design: Toft & Tingkov / Tryk: Kandrup Bogtrykkeri / Oplag: 200 stk.

Denne publikation er udarbejdet af: Lis Andresen og Vibeke Toft

Kontaktoplysninger:

Grønt Center, Det Kreative Fødevarerlaboratorium, Maribovej 9, 4960 Holeby / W grencenter.dk / E mail@grencenter.dk / T 54 60 70 00



Vi investerer i din fremtid