

# Sluttrapport for forprosjektet 'Smaken av Nordhordland'

## Bakgrunn

Dei siste åra har me frå sentralt hald opplevd ei markant auke i ulike tiltak og prosjekt som skal medverke til å styrke distrikta og lokalsamfunna. Kårbø i Meland vart i 2008 ein av dei 3 første hovedprosjekta i livOGlyst satsinga. Her fekk ein sett fokus på kva verdiar og ressursar ein kan ha i sitt eige nærområde. For mange vart det ein "vekkar" at det kom folk utanfrå og oppdaga ressursar og verdiar som ein sjølv knapt hadde lagt merke til tidlegare. Dette medverka til å skapa ein positiv stigande spiral med styrking av identitet og gode kjensler for bygda. Negative eller nøytrale element vart snudd til noko positivt. Ein attgrodd kjerreveg vart til ein flott kulturveg med rik historie, ein liten villsau vart til utsøkt råvare etterspurd for sine unike kvalitetar, silda vart trekt fram att som symbol på vekst og velstand. Ein såg at mange rett og slett var meir stolte av heimstaden og bygda si.

Etter kvart har det dukka opp mange ulike prosjekt i regionen. Det siste store er Biosfære prosjektet der ein skal prøve å sjå regionen samla og arbeide mot berekraftig utvikling basert på området sine ressursar.

I mange av desse tiltaka vert eit tilbod av mat basert på lokale råvare og tradisjonar trekt fram som ein viktig del og ein suksessfaktor. Med forprosjektet "Smaken av Nordhordland" har me ønskt å retta fokus på lokalmat. I dag er det stor underdekning av mange lokalmatprodukt og spesielt produkt frå råvare som me har mykje av i Nordhordland. Me ser i det heile eit stort potensiale for vekst i regionen dersom me evnar å foredle meir av våre eigne råvareressursar.

## Visjon

"Smaken av Nordhordland" sine visjonar dei neste 3-5 åra:

- Me har eit mangfald av ulike produkt frå regionen.
- Det har etablert seg 10 nye produsentar og skapt nye arbeidsplassar.
- Me har bygd opp vår eigen merkevare.
- Det er etablert eit nettverk av produsentar og andre aktørar.
- Det er organisert eit nettverk for grunderhjelp.
- Lokalmatklynger er lokalisert i ulike deler av regionen.
- SN medverkar til styrking av reiseliv – landbruk – fiske – og regionen generelt.

## Mål

Løfte fram gründarar i Nordhordland som ønskjer å skape næring basert på lokal mat. Det langsiktige målet er å bygge eit godt og lønsamt nettverk av produsentar og tilbydarar i regionen. Effekten og det prosjektet ønskjer å bidra til på lang sikt, er å gjere produsentar synelege, lokalmat tilgjengeleg og gjere Nordhordland sin mat og mattradisjonar kjend i lokalmarknaden, Bergensmarknaden og i Norge.

## Kva er "Smaken av Nordhordland"?

- Historia om landskapet, garden, fjordane og oss sjølve
- Råvarene
- Oppskrifter, tradisjonar, miljø
- Kvalitet, friskt og reint, miljøvennleg, økologisk
- Design på produkta. Innpakning.
- Salgsprofil
- Stoltheit til produkt og stad

## Innhald i forprosjektet

Forprosjektet skal ha som mål å:

**Kartlegge** produkt og produsentar av lokalmat i Nordhordland. Få eit heilskapleg bilete av heile verdikjeda.

**Mobilisering / Nettverksbygging:** Arrangere to nettverksmøter for inspirasjon og gjere prosjektet kjend og interessant

Skape open dør inn til prosjektleiinga. Rettleiing og formidlingsteneste i høve til ulike behov for kompetanse.

**Kurs:** Dette vert avklart etter første samling, der behov vert avklart. Vi har fleire tema vi tenkjer kan vere aktuelle og som vi kan lage til: t.d. etablerarkurs, Vegen til å bli lokalmatprodusent, krav frå mattilsynet, osb

Evaluere behovet for eit hovudprosjekt. **Utarbeide prosjektplan** for hovudsøknad

## Organisering

Initiativtakerane til prosjektet er Team Nordhordland, der Nordhordland Utviklingsselskap IKS, Meland Landbrukskontor og Nordhordland Næringshage AS er i styringsgruppa.

## **Oppsummering frå møtet i mai**

*Møte var halde i Nordgardsløa på Frekhaug. Det var om lag 15 personar med ulik bakgrunn som møtte opp. Fleire deltakarar hadde med smaksprøvar frå eiga drift, m.a brød, karamellpudding, spekepølse og spekelår.*

*Laila ønskte alle velkomen og informerte om prosjektet.*

*Gunnar Nagel-Dahl, matattache hjå Fylkesmannen i Hordaland fortalde om moglegheitene for dei som ønskjer å satse. Han viste m.a. til statistikk som synte at det er underproduksjon på produkt frå m.a. storfe, sau, økologisk og grønnsaker. Fylkesmannen ønskjer å støtte spesielt opp om dei som vil satse og ekspandere verksemda.*

*Ørjan Daae frå Frøyseth samdrift holdt eit flott innlegg om drift og planar på garden. Dei ønskjer m.a. å satse meir på reiseliv og mat.*

*Vigleik informerte om kva prosjektet kan bidra med, open dør filosofi og lufta nokre tankar og kva som er "smaken av Nordhordland".*

*På slutten av møtet vart deltakarane inviterte til å koma med innspel til prosjektet.*

*Vigleik kontakta produsentane veka etter for utfyllande informasjon.*

*Innspel til prosjektet:*

- *Korleis kome i gang med produksjon?. Støtteordningar. Lover og reglar.*
- *Aktuelle kurs. Produksjon. Mattilsynet.*
- *Besøk til andre småskala produsentar.*
- *Felles møtestad, torg, utsal. Ein stad del folk møtes, for eksempel Knarvik.*

## **Oppsummering frå møtet i september**

13 stk hadde vart henta med båt på lo kaien, og me vart tatt i mot av Monica og Vigleik Ypsøy som m.a driv gardsrestaurant. Vigleik er prosjektleiar for forprosjektet.

Sidan det var mange nye fjes starta ein med presentasjonsrunde og ei kort orientering om prosjektet. Kari Evensen Natland leia kvelden og fortalte litt om eit spanande Biosfæreprosjekt som er under arbeid i Nordhordland.

- Vigleik fortalte litt om den Gylne Omvei i Trøndelag og korleis dei har jobba fram ei opplevingsløype mellom anna basert på lokalprodusert mat. Sjå link <http://dgo.no/>
- Silje Namtvedt som er dagleg leiar på bondens marknad fortalte at dei ynskte meir grønnsaker, egg og økologisk mat i tillegg til større utval av kjøtt. Lokal produsert kylling mangla. Det er bondens marknad 2 gongar pr. månad i Bergen Sentrum.

- Vagleik har vore i kontakt med Knarvik senter og dei hadde stor interesse av å få meir lokal mat i sine butikkar eller på torget. Det var delte meiningar om ein skulle arbeida vidare med dette, eller heller sjå på høve for ein felles utsalsplass anna stad i området.

### **Ostedamo frå Samnanger**

Bente Getz frå osteeventyret i Samnanger heldt eit inspirerande innlegg der ho delte sine erfaringar med å starta opp som lokalmatprodusent. Ho overtok eit bruk i 2005 som hadde vore nedlagt i 50 år, og starta med ganske lite erfaring og 70 daa jordbruksland. Etter fleire års arbeid fekk ho godkjent ysteri og med 3 kyr og nokre melkesauer omset ho i dag for 1,5 millionar mellom anna ost, bollar, karamall m.m. Ho hadde med seg ei rekke produkt som me fekk smaka på – Osten Sterke Nils med chilidipp var absolutt ein favritt hjå underteikna. Produkta sine sel ho på bondens marked marknad, i utvalgte restaurantar og samvirkebutikken Laga, som ho var med å starta i 2011. Her er både lokalmat og husflidsarbeid, og dei kjøper produkt av andre produsentar.

Nokre gode tips som vart fanga opp

- Kunnskap er kjempeviktig-du må vita kva du heldt på med.
- Prøveproduksjon-la folk få smaka det du heldt på med. Er lov, før du har fått godkjente lokaler, når du ikkje tek betaling
- Den gode historien om produkt og produsent er viktig
- Bruk pressa til å markedsføra produkta dine, og grip dei moglegheitene som kjem
- Restaurantane ventar på at fleire lokalmatprodusentar skal tilby varene sine
- Du får ikkje naboen til å kjøpa lokalmat, men bygensarane er gode kundar
- Ho var lykkeleg som liten – og ville ikkje bli stor

### **Innspelsrunde rundt bordet: Suksesskriteriar for prosjektet**

- Invitera grundarane av Røros meieriet hit for å dela sine erfaringar. Treng ikkje finna opp kruttet på nytt, men læra av andre
- Det manglar synleggjering av det som allereie finst av mat, overnatting m.m – saknar ein struktur/paraply
- Kva vil me – treng kvalitetskriteriar for produkta som skal kunna kalla seg smaken av Nordhordland
- felles utsal konsentrerer utvalget. Kunna fortelja den gode historia, nærleiken til produsenten.
- Utsal må vera utanom kjøpesentera på ein godt synleg stad nær hovedveg
- Kanskje torgsal ein gong pr. mnd i Knarvik eller omegn. (Isdal vart nemnd)
- Det er mangel på produkt frå havet
- Invitera Margrethe Wold frå mattilsynet og/eller Innovasjon Norge på neste samling for å sei litt om kva ting ein bør tenkja på når ein skal planlegga produksjon/lokale

- Ynskjeleg at det vert sendt ut liste med namn og epost for dei som har delteke, samt referat frå kvart møte
- Møta bør flyttast rundt hjå dei som produserer slik at ein vert kjent med kvarandre og produkta. Forslag til stad for neste samlingar var Radøystova og Alver Hjort
- Tilbod frå Heilt Originalt på Lindås. Dei som ville prøva varene sine i markedet kan få delta på Julegata på Nedre Lindås. Kontakt Elisabeth.

## **Deltaking i prosjektet til no**

Arve Gjellesvik, Radøystova

Leif Jan Fosse, gardsbruk i Meland

Lars Øyvind Hillestad, Alver Hjort

Ruth Hillestad, Alver Hjort

Kjersti Lill Eikeland, Ikeland Gard

Elisabeth Tonheim, Heilt originalt

Aleksander Helle, gardsbruk i Meland

Julie Helle, gardsbruk i Meland

Kristin Mestad, Kafédrift / butikk

Kristin Alver Hordnes, Kafédrift / butikk

Silje Namtvedt RR, leiar for 'Bondens marked'

*Ørjan Daae, Frøyseth gardsmat, 5986 Hosteland*

*Kjelstraumen Vertshus, 5943 Austrheim*

*Snorre Waage, 5917 Rossland*

*Åsheim smått og godt, Camilla Ramsvik, 5913 Eikangervåg*

*Troppå Gard, Wencke Pettersen, 5918 Frekhaug*

*Øystein Sørhaug, næringssjef Lindås og Austrheim kommune*

*Arild Aase, 5916 Isdalstø*

*Solund Mat AS, Øyvind Lending, 6924 Hardbakke*

*Aktiv i Modalen, Liv-Anne Aanesen, 5729 Modalen*

*Sansetunet, Jan Atle Tvedt, 5917 Rossland*

*Helge Husebø, 5917 Rossland*

## **Matkulturfestivalen i Hardanger**

Prosjektleder og 2 personer i styringsgruppa deltok på matkonferansen i Eidjord fredag 17. oktober. Her var det sett fokus på to viktige tema, det å arbeide smart saman i nettverk og matkultur i eit framtidsperspektiv for lokalmatprodusentar.

Rørosmat og Røros hotell stilte med to personar som informerte om samarbeidet i Rørosregionen. Der har dei klart å skapa eit moderne mateventyr. Dei meiner at hovudårsaka til at det har fått til dette er todelt. For det første har dei fått til eit godt samarbeid mellom aktørane og for det andre har dei klart å skapa verdier frå eigne ressursar.

I samarbeidet er "Ein for alle og alle for ein" eit sentralt tema. Det er ikkje grunnlag for å sjå på kvarandre som konkurrentar. At det for eksempel er 10 produsentar som lagar spekepølse har vist seg å ha ein positiv effekt for alle. Sal avlar sal. Nokre få prosent av omsetninga kjem på gardsutsala, resten går via eit sentralt lagar som distribuerer produkta ut til kundane.

Dei har også vore nytenkande når det gjeld å bruke eigne ressursar. Overskot av egg har f. eks. vorte nytta til produksjon av is. Isen har fått lokale smakar ved at dei har tilsett frukt og bær som naturleg veks i området. Produkta er pakka inn i prisløna design og vert presentert på godt synleg areal på ulike utsalgsstader. Prismessig ligg produkta deira noko over tilsvarende produkt i marknaden. Deira salgsargument er m.a.: Småskala – kvalitet – unikt – miljøvenleg – lokalt – stoltheit til produkta – berekraft .

På Røros er det tydeleg at samarbeid og produkt kryssar kvarandre på ulike område. Eksempel på dette er samhandlinga mellom gard, transportselskap og hotell.

Turen ga oss inspirasjon og me ser at mykje av det dei har gjennomført på Røros kan me også på sikt få til i Nordhordland. I regionen har me også eit potensiale med foredling av råvarer frå havet og me har ein stor Bergensmarknad like utanfor stovedøra.

### **Vegen vidare**

Forprosjektet "Smaken av Nordhordland" har gjeve oss auka kunnskap om lokalmat. Me har sett at kreativ og marknadsorientert bruk og foredling av lokale ressursar kan medverke til positiv utvikling av lokalsamfunna. Positive tilbakemeldingar lokalt på prosjektet har også gjeve oss inspirasjon til vidare arbeid.

I Nordhordland har me alt som skal til for å kunne skape framtidig livskraftig næring av lokalmat.

## Hovedprosjekt

Me ønskjer no å ta erfaringane og lærdomen frå forprosjektet med vidare inn i eit hovedprosjekt.

Då er det desse 3 strategiane me finn det naturleg å arbeide vidare mot:

- Skaping av merkevara "Nordhordland".
- Nettverksbygging mellom ulike aktørar og grupper av aktørar.
- Bygging av ein solid plattform for grunderhjelp.