

Smaken av Nordhordland

Prosjektbeskriving

I Nordhordland har vi alt som skal til for å kunne skape framtidig livskraftig næring av lokalmat. Vi har historia om landskapet, gardane, havet og menneska samt råvarene, oppskriftene, tradisjonane og den handlingsborne kunnskapen. Smak av Nordhordland set eit etterlengta fokus på Lokalmat frå Nordhordland. I merkevara legg vi også kvaliteten på produkta, stoltheita og den «nordhordlandske» strileidentiteten. «Smak av Nordhordland» vil jobba med utvikling av bygdenæring, samt lokalmat i Nordhordland, der vi vil byggja merkevara «Smak av Nordhordland». Prosjektet er tufta på målsetting, delmål og aktivitetar som vart forankra gjennom arbeidet i forprosjektfasen. Innspel som har komen fram gjennom forprosjektet er mellom anna trong for gründerhjelp, bedriftsutvikling, kompetanseheving, felles arena for sal og møtestad. Det er ønskje om studiereiser til andre stader der dei har komen lengre med utvikling av lokalmat og felles mål. Det kom også innspel på at det manglar ein felles struktur/paraply for kva som finst av lokalmat og opplevingsstader i Nordhordland. Det er no stor entusiasme til arbeidet med å identifisere og byggje merkevara «Smak av Nordhordland». Visjon for arbeidet: «Nordhordland sin mat og matkultur er kjend og tilgjengeleg gjennom samarbeid mellom synlege og stolte aktørar». Forprosjektet har avdekt at det er trong for koordinering og systematisk, kontinuerleg arbeid om ein skal lukkast i satsinga. Den er avgjerande å få på plass ein prosjektleiar som kan ta seg av drift og framdrift i prosjektet.

I prosjektplanen har vi fem strategiar for å nå måla:

- Klyngeutvikling
- Kunnskapsutvikling
- Synleggjering
- Utnytte synergieffektar
- Inkluderande organisering

Det er vidare lagt stor vekt på samhandling i prosjektet og vi har som mål å få eit utstrekt samarbeid med ulike aktørar som styrker satsinga og på same tid vil gje synergjar til andre næringar / aktørar.

Kontaktopplysningar

Søkjjar/prosjekteigar:

Nordhordland Utviklingsselskap IKS

Kvassnesvegen 23

5914 ISDALSTØ

Epost prosjekteigar: post@nordhordland.net

Kontaktperson:

Kari Evensen Natland

Kvassnesvegen 23

5914 ISDALSTØ

Mobil: 48 07 09 72

Prosjektlear:

Hildegunn Opdal (Nordhordland Næringshage)

Mastrevik Torg

Sætre marka 1

5943 Austrheim

Mobil: 48255530

Bakgrunn

Gjennom mobilisering, rekruttering og kompetansetiltak samlar vi produsentar i Nordhordland til felles nettverk. Vi har gjennomført eit forprosjekt der vi kartla interessa for ei lokalmatsatsing, avdekka dei ulike aktørane sine ønskjer og behov, og vi har gjennomført ein del nettverksamlingar. Desse samlingane har hatt to mål: at aktørane skulle bli kjende med

kvarandre og at vi saman skal avdekke potensialet for moglegheitene vi står ovanfor og lysta og vilja til å satse. Vi har samla erfaring frå mobiliseringa, forprosjektet, verdas lengste lokalmatbord (liv&lystprosjekt i Lindås-bygda), Konge-lunsj (våren 2016, der Nordhordland var representert) og nettverksamlingar. Ein viktig del av forprosjektfasen var å avdekke behov til kva mål og aktivitetar som skulle prioriterast i eit hovudprosjekt, dette er no skildra i kapittelet «prosjekbeskriving» og i aktivitetsplanen.

Prosjektmål

Overordna mål i prosjektet er næringsutvikling basert på dei blå/grøne ressursane i regionen:

- Fleire produsentar og større mangfald av produkt til marknaden.
- Auka kompetanse og nytenking for betre kvalitet og lønnsemd.

Delmål

1. Klyngeutvikling. Etablere livskraftige nettverk mellom produsentar, tilbydarar og salsledd. Leggje til rette for forretningsmessig samarbeid.
2. Kunnskap. Auka kunnskap om matproduksjon, entreprenørskap, og Nordhordland sine mattradisjonar.
3. Synleggjering. For å bidra til auka lønnsemd vil vi gjennom ulike verkemiddel synleggjere og kople produsentane med andre aktørar i matverdikjeda slik at produkta når fram til kunden.
4. Utnytte synergieffektar. Gjennom samarbeid med andre regionale og lokale satsingar, prosjekt og aktørar.
5. Organisering. Prosjektet skal organiserast slik at det er godt forankra hjå alle aktørane, kommunane og politisk leiing i regionen.

*Sjå program for 2019 å sjå kva desse delmåla vil sei i praksis (Vedlegg 1).

Forankring:

Gjennom forprosjekt og nettverkssamlingar har vi om lag 50 aktørar som har vist entusiasme for prosjektet. Smaken av Nordhordland vart presentert for regionrådet 30. september og dei gjorde følgjande vedtak: Regionrådet synest «Smaken av Nordhordland» er eit spennande og viktig prosjekt som kan vera med å auka identiteten og omdømmet til regionen. Mat, kultur og opplevingar vil vera viktig i arbeidet med å løfta reiselivet i regionen, og høver saman med at ein no ynskjer å organisera dette saman med Bergen Reiselivslag og kysteventyret. Regionrådet set stor pris på at næringa er sterkt inne i matprosjektet. Regionrådet ønskjer ei større felles satsing på lokalmat i regionen, og stiller seg bak ein prosjektsøknad for «Smaken av Nordhordland». Prosjektet er også forankra i Interkommunal Nærings- og samfunnsutviklingsplan for Nordhordland.

Bilde frå samlingar og aktivitetar



SMAKEN
AV NORDHORDLAND



SMAKEN
AV NORDHORDLAND



Prosjektorganisering

Prosjekteigar og prosjektansvarleg er Nordhordland Utviklingsselskap IKS, i tett samarbeid med kommunane og Nordhordland Næringshage.

Arbeidsgruppe:

- Prosjektleder: Hildegunn Opdal, Nordhordland Næringshage AS
- Kate Bentzen, Nordhordland Næringshage AS
- Kjartan Nyhammar, Landbrukssjef Lindås, Radøy, Austrheim og Fedje kommunar
- Laila Bjørge, Landbrukssjef i Meland og Modalen
- Prosjekteigar: Kari Evensen Natland, Nordhordland Utviklingsselskap IKS

Arbeidsgruppa si oppgåve:

Planlegging, organisering og gjennomføring av praktiske tiltak og aktivitetar i prosjektet.

Styringsgruppe:

- Astrid Aarhus Byrknes (Ordfører i Lindås kommune)
- Jo Tømmerbakke (Rådmann i Modalen kommune)
- Øyvind Ullestad (Bonde)
- Jan Atle Tvedt (Dagleg leiar Sansetunet)
- Thorhild Kvingedal (Dagleg leiar Lyngheisenteret)

Styringsgruppa si oppgåve:

Ansvar for at prosjektet er på riktig veg, kjem med innspel til aktivitetar og fokusområde, beslutningstakarar saman med arbeidsgruppa, representerer målgruppene, bidra med nettverk og erfaringsutveksling.

Referansegruppe:

- Trude Fosse (Tveiten Bær og Gardsprodukt)
- Liv Hopland (Prosjektleder Glade bønder)
- Alexandra Krage Angell (Prosjektleder Matarena)

- Solveig Lerøy (Kilstraumen Brygge)
- Toby Sander Tomassen (Osterøy Utvikling)
- Tommy Veland (Lindås kommune)
- Øyvind Lending (Solund Mat)
- Kjersti Linn Hopland (Ikeland Gard)
- Rune Nilsen (Bratshaug Høylandsfe)
- Sebastian Ludvigsen (Skjærdgårdsfisk Visningscenter AS)
- Leif Bognøy (Nordhordland Fisk)
- Kristin Nåmdal (Meland kommune)

Referansegruppa si oppgåve:

Støtte og rådgiving for utføring av prosjektet basert på interessegruppa sine ynskje.

Vere rådgivande i prosjektet, komme med innspel og idear.

Samarbeidspartnarar:

Biosfæreprosjektet, Hordaland Fylkeskommune, Fylkesmannen i Hordaland, Innovasjon Norge, Ullprosjektet, Prosjektet Kystopplevelser, Kommunane, Næringshagane for utvikling og vekst, Faglag i landbruket, Glade Bønder, Mattilsynet, Kompetansenavet Vest, Universitetet i Bergen, Bergen Reiselivslag, Matarena AS, Smak av kysten, Husflidslaget. Verksemder i Nordhordland, festivalar og arrangement i regionen.

Aktivitetar

Dei viktigaste aktivitetane vil vere:

- Å organisere og forankre prosjektet
- Kople dette mot biosfæresatsinga, Andre matsatsingar i fylket og andre festivalar og liknande
- Kurs og kompetanseutvikling
- Nettverksmøter for produsentar og møteplassar mellom produsentar og salskanalar
- Forretningsutvikling for enkeltprodusentar
- Utvikle Nordhordlandsmeny, og oversikt over råvarer og produkt

- Nettside og felles marknadsføring på sosiale media: Det er eit ynskje frå aktørane om ein felles presentasjon som er tilgjengeleg digitalt.

Det har vore tale om ei smaksrute liknande som Den gyldne omveg eller Siderruta der folk kan

ta seg fram på eige hand. Vidare er det dialog om korleis utvikla lokalmatprodusentar som leverandørar til reiselivsbedrifter og til opplevingar. Om det er ei eigen nettside eller ein kan utvikla dette på allereie eksisterande sider t.d Nordhordlandskart må ein finna ut av i løpet av prosjektperioden .

Målgrupper

Målgruppa vår er produsentar av lokalmat, og andre aktørar i matverdikjeda for å få produkt til marknaden. Eksisterande lokalmatprodusentar som ynskjer å vekse eller utvikla produktspekter m.m. Nye lokalmatprodusentar som treng starthjelp til å forretningsutvikling og kunnskap om sikker matproduksjon, produktkvalitet, merking, produktutvikling, m.m.

Aktive bønder/fiskarar som potensielle råvareleverandørar eller utvikling av produkt for sal

Bygging av nettverk mellom produsentar og mellom aktørar til dømes produsentar mot aktuelle salskanalar som kan vera gardsbutikkar, serveringsstader, reiselivsbedrifter mfl.

God samhandling med andre regionale prosjekt som t.d. Biosfæreprosjektet, nytt

reiselivsprosjekt mfl. for å søka å skapa gode synergjar til beste for landbruk og

lokalmatprosjekt. Eit ynskje frå ordførarane i regionen er at lokalmat skal vera tilgjengeleg og

brukt på politiske møter, når regionen har besøk frå andre stadar m.m. Rekruttering er viktig for framtida difor ynskjer ein å ha samarbeid med skulane i regionen, samt kommunane generelt.

Resultat

1. Klyngeutvikling. Det er etablert eit/fleire velfungerande nettverk av produsentar som bidreg til lønsam samhandling mellom desse.

2. Kunnskap. Kompetente aktørar som har kunnskap om matsikkerheit, forretningsutvikling, marknadsføring, sal og distribusjon. 20 personar har delteke på kurs.

3. Synleggjering. Nordhordland har ei felles merkevare og ein meir synleg identitet knytt til

regionen sin matkultur, gjennom kartlegging av råvarer og oppskrifter samla i ei skriftleg kjelde.

4. Utnytte synergieffektar. Ein får utretta meir om ein samhandlar om regionale satsingar som byggjer opp om kvarandre. Vi aukar potensiale for auka lønsemd med å samhandle med biosfæresatsinga, Matarena, Gastronomisatsinga i Region Bergen m. fl.

5. Organisering. Aktørane, kommunane og politisk leiing har eigarskap til resultatata i prosjektet.

Effektar

1. Klyngeutvikling. Produkt vert tilgjengeleg og kjend gjennom lønsamt samarbeid. Det vert fleire og større aktørar.

2. Kunnskap. Fleire aktørar har gått frå «hobby»/ide til næring. Aktørane er styrka til å gjere gode val for si verksemd og har auka produksjon.

3. Synleggjering. Regionen framstå som ein samla matregion. Matprodukt og matopplevingar er tilgjengeleg og kjend.

4. Utnytte synergieffektar. Andre prosjekt og satsingar i regionen vert kjent og styrka gjennom arbeidet med 'Smaken av Nordhordland'.

5. Organisering. Prosjektet får ei brei mobilisering og vi løftar i flokk.

Tidsplan

Prosjektet har ein prosjektperiode på tre år. Kor vi startar 1.januar 2018 og avsluttar prosjektet 31.desember 2020. Prosjektet starta i januar 2018 då med planlegging, organisering og koordinering av prosjektet sine fyrste samlingar og felles merkevarebygging for aktørane.