



**LAG Djursland
Stabrandvej 51
8560 Kolind**

Følle d. 14. november 2008

Ansøgning om tilskud til modelprojekt om profilering af små fødevareproducenter og -netværk i landdistrikterne

Ansøger:

Djursland Landboforening
Føllevej 5, 8410 Rønde
Tlf.: 8791 2000

Cvr. nr. 14305084
Bank: Djursland Bank
Reg. nr. 7320, konto nr. 1190748

Kontaktperson:

Christian Thomsen
Projektkoordinator Djursland Landboforening
Tlf.: 4045 6281
Mail: ct@landboforening.dk

Projekttitlel:

Udvikling af nicheproduktioner og markedsføring af lokale fødevarer, fødevarenetværk, producenter og fødevareoplevelser i landdistrikterne

Formål

Formålet med projektet er at udvikle og styrke konkurrencevilkårene for mindre nicheproducenter og specialfødevarevirksomheder igennem et øget samarbejde på tværs af værdikæden.

Idegrundlaget er, at mindre niche- og fødevarerproducenter kan udvikle nye produkter, øge deres produktion og afsætning gennem udvikling af netværk mellem nicheproducenter, gårdbutikker, forarbejdnings- og detailvirksomheder og styrke markedsføring og afsætning af fødevarer både lokalt og regionalt.

Gennem netværkssamarbejde mellem produktion, forarbejdning og detail på fødevarerområdet, er det målet at skabe øget vækst for disse områder, gennem etablering af et målrettet fødevarer-netværk inden for specialfødevarerbranchen, det være sig f.eks. produktion af kød, frugt, bær, grønt og vinavl, virksomheder som forarbejder specialfødevarer og detail som markedsfører og afsætter specialfødevarer.

For animalske nicheprodukter kan denne produktion kobles sammen med et koncept for pleje af naturområder f.eks. afgræsning af ferske enge, vådområder, strandenge m.v. og bidrage til målopfyldelse af Natura-2000 planen.

Ideoplæg til samarbejdsprojekt omkring udvikling af et bæredygtigt koncept for afgræsning af naturområder vedlægges

Hensigten er at skabe basis for et innovativt løft inden for fødevarerhvervet og at styrke forretningsudvikling, afsætning og synlighed af lokale fødevarer.

Målgruppe

Projektet retter sig primært mod nicheproducenter, f.eks. jordbrugere og mindre fødevarerproducenter, gårdbutikker, små og mellemstore virksomheder inden for specialfødevarerbranchen, detailfødevarer-virksomheder, der bygger på produktion, forarbejdning og afsætning af specialprodukter – fremover betegnet som mindre specialfødevarer-virksomheder

Baggrund

Udviklingen i mange mindre virksomheder inden for specialfødevarerbranchen er præget af de udfordringer og vilkår, som disse virksomheder fungerer under. Ofte er det ganske svært, fordi der tale om en gruppe selvstændige, som driver en virksomhed med få ansatte eller en enkeltmandsvirksomhed med stort arbejdspress. Da mange virksomheders produktion er sæsonprægede, har en del et lønmodtagerjob ved siden af deres virksomhed. Tidspres er derfor ofte det største problem for mange mindre fødevarerproducenter, hvilket medfører, at de ikke har tid og ressourcer til at tilegne sig viden og udvikle deres produkt og virksomhed.

En undersøgelse foretaget af Videncenter for Fødevarerudvikling (VIFU) i 2006, peger på, at det bl.a. er inden for områder som økonomi og fødevarerlovgivning som virksomhederne mangler ny viden omkring, men også at der er et udækket rådgivningsbehov om forretningsplanlægning, salg og markedsføring, emballage og IT m.v.

At fremme innovationen i specialfødevarer-virksomheder kræver, at man tænker i nye baner og tager højde for ovennævnte.

For at styrke de små specialfødevarer-virksomheder bør der etableres målrettede netværksforløb, som dels kan sikre virksomhederne adgang til ny viden og hjælp til at få beskrevet og realiseret deres idéer. Dels skal der skabes grobund for innovation og samarbejde med andre lignende virksomheder, således at man i fællesskab kan løfte de mange opgaver, der skal føre til udbredelse af et mere mangfoldigt fødevarerudbud.

I erkendelse af, at specialfødevarer-virksomheder mangler ressourcer, må der igangsættes initiativer, som medvirker til at skubbe en innovativ proces i gang.

Forudsætningen for succes er, at processen er virksomhedstilpasset og samtidig bidrager med nye vinkler på produktion, produktudvikling, forarbejdning, markedsføring og afsætning. Dette kan søges forenet i et netværkskoncept kombineret med målrettet coaching.

Projektet retter sig mod at fremme følgende punkter:

Virksomhedstilpasset innovation

Projektet har til formål at udvikle et koncept for nye metoder til innovationsfremme i de mindre specialfødevarer virksomheder gennem integreret netværksudvikling med målrettet coaching.

Antallet af innovative specialfødevarer virksomheder skal øges

Med udgangspunkt i projektet skabes grundlag for at udbrede konceptet til lokale og regionale specialfødevarer virksomheder og dermed bidrage til at styrke innovation sikre en spredning af projektets erfaringer og resultater.

Øge konkurrencekraften i landdistrikternes fødevarer sektor

Projektet har især til formål at styrke konkurrenceevnen blandt de mange mindre nicheproducenter placeret i landdistrikternes yderområder. Derfor skal samarbejdet med bl.a. specialfødevarer virksomheder i byområderne styrkes.

Projektforløb

Projektet indledes med møder med aktører på fødevarerområdet. Hensigten med dette er at videndele med andre aktører, dels for at hente input til projektet og skabe samarbejde, dels for at afdække interessen for deltagelse i projektets opstartsseminar – en netværksdag.

Denne netværksdag afholdes i projektets første fase, og her etableres netværk mellem de deltagende specialfødevarer virksomheder fra både producent- og detailed.

Netværksaktiviteterne bliver kombineret med coaching, der skal bane vejen for innovation og udvikling i specialfødevarer virksomhederne. Tanken er at tage afsæt i nicheproducenter, fødevarer netværk og fødevarer virksomheder.

De specifikke mål er:

- at samle mellem 50 -100 nicheproducenter og specialfødevarer virksomheder til en netværksdag om kvalitetsfødevarer
- at udvikle et netværkskoncept og en visiteringsmodel for et forpligtende netværkssamarbejde mellem specialfødevarer virksomheder, der har vækstambitioner.
- at etablere et netværk bestående af 10-15 fødevarer virksomheder og -netværk, som hver især igennem projektforløbet skal udvikle mindst én forretningsidé.
- at præsentere og implementere de nye forretningsidéer for offentligheden
- at beskrive netværkskonceptet som et konkret værktøj og forankre det, så det kan blive et løbende tilbud til specialfødevarer virksomheder lokalt og i regionalt.

Fase 1. Planlægning og gennemførelse af en netværksdag

Som opstart på projektet skal der gennemføres en netværksdag, hvor innovation og netværk sættes på dagsordenen. Dagen vil sætte temaet på dagsordenen i form af nogle

inspirerende indlæg, og der vil blive arrangeret gruppeøvelser, hvor man skal finde nye måder at skabe vækst for specialfødevarevirksomheder på. En helt central opgave bliver at få rekrutteret deltagere til netværksdagen og initieret det første netværk. Her tages bl.a. udgangspunkt i lokale fødevarenetværk i regionen.

Fase 2. Udvikling af netværkskoncept

Der skal udvikles et koncept, som bl. a. indebærer, at en netværkscoach stilles til rådighed for netværket. Coachens rolle er at være sparringspartner for netværket i forhold til at sikre, at virksomheden når det mål, som den har sat sig ved netværkets start. Coachen skal være med til at "skubbe på" og sikre, at virksomhederne får realiseret deres mål. Coachen skal foretage et indledende, opsøgende arbejde med at kortlægge de deltagende virksomheder, deres produkter, kompetencer og udfordringer. Med udgangspunkt heri udvikles et målrettet netværkskoncept, som i fællesskab skal føre deltagerne frem til gode forretningsresultater via en innovativ tilgang. Omdrejningspunktet for netværksmøderne og -aktiviteterne er innovation og fornyelse. En del af konceptudviklingen vil indebære udviklingen af en visiteringsmodel for specialfødevarevirksomheder, idet man for at deltage i netværket skal opfylde en række betingelser, bl.a. være indstillet på at indgå i et forpligtende, idéudviklende samarbejde. Visiteringsmodellen skal medvirke til at afdække, at virksomhederne reelt er motiveret for forretningsudvikling og vækst.

Fase 3: Etablering af Netværket

Det første netværksforløb bestående af 5 -10 mindre virksomheder, kan omfatte af en kombination af fællesmøder, virksomhedsbesøg, workshops, sparringsamtaler samt eventuelt afholdelse af en mindre innovation camp.

Fælles for aktiviteterne er, at nytænkning og innovation er på dagsordenen. Dette opnås ved, at netværkets medlemmer bruger hinanden i en kreativ idéudviklingsproces og anvender hinandens feed-back til at revidere og videreudvikle deres produkter og forretningsplan. Målet med netværket er, at alle deltagere skal udvikle en ny forretningsidé til at producere, forarbejde, distribuere eller afsætte produkter på, mv., som de i grupper eller fællesskab skal realisere i løbet af projektet.

Det er tanken, at der undervejs i forløbet kan inviteres virksomheder og konsulenter med specielle kompetencer i produkt – og produktionsudvikling, markedsføring, detailhandel, hygiejne, emballage, branding eller andet, som kan bidrage til idéudviklingen.

Fase 4: Implementering og formidling af forretningsidéer

Formålet med denne fase er at medvirke til at implementere nogle af de fremkomne ideer. I erkendelse af, at mange af de helt små specialfødevarevirksomheder mangler ressourcer til at igangsætte nye initiativer, får projektlederen og til dels netværkscoachen til opgave at være katalysatorer i implementeringsprocessen ved at sætte skub i de mange gode idéer, som er blevet skabt i netværket. Dette sker ved f.eks. at være "pennefører", følge op på beslutninger, træffe mødeaftaler, skabe kontakter til relevante samarbejdspartnere, mv. Projektets succes måles på, om der på baggrund af netværksforløbet kan skabes synlige resultater, som kan præsenteres for offentligheden.

I denne fase skal virksomhederne i samarbejde med coachen og projektlederen gennemføre en plan for, hvordan de nye idéer får størst mulig omtale. Dette kan fx ske gennem reklamemateriale, presseomtale, mv.

Fase 5: Forankring af konceptet

I denne fase skal det undersøges, hvorledes netværkskonceptet kan forankres, således at det kan være et løbende tilbud til mindre specialfødevarevirksomheder. Det er tanken, at videreføre netværkskonceptet i et regionalt samarbejde med fx, Vestjyske Smagsoplevelser, Østjyske Madkultur og andre fødevarer-netværk, VIFU m.fl. En model for forankring og samarbejde skal undersøges nærmere, ligesom det skal undersøges, hvordan konceptet kan blive økonomisk bæredygtigt på sigt.

Metode

Metodisk arbejdes der dels gennem øget opmærksomhed om vilkår og muligheder i specialfødevarebranchen, dels gennem direkte hjælp til udvikling og innovation hos den enkelte virksomhed gennem netværk og coaching. Metoden udvikles og tilpasses i takt med deltagernes udvikling. Det er her hensigten at metoden forankres som et decideret værktøj.

Projektets Tidsplan

År	2009				2010				2011	
kvartal										
Fase 1	x									
Fase 2		x	x							
Fase 3			x	x	x					
Fase 4						x	x	x		
Fase 5									x	

På baggrund af projektet forventes følgende resultater/effekter:

- Der er udviklet et koncept for innovation og udvikling via netværk og coaching i specialfødevarebranchen. Konceptet skal kunne udbredes til andre virksomheder i regionen.
- Alle deltagende virksomheder har realiseret mindst én konkret forretningsidé som følge af projektet.
- Mindst halvdelen af de deltagende virksomheder har fået igangsat et konkret forretningsmæssigt netværkssamarbejde.
- At der er tilvejebragt en brugbar model for en forankring af konceptet, herunder hvordan man økonomisk kan videreføre netværkskonceptet.
- At der skabes øget opmærksomhed om udfordringer og muligheder i specialfødevarebranchen. Projektet bidrager med vigtig ny viden om, hvilke særlige udfordringer de mindre virksomheder har, og ikke mindst hvordan man kan bidrage til at styrke erhvervsvilkårene for disse virksomheder i regionen.
- At der igennem projektet opnås konkrete erfaringer med, hvordan man fremmer innovation via netværkssamarbejde på tværs i værdikæden i specialfødevarevirksomheder.

Evaluering

Der arbejdes med løbende evaluering – således at der i den løbende kontakt, der er med

virksomhederne gennem coaching, samles op på resultat, værdi og metode. Det er derved hensigten, at der i den endelige evaluering kan anvises en konkret metode til innovation og udvikling i mindre specialfødevarevirksomheder gennem netværk og coaching.

Samlet budget:

Udgifter

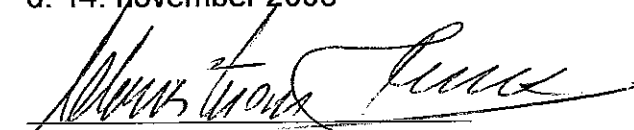
Lønomskostninger:	
- projektkoordinator, coach, konsulenter m.fl.	500.000 - kr
Netværksdag, workshops, indlægsholdere m.v.	125.000, - kr
Virksomhedsbesøg	25.000, - kr
Afholdelse af netværksmøder	40.000, - kr
Rejseomskostninger	14.000, - kr
Markedsføring og information	70.000, - kr
Administrationsudgifter	20.000, - kr
Revision	6.000, - kr
I alt	800.000, - kr

Samlet finansiering:

Tilskudsgiver

LAG - Djursland	400.000, - kr
Norrdjurs og Syddjurs kommuner (til sammen)	200.000, - kr
Region Midtjylland	200.000, - kr
I alt	800.000,- kr

Djursland Landboforening
d. 14. november 2008


Underskrift ansøger

AFGRÆSNING SOM NATURPLEJE



Ideoplæg til samarbejdsprojekt omkring udvikling af et bæredygtigt koncept for afgræsning af naturområder.

AFGRÆSNING SOM NATURPLEJE

INTRODUKTION

Ingen er i tvivl om, at der skal iværksættes en omfattende pleje af de danske lysåbne naturområder, for at de ikke skal gro til og derved miste den mangfoldighed af flora- og fauna arter, der er tilknyttet til disse sårbare habitattyper.

I praksis viser det sig desværre meget vanskeligt – og dermed omkostningskrævende – at få denne pleje iværksat med den ønskede gavnlige effekt på naturen.

Der er ganske enkelt for mange interessenter der skal samspille for at gøre naturplejen og dens følgeprodukter rentable, og for den enkelte interessent isoleret set, har historien vist, at indsatsen i tid og penge langt fra står mål med det personlige udbytte.

Nærværende notat omhandler et ideoplæg til et samarbejdsprojekt omkring naturafgræsning. Projektet har til formål at udvikle og afprøve et koncept for naturafgræsning, hvor bæredygtigheden vurderes som en helhed. Det er med projektet hensigten at afsløre og løse de problematikker, der hidtil har forhindret, at pleje af de sårbare naturområder endnu ikke er iværksat i større omfang.

GRUNDLAGET FOR AT ARBEJDE MOD OPRETTELSEN AF ET TVÆRFAGLIGT UDVIKLINGSPROJEKT

1) Det offentlige har forpligtet sig til at pleje naturområderne.

Danmark har tiltrådt det såkaldte habitatdirektiv, der pålægger den offentlige naturforvaltning at udarbejde Natura 2000-planer – indeholdende bevaringsmål og indsatsprogram – for alle udpegede habitat- og fuglebeskyttelsesområder inden 2009. Natura 2000-planens indsatsprogram, prioriterer den kommunale indsats og de virkemidler, der skal til for at opnå de fastsatte mål. Indsatsprogrammer fastlægger således bindende retningslinjer for udarbejdelse af de efterfølgende kommunale handleplaner. Disse handleplaner indeholder kommunens forpligtelser til en konkret udmøntning af indsatsprogrammet for hvert enkelt område.

Fremtidens naturforvaltningsressourcer forventes derfor kanaliseret specifikt mod Natura2000-områderne, og en meget stor andel af de forpligtelser kommunerne pålægges, vil være at modvirke tilgroning af lysåbne habitattyper så som strandeng, fersk eng, hede og overdrev. Den eneste valide langsigtede plejeforanstaltning, der kan anvendes på nævnte naturtyper, er afgræsning med husdyr, og den eneste mulige løsning for kommunerne vil sandsynligvis være en udlicitering af plejeopgaverne.

2) Lodsejerne har ikke selv mulighed for at iværksætte afgræsningen.

Langt størstedelen af det areal, der er udpeget som Natura2000-områder er typisk opdelt i en lang række smålodder med mange forskellige lodsejere. Det er således sjældent muligt for den enkelte lodsejer at iværksætte en afgræsning. De problemer der oftest forhindrer en virkningsfuld naturafgræsning er f.eks.:

- at de enkelte smålodder er omkostningstunge at indhegne målt pr. arealenhed
- at det ikke er muligt at fremskaffe dyr til at foretage afgræsningen
- at tilsyn og pasning af en mindre dyreflok er tidskrævende målt pr. dyreenhed
- at administrationen (dyreregistrering, tilskudsansøgning m.m.) er omfattende
- at der er uklarhed over mulighederne for afsætning af det producerede kød
- at der ikke opnås den afregningspris, som produktionsformen berettiger
- at den der udfører afgræsningen ikke har kendskab og interesse for naturtypen

Derimod er det ofte tilfældet, at lodsejeren gerne ser sit åbne areal afgræsset, når bare han får det samme beløb – eller gerne lidt mere – i arealtilskud, og når der ikke er en øget arbejdsmæssig indsats (bøvl) forbundet med at han lader sit naturområde afgræsse.

3) Forbrugere køber råvarer, der produceres bæredygtigt og med historie

Der er ingen tvivl om, at trenden lige nu går imod en øget fokusering mod råvarer, der er produceret ved en driftsform, hvor bæredygtighed, spisekvalitet og historie er nogle af nøgleordene.

Kød, der er tilvejebragt som slutproduktet af en udført naturafgræsning, tilgodeser i høj grad denne efterspørgsel. Det er således en meget vigtig del af afgræsningsprojektet, at der tages højde for, at "den gode historie" skal være den røde tråd i konceptet. Kød kvalitet er i denne forbindelse ikke kun spisekvaliteten, men også de naturforbedringer produktionen har skabt og det liv, som det græssende dyr har haft.

At kødet har en historie at fortælle skal dog ikke kun anvendes markedsføringsmæssigt, men kan eventuelt også være indtægtsgivende i form af turismetilbud, der kan tænkes tilknyttet naturafgræsningen.

4) Projektindholdet matcher Landdistriktsprogrammet på flere akser

Sidst men ikke mindst rammer et nyt koncept for naturafgræsning meget præcist indenfor rammerne af det kommende Landdistriktsprogram 2007-13.

Det er meget let at opstille delprojekter indenfor projektbeskrivelsen, der falder indenfor hver af de tre akser, som landdistriktsmidlerne er inddelt i.

Udviklingen af "naturskabende" kvalitetsfødevarer – kan henføres til akse 1.

Selve naturplejen som afgræsningen medfører – er en ren akse 2.

Og da naturafgræsningen både indeholder oplevelsespotentialer, og kan være med til at skabe både større trivsel og nye arbejdspladser i landdistrikterne – er vi bestemt også inde i akse 3.

PROJEKTIDE

Visionen med det foreslåede samarbejdsprojekt er at udvikle et koncept for naturafgræsning, der en gang for alle løser de problemer, der lige nu forhindrer, at de mange plejkrævende naturarealer opretholdes i en god naturtilstand.

Reelt er årsagen til at naturpleje ved afgræsning ikke iværksættes ganske elementær:

De tidsmæssige og økonomiske ressourcer, der skal investeres for at iværksætte en afgræsning er så store, at det eventuelle afkast ikke er dækkende for indsatsen.

Lige så elementær er derfor løsningsmodellen:

Enten må den tidsmæssige indsats (bøvlet) minimeres eller må det økonomiske afkast øges betydeligt.

Målsætningen med samarbejdsprojektet er derfor følgende:

- 1) At udvikle et totalkoncept for naturafgræsning, der er gjort bæredygtigt ved at anvende en helhedsbetragtning, men analysere hver enkelt delproces for sig. Herefter stilles løsningsforslag for de anskueliggjorte problematikker ved hjælp af den faglige viden som de personer, der arbejder med processerne i det daglige besidder.
- 2) At der gennemføres et pilotprojekt, der afprøver det opstillede koncept for naturafgræsning i praksis. Herunder lægges særlig vægt på en vurdering af virkningen af de afprøvede løsninger til problemløsning (minimering af bøvlet), samt at der genereres realistiske økonomiske nøgletal for vurdering af rentabiliteten af de forskellige processer i afgræsningskonceptet.

INTERESSETER

Ide-gruppen: Lau Knudsen, *Park og Landskab Aps.*
Jan Mouritsen, *BrightBorderCollie.dk*
Bent Rasmussen, *Jagt&Naturkonsulenten.dk*
Christian Thomsen, *Djurslands Landboforening*

Offentlige naturforvaltningsinstanser

Lodsejere med plejekrævende naturtyper

Heste-, Fåre- og Kvægavlere

Slagtere/Fødevarerbutikker

Bevidste forbrugere

Landboorganisationer

Grønne organisationer

Grønne Turismeudbydere

FORSLAG TIL PLAN FOR NETVÆRKSARBEJDE

FASE 1: IDEBESKRIVELSE

Udarbejdes en idebeskrivelse, der kan bruges som oplæg til det konceptudviklingsmøde, der skal afdække interessen for at der arbejdes videre med ideen. Nærværende notat udgør denne idebeskrivelse.

FASE 2: INFORMATIONSMØDE

Der afholdes et møde, hvortil der inviteres nøglepersoner fra mulige interessentgrupper, der vil være relevante at inddrage som samarbejdspartnere i et eventuelt fremtidigt projekt.

Hvis der på mødet findes basis for at arbejde videre med projektet, aftales mellem projektets initiativtagere det fremadrettede forløb, som projektet kan afvikles under.

FASE 3: PROJEKTBEKRIVELSE

Såfremt informationsmødet giver fortsat optimisme mod oprettelsen af et pilotprojekt om naturafgræsning, tager ide-gruppen skridt til nedsættelse af en styregruppe for projektet. Denne styregruppe har ansvaret for udarbejdelsen af en overordnet projektbeskrivelse, der kan anvendes som baggrund for ansøgninger om tilskudsmidler til projektet.

FASE 4: MØDE MED INTERESSETER

Projektbeskrivelsen præsenteres for en bredere kreds af interessenter, der kan relateres til projektet. Projektets indhold og omfang tilrettes ud fra de tilkendegivelser og ændringsforslag, der fremkommer fra de fremmødte interessenter.

FASE 5: ANSØGNING OM PILOTPROJEKT – DELPROJEKTER

Det samlede pilotprojekt opdeles evt. i mindre delprojekter, hvorefter styregruppen udarbejder specifikke tilskudsansøgninger til hvert enkelt delprojekt. Ansøgningerne målrettes således forskellige potentielle tilskudsområder.