

Matregion Vestfold Telemark

A wooden crate filled with fresh vegetables. In the foreground, there are several bright orange carrots with green tops. Next to them are several purple onions with white rings. To the right, there are several mushrooms. In the background, there are more vegetables, including red cherry tomatoes and green leafy vegetables. The crate is made of light-colored wood and is set against a blurred background.

Mimir as v/ Kristin Prøven 21.06.23

MIMIR

Endringsagenter for norsk reiseliv

Forretningside

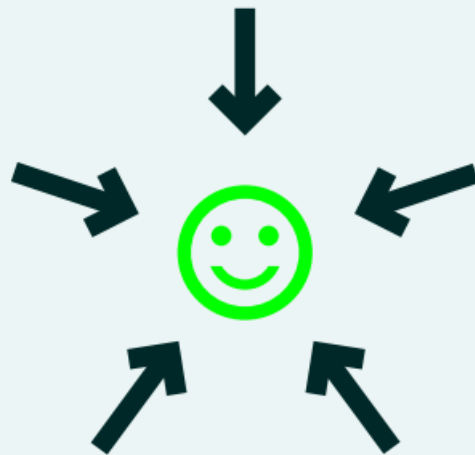
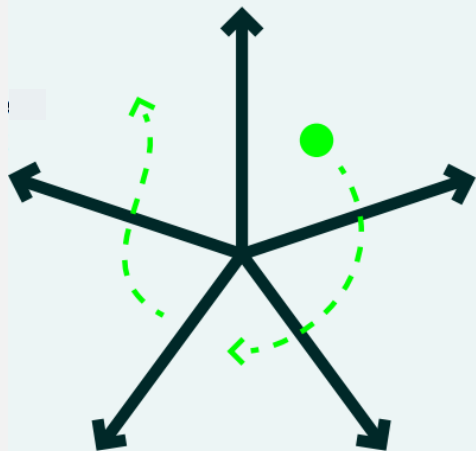
Øke kunnskap, kompetanse og bruk av mat og drikke produsert i Vestfold & Telemark til bedriftene i hele verdikjeden, og styrke samarbeidet på tvers.

Matregionen skal bistå bedrifter innen landbruk/sjømat, reiseliv, foredling, handel og arrangement i å skape merverdi til sine kunder.

Gjennom bedre måltidsopplevelser og valg av trygge, sunne lokale matvarer skal verdiskaping styrkes. Kunnskapen skal starte med opplæring i barnehage og skole for å sikre rekruttering i framtida.

MIMIR

Dagens bilde - Ulike mål gir ulik suksess



Vi trenger forretningsmodeller som samler aktørene om ett målbilde som alle vinner på.

Fra lineær til sirkulær verdikjede



MATRIKE VESTFOLD OG TELEMARK

KUNDER

Produsenter

- Landbruk
- Sjømat

Foredling

- Nærings-
middelindustri
- Lokalmat-
produksjon
- Fiskesalgslag

Reiseliv

- Servering
- Hoteller
- Aktiviteter

Mat- arrangement

Varehandel

Kompetanse og utdanning

KUNDENES KUNDER

Lokalbefolkning, turister, fritidsboligeiere, skoler/barnehager, kantiner

Tosidig forretningsmodell

MATRIKE VESTFOLD OG TELEMARCK

KUNDESEGMENT

Produsenter

- Landbruk
- Sjømat

Foredling

- Næringsmiddel-industri
- Lokalmat-produksjon
- Fiskesalgslag

Reiseliv

- Servering
- Hoteller
- Aktiviteter

Mat- arrangement

Varehandel

Kompetanse og utdanning

KUNDERELASJON

- Primærproduksjon
- Produsentnettverk
- ✓ *Budeieveven*
- ✓ *Åkerkvinnene*
- ✓ *Fruktbygda*
- ✓ *Lågaliv*
- ✓ *Tjøllinggårdane*
- ✓ *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
- Delikatesse butikker
- m.fl.

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

Bakgrunn og prosess

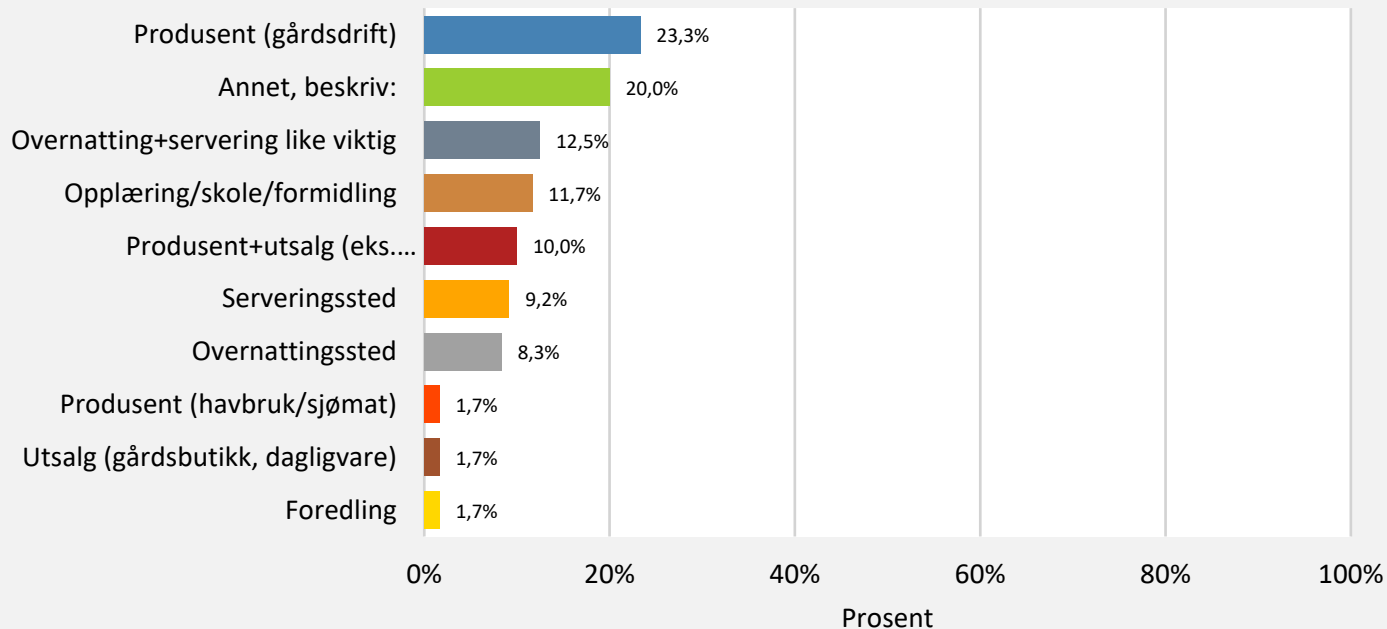
Forslag til mål, innsatsområder, tiltak og materklæring for Matrike Vestfold & Telemark er utarbeidet på bakgrunn av innspill fra;

- Kompetansegruppe (3 samlinger)
- Ressursgruppe (3 digitale møter)
- Intervjuer med utvalgte aktører innen de ulike bransjene
- Spørreundersøkelse (hovedsakelig svar fra produsenter og servering)

MIMIR

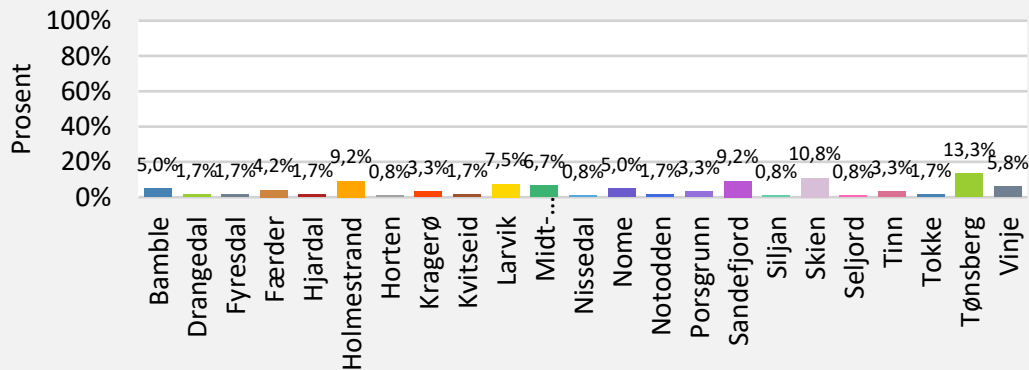
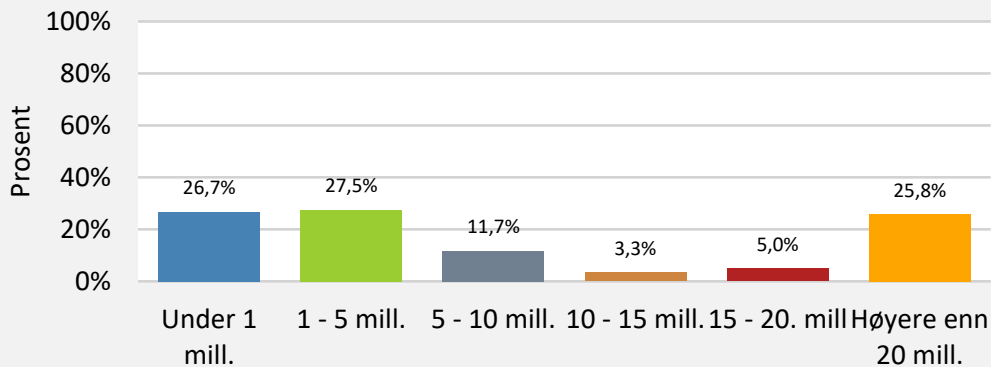
Undersøkelsen

120 respondenter fra;

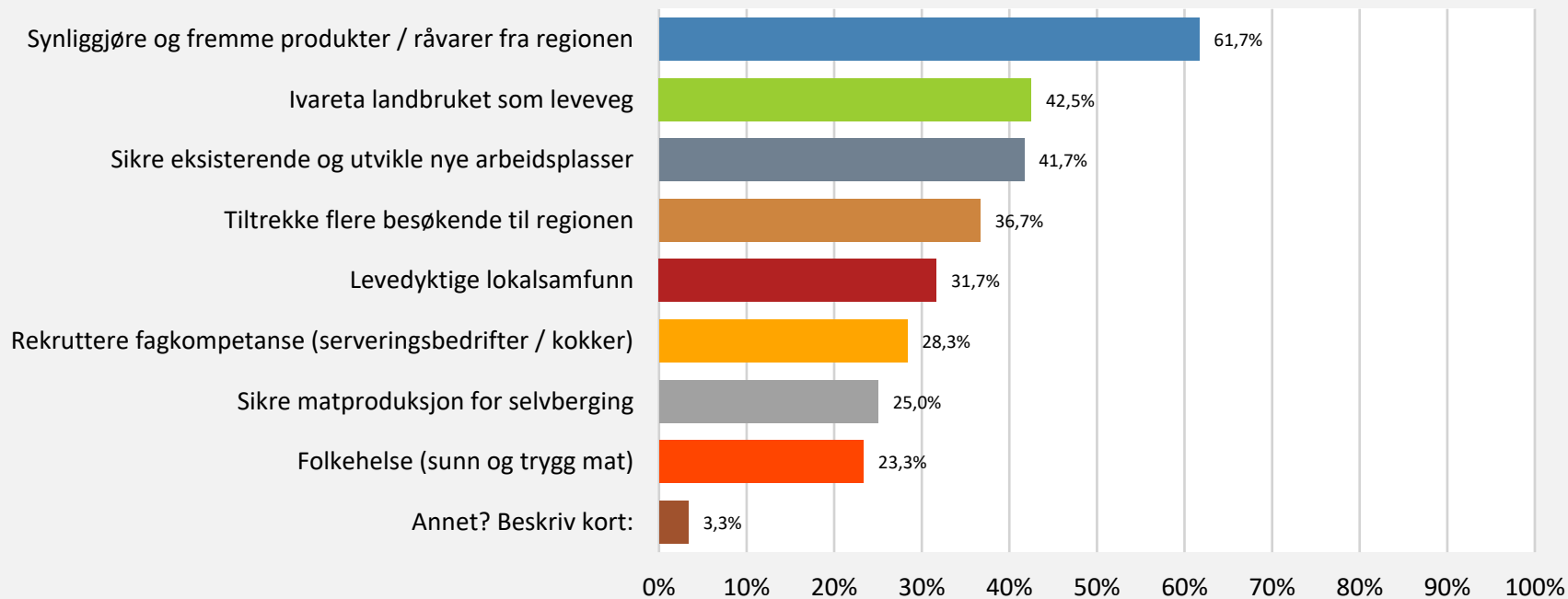


MIMIR

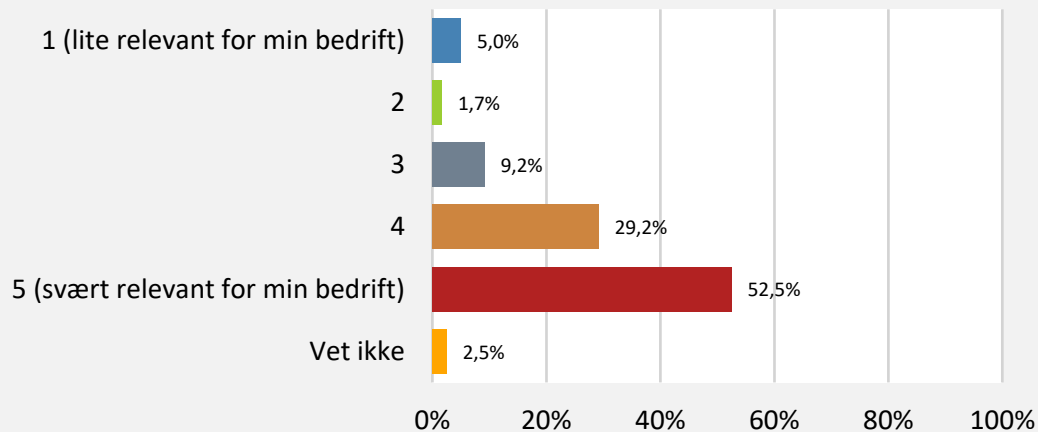
Undersøkelsen



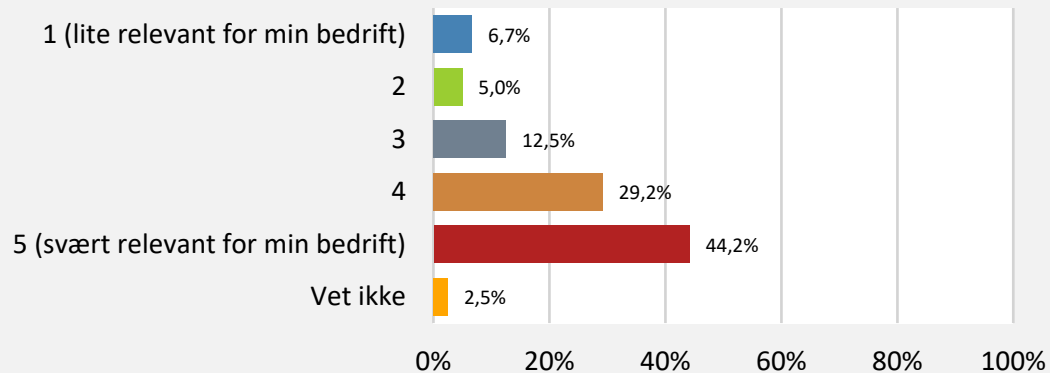
Hva mener du er de viktigste målsettingene Matregionen skal bidra til?



Hva ønsker du at Matregionen skal bidra med for din bedrift?



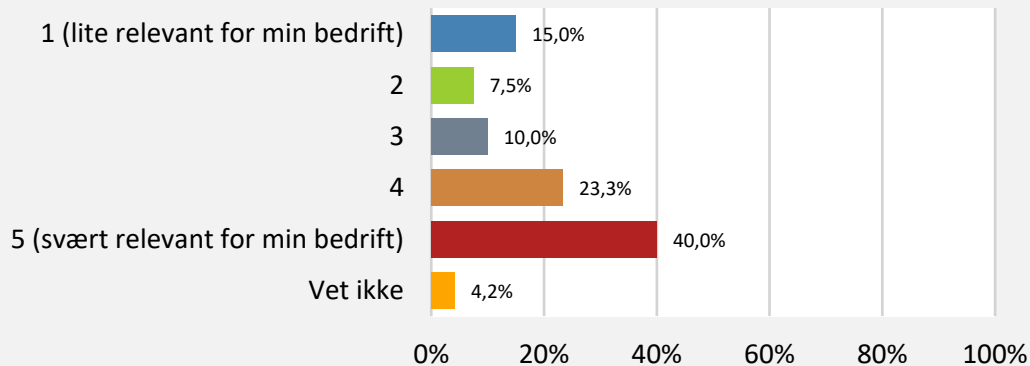
Styrke tilgjengeligheten av lokale råvarer (distribusjon)



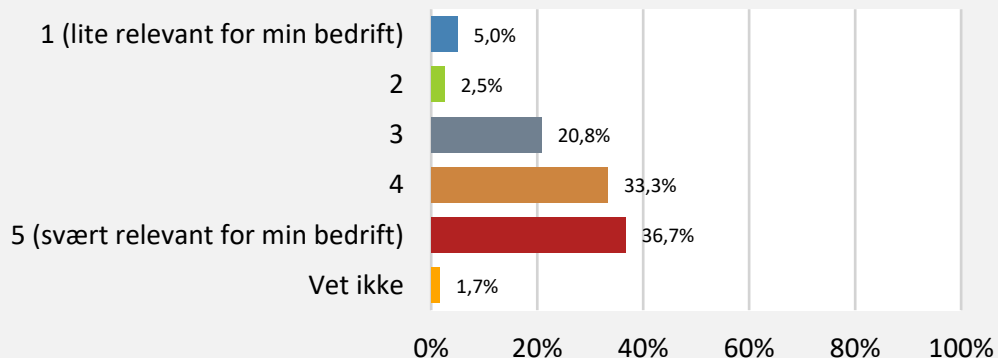
Styrke koblingen mellom produsenter og serveringssteder

MIMIR

Hva ønsker du at Matregionen skal bidra med for din bedrift?



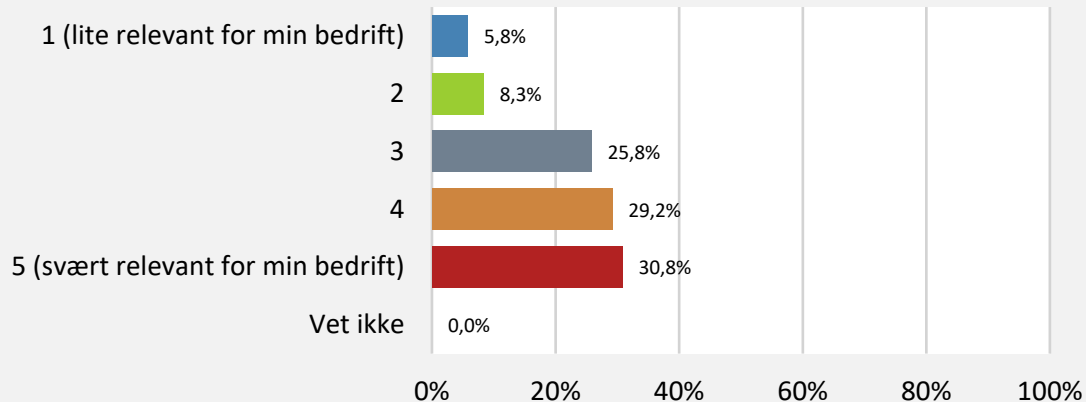
Rekruttering



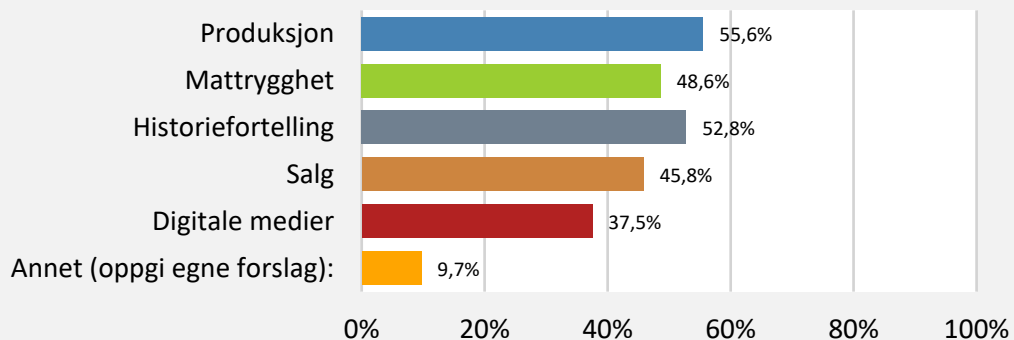
Historiefortelling og informasjon om lokale råvarer

MIMIR

Hva ønsker du at Matregionen skal bidra med for din bedrift?



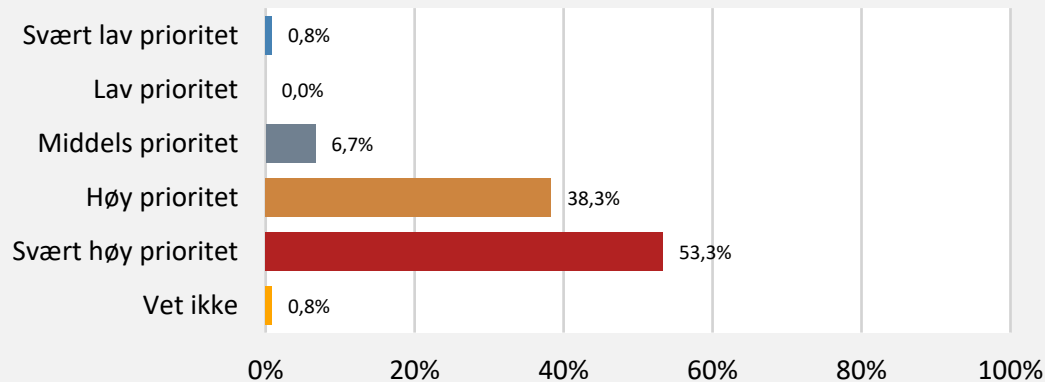
Tilby/fasilitere kurs/kompetanse med relevant innhold



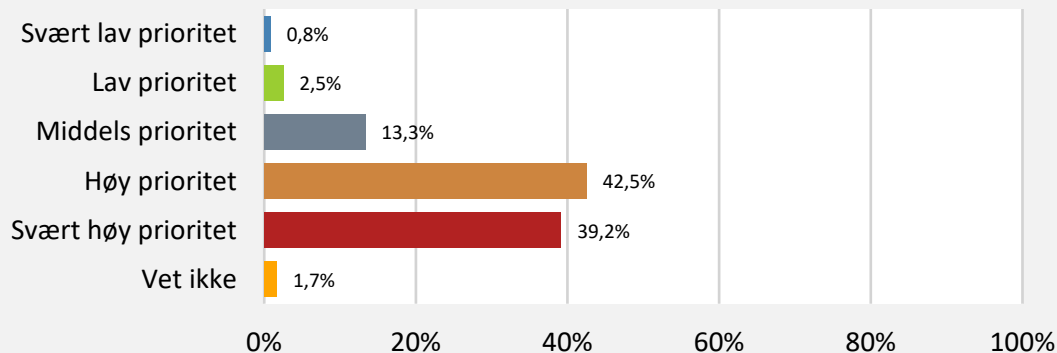
Relevante tema for kurs/kompetansetilbud for din bedrift.

MIMIR

Hvor høy prioritet mener du følgende innsatsområder bør ha for Matregionen?



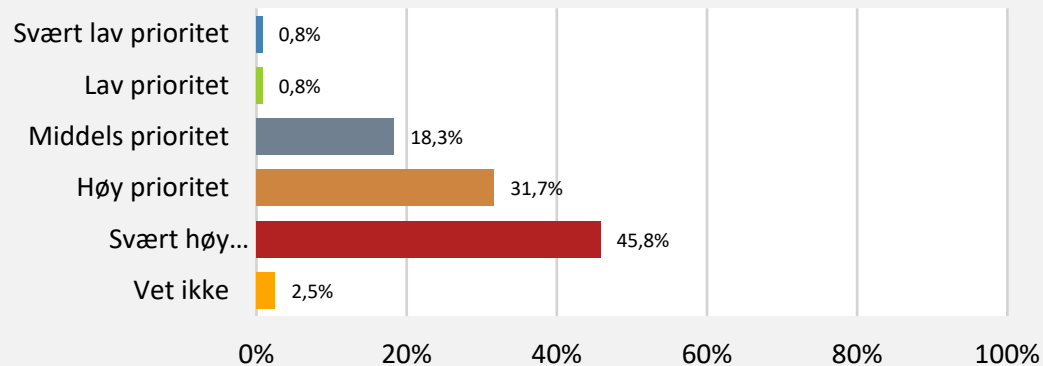
**Øke bruken av lokalmat
blant forbrukerne**



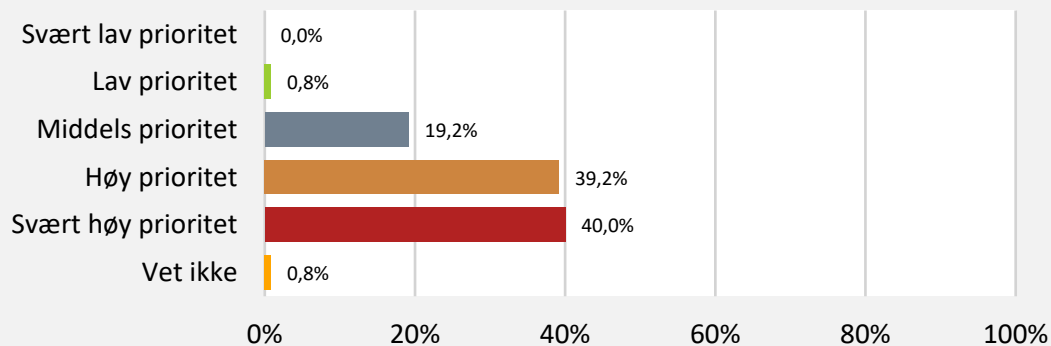
**Omdømmebygging
(kommunikasjon og
merkevare)**

MIMIR

Hvor høy prioritet mener du følgende innsatsområder bør ha for Matregionen?



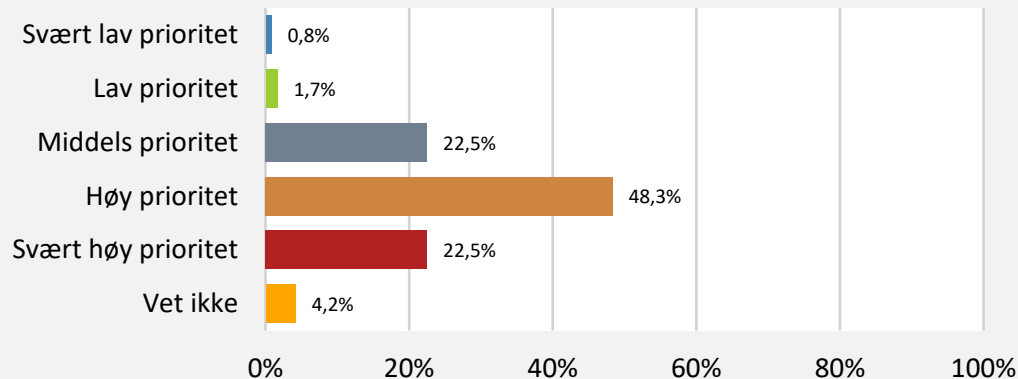
Styrke koblingen mellom produsent og salgskanal



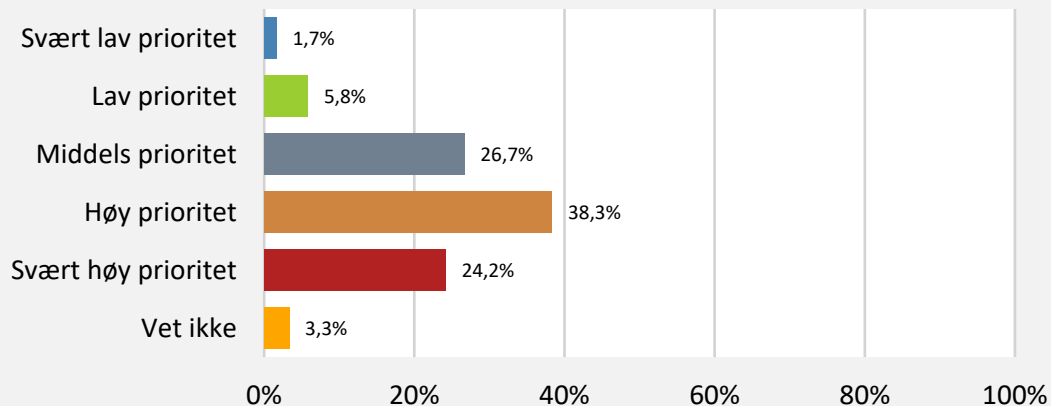
Utvikle og styrke samarbeid blant aktører

MIMIR

Hvor høy prioritet mener du følgende innsatsområder bør ha for Matregionen?



Kompetanseheving



Rekruttering

MIMIR

MATRIKE VESTFOLD OG TELEMAR

FELLESBEHOV

Møteplasser/erfaringsutveksling + Omdømmebygging/merkevare + Kunnskapsformidling

SÆRBEHOV

Produsenter

- Landbruk
- Sjømat

Foredling

- Næringsmiddel-industri
- Lokalmatproduksjon
- Fiskesalgslag

Reiseliv

- Servering
- Hoteller
- Aktiviteter

Mat- arrangement

Varehandel

Kompetanse og utdanning

Forretningside:

Matregion Vestfold & Telemark skal **øke kunnskap og bruk** av mat og drikke produsert i regionen til bedriftene i matsektoren, og **styrke samarbeid** på tvers.

Visjon:

Matregion Vestfold & Telemark skal **spre matglede i hele livsløpet**.

Hovedmål:

Økt matproduksjon innen et bærekraftig matsystem.

Økt bruk av mat og drikke fra regionen.

Fremme matkultur, mattradisjoner og identitet.

Strategiske innsatsområder:

Rekruttering

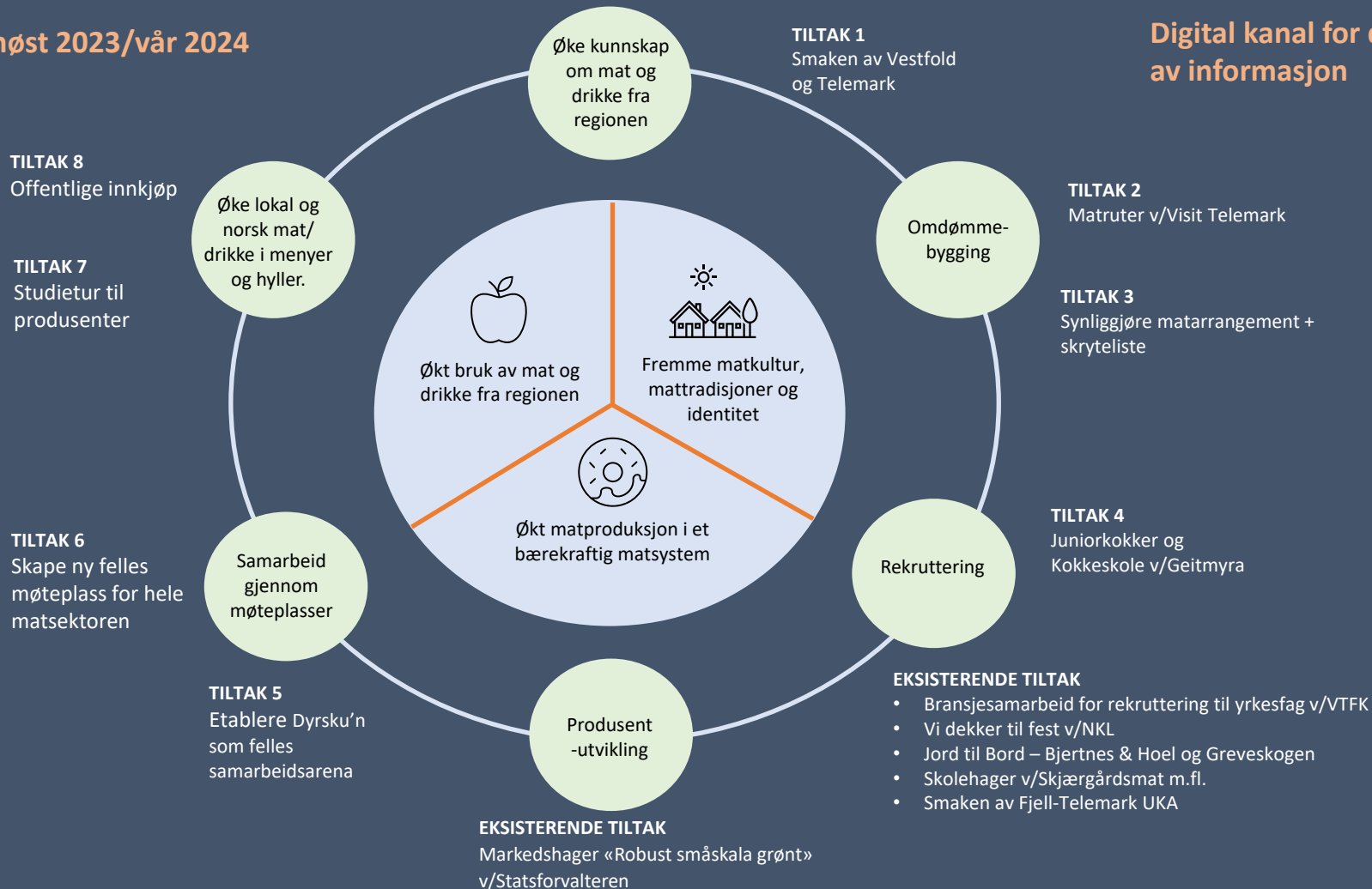
Produsent-utvikling

Samarbeid gjennom møteplasser

Øke lokal og norsk mat/drikke på menyene og i hyllene

Øke kunnskap om mat og drikke fra regionen

Omdømme-bygging



MATERKLÆRING Vestfold & Telemark

1



Ta vare på
samspillet mellom
natur, dyr og
mennesker

2



Styrke mattrygghet
og folkehelse

3



Fremme matkultur
og matidentitet

4



Gi kunnskap og øke
kompetanse om
lokal mat og drikke

5



Bidra til
rekruttering innen
matsektoren

6



Skape gode
måltidsopplevelser
og spre matglede

7



Fremme lokal mat
og drikke

8



Bruke mat og
drikke som
attraksjon

SMAKEN av Vestfold & Telemark - Mat fra fjord og fjell «Norge i miniatyr»

OST og MEIERIPRODUKTER

- Ost fra Lega
- Geitost fra Stordalen
- Langesund ostemakeri
- Chevre fra Haukeli
- Kvitseidsmør
- Holt Gård

FRUKTBYGDA - Telemark

- Epler fra Gvarv
- Eplemos fra Epleblomsten
- Fukt fra Sauherad
- Nerø Fukt og Cider
- Plommer
- Honning

KJØTT og FISK - Telemark

- Telemarklam
- Sau og geit
- Siljanhjort
- Vilt
- Ørret og aure
- Telemarksrøya

GRØNNSAKER og BÆR – Vestfold

- Hvasser asparges
- Perlepoteter fra Bjertnes & Hoel
- Potet fra Brunlanes
- Edelløk fra Holm Gård
- Urter fra Gjennestad
- Bønner fra Eik Gartneri
- Vestfoldsalat
- Crispisalat
- Tomater fra Kjær Gartneri
- Jordbær
- Stenersen Gartneri
- Skjærgården Gartneri
- Knatten Fukt
- Tuft Gård
- Åkerkvinnene

KJØTT og FJÆRKRE – Vestfold

- Stange - kylling, and, kalkun
- Gårdsand fjærkre
- Holte Gård – kylling, and, gås
- Lerstang – kyllingfilet
- Helgeroa salami fra Bjerke
- Grøstadsgris
- Smaksgaarden – lam, kalv, gris
- Kjøtt fra Borgestad Gård
- Flemming egg

SJØMAT - Vestfold

- Reimes reker
- Langesund Fisk
- Fiskehandler Sandefjord
- Brødrene Bergren
- Langesundfisk
- Kragerø sjømat
- Sjøkreps
- Hummer om høsten
- Østers

KORN og BAKERVERARER

- Flatbrød fra Skreppa
- Brau, kling, lefse
- Hvetemel fra Kvelde Mølle
- Tangent håndverksbakeri (glutenfrie bakerverarer)
- Aasmundsen bakeri
- Mjønøy bakeri




DRIKKE

- Kombucha fra Råstad
- Færder Bryggeri
- Lindheim Ølkompani
- Grans bryggeri

Friske, reine produkter av høy kvalitet, produsert med kjærlighet til jorda, faget, planter og dyr.

MATRUTER Vestfold & Telemark

Meny 



Fruktruta



Tradisjonsruta



Fjellruta



Grønnsak -og urteruta



Skjærgårdsruta



Gourmetruta

MATARRANGEMENT Vestfold & Telemark 2023

JANUAR

APRIL

JULI

Rjukan Matfestival 8.-16.

OKTOBER

Smaken av FjellTelemark UKA
Skagerakkonferansen 18.-19.

FEBRUAR

Felles samling hele
matregionen?

MAI

AUGUST

Horten Mat og Øl
festival 11.-13.
Mersmak i Skien 25.-26.

NOVEMBER

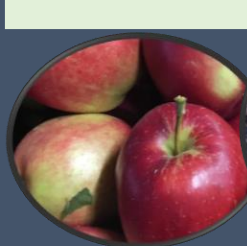
MARS

JUNI

SEPTEMBER

Dyrsku'n 8.- 10.
Norsk Eplefest 23.
Opplevelsesuke 23.- 30.
Geitmyra og Skjærgårdsmat

DESEMBER



Kapre verdi – «finansiere»

1. Inntekter gjennom samarbeid om produktleveranser, eks. Matruter hvor bedriftene betaler en årlig avgift eller provisjon.
2. Matregionen som medarrangør av matfestivaler el.l.og får leieinntekter.
3. Kompetansekurs for bedrifter og opplæringsprogram for skoler o.l.
4. Foredrag og konsulentoppdrag
5. Bedriftene og andre interessenter betaler årlig avgift.
6. Kommunene og fylkeskommune betaler årlig avgift.

MIMIR

Organisering

1. AS eller SA hvor kommunene og fylket er medeiere.
2. Bygge på allerede eksisterende selskap som f.eks. Skjærgårdsmat AS.
3. Bedriftsnettverk og evt. søke Innovasjon Norge midler med inntil tre års varighet.
4. I påvente av resultater fra prosjektet BRAK* (Bygge Regionens Attraksjons Kraft) som avsluttes i utgangen av 2023 kan det være lurt å avvente organisering av Matregionen for å se dette i sammenheng.

* BRAK er igangsatt av Vestfold og Telemark fylkeskommune, med Visit Vestfold og Telemark (VTR) som prosjektleder og rådgivningsselskapet Mimir som faglig prosessleder. Utgangspunkt for dette prosjektet er reiselivets og fylkeskommunens ønske om en mer koordinert og helhetlig tilnærming til stedsutvikling og attraksjonskraft i regionen. Oppdraget skal undersøke hvordan vi i framtida kan jobbe med attraksjonskraft på tvers av næringer og sektorer i et mer sammenvevd og forpliktende partnerskap.

The logo for Mimir, consisting of the word "MIMIR" in a stylized, blue, handwritten-style font.

Framtidsbilde – 5-10 år

- Det finnes et bredt spekter av små og store produsenter og mange gode restauranter med lokalmat på menyen. Offentlig sektor har innkjøpsavtaler som binder lokal mat og drikke, og distribusjon av lokalmat fra mindre produsenter er ivaretatt.
- De fleste husstander har fått seg en andelshage og alle skoleelever får en dag i åkeren. Kosthold i skoler og barnehager er basert på lokale råvarer. Lærdom fra barndommen sitter livet ut og gir stolthet og identitet.
- Det er rekordsøking til restaurant- og matfag og naturbruk, og det finnes lærlingeplasser til alle som går ut fra yrkesfag innen mat- og restaurantfag, salg/service/reiseliv og landbruksfag. Det er enkelt å rekruttere til store og små produsenter og til serveringssteder.
- Regionen har vunnet 5 gullmedaljer i «Det norske måltid». Produsenter oppnår høye utmerkelser nasjonalt, nordisk og internasjonalt.

MIMIR

Takk for i dag!

mimir.no

MIMIR