



# SLUTTRAPPORT – Lokal Mat på menyen 2011 / 2012

Maj 2012



## SLUTTRAPPORT – Lokal Mat på menyen 2011 / 2012

Periode for forprosjektet: 01.09.2011 – 01.05.2012

Prosjekteier:	VER-DI-prosjektet i Buskerud Fylkeskommune
Prosjektleder:	Hilde Seljom

### 1. SAMMENDRAG

Lokal mat på menyen-prosjektet har hatt som mål å jobbe frem at lokal mat på menyen er mer enn gourmetmat. At lokale råvarer kan skape merverdi og åpne for at man kan markedsføre lokal mat som en del av daglig drift og tilbud, for igjen å gjøre seg mer attraktiv på markedet og tiltrekke seg en større kundegruppe.

I løpet av prosjektet er det gjort vesentlige endringer i aktivitetene. Dette er gjort i samarbeid med og etter godkjenning fra prosjekteier. Endringene har ført til at vi har hatt fokus på kun serveringssteder i stedet for produsenter og serveringssteder. Vi har da jobbet konkret med tilført kokkefaglig kompetanse gjennom veiledning en til en hos hvert enkelt serveringssted.

Videre har vi jobbet med pressedeckning og utvikling av profilelementer til bruk hos serveringsstedene.

Prosjektet konkluderer med følgende anbefaling om videreføring:

- En-til-en veiledning kan videreføres i små gruppekurs med 2-4 serveringssteder med vekt på nye lokale matretter, inspirasjon og faglig påfyll.
- Profilelementer rundt lokal mat er utviklet og kan videreutvikles, basert på kursdeltakers behov og bedrift.

### 2. GJENNOMFØRING I FORHOLD TIL PROSJEKTPLANEN

Forprosjektet er en direkte videreføring av forstudien, gjennomført våren 2011.

I løpet av prosjektet har vi dreid fokuset fra å ha som mål å jobbe med både produsenter og serveringssteder til kun å jobbe mot serveringsstedene. Dette ble presentert og godkjent av prosjekteier i et statusmøte i januar 2012.

#### Forarbeid / kartlegging av mulige produsenter

De produsentene vi var i kontakt med var alle positive til prosjektet, men de fleste hadde ikke kapasitet til nye kunder. De ga uttrykk for å ha et salg og en omsetning som de var fornøyd med. Vi valgte derfor å ha et kundefokus og jobbe tettere sammen med serveringsstedene for å sette de i bedre stand til å oppfylle kundens behov utover forventningene.

Prosjektet har derfor hatt fokus på:

- Rekruttering av 4 serveringssteder
- Kartlegging av behov
- Workshop, samle serveringsstedene, skape arena for erfaringsutveksling
- En til en veiledning
- Utvikling og trykking av profilmateriale
- Bruk av profilmaterialet



- Arbeid for å oppnå pressedeckning av prosjektet
- Forslag til videre arbeid

### 3. MÅLREALISERING

#### 3.1. MÅLSETTING

**Prosjektet gjorde en snuoperasjon i januar ved å velge å jobbe sammen med kun serveringssteder – dette reflekteres i HA 5- 8 og disse har blitt erstattet av nye hovedaktiviteter for å vise faktisk fremdrift i prosjektet.**

#### **HA 1: Utarbeide prosjektplan for forprosjektet**

Prosjektplan ble utarbeidet og godkjent 23.08.2011

#### **HA 2: Finne og inngå samarbeid med en dyktig, lokal kokk**

Det ble inngått et samarbeid med kokk Stig Seljom fra Kokk helt enkelt i oktober 2011.

Stig ble valgt på grunn av sin lange erfaring innen mat men også fordi han har innsikt og erfaring i økonomisk kjøkkendrift. Stig ble valgt med godkjenning fra prosjekteier og styringsgruppen.

#### **HA 3: Utvelgelse av 3 produsenter og 3 serveringssteder**

Produsentene viste liten interesse og initiativ ved oppstart av prosjektet.

Basert på dette har prosjektet jobbet videre med 4 serveringssteder.

Det ble valgt ut fire serveringsteder istedenfor tre, etter at det kom et sterkt ønske fra Uvdal Alpint om å få delta i prosjektet.

Serveringsstedene som har deltatt er:

- Eggedal Borgestue
- Halvorseth Camping
- Stasjonsfruene i Rollag
- Uvdal Alpin varmestue

#### **HA 4: Gjennomføre workshop**

Workshop ble gjennomført på Eggedal Borgestue tirsdag 10. januar 2012.

Alle 4 serveringsstedene deltok.

Før workshopen ble gjennomført var kokk Stig Seljom på besøk hos alle de fire serveringsstedene for å kartlegge best mulig hvordan de jobbet per dags dato.

#### **Konkrete resultater fra workshop:**

- Ønske om et felles nettverk
- Ønske om en til en veiledning
- Mer fokus på lokal mat i daglig drift
- Fokus på verdiskaping for kunde og serveringssted
- Fokus på hjelp til kommunikasjon med kunden om hvordan det jobbes med lokal mat



Bilder fra workshop 10.01.2012



HA 5 – 8 hadde opprinnelig følgende innhold:

**HA 5: Utvikle konsept til pilot**

**HA 6: Gjennomføre pilot**

**HA 7: Utvikle ferdig konsept basert på pilot**

**HA 8: Måling av merverdi og verdiskaping for produsenter og serveringssteder**

Hovedaktivitetene nevnt ovenfor har blitt erstattet med nye punkter for å vise til faktisk fremdrift i prosjektet.

#### **HA 5: En til en veiledning**

En til en veiledning har blitt gjennomført. Kokk Stig Seljom har jobbet sammen med hvert enkelt spisested, med praktisk arbeid på spisestedets kjøkken. Hvert serveringssted har hatt individuelle mål å jobbe med.

Kartlegging og gjennomføring av workshop viste at serveringsstedene var langt fremme på valg av lokale mat. Veiledningen ble derfor utført med hovedfokus på behovet for faglig kompetanseheving, inspirasjon og påfyll.

#### **HA 6: Gjennomføring av en til en veiledning**

Veiledning mellom kokk og serveringssted har blitt gjennomført med oppfølging både før og etter.

Helt konkret ble dette gjennomgått hos de enkelte spisestedene:

<b>Stasjonsfruene</b>	<b>Varmestua Uvdal Alpint</b>	<b>Eggedal Borgestue</b>	<b>Halvorseth Camping</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Kostander</li><li>• Kalkyler</li><li>• Mengdeberegninger</li><li>• Fisk</li><li>• Desserter</li><li>• Ideer</li><li>• Mersalg</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Kalkyler</li><li>• Råd til nye retter</li><li>• Generelle tips</li><li>• Mersalg</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Inspirasjon</li><li>• Påfyll</li><li>• Hjelp til nye desserter</li><li>• Mersalg</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Pizza desserter</li><li>• Hvordan jobbe mot lokale produsenter</li><li>• Generell drift av matbedrift</li><li>• Mersalg</li></ul>



### HA 7: Utvikle profilmaterialet

Det har blitt utviklet en borddrytter og en A3 plakat som gir en profesjonell beskrivelse av Lokal mat-prosjektet og informasjon til kunden hvorfor det er viktig å sette lokale råvarer på menyen. Trykksakene ble utviklet og satt opp av grafisk designer Kirsti Seem Qvenild. Trykksakene gikk ut til spisestedene i februar 2012.

#### Borddrytter



#### Plakat



### HA 8: Måling av merverdi og verdiskaping for serveringssteder

Alle serveringsstedene rapporterte inn

- Profilmaterialet er viktig og bidrar til mer fokus
- Pressedekning er viktig og bidrar til større fokus
- Tilførsel av kokkefaglig kompetanse er svært viktig fordi dette skaper fokus, inspirasjon og nytenkning
- Fokus på å skape merverdi for gjesten er viktig

## 3.2. KONKRETE RESULTATER

### Profilmaterialet

Profilmaterialet i form av borddrytter og plakat har blitt utviklet og tatt i bruk med god erfaring. Alle serveringsstedene er enige om at det er svært nyttig å kunne kommunisere med kunden gjennom denne typen materialet, fordi det gjør kunden oppmerksom på prosjektet i tilfeller der serveringsstedene ikke selv har mulighet til å kommunisere budskapet.



### Fokus på lokal mat i daglig drift

Alle serveringsstedene gav uttrykk for at de hadde glede av og fikk inspirasjon av å delta i prosjektet. Selv om de allerede er godt i gang med lokal mat fikk de inspirasjon til å fortsette og ha et enda større fokus på råvarer fra lokale produsenter.

Eksempler på konkrete resultater hos de enkelte serveringsstedene:

- Stasjonsfruene har nå lansert en 100% lokalmatrett med spekemat som inkl. poteter fra naboprodusenten.
- Varmestua Uvdal Alpint hadde en buffet med lokalmat i vinterferien, i samarbeid med en lokal produsent.
- Halvorseth Camping jobber med en lokal mel produsent for å lage et spesial mel de kan benytte i produksjonen av pizzabunner og brød.
- Eggedal Borgestue er den av serveringsstedene som har lengst driftserfaring og er veletablert både innen bruk av lokalmat og drift. Eggedal hadde et ønske om inspirasjon og muligheten til å tenke nytt. Avisen Drammens Tidende ble med på en til en veiledningen, der fokuset var generell inspirasjon, tips til nye desserter og ny bruk av lokale råvarer.

### Tilgang til fagkompetanse gjennom en til en veiledning

Generelt er tilbakemeldingene gode etter veiledning og oppfølging prosjektet igjennom. Sigrid Heggelien fra Uvdal Varmestue har gitt tilbakemelding på at hun er noe skuffet over hva hun sitter igjen med, samt hva som ble gjennomgått hennes individuelle veiledningen. Denne tilbakemeldingen kom ikke til oss i etterkant av veiledningen men først da vi samlet inn generelle erfaringer fra prosjektet som en avslutningsfase. Vi har derfor ikke hatt mulighet til å imøtekomme hennes innspill.

### Pressedekning

Prosjektet fikk oppslag både i Laagendsposten og i Drammen Tidende:

Laagendalsposten 12. februar 2012



Drammens Tidende 22. februar 2012



### Nettverk og utveksling av erfaringer

Alle fire serveringsstedene gav tidlig uttrykk for at de ser på å skape nettverk som et positivt tiltak, men viser reservasjon til antall møter i løpet av et år grunnet hektisk aktivitet.

Vi har forsøkt å sette i gang en møteplan slik at de kan fortsette å møtes men har ikke fått en god nok respons på dette til at det vil løpe videre. Det ansees ikke som sannsynlig at de vil følge opp videre selv dersom det ikke er et av stedene som tar en eier rolle til det.



### **Muligheter**

Det er mulig å søke Innovasjon Norge om midler til et bedriftsnettverk. Dersom dette skal gjøres anbefales det at det er flere enn fire virksomheter med – det bør være mellom 8-10 bedrifter. Det bør settes opp som / søkes om midler til drift av nettverket.

### **Ringvirkninger, mer fokus på lokalmat utover Lokal mat på menyen prosjektet**

#### **Smaks-messe**

Bryllupsbygda, sammen med Eventyrsmak er nå i prosess med å lage en minimesse på Norefjell i mai. Der skapes det en møtearena for produsenter og serveringssteder.

#### **Lokalmatmobilisering i Numedalen.**

Dette prosjektet fokuserer på logistikk og hva markedet har behov for.

Lokal mat på menyen prosjektet har hatt løpende og god dialog med begge tiltakene.

#### **Omtale i lokal pressen**

Prosjektet har også ved to anledninger fått mye omtale i lokal presse. Det er naturlig å tro at denne omtalen kan ha inspirert andre spisesteder og produsenter utover dette prosjektet til å bli mer interessert i å sette lokalmat på menyen.



#### 4. PROSJEKTORGANISERING OG RESSURS DISPONERING

<b>Prosjekteier:</b>	VER-DI prosjektet i Buskerud Fylkeskommune
<b>Prosjektleder (PL):</b>	Hilde Seljom, Athene Prosjektledelse
<b>Prosjektansvarlig (PA):</b>	Eli Reistad, VER-DI
<b>Designer:</b>	Kirsti Seem Qvenild, Athene Prosjektledelse
<b>Kokk og matfaglig ansvarlig:</b>	Stig Seljom, Kokk Helt enkelt

##### 4.1. ØKONOMI

I samarbeid med prosjekteier utvidet vi budsjettet fra kr 100 000,- til 125 000,- høsten 2011, dette ser man i matrisen under. Dette skjedde i samme runde som vi gikk fra å jobbe med 3 serveringssteder til 4, samt fant midler til trykking av profilmaterialet.

Budsjett		Nytt budsjett etter endring	Faktiske kostnader
kostnadsart	NOK		
Prosjektledelse, prosjektleder,	32 000	30 000	30 000
Grafisk design.	16 000	25 000	25 200
Kokk	40 000	60 000	63 112
Trykking	0	6 000	5 850
Møteutgifter og servering	5 000	1 000	0
DIV	7 000	3 000	490
Råvarer			
Emballasje og porto			
Totalt	100 000	125 000	124 652





## 5. VIKTIGE ERFARINGER

Prosjektet startet med et mål om å knytte serveringssteder og produsenter sammen i et felles prosjekt. Allerede tidlig i prosjektet erfarte vi at produsentene ikke hadde særlig interesse av å være med. Så raskt som mulig dreide vi prosjektets innholdet til å omfavnet serveringssteder slik at mål og fokus ble på kunden og kundens behov.

Det viste seg raskt at å ha fleksibilitet i prosjekt rammene bidro til bedre leveranse og utnyttelse av ressursene.

Ressursdisponeringen har fungert godt i prosjektet. Vi opplevde det som svært nyttig å ha stor tilgang til kokkefaglig kompetanse, samt tilgang til kompetanse innen grafisk design og visuell kommunikasjon.

Prosjektet har erfart at alle serveringsstedene hadde et høyere forbruk av lokale råvarer enn først antatt. Dette lærte vi først når vi kom tett innpå hver enkelt bedrift. Tilgang til kokkefaglig kompetanse i kombinasjon med inspirasjon og påfyll er den største faktoren til prosjektets suksess.

Prosjektet har hele tiden hatt som mål å synliggjøre at lokal mat er mer enn gourmetmat og dette har vi hatt fokus på i all kommunikasjon med serveringsstedene. Utfordringen for mange spisesteder blir at de ikke har tid eller anledning til å snakke med hver enkelt hverdagsgjest om den lokale maten på menyen. Utvikling og bruk av visuelle hjelpemidler hvor fokus er på lokalmat er derfor svært viktig og er et hjelpemiddel som kunne vært utviklet videre til en kampanje.

Alle serveringsstedene etterlyser produsentene, både i utvalg av råvarer samt at de gjør seg mer tilgjengelig i form at å fortelle om hva de har å tilby og hvordan dette kan brukes på en fordelaktig måte for bedriftene.

Avslutningsvis vises det til kommentarene rundt et potensielt nettverk og hvordan dette må kjempe om tid og oppmerksomhet fra alt annet en leder av en serveringsbedrift gjør i en hektisk hverdag. Det er liten tvil om at serveringsstedene som deltok ville hatt god nytte av å delta i et nettverk videre, men at det i praksis er vanskelig å forene med hektisk drift av serveringstedene. Det anbefales derfor ikke at man går videre for å søke Innovasjon Norge om et bedriftsnettverk kun med 4 bedrifter i nettverket.

Det anbefales derfor at de fire serveringstedene blir koblet opp mot bryllupsbygda og det minimesse- prosjektet de jobber med. Der kan de møte aktuelle produsenter som har fokus på å få inn nye kunder.

Hvordan ivareta erfaringer gjort i Lokal Mat på menyen-prosjektet:

- En-til-en veiledning kan videreføres i små gruppekurs med 2-4 serveringssteder med vekt på nye lokale matretter, inspirasjon og faglig påfyll.
- Profilelementer rundt lokalmat er utviklet og kan videreutvikles, basert på kursdeltakeres behov.



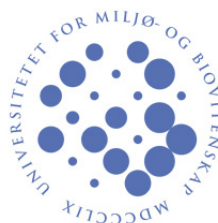
## VER-DI er medfinansieret af



EUROPEISKA UNIONEN  
Europeiska regionala  
utvecklingsfonden



Interreg **IVA**  
ØRESUND - KATTEGAT - SKAGERRAK



Sigdal kommune



Nore og Uvdal  
Kommune



SVENLJUNGA  
KOMMUN



Rollag Kommune



Buskerud  
fylkeskommune



FALKENBERG  
*Hitta det här*



GISLAVEDS  
KOMMUN



HANDELS- & TURISMECENTRET  
Ringkøbing Fjord Handels- & Turistråd

Regionförbundet  
JÖNKÖPINGS LÄN



Herring  
Kommune



Ringkøbing-Skjern Kommune



Region Halland  
VI SKAPAR MÖJLIGHETER

*destination*

DJURSLAND



regionmidtjylland

**midt**



Syddjurs  
KOMMUNE