

Lustfylld mat



Projektets mål var att skapa långsiktiga hållbara försörjningsmöjligheter inom matsektorn.

Projektägare:	Skördefest i Dalarna, ideell förening
Projektledare:	Olle Bengtsson
Kommuner:	Säter, Hedemora och Avesta
Dnr:	83
Jnr:	2011-631
Projektid:	2011-01-24 – 2014-09-30

Beviljade stödmedel:	1 075 000 kr	Använda stödmedel:	989 583 kr
-----------------------------	--------------	---------------------------	------------

Totalt använda resurser i projektet:	2 422 286 kr
---	--------------

”Branschen ”Lokal mat i södra Dalarna” har växt kraftigt under projektiden, uppskattar tillväxten till i storleksordningen 15-20% per år. Projektet har bidragit till att kommunerna upphandlar lokal mat i mycket större utsträckning och det till ett årligt värde av många miljoner.”

Olle Bengtsson, projektledare

Verksamhet enligt projektplanen

BAKGRUND

I detta böljande älvlandskap, fyllt av historia och traditioner tror vi att maten kan utvecklas till ett viktigt besöksmål. Här är det nära till den nära maten. Få andra områden i Sverige har den bredd, mångfald och djup som man hittar inom matområdet i norra NeDa. Det är nära till de mer tätbefolkade delarna runt Stockholm och Mälardalen, inom några timmars bilresa finns mer än halva Sveriges befolkning. En stor ansamling matproducerande företag (mer än 60 st) har potential att utvecklas på olika sätt och därigenom kunna öka sin lönsamhet och anställa fler.

GENOMFÖRANDEPLAN

Projektet är tänkt att syssla med följande fyra områden; nätverk, marknadsföring, kompetensutveckling och event. Under respektive rubrik finns de områden som det framkommit behov av att utveckla, när vi inom delar av nätverket träffats inför denna ansökan. Detaljplan för olika moment behöver tas fram under inledningen av projektet.

SYFTE

Projektets syfte är att vara ett stöd till den utvecklingen som redan i dag finns inom livsmedelssektorn i området. Här finns en större koncentrationer av livsmedelsföretag och vi ser en möjlighet till dynamisk utveckling av branschen. Många enskilda företagare hinner inte med det övergripande och samordnande arbetet när man själv är upptagen med att expandera och utveckla sin egen verksamhet.

En extern resurs i form av ett tidsbegränsat projekt har förutsättningarna att med strategiska insatser stärka och bygga upp de funktioner som behövs för att utveckla den tillväxtpotential som finns.

MÅLGRUPP

Målgruppen är företag och organisationer med anknytning till matsektorn i Avesta, Hedemora och Säter.

MÅL

Projektets mål är att skapa långsiktiga hållbara försörjningsmöjligheter inom matsektorn genom att stimulera nät.

Sammanfattning av svar i utvärderingen

Uppgiftslämnare: Olle Bengtsson

Första kontakten med Leader

Kom i kontakt med Leader när det startade för många år sedan.

Leader som metod

Tycker att det är mycket bra att jobba med underifrånperspektiv och med kopplingen till en pågående utveckling så att projektet inte hänger i luften. Tycker att man fått väldigt bra support från det lokala leaderkontoret, men upplevde en osäkerhet hos Länsstyrelsen kring vad som gällde för ekonomin och väldigt långa ledtider. Tror att rädsla att göra fel hos handläggare ledde till en allt för stor petighet, men tycker att handläggningen fungerade bättre på slutet. Upplevde att det ibland var svårt för deltagarna att se skillnaden mellan projektet och den övriga verksamheten, vissa hade svårt att förstå att de var deltagare i ett projekt. Tycker att man försökt vara tydliga, men märkte att det var aktiviteten och verksamheten som var det viktiga för många, inte hur det var organiserat.

Leaders betydelse för projektet

Uppskattar att 50 % av projektet inte alls hade blivit av utan Leader och tror att den andra hälften hade blivit av men tagit mycket längre tid. Projektet har skyndat på och fungerat som smörjmedel för processer som är i rörelse. En grov uppskattning är att det skulle ha tagit ytterligare två till tre år innan man kommit dit man är idag utan Leader. Detta om man bortser från det strul det innebar att rekrytera en ny projektledare efter en som inte gjorde sitt jobb. Menar att den delen har försinkat processen rejält.

Genomförande

Tycker att projektet lyckades. De mål som sattes upp i projektansökan är uppnådda och i flera fall överträffade. Hänvisar till slutredovisningen.

Innovation

Tycker att projektet blev innovativt. Den mest innovativa delen av projektet låg i skrivandet av ansökan och processen runt det. Sedan genomfördes det som var tänkt. Under resans gång dök det upp några nya spår som genomfördes delvis utanför projektet, eftersom de inte fanns med i beslutet. Tycker att de delarna både har varit innovativa och framgångsrika.

Samverkan och nätverkande

Projektet medförde ny samverkan och nätverkande åt alla möjliga håll, som delvis inte förutsågs vid projektstarten.

Ökad affärsmässighet

Flera av de deltagande företagen har utvecklats mycket under projektiden. Tycker att det är mycket svårt att avgöra i vilken utsträckning nya produkter kan tillskrivas det ökade nätverkandet, inspiration vid studieresor och deltagande i aktiviteter. Menar att projektet har bidragit till, men inte helt kan tillskrivas tillkomsten av enskilda tjänster eller produkter.

Långsiktighet

Projektet har drivits av den ideella föreningen, Skördefest i Dalarna. Event och aktiviteter lever vidare i samma form som innan projektet. Kurser och studieresor kommer att arrangeras, men är ingen ordinarie verksamhet i föreningen. Effekter som kan ses av projektet idag är att branschen "Lokal mat i södra Dalarna" har växt kraftigt under projekttiden. Man har inga exakta siffror men uppskattar tillväxten till i storleksordningen 15-20 % per år. Projektet har bidragit till att kommunerna upphandlar lokal mat i mycket större utsträckning och det till ett årligt värde av många miljoner. Tror också att projektet starkt har bidragit till att delar av den lokala dagligvaruhandeln säljer mer lokal mat.

Framtidsutsikter för projektet

Projektet är avslutat, men kärnan i projektet, d.v.s. samverkan, nätverkande, gemensam marknadsföring och event tros komma att leva vidare. Söker nu långsiktiga samarbeten med sponsorer och andra aktörer. Fokuserar i år på Skördefesten som event och att påbörja arbetet med nästa års aktiviteter tidigt under hösten. På sikt är förhoppningen att branschen har fortsatt att växa och att de spår som projektet har lämnat starkt kommer att ha bidragit till den tillväxten.

Spridning

Upplever att vetskapen om projektet är stor i närområdet inom branschen. Hos allmänheten är vetskapen om skördefesten stor, men kanske inte om själva leaderprojektet. Tror inte att allmänheten utanför närområdet vet om projektet, men däremot branschen i meningen mathantverkare, speciellt i angränsande län. Projektet har förekommit i lokal radio och lokala tidningar. Minst tio inslag per år samt initiering av stora artikelserier om deltagarna där ibland inte projektet kom att synas. Menar att det beror på vad reportrarna skriver. Projektet har själva spridit information på olika träffar. Sammanlagt ca 20 informationstillfällen under projekttiden. Mycket information i samband med olika kontakter inom projektets olika nätverk.

Attitydförändring

Upplever att kunskapen ökar steg för steg om att det finns väldigt mycket och väldigt bra lokal mat i bygden. Attityden till det tros enbart vara positiv.

Försörjningsmöjligheter

Projektet har bidragit till försörjningsmöjligheter genom ökad omsättning hos deltagande företag.

Koppling till andra projekt

Kan inte se någon koppling till andra projekt. Upplever en aning projekttrötthet i nuläget och vill ha ett år eller så där man jobbar på i lite enklare administrativ kostym.

Leaderprojekt

Kan inte tänka sig att driva ett leaderprojekt i nuläget (se punkten ovan). Kanske i framtiden. Försäkran om bättre handläggning hos länsstyrelsen skulle underlätta ett framtida beslut.

Uppnådda huvudmål och delmål, kvantitativa

Nya försörjningsmöjligheter , uttryckta som helårsarbeten	6
Antal personer som fått del av nya försörjningsmöjligheter	10
Bevarade försörjningsmöjligheter , uttryckta som helårsarbeten	10
Antal personer som fått del av bevarade försörjningsmöjligheter	20
Nystartade företag	4
Nya dagbesök	15 000
Antal nya nätverk	5

Nya marknader:

Konsumenter i angränsande kommuner som vill handla lokal mat och uppleva lokal matproduktion inom projektområdet. Avesta, Hedemora och Sätters kommun för inköp av lokala produkter till den offentliga maten.

Efterlämnade fysiska resurser:

Investeringar gjorda för bildkommunikation i marknadsföring. Dator, skrivare, kamera och videokanon.

Uppnådda mål, kvalitativa

Affärsmässighet/ Entreprenöranda:	<i>Stor förbättring</i>
Exempel:	Deltagarna har blivit betydligt bättre på prissättning, vilket bidrar till bättre lönsamhet och bärkraftiga försörjningsmöjligheter.

Framtidstro:	<i>Stor förbättring</i>
Exempel:	Ica Supermaket i Hedemora har idag 42 lokala matleverantörer. Nu har ägaren bestämt sig för att satsa ännu mer på den lokala maten och vill utöka antalet lokala varor och producenter. Tror på en sådan utveckling hos flera butiker i området.

Attraktionskraft för boende:	<i>Stor förbättring</i>
Exempel:	Möjlighet att köpa lokal mat direkt från producent har ett högt värde. Levande landsbygd höjer attraktiviteten.