

Tillögur Eypings að áhersluverkefnum 2015

Verkefni 6	Matartengd ferðaþjónusta.
Markmið (hvaða vandamál á að leysa?)	<p>Uppbygging matartengdrar ferðaþjónustu á Norðurlandi og samstarf á öllu svæðinu í að markaðssetja matarmenningu Norðlendinga.</p> <p>Markmiðið með verkefninu er að skapa vettvang fyrir matarhandverksframleiðendur til þess að hittast, skiptast á þekkingu og veita þeim innblástur. Jafnframt er markmiðið að gera vörur frá þeim sýnilegri fyrir neytendur og ferðamenn.</p>
Framkvæmdaaðili (ef fleiri en einn, tilgreinið hlutdeild hvers af heildarstyrkupp hæð)	Markaðsstofa Norðurlands
Samstarfsaðilar	Local food í Eyjafirði, Matur-Inn sýningin, Þingeyska matarbúrið, Akureyrarstofa, ferðamálafulltrúar á svæðinu, ferðaþjónustufyrirtæki og menningarfulltrúi Eypings. Einnig Matís og Klúbbur matreiðslumeistara Norðurlands. Auk þess tengist verkefnið Matarkistu Skagafjarðar.
Tengsl við sóknaráætlun 2015-2019	<p>Verkefnið hefur beina skírskotun í eina megináherslu Sóknaráætlunar Norðurlands eystra á sviði atvinnuþróunar og nýsköpunar en þar segir (bls. 12): „Hvatt verði sérstaklega til nýsköpunar í matvælaframleiðslu, meðal annars með stuðningi við matarhátíðir“. Sama á einnig við um leiðarljós og markmið Sóknaráætlunar um ferðaþjónustu (bls. 3, 12 og 13).</p> <p>Verkefnið mun fjölga ferðamönnum, bæði tímabundið í tengslum við matarhátíðina og einnig til lengri tíma þar sem svæðið verður þekkt fyrir ákveðna matarmenningu. Verkefnið hvetur ferðamenn til að ferðast um allt Norðurland til að prófa mismunandi upplifun. Verkefnið hvetur til nýsköpunar í matvælageiranum og getur aukið við atvinnutækifæri og gert þessa atvinnugrein spennandi fyrir ungt fólk.</p> <p>Matarmenningarhátíð hvetur til nýsköpunar í matvælaframleiðslu (þar er keppnin í matarhandverki í lykilhlutverki), hún er kynning á því mikla matvælasvæði sem Norðurland er (hérna er t.d. átt við sýninguna, kynninguna á grunnmatvælaframleiðendum og fyrirtækjum í vöruframleiðslu, sérhannaða matseðla með völdum hráefnum) og hún skapar segul fyrir bæði innlenda og erlenda ferðamenn (heimsókn frá Bretlandi með fagfólki um matarmenningu, sérhannaðir matseðlar, heimsóknir til framleiðenda, fræðsla og fl.).</p>
Árangursmælikvarðar (afurðir og áhrif á samfélagið)	<ul style="list-style-type: none"> Íslandsmeistarakeppni í matarhandverki. Keppni í matarhandverki felur í sér að innsendar matarhandverksvörur eru dæmdar af dómurum (sérfræðingar og matreiðslumenn). Til eru norrænar reglur um hvað telst matarhandverk. Fyrsta „Íslandsmeistarakeppnin í matarhandverki“ var haldin haustið 2014. Stærð verkefnis fer eftir fjölda þátttakenda. Auglýst verður eftir vörum um land allt. Keppt verður í 8 mismunandi flokkum (mjólkurafurðir, kjötafurðir, fiskiafurðir, ber, ávextir og grænmeti, bakstur, súrdeigsbakstur, nýsköpun í matarhandverki og umbúðir). Margir innlendir framleiðendur eru nú þegar að framleiða matarhandverksvörur og fleiri eru að tileinka sér slíka framleiðslu.

	<ul style="list-style-type: none"> ● Sýningin MATUR-INN verður haldin í Íþróttahöllinni 17.og 18. október. Sýningin á að endurspegla styrk Norðurlands sem matvælaframleiðslusvæðis. Sýningin hefur verið afar fjölsótt og gestirnir verið á bilinu 13-15 þúsund en nú á að breyta áherslum og gera hana mun víðtækari. Sýningin hefur staðið undir sér sem slík og er hér hugsuð sem hluti af heild undir hatti North Iceland Local Food Festival. Á MATUR-INN sýningunni verða haldnir fræðslufyrirlestrar og verður fengin einn erlendur fyrirlesari til að fræða um hvernig hlutirnir eru gerðir í öðrum löndum og til að veita innblástur. Keppnin eflir nýsköpun, atvinnuþróun og listsköpun. Góður árangur í matarhandverkskeppni skilar ótvírætt framleiðendum mun meiri sölu á sínum vörum. Keppendur fá mat á sínar keppnisvörur sem nýtist þeim til að bæta þær ef þarf. Það er góður undirbúningur fyrir frekari keppni erlendis svo sem Norðurlandamótið í matarhandverki, haldið í Svíþjóð (http://www.eldrimner.com/). Þeir sem að framleiða vörur undir merkjum „matarhandverks“ (stórir sem smáir matvælaframleiðendur) framleiða hágæða vörur úr staðbundnum hráefnum án óæskilegra aukefna og þar sem matarhefðir spila stórt hlutverk. Með keppni sem þessari er verið að kynna og markaðssetja vörunar sem eykur áhuga og sölu varanna. Matarhandverk er samspil frumframleiðenda (bændur), úrvinnsluaðila (matvælavinnsla) og jafnframt listamanna (vöruhönnuðir). Skilgreiningin á matarhandverki er: Matvara, framleidd úr hráefni úr héraði með tengingu við framleiðslustað, sögu eða matargerðarhefðir héraðsins. Matvara, framleidd og unnin staðbundið skv. gildandi heilbrigðiskröfum eftir náttúrulegum ferlum, þar sem mannhöndin og handverkið nýtur sín í öllu framleiðsluferlinu. ● Heimsókn 20 manna hóps frá Bretlandi sem vinnur að matartengdri ferðabjónustu og er tilgangurinn að kynna sér norðlenska matarmenningu ásamt því að sýna áherslur og aðferðir norðlenskrar matarferðabjónustu. Hópurinn vinnur út frá ákveðnum þemum og verður eitt þeirra að vinna með soun á mat og hvernig sé hægt að lágmarka hana sem mest. Undirbúningshópurinn sér fyrir sér að flétta þessu þema inn í matamennningarhátíðina. Stefnt er að því að hópurinn standi fyrir námskeiði sem ætlað er fagaðilum í matvælageiranum. ● Kynning á hráefni framleiddu á svæðinu í tengslum við matarvikuna North Iceland Local Food Festival í samvinnu við veitingastaði, þar sem matseðlar eru samsettir með áherslu á mat úr héraði. Undirbúningshópurinn mun í samvinnu við ákveðna veitingastaði setja saman og markaðssetja matseðla sem byggja á ákveðum hráefnum. Þannig verður hægt að ganga að því vísu að ákveðinn veitingastaður býður upp á sjávarfang, annar upp á kjötmeti og svo framvegis. ● Vefsíða fyrir Local Food á Norðurlandi til kynningar héraðs og erlendis. Undirbúningshópurinn vinnur að því að efla norðlenska ferðabjónustu og safna saman þeim upplýsingum sem til eru og koma þeim á framfæri til þess að fjölga erlendum og innlendum ferðamönnum sem koma í þeim tilgangi að upplifa matarmenningu. ● Kynning á hönnunurvörum á svæðinu sem tengjast mat og matarmenningu. Hérna er átt við hönnun á borð við Laufarbrauðssetrið svo dæmi sé tekið.
Tímarammi	15. september – 31. desember 2015
Áætlaður kostnaður	5.000.000
Framlag úr sóknaráætlun 2015	2.000.000 (Matvælafyrirtæki á Norðurlandi og samstarfsaðilar leggja til 3.000.000 kr.)