



Ansøger: Kalø Økologiske Landbrugsskole (VidenDjurs)

Projekttitlel: Økologiske værdikæder på Djursland

Totalbudget: 724.188 kr.

Ansøgt beløb: 262.189 kr.

Kategori: Iværksætteri og jobskabelse

Uddrag af projektbeskrivelsen:

Den danske fødevarersektor nedsatte i 2013 "Vækstteam for fødevarer", som sidste år udgav en rapport med 13 anbefalinger til fremtidssikring af fødevarersektoren. Blandt andet anbefaler de, at man nytænker markedsføringen af vore høj kvalitetsfødevarer, så dansk landbrug fortsat kan være en væsentlig del af

vores økonomi.

Danmark oplever stigende konkurrence på fødevarermarkedet for uforarbejdede råvarer. Andre lande kan fremstille varerne langt billigere, og de er ved at indhente Danmark kvalitetsmæssigt. Derfor vil det være godt for Danmarks landdistrikter, at der kommer mere fokus på den merværdi, vi kan tilføje vore landbrugsvarer, og hvordan vi gør distribution og markedsføring smartere. Processen kræver nytænkning, bl.a. med hensyn til hvordan vi fortæller "den gode historie", hvordan vi inddrager (for)brugerne, så de kan deltage i innovationen og også selv begynde at købe flere lokalt dyrkede råvarer.

Til den "gode historie" hører også, at der vil være arbejdskraft til at gennemføre denne type af produktion og markedsføring inden for landbruget. Der skal være unge med en landbrugsuddannelse, der har fået øjnene op for nye nicheproduktioner, nye måder at interagere med (for)brugere på, nye måder at produktudvikle og sælge varer på.

Formålet er derfor at udarbejde en model for innovativ afsætning af vore landbrugsprodukter, tættere kobling imellem producenter og forbrugere, samt for, hvordan vi skaber mere opmærksomhed i lokalsamfundet omkring de værdier, der ligger i at udnytte lokale råvarer. I samme proces indtænkes også turisterhvervet, da mange af projektaktiviteter også vil tiltrække turister og dermed øge viften af tilbud for turismen på Djursland. Mange af områdets sommerhusturister kunne se det som en ekstra oplevelse at købe lokale råvarer under ferien på Djursland.

Som udgangspunkt gennemfører projektet en værdikædeanalyse fra jord til bord på Djursland med særlig fokus på det markeds mæssige potentiale. I analysen inddrages (for)brugerne som kritisk masse, da de er af afgørende betydning for afsætningen. Samtidig inddrages unge på Kalø Økologiske Landbrugsskole for at styrke den økologiske grunduddannelse i retning af nytænkning omkring afsætningen af økologiske produkter og for at etablere en rutine for, at Kalø's elever og lærere efterfølgende holder gang i de lokale værdikædenetværk. Dermed er målet for projektet at den innovative tænkning og produktudvikling bliver en kontinuerlig proces, også efter projektets ophør. Der skal fortsat skabes nye og innovative arbejdspladser inden for nicheerhverv i landbrug og turisme og i nye iværksætterfirmaer, og alle led i værdikæden skal deltage – også forbrugerne, så den brugerdrevne innovation sikres.
