



**Ansøger:** FOOD organisation of Denmark

**Projektitel:** Branding af Djurslands fødevarerprodukter

**Totalbudget:** 408.000 kr.

**Tilskudsbeløb:** 204.000 kr.

**Kategori:** Iværksætter og jobskabelse

**Målsætning(er):** Fødevarer

**Uddrag af projektbeskrivelsen (pkt. 2.13):**

Food Organisation of Denmark og Dansk Landbrugsmuseum ønsker at give fødevarerproducenter fra Djursland mulighed for at deltage i et særligt temaområde for Djursland på Food Festival i 2016. Formålet med dette temaområde er at samle producenter fra Djursland og give råvarer fra Djursland identitet og synlighed. Dette er med til at sikre producenter fra Djursland en bedre afsætning overfor både private forbrugere samt finde afsætningskanaler til detailhandlen, eksport, grossister og direkte til foodservice. Når virksomhederne får adgang til foodservice vil det være de indkøbsansvarlige fra det enkelte storkøkken.

Det har vist sig, at fødevarerproducenterne på Djursland forstår at udvikle unikke fødevarer af særlig god kvalitet, men at kunne "fange" virksomhedens eller produkternes kernefortællinger er ikke altid så let. Branding kræver gode historier og kvalitetsprodukter kræver opfindsom iscenesættelse – og det er lige præcis dét som FOOD og Dansk Landbrugsmuseum i samarbejde med områdets fødevarerproducenter skal udvikle og arbejde med på festivalen.

Målet med disse aktiviteter alene er at skabe synlighed og give fødevarerproducenter fra Djursland forskellige typer værktøjer til udvikling af profil og brandingsstrategier. Formidling skal være en øjenåbner for publikum, enten ved gastronomisk inspiration (opskrifter, råvarer eller tilberedning), og/eller en wauw-effekt, så publikums nysgerrighed efterspørger viden, hvad enten det gælder råvarer, historie eller opskrift og skal skabe en åben dialog mellem publikum og virksomhedsproducent. Målet for madworkshops er at give deltageren en intens madoplevelse fra Djursland, hvor oplysning, madlavning, fællesspisning og dialog er elementer.

**Afsætningsaftaler**

Food Festival besøges af inviterede indkøbere, importinteresserede fra Europa, grossister og beslutningstagere i Foodservicebranchen. Djurslands tilstedeværelse og synlighed på festivalen, skal derfor bruges til at give de deltagende producenter adgang til dialog med denne målgruppe med henblik på afsætningsaftaler. Denne proces faciliteres af FOOD, som i samarbejde med virksomhederne forbereder dem på opgaven gennem individuel sparring og hjælp til, hvordan de skal bruge tilstedeværelsen af denne målgruppe bedst muligt.

**Djursland på Food Festival**

Projektet sørger for, at de deltagende producenter fra Djursland, i dette fælles temaområde ikke har udgifter i forhold til etableringen af en stand. For små og mellemstore fødevareraktiviteter kan adgangen til deltagelse på en sådan event være mange penge, som kan afholde dem fra at investere i øget afsætning og nødvendig markedsføring. Det er netop denne type af producenter, som projektet skal hjælpe til deltagelse. Producenterne skal derimod investere deres tid i kompetenceforløbene forud for festivalen samt deltagelse på selve festivalen.

