

Naturmødet d. 26/5-2016

Randi Friis Hansen

Trine Schwennesen

**IDÉOPLÆG:
EN SAMLET FØDEVAREVÆRDIKÆDE FOR
NATIONALPARKERNE**

BAGGRUND

HVORFOR HAR VI TAGET DET HER INITIATIV?



KORT OM INITIATIVET

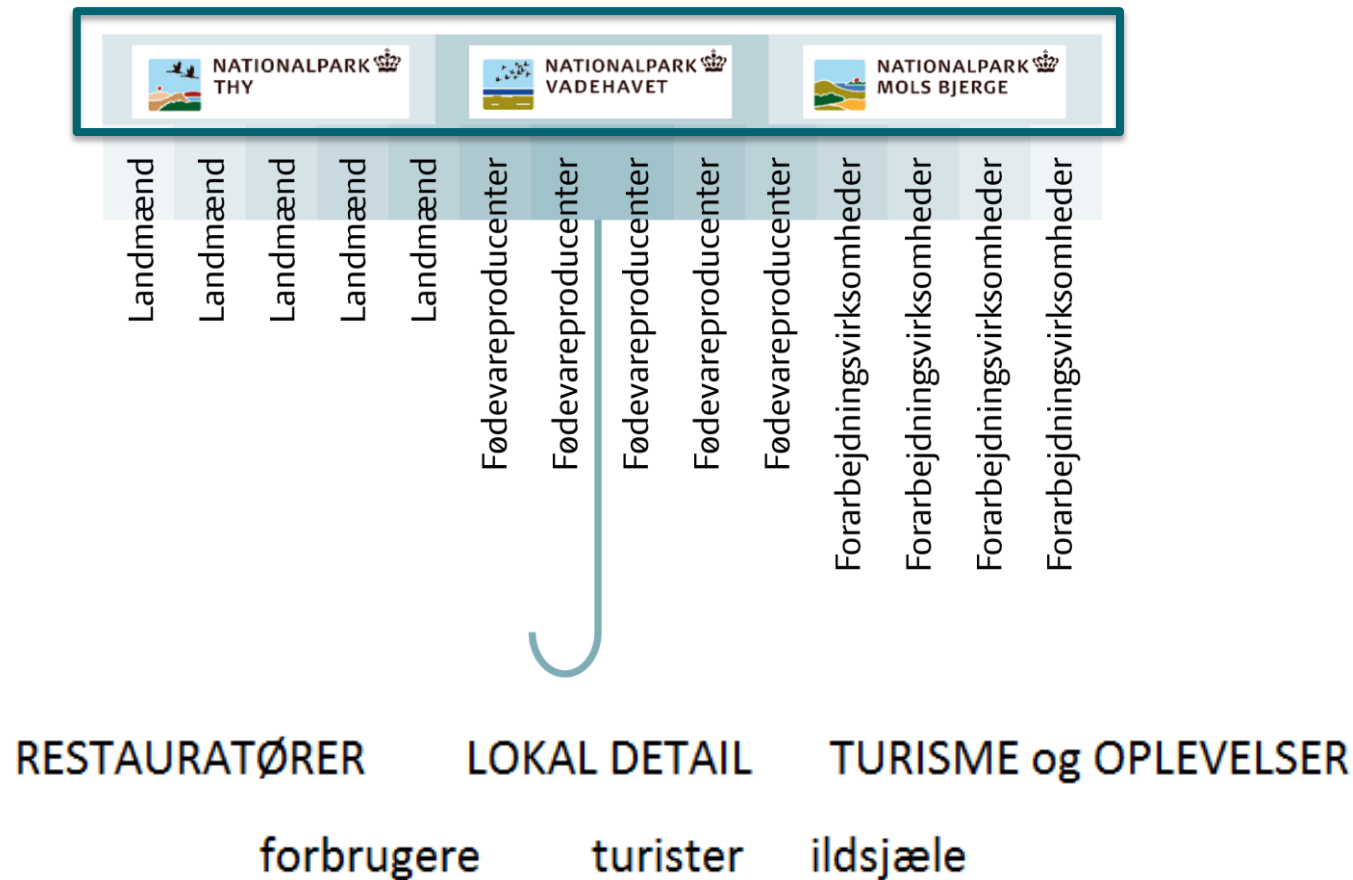


Initiativet undersøger muligheden for at skabe en fødevareværdikæde for nationalparkerne, der kan fungere som national afsætningskanal for produkter af høj kvalitet til detail/catering. I 2016 undersøger vi barrierer og muligheder – og udvikler et forslag til et set-up med udgangspunkt i indspil fra såvel landmænd, fødevarevirksomheder, grossister, nationalparkerne og andre interessenter.

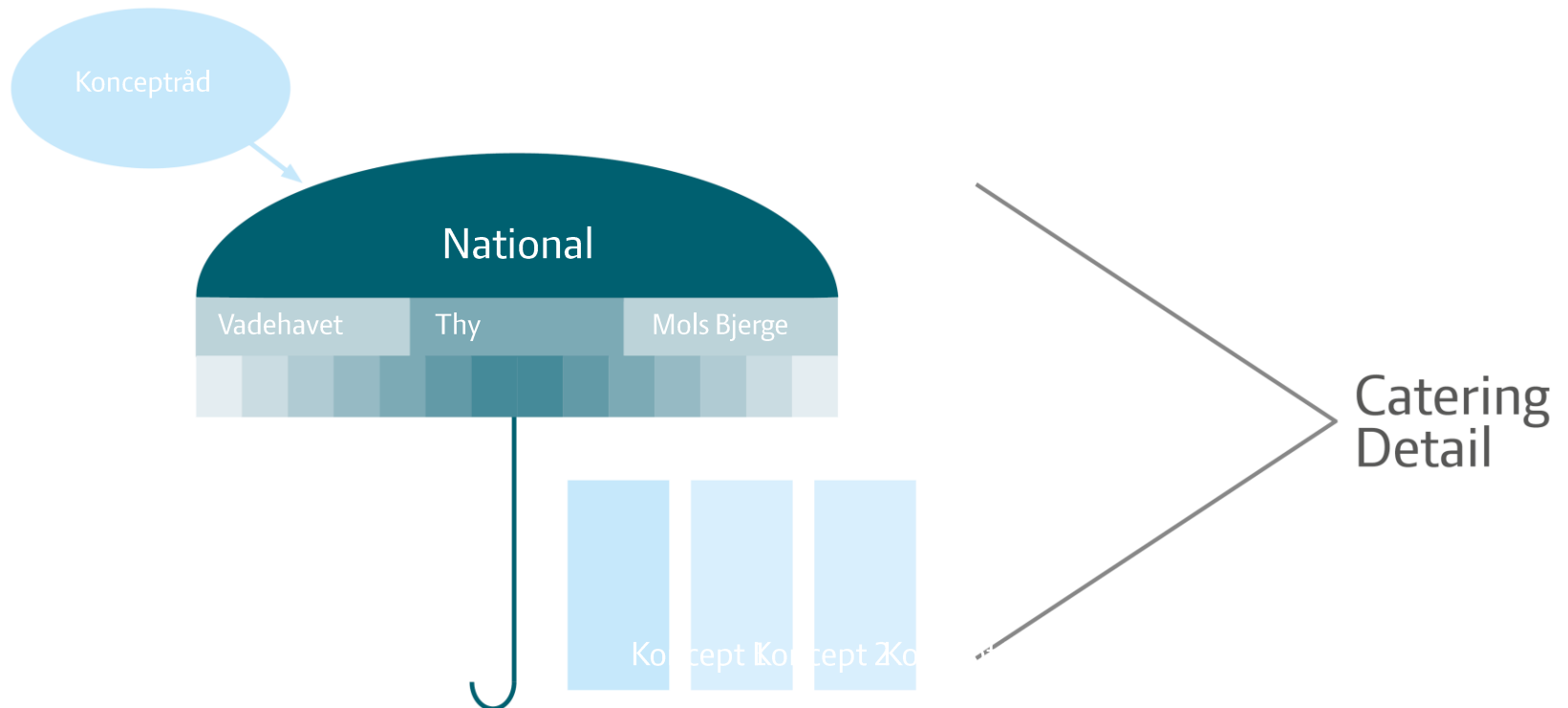
VÆRDI FOR ALLE TYPER PRODUCENTER

- Lokale fødevareproducenter, som afsætter lokalt
- Lokale fødevareproducenter, som ikke selv varetager afsætningsdelen
- Fødevarevirksomheder, som afsætter nationalt

FUNDAMENTET: EKSISTERENDE REGLER FOR ANVENDELSE AF LOGO DE LOKALE INITIATIVER

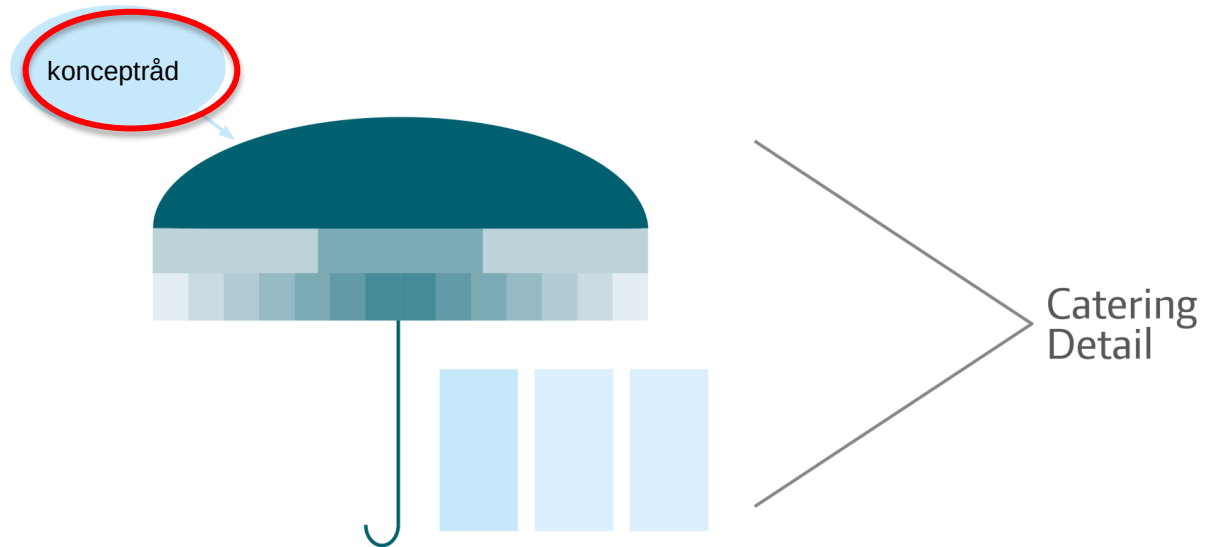


EN MODEL FOR FØDEVAREVÆRDIKÆDEN



Koncept = produkt + ekstra kriterier (smag/kvalitet + historiefortælling)

KONCEPTRÅD



Rolle

- Varetage varemærkets interesse – beskyttelse og udvikling
- Definere kriterier for fødevarerprodukter fra de danske nationalparker
- Godkende indkomne nye produktidéer fra grossister/fødevarerproducenter

Hvem?

Nationalparkerne (sekretariatsledere)

Min. 1 kok

fødevarerproducenter, forarbejdningsvirksomheder, detailhandel, restaurationsbranche (uvildige med branchekendsskab)

turismebranche, kreativ med forstand på historiefortælling

VÆRDI FRA NATIONALPARKERNE

HISTORIEFORTÆLLING!

Oplev nationalparken



Seværdigheder

Trækfuglene | Sæler | Østers | Sort sol | Landskabet |
Tidevandet | Livet på vaderne | Strandenge | Stormfloder |
Bygningskultur | Søfart og handel | Atlantvolden |
Arkæologien | Livet på øerne | Marskens brug

Lokale råvarer

Flere og flere fødevarerproduceres med ingredienser fra Nationalpark Thy.

Kig efter varer med nationalparkens logo, når du handler ind.

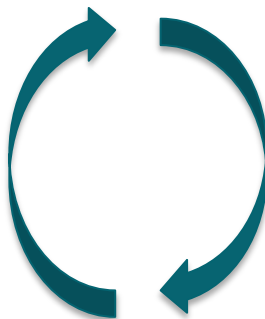
NATIONAL/LOKAL SYNERGIEFFEKT

Nationale niveau

Flere producenter og virksomheder med

Styrket
formidlingsplatform –
kaster opmærksomhed
videre til det lokale

Fødevareværdikæde
giver mulighed for flere
lokale madoplevelser



Lokale niveau

Tilføjer autenticitet
(den gode
historiefortælling)

Lokale producenter,
som afsætter lokalt,
bliver kernen i
'oplevelsen' – her
findes det unikke,
unikke

UDFORDRINGER

Lokal identitet omkring de enkelte nationalpar – fortsat behov for prioritering

Stor variation i råvaregrundlag indenfor forskellige produktkategorier – håndtering og kvalitet

Løbende afdækning af råvare/produktmuligheder

Set-up af fødevareværdikæden – tilpasning og levedygtighed

VIDERE HERFRA...

- "Go" eller "no go"?
- Involvering af landmænd, konceptråd, grossister, xxx
- 2017: Afprøvning og justering af model med det første koncept (evt. 2-3 koncepter)

VIDERE HERFRA...