



Søknad om økonomisk støtte til gjennomføring av Trøndersk Matfestival – Et sted nær deg 12.-14.aug 2022

I år feirer vi Trondheim og Trøndelag som europeisk matregion. Dette året kan vi smykke oss med tittelen “European Region of Gastronomy,” og feiringens høydepunkt blir våre tre festivaler Trøndersk Matfestival og Bryggerifestivalen i Trondheim 28.-30. juli 2022 og Trøndersk Matfestival – Et sted nær deg 12.-14. august 2022.

Trøndersk Matfestival – Et sted nær deg ble “født” i 2020 da covid-19 satte en stopper for å samle store folkemengder i Trondheim sentrum. Næringa var i en vanskelig situasjon og vi ville gjerne skape den viktige salgsarenaen som festivalen er. Dette klarte vi takket være interesse hos alle ordførerne i Trøndelag og en stor mobilisering i alle våre 12 samarbeidsregioner og samarbeidspartnere. Den første festivalen ble en suksess. Tilbakemeldingen fra alle aktørene var at den nye festivalen hadde kommet for å bli og vi ble bedt om å videreføre Trøndersk Matfestival – Et sted nær deg.

Aktivitetsnivået på fjorårets festival sammenlignet med 2020 viser nesten 100% økning fra 150 aktiviteter i 2020 til nært 300 i 2021. Interessen i både lokal, regional og nasjonal presse øker. Festivalen er en sterk omdømmebygger og den bidrar til å løfte fram produsenter og opplevelser lokalt.

Vi får tilbakemelding på at festivalens forretningsmodell er en sterk bidragsyter til lokal verdiskaping. Festivalen skaper nye salgsarena i kommunene, nye nettverk og samarbeid. Dette bidrar igjen til lokal utvikling og innovasjon for matopplevelser.

Trøndersk Matfestival – Et sted nær deg, bygger en sterk matregion og nå inviterer vi for tredje gang til et samarbeid for å videreutvikle denne nye og spennende festivalen.

BIDRAG FRA KOMMUNENE

To av de viktigste faktorene for å skape salgsarenaen Trøndersk Matfestival – Et sted nær deg, er finansiering og mobilisering. For å kunne gjennomføre årets festival 12.-14. august 2022, søker vi om økonomisk støtte fra alle kommunene i Trøndelag.

Beløpet per kommune for å delta på Trøndersk Matfestival - Et sted nær deg, er kr. 20.000. - eks.mva. Oi! krever ikke deltakeravgift av produsentene. Produsentene får delta gratis.



TRØNDERSK MATFESTIVAL - ET STED NÆR DEG 12.-14.AUGUST 2022

Årets gjennomføring legges til 12.-14.august, to uker etter Trøndersk Matfestival i Trondheim. Produsentene og serveringsteder med lokal mat inviterer hjem der mat og drikke produseres.

Trøndersk Matfestival – Et sted nær deg er i så måte en unik arena for **nye mat- og drikkeprodusenter som vil teste ut sine produkt på lokale marked eller fra sitt lokale produksjonssted**. Festivalen gir en mulighet til å styrke samarbeidet mellom lokalmatprodusentene. Og matinteressert publikum lokalt, nasjonalt og internasjonalt får anledning til å bli bedre kjent med Trøndelag som matregion og opplevelsesdestinasjon basert på kortreiste smaker.

Det er vi trøndere som er de beste ambassadørene for Trøndelag som gastronomisk region og vi håper mange av oss inviterer familie og venner til Trøndelag denne helga.

MARKEDSFØRING OG KOMMUNIKASJON

Med Oi! Trøndersk Mat og Drikke sin visjon “Vi skaper mersmak og merverdi” som ledestjerne, skal kommunikasjonsarbeidet bidra til å oppnå nettopp det.

I 2021 arrangerte vi sammen med Trøndelag Reiseliv og vår samarbeidspartner Britannia til en internasjonal pressetur. Et av resultatene derfra var at Øyna Kulturlandskapshotell, som eneste hotell i Norden, fikk status som et av Europas 12 beste hoteller av Fodor`s Travel med 4,3 millioner unike lesere.

I tillegg produserte vi egne reklamefilmer med vår festivalkokk Head Chef Christopher W. Davidsen for å inspirere publikum til å oppdage matregionen under fjorårets festival. I år lager vi 12 ulike oppskriftsfilmer med Davidsen med råvarer fra hele Trøndelag som skal bidra til økt synlighet og deltakelse.

Trøndersk Matfestival er en av Trøndelags sterkeste merkevarer. En omdømmeundersøkelse gjennomført av Norstat i 2018, viste at festivalen har en uhjulpen kjennskap blant trøndere på 80%.

KRAFTIG ØKNING I MEDIEOMTALE OG I TRAFIKK PÅ DIGITALE KANALER

Omtale i media er en viktig strategisk satsing for Trøndersk Matfestival – Et sted nær deg, og her merker vi en stor økning i interesse fra 2020 til 2021.

I løpet av to år har omtale på Trøndersk Matfestival i media økt med 100%, der redaksjonell omtale i lokale aviser dominerer. I 2019 er Trøndersk Matfestival omtalt i 196 saker på web og papir. I 2021 er tallet 414 saker på web og papir.

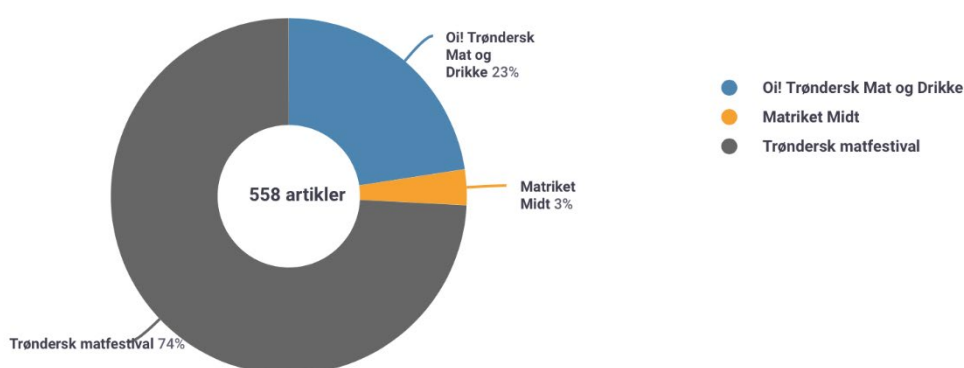
Disse tallene er både for festivalen i Trondheim og Et sted nær deg. Samme økning ser vi på websiden vår matriketmidt.no. Her har vi en økning på 79 prosent sidevisninger fra normalåret 2019. Rekkevidden på Facebook i festivalperioden 1.1.-31.08.2021 er på 347 048 personer.

Adresseavisens leder skrev august 2021 at Trøndersk Matfestival – Et sted nær deg, er noe av det beste som har kommet ut av pandemien.

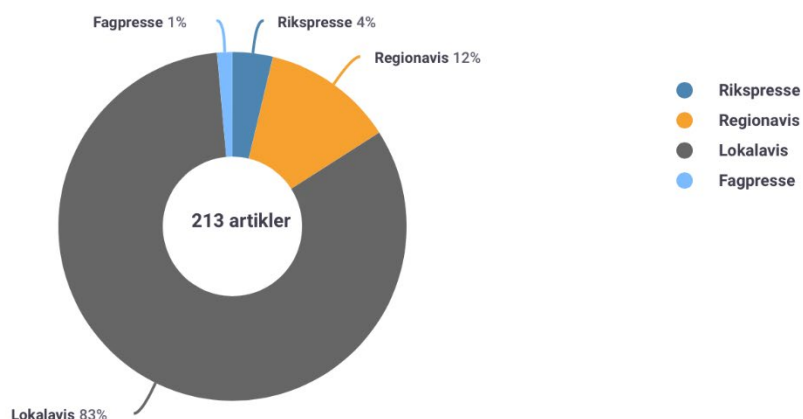
Når mobiliseringen er gjort og deltagere på plass, igangsettes kommunikasjonsarbeidet.

Søylediagrammene under viser 1: Total redaksjonell omtale for de utvalgte merkevarene web og papir. 2: Total antall artikler på papir.

Share of voice, totalt 558 artikler: Oi! Trøndersk Mat og Drikke, Matriket Midt, Trøndersk matfestival



Dekning per kildekategori (papir), totalt 213 artikler: Oi! Trøndersk Mat og Drikke, Matriket Midt, Trøndersk matfestival



DETTE GÅR PENGENE TIL:

- PROFIL OG MATERIELL: Under Trøndersk Matfestival – Et sted nær deg får produsentene tilgang til denne merkevaren lokalt. Det er derfor viktig at logo og materiell benyttes riktig. Oi! vil utstyre hver enkelt utstiller med en materiellpakke, som består av:

- Skilt (A3 og stor størrelse) med logo utført i OSB-plate (noen tar gjenbruk fra fjorårsfestivalen)
 - Plakat med kart tilpasset sin region, A3
 - Menyark og eventuelt smittevernplakat, A3
- LOKAL MOBILISERING: **Mobiliseringsmøter** digitalt og fysisk med regionkontakter, produsenter, serveringssteder, destinasjonsselskap, næringssselskap/foreninger, ordførere, regionråd og næringsjefer. **Mobilisering skaper samarbeid, innovasjon, engasjement, stolthet og identitet for hver enkelt produsent, og for det lokale felleskapet de tilhører. Dette styrker samarbeidet mellom lokale produsenter og serveringsted i din kommune og region. Slik videreutvikles mat i reiselivet.** Mobiliseringen foregår via fysiske og digitale møter og telefonsamtaler med enkeltprodusenter og nettverk. Oi! bistår med koordinering og kvalitetssikring av alle mat- og drikkeaktivitetene som planlegges, i samarbeid med lokal koordinator.
 - DIGITAL AKTIVITETSKALENDER: **Alle aktivitetene får en egen side** på vår digitale og responsive kalender på matriketmidt.no med kartfunksjon. Hit kjøres alle digitale annonsekampanjer som gir publikum en enkel oversikt over aktiviteten i alle kommunene etter kategori og dato. Hver enkelt produsent og serveringsted registrerer aktiviteter via et eget skjema. Aktivitetskalenderen var godt besøkt i 2021, og fikk 38 153 sidevisninger i perioden mai – august.
 - PRESSEMELDINGER OG INNSALG TIL MEDIA: Trøndersk Matfestival – Et sted nær deg skaper aktivitet, og festivalen og lokale produsenter får presseoppslag disse dagene. Oi! lager pressemeldinger for hver region, til alle lokalaviser og regionaviser og nasjonal media. Vi har oversikt over alt som skjer, og dermed kan vi sammen med regionkoordinatorene finne de beste historiene og ser hvordan de kan spres best.
 - LANDINGSSIDE PER REGION: Oi! lager aktivitetskalender og **landingside per region** på matriketmidt.no. På hver side blir det listet ut alle aktivitetene fra regionen sammen med en produsentoversikt. Landingssiden blir brukt i digital kampanje, samt at regionen selv kan bruke den for å få vist fram sitt tilbud. På lik linje med aktivitetskalenderen fikk også regionsidene mange sidevisninger i perioden mai – august i 2021.
 - ANNONSERING: **Digital annonsering i nettaviser og/eller printannonse i lokalavis, uka før festivalen**, gir trafikk inn. For å øke relevansen og gjøre det enklere for mottaker å finne relevant informasjon og aktiviteter, vil Oi! kjøre målrettet annonsering med tilpasset annonsemateriell for hver region. Annonsene vil bli utformet i profilen til Trøndersk Matfestival - Et sted nær deg, men med tilpasset bilde og tekst for å forankre det regionale budskapet. Hovedelementet i print-annonsen vil være et kart over regionen, med markør til hver enkelt aktivitet. Det vil også bli lagt på QR-kode som leder inn til regionens landingsside på matriketmidt.no. I 2021 har disse annonsene blitt vist 812.000 ganger til over 350.000 personer. Målet for 2022 er å tangere dette gode resultatet.

Regionsidene får egne annonser digitalt. Sammen med regionkoordinator setter vi sammen den beste pakken på annonsering for hver region.

- **SOSIALE MEDIER:** Alle **regionsidene blir løftet frem i egne innlegg** på Trøndersk Matfestival sine kanaler på sosiale medier. Både i forkant og under festivalgjennomføring mobiliserer vi alt tilgjengelig personell for å lage innhold på sosiale medier. Sammen med deltakerne som også gjør en innsats på synlighet blir dette en bra pakke.
- **TESTARENA SALG OG REKRUTTERING:** Festivalen skaper nye salgsarenaer og økt synlighet. Salgsarenaen er en mulighet der de minste lokalmatprodusentene i din kommune kan få testet sine produkter. Dette bidrar til rekruttering til nye mat og drikkeprodusenter. Når de blir «store nok» kan de komme på Trøndersk Matfestival i Trondheim.



RETNINGSLINJER FOR DELTAGELSE

- Deltagere må fylle de samme krav til kvalitet som ved en ordinær Trøndersk Matfestival
Det er kun mat- og drikkeprodusenter, samt serveringssteder med fokus på lokalmat, som kan delta
- Deltagere må registrere seg hos Oi! innen 25.mars
- Lokale arrangører står selv som teknisk arrangør, og har ansvaret for arrangementet
- Alle som deltar må bruke Trøndersk Matfestival sitt profilmateriell i henhold til Oi!s profilkrav
- Alle aktiviteter må være registrert innen 15. mai for å bli med i profilering.

BUDSJETT

Inntekter	
Bidrag fra kommunene	Kr 700 000
Samarbeidspartnere	Kr 1.000 000
SUM	KR 1.700 000

Kostnader	
Ledelse, organisering, mobilisering	Kr 550 000
Markedsføring	Kr 500 000
Koordinering av aktivitet	Kr 650 000
SUM	KR 1 700 000

Spesifisering kostnadsbudsjettet:

Ledelse, organisering: Mobilisering, kontakt med potensielle deltagere, og møter med alle regionene. Oppfølging av lokale koordinatører. Ta imot deltagere i påmeldingssystem. Organisere helheten og konseptet «Trøndersk Matfestival – Et sted nær deg».

Markedsføring: Printannonse i lokalavis. Digital annonsering i nettaviser. Synlighet i alle kanaler til Trøndersk Matfestival – har mange tusen følgere og stor rekkevidde. Profilmateriell «Trøndersk Matfestival – Et sted nær deg».

Koordinering av aktivitet: Oppfølging aktivitet i hver kommune/region sammen med lokal koordinatør. Koble og styrke samarbeidet mellom lokale produsenter og serveringsted. Legge inn all aktivitet i aktivitetskalender på matriketmidt.no med mulighet for filtrering pr kommune. Oppføring på regionside på matriketmidt.no.

Vennlig hilsen

Aslaug Rustad

Daglig leder Oi! Trøndersk Mat og Drikke

Brit Melting

Prosjektleder Trøndersk Matfestival

OPPDRAKSBEKRIVELSE

SAMFERDSEL OG INFRASTRUKTUR

Dato: FEBRUAR 2022



INNHOOLD

OPPDRAGSBESKRIVELSE	1
SAMFERDSEL OG INFRASTRUKTUR.....	1
1. MÅL OG RAMMER	3
1.1 Bakgrunn.....	3
1.2 Effektmål.....	3
1.3 Resultatmål for hovedprosjektet.....	3
1.4 Resultatmål for den aktuelle fasen.....	4
1.5 Rammer og avgrensning	4
2. PROSJEKTORGANISERING	4
3. PROSJEKTOPPFØLGING.....	5
3.1 Planlagte beslutningspunkt.....	5
3.2 Statusrapportering	5
4. MÅLGRUPPER, INTERESSENER OG KOMMUNIKASJONSSTRATEGI	5
4.1 Interessenter/målgrupper.....	5
4.2 Kommunikasjonsstrategi.....	5
5. RISIKOVURDERING.....	5
5.1 Risikofaktorer	5
6. GJENNOMFØRING	6
6.1 Hovedaktiviteter	6
7. ØKONOMI	7
8. KONTRAKTER OG AVTALER.....	7

1. MÅL OG RAMMER

1.1 Bakgrunn

Henvising til Fosenstrategien for samferdsel og infrastruktur, vedtatt av Fosenregionen IKPR den 24.04.20 Les hele strategien her; <https://fosenregionen.no/wp-content/uploads/2022/02/Delstrategi-Fosenstrategien-samferdsel-og-infrastruktur-1-1.pdf>

Stortingsmelding 28 (2020-2021) «Vår felles digitale grunnmur»



96% av husstandene i tettbygde strøk og
56% i spredtbygde strøk
hadde tilbud om 100 Mbit/s bredbånd i 2020.

Rådet vedtok i PS 15/20:

1. Rådet vedtar den framlagte delstrategien for samferdsel og infrastruktur i Fosenregionen IKPR
2. Delstrategien skal danne oppdragsgrunnlaget for prosjektleder samferdsel og infrastruktur
3. Med bakgrunn i Rådet vedtak og medlemskommunens finansieringsvedtak utlyses stillingen som prosjektleder for samferdsel og prosjektleder i Fosenregionen i henhold til den vedtatte utlysningsteksten.

1.2 Effektmål

Fosenregionen kan garantere innbyggere, næringsliv og besøkende sterkt og driftssikkert høyhastighetsnett.

1.3 Resultatmål for hovedprosjektet

Formålet med veikartet er å legge til å rette for videre utbygging av infrastruktur på Fosen, både når det gjelder å bedre internkommunikasjonen på Fosen, videre utbygging av mobil- og bredbåndsnettet for å sikre at næringsliv, innbyggere og kommunene på

Fosen kan ta del i den digitale utviklingen som foregår ellers i samfunnet, og at Fosen kan knyttes nærmere til øvrige regionale sentra i Trøndelag.

1.4 Resultatmål for den aktuelle fasen

Utarbeide veikart Fosen innenfor infrastruktur, fiber og mobildekning. Kartet finnes, og behovene er delvis kartlagt nå trengs det kapasitet til å utføre oppdraget.

Videre arbeide med å finne finansieringsmuligheter for å realisere prosjektering og utbygging.

Koordinere utviklingsarbeid innenfor samferdsel og infrastruktur i Fosenregionen.

1.5 Rammer og avgrensning

Kommunene i Fosenregionen behandlet sak i kommunestyremøter våren 2020, med likelydende vedtak om å utlyse, ansette og finansiere felles prosjektlederstilling for samferdsel og infrastruktur i Fosenregionen. Stillingen legges organisatorisk til Fosenregionen IKPR under ledelse av daglig leder. Med årlig budsjetttramme på omtrent kr 900.000, - vedtatt i rådsmøtet 28.02.20 under PS 10/20

Ved budsjettvedtak i desember 2021 var det kun to av kommunene (Osen og Åfjord) som vedtok sine andeler til denne regionale satsingen.

2. PROSJEKTORGANISERING

Prosjekteier	Fosenregionen IKPR
Prosjektansvarlig	Utviklingsleder
Styringsgruppe	Faggruppe samferdsel og infrastruktur
Prosjektledelse	Anskaffes gjennom utlysning på offentlig utlysningsportal, eksempelvis MERELL
Ressursgrupper	Opprettes ved behov

3. PROSJEKTOPPFØLGING

3.1 Planlagte beslutningspunkt

Rådsmøter, kommunestyremøter hos medlemskommunene i Fosenregionen IKPR

3.2 Statusrapportering

Prosjektstatus rapporters fortløpende og i hvert rådsmøte i henhold til vedtatt møtekalender.

4. MÅLGRUPPER, INTERESSENER OG KOMMUNIKASJONSSTRATEGI

4.1 Interessenter/målgrupper

Alle som bor og lever, fritidsinnbygger, driver virksomhet eller besøker Fosenregionen.

4.2 Kommunikasjonsstrategi

Politikere i rådet har sammen med de kommunale administrasjonene i Fosenregionen et særlig ansvar for å kommunisere og formidle budskapet. Både strategien og løpende fra det operative utviklingsarbeidet.

5. RISIKOVURDERING

5.1 Risikofaktorer

Fosenregionen klarer ikke å finne riktig samhandlingspartnere og prosessleverandør

Knapphet på finansieringsmuligheter og investeringsvilje. Relevant bakgrunn informasjon;

6. GJENNOMFØRING

6.1 Hovedaktiviteter

Oppdraget må løses ved hjelp av bærekraftige og framtidsrettede løsninger.

#	OPPGAVER	
1	Utarbeide kartet	
2	Kartlegge nåsituasjonen, kommunevis	
3	Etablere felles plan for utbygging/realisering av prosjektet/veikartet	
4	Kartlegge finansieringsmuligheter og aktuelle samarbeidspartnere	
5	Forankre i kommunestyrene og sluttbehandle veikartet i Fosenregionen IKPR	
6	Utarbeide arbeidspakker i prioritert rekkefølge	
7	Vurdere hvor på Fosen det må bygges 1.000 Mbit og hvor behovet kan dekkes med 100 Mbit mobilt nett.	
8	Avdekke potensial for synergier ved samlet utbygging av bredbånd i Fosenregionen.	
9	Sikre evne og vilje til kommunale egenandeler	

6.2 Relevant bakgrunnsinformasjon

[Bredbåndsområder i Trøndelag \(arcgis.com\)](#)

[Nkom](#)

7. ØKONOMI

Budsjett		Finansiering	
Kostnader	Beløp i 1000	Finansieringskilde	Beløp i 1000
Prosjekt-/prosessledelse	500.000	Fosenregionen	500.000
SUM	500.000	SUM	500.000

8. KONTRAKTER OG AVTALER

Avtaler med leverandører av produkter og tjenester skal alltid være skriftlige kontrakter. Slike kontrakter skal legges ved.

Oppdraget utlyses gjennom offentlig innkjøpsportal.