

SLUTTRAPPORT

Matregion Fosen- samhandling mot
European Region of Gastronomy 2021-2023

2023



INNHold

SLUTTRAPPORT Matregion Fosen- samhandling mot European Region of Gastronomy 2021-2023	1
PROSJEKTLEDERENS SAMMENDRAG.....	3
Vurdering av fasens måloppnåelse.....	4
VIRKSOMHET OG FORMÅL	8
Formål:.....	8
Gjennomføring i forhold til prosjektplanen.....	9
Kommentarer til aktivitetsplan og gjennomføring av aktiviteter:.....	10
Sammendrag av aktiviteter European Region of Gastronomy med Fosenregionen delaktig.....	14
Media.....	15
Har prosjektorganisasjonen og ressursdisponeringen fungert?	15
Kostnader og finansiering.....	16
Viktige erfaringer til bruk i fremtidige prosjekter med utgangspunkt i aktivitetene i prosjektet:	17

PROSJEKTLEDERENS SAMMENDRAG

European Region of Gastronomy (ERG) en tittel tildelt en europeisk region hvert år av International Institute of Gastronomy, Culture, Arts and Tourism (IGCAT). Denne tittelen tildeles regioner som har vist en betydelig innsats for å fremme gastronomi, kultur og bærekraftig turisme. Formålet med European Region of Gastronomy-programmet var å fremme regionale matkulturer, styrke samfunn gjennom mat og bidra til bærekraftig utvikling innen matsektoren.

Trondheim og Trøndelag European Region of Gastronomy 2022

De fire målene for Trondheim og Trøndelag, har også vært de overordnede målene for Matregion Fosen.

Fosenregionen har bidratt til en rekke kulinariske arrangementer i løpet av året for å fremme regionens matarv.

Her har vi inkludert Trøndersk Matfestival, workshops, seminarer, og kunst- og kulturarrangementer som er relatert til mat.

Bærekraftig utvikling gjennom og oppmuntre aktørene til å ta vare på miljøet og fremme lokale, bærekraftige mattradisjoner har vært et viktig mål gjennom hele prosjektet. Dette har inkludert tiltak som å fremme kortreist mat, redusere matsvinn og støtte lokale bønder og produsenter.

Økt bevisstheten om den kulturelle og økonomiske betydningen av mat i regionen, og gitt dem muligheten til å markedsføre seg som matdestinasjoner for turister. Prosjektet har også hatt som mål å styrke samarbeidet i og mellom regioner, og bidratt til kunnskapsutveksling innen gastronomi og kultur.

Prosjektet Matregion Fosen har innenfor rammene av European Region of Gastronomy-initiativet og hovedprosjektet for Trondheim og Trøndelag benyttet muligheten til å fremheve Fosenregionen sin egen matkultur og identitet.

Matregion Fosen har hele veien hatt sitt hovedfokus i prosessene rundt alle aktivitetene. Det er her vi har lyktes best i prosjektet. Det er utrolig hvor givende det er når vi får samlet aktørene ved samme bord.

Vi har skapt grunnlag for nyetableringer som Lokalmat Fosen SA som består av 22 lokalmatprodusenter. Det er åpnet en rekke med lokalmatutvalg. Etablering av fruktnettverk med mer. Matregion Fosen har bidratt til et førtitalls aktiviteter gjennom ERG-året.

Fosenregionen gjennom Matregion Fosen sto også for søknaden på regionale utviklingsmidler forbindelse med MenyMessa. Dette ble et samarbeid med

Trondheimsregionen hvor vi lyktes med å skape en arena for lokalmatprodusentene, for å nevne noe.

Vurdering av fasens måloppnåelse

Hovedmål:

De fire målene for Trondheim og Trøndelag, har også vært de overordnede målene for dette matsatsningsprosjektet: her har prosjektleder kommentert fasene under hvert enkelt prosjektmål.

Mål 1: Trondheim og Trøndelag skal samhandle godt for å bli en internasjonalt ledende matregion

Fosenregionen og prosjektet Matregion Fosen har deltatt aktivt i arbeidet sammen med hovedprosjektet. Prosjektleder Fosenregionen har vært deltager i ressursgruppe i hovedprosjektet. Fosenregionen har vært stor bidragsyter inn i hovedprosjektet og deltatt på en rekke aktiviteter. Det har vært viktig med de regionale prosjektene for å samhandle rundt hovedprosjektet i Trondheim. Både for å sikre at hver enkelt region sine bidrag kommer med, men også for å unngå dobbeltarbeid. Det har vært viktig for Matregion Fosen å sikre bredden i prosjektet. Her føler vi at vi har lyktes godt. Skal man være en matregion er det viktig at «hvermannen» kjenner prosjektet, at forankringen er bred i hele det lokale samfunnet. Prosjektet har inkludert sykehjem, barnehager, skoler og skolefritidsordning likeså mye og likeså viktig som hoteller, restauranter og kafeer. Michelin restauranter og store hoteller kan sees på som toppidretten, derfor er det viktig å få med breddeidretten. Arbeidet slutter ikke her, her har vi fortsatt en veie og gå, men det er lagt et veldig godt grunnlag for å virkelig lykkes.

Mål 2: Trondheim og Trøndelag skal øke verdiskapingen i den bærekraftige matproduksjonen gjennom å koble kunnskapsmiljøer og næringer.

Her har vi brukt tid på å identifiser og kartlegge aktørene som er involvert i den bærekraftige matproduksjonen. Dette inkluderer bønder, forskere, akademikere, bedrifter innen matproduksjon og -distribusjon, offentlige organer og frivillige organisasjoner. Forståelse av hvem som er involvert, har vært avgjørende for å kunne bygge relevante partnerskap. En stor del av arbeidet har bestått av å oppmuntre til samarbeid mellom de ulike aktørene. Dette har vi lyktes med gjennom å initiere etablering av ulike nettverk og samarbeidsprosjekter. Felles mål og visjoner for bærekraftig matproduksjon har samlet disse aktørene og skapt verdifulle partnerskap.

Gjennom disse nettverkene har vi skapt ulike plattformer for kunnskapsdeling der kunnskap og beste praksis kan deles mellom lokalmatprodusenter og andre interessenter. Vi har hatt ulike workshops, seminarer og nettverksmøter.

Prosjektleder har vært aktivt inn i arbeidet med «nye bærekraftige matsystemer» som en investering i forskning og innovasjon som forhåpentligvis på sikt kan bidra og være

avgjørende for å forbedre bærekraften i matproduksjonen. Kunnskapsmiljøer som NTNU, Ruralis sammen med flere aktører fra ulike næringsmiddelproduksjon for å utvikle nye metoder, teknologier og produkter som reduserer miljøpåvirkningen og øker produktiviteten har vært aktive i denne delen av prosjektet.

Vi har sett på muligheten for å tilby opplæringsprogrammer og kurs som gir folk ferdigheter og kunnskap om bærekraftig matproduksjon.

Tett samarbeid med næringsaktører for å utvikle og implementere bærekraftige forretningsmodeller. Dette kan inkludere kortere verdikjeder, direktesalg til forbrukere, merkevarebygging basert på bærekraft og bruk av resirkulerte materialer.

Vi har brukt Fosenregionen og det politiske rådet for å påvirke politikk og reguleringer som fremmer bærekraftig matproduksjon.

Øke bevisstheten blant forbrukere om verdien av bærekraftig matproduksjon. Felles markedsføring av bærekraftige produkter og tjenester gjennom våre mange nyetablerte lokalmatutsalg.

Gjennom en helhetlig tilnærming som involverer kunnskapsmiljøer, næringer og myndigheter, kan verdiskapingen i den bærekraftige matproduksjonen økes betydelig samtidig som det bidrar til en mer bærekraftig fremtid. Det er derfor veldig viktig at vi nå bruker det oppnådde momentet til å videreføre flere av disse prosjektene. Sikre at etablerte nettverk på sikt kan jobbe videre, selvstendig og varig.

Mål 3: Trondheim og Trøndelag skal bli en kjent og anerkjent internasjonal matdestinasjon.

For å lykkes med å gjøre Trondheim og Trøndelag til en kjent og anerkjent internasjonal matdestinasjon, krever det en strategisk tilnærming og samarbeid mellom ulike interessenter.

Her har Trondheim og Trøndelag utnyttet sine unike kvaliteter og ressurser innen matkultur. Dette inkluderer lokale råvarer, tradisjonelle oppskrifter, kulinariske arrangementer og spesielle matkulturelle trekk. Gjennom at vi har identifisert hva som gjør regionen spesiell, og brukt dette som utgangspunkt for markedsføring.

Ved å engasjere lokale bønder, matprodusenter, restauranter, og andre aktører i matindustrien i et samarbeid for å fremme matdestinasjonen og felles innsats og støtte fra lokale aktører har vi klart å bygge en mer bærekraftig matkultur.

Det har vært viktig med fokus på at maten som tilbys i regionen opprettholder høy kvalitet.

Fosen sin deltagelse på Trøndersk Matfestival og andre kulinariske arrangementer som tiltrekker seg både lokale, nasjonale og internasjonale besøkende har vært viktig. Slike arrangementer gir muligheten til å vise frem matkulturen og tiltrekke oppmerksomhet.

Bruken av digitale medier og sosiale nettverk for å markedsføre regionen som en matdestinasjon sammen med opprettelse av nettsider, blogger, og sosiale medier som fokuserer på matopplevelser i regionen har vært viktig.

I mangel av eget destinasjonsselskap på Fosen har samarbeidet med Trondheim og etablerte selskaper som Visitt Trøndelag vært avgjørende. Her får vi forhåpentligvis noen lokale bidrag etter hvert. Samarbeid med andre matdestinasjoner internasjonalt for å utveksle erfaringer og kunnskap har vi kunnet bidra til gjennom Visitt Trøndelag.

Vi ser at sertifiseringen gjennom ERG har hatt større betydning for aktørene enn for kunder/besøkende. Her føler vi ikke hverken hovedprosjektet eller Matregion Fosen har lyktes.

Det er viktig at vi ser den store verdien i å legge vekt på bærekraftige matpraksiser, inkludert økologisk landbruk, kortreist mat, og reduksjon av matsvinn. Dette vil appellere til moderne reisende som verdsetter bærekraft.

Vi skal fortsette å fortelle historier om matkulturen og kulinariske tradisjoner i regionen. Dette kan inkludere guidede turer og aktiviteter som inkluderer matens historie.

Videre utvikling og markedsføringskampanjer som er skreddersydd for å tiltrekke internasjonale besøkende vil være viktig. Dette kan inkludere målrettede annonser og samarbeid med internasjonale reisebyråer. Dette håper vi kommer på plass ved etablering av eget destinasjonsselskap.

Mål 4: Trondheim og Trøndelag skal bli ledende i landet til å rekruttere til matproduksjon og reiseliv.

Her har Matregion Fosen vært ekstra delaktig gjennom gjennomføring av Ung Restaurant, «European Youngchef» i Trondheim, på Frøya samt lokale rekrutteringstiltak på Fosen sammen og for næringen. Her på Fosen har vi en videregående skole som tilbyr Restaurant og Matfag, her har vi bidratt til ulike rekrutteringstiltak gjennom året. Prosjektleder har med sin matfaglige bakgrunn også bidratt inn som dommer i ulike konkurranser.

Gjennom å presentere det mangfoldet av lokalmat vi har i regionen er også med å bidra til rekruttering til matfagene. Deltagelse under ulike matfestivaler og markeder har også forhåpentligvis en virkning.

Effekt mål:

Her har vi fått etablert et selskap som heter LokalMat Fosen sa, disse består i dag av 22 lokalmatprodusenter. Vi har også fått etablert flere digitale møteplasser for aktørene. En side for kjøkkensjefer ved de kommunale sykehjemmene hvor lokalmatprodusenter kan få presentert sine tilbud. Vi har også en overordnet side med informasjon om kurs, møter og aktiviteter i og utenfor regionen, denne siden har over 100medlemmer.

Resultat mål:

Utarbeide strategi for arbeidet med nærings/producent- og produktutvikling i Fosenregionen

Dette strategiarbeidet er ikke fullført i prosjektperioden, men summen av alt arbeidet som er gjort gjennom ERG-året vil nå komme som en videreføring i ny innpakning. Her ønsker vi å rigge prosjektet videre med mer politisk forankring. Vi skal jobbe for å få på plass en måltidsstrategi for Fosen. Fosenregionen signerte i år på vegne av alle Fosen-kommune nytt Trøndersk Matmanifest. Allerede her sier vi noe om den nye retningen. Vi ønsker et felles Fosen som er forent med en slik felles plan. Vi ønsker å samle politikere, lokalmatprodusenter, innkjøpere, kokker, barnehager, skoler, sykehjem, forskere, landbruksmiljøene og blå næring rundt samme bord. Hvordan skal vi skape et NYTT BÆREKRAFTIG MATSYSTEM hvor vi produserer, foredler, omsetter og fortærer maten.

Analysere produsentmiljøet og definere prioriterte innsatsområder for sammen med produsenter og leverandører av mat og matopplevelser.

Her har vi gjennom innledende forarbeid gjort et godt stykke arbeid. Først gjennom spørreundersøkelser, deretter gjennom samlinger med interesserte aktører. Vi har valgt å satse på de som har ønsket å være med på disse prosessene. Vi har erfart at om man kommer i gang med en gruppe, kommer flere til etter hvert.

Bidra til å bygge et sterkt og sammensluttet nettverk for matprodusenter i Fosenregionen.

det er etablert flere nettverk i prosjektperioden, dette er nettverk som nå er selvstendige og lever videre. Noen etablert som egne selskaper med egne vedtekter og styre (se eksempel vedtekter LokalMat Fosen), andre som interesseorganisasjon og noen som nettverksplattformer på SOME. Etablerte nettverk:

- LokalMat Fosen SA
- Fruktnettverk i Fosenregionen
- Matregion Fosen-Lokalmatprodusent-nettverk
- Trøndersk Matfestival- Fosenteltet
- Fagnettverk for institusjonskokker-Fosenregionen
- MatHub Fosen

Ønsker spesielt å løfte frem et av nettverkene: [LokalMat Fosen SA](#).

Her har prosjektet Matregion Fosen og prosjektleder vært en pådriver. Skal vi lykkes som en matregion må vi sitte ved samme bordet. Ha felles interesser og felles forståelse hvordan vi oppnår felles mål for prosjektet.

I Fosenregionen har det ikke tidligere vært noen etablerte samarbeid mellom lokalmatprodusentene, det var nå på høy tid å få etablert dette.

Vi inviterte bredt til et infomøte for lokalmatprodusenter på Fosen. Her kom det tidlig frem at det var ønske om å etablere et formelt samarbeid mellom aktørene. Prosjektleder fikk i arbeid å kartlegge anbefalte organisasjonsformer, samt å bistå med organisering og registrering av selskapet. Det ble senere invitert til et stiftelsesmøte. Her ble det foreslått organisasjonsform, forslag til vedtekter og stiftelse av selskapet. Lokalmat Fosen ble stiftet 30.mars 2022 av 9 lokalmatprodusenter. Innen utgangen av året 2022 visste medlemstallet 22 produsenter. Dette er nå et selskap av lokalmatprodusenter med felles utfordringer og interesser som jobber aktivt for å forbedre sine bedrifter og felles interesser på og utenfor Fosen.

Sammenslutningen LokalMat Fosen SA er et samvirkeforetak. Det har vekslende medlemstall og vekslende kapital. Samvirkeforetakets hovedformål er å fremme medlemmenes interesser. Medlemmene hefter bare med sitt andelsinnskudd for lagets forpliktelser. Foretaket kan investere i andre selskap dersom det vil tjene formålet.

VIRKSOMHET OG FORMÅL

LokalMat Fosen SA skal bidra til økt verdiskaping for medlemmene og stimulere til lokal matproduksjon.

Formål:

Foretaket har til formål å fremme medlemmenes økonomiske og verdimessige interesser gjennom:

- Forvaltning og markedsføring av det felles varemerket: LokalMat Fosen SA

- Å være et lønnsomt og faglig sterkt produsentnettverk som fremmer felles interesser for medlemmene, bidrar til samhold og faglig utvikling og tilbyr medlemmene faglig bistand og tjenester de har bruk for.

Gjennomføring i forhold til prosjektplanen

(Hovedaktiviteter og fremdrift)

#	AKTIVITET	Hensikt	Deloppgaver	Resultat
1	European Region of Gastronomy i Fosenregionen.	Tett samarbeid, koble opp til innsatsen i Trøndelag. Unngå at det jobbes dobbelt med felles tema og interesser.	Lede og mobilisere arbeidet mot hovedsatsingen i 2022 Mobilisere til å dyrke gode råvarer som foredles til mat og måltidsopplevelser	Fosenregionen leverer varene sammen med Trøndelag mat og matopplevelser i verdensklasse under ERG i 2022.
2	Etablere og drifte nettverk for lokalmatprodusenter	Bidra til økt samarbeid	Felles aktiviteter og arena	Varige selvdrevne nettverk, forutsigbare leveranser, muligheter for god planlegging i produksjon.
3	Marked og distribusjon	Gjøre lokalmaten kjent og tilgjengelig i Fosen og Trøndelag ellers.	Markedsføring og profilering. Logistikksamarbeid	Merkevare fra matregionen Fosen Felles profilering under merkevaren f.eks «Mat fra Fosen»
4	Innovasjon og produktutvikling	Felles behov for nyskaping kan utvikles kostnadseffektivt og bærekraftig gjennom samarbeid og samhandling.	Kartlegging av behov og definere oppgaver	Nye produkter, kostnadseffektive produksjon, pakke og distribusjonsløsninger.
5	Kompetansetiltak og rekruttering	Øke kompetansen, gjøre bransjen mest mulig attraktiv for fremtidige arbeidstakere og produsenter	Være deltagere og bidragsyttere i den rekrutteringsjobben som allerede er i gang.	Flere ansatte og høyt kompetente folk inn i en voksende bransje.
6	Nettverk institusjonskokker	Bidra til økt samarbeid, faste og forutsigbare avtaler mellom produsenter og kunder. Kompetanseheving	Kartlegge forbruk/behov hos institusjonene i Fosenregionen. Felles kurstilbud	Varige selvdrevne fagnettverk. Forutsigbare leveranser fra lokalmatprodusentene. Økt kompetanse lokalt i hver bedrift
7	Dialog med matvarebutikker i regionen	Lokalmat inn i hyllene hos lokale butikker	Dialogmøter med matvarekjeder og butikksjefer	Varige strukturer for salg av lokalmat i lokale butikker i hele Fosenregionen
8	Videreforedling/pakking av vilt	Kartlegging av behov, mengder og potensialet for eget mottak på Fosen	Oppfølging av allerede etablerte aktører som ønsker å jobbe med dette.	Et komplett viltmottak for skjæring, pakking, salg og branding. Muligheten for leieproduksjon.
9	Festivaler	Felles stand på Oi! Trøndersk matfestival	Bidra som organisatorer, avlaste og tilrettelegge for utstillerne	Bygge fellesskap, sterk felles branding av regionen, høy kompetanse med felles arena for inspirasjon og potensiell inntekt
10	Lokale arrangementer	Øke den lokale interessen for lokalmat	Matfestival «Et sted nær deg» i Fosenregionen	Lokal matfestival, lokale merkedager, lokale markeder, lokal oppslutning rundt lokale produsenter

Kommentarer til aktivitetsplan og gjennomføring av aktiviteter:

1 ERG: det har vært et tett og godt arbeid opp mot hovedprosjektet. Dette har vært viktig for å unngå dobbeltarbeid, men og ikke minst for å ivareta Fosenregionen sin særegenhet.

2 Nettverk: det er etablert flere nettverk i prosjektperioden, dette er nettverk som nå er selvstendige og lever videre. Noen etablert som egne selskaper med egne vedtekter og styre, andre som interesseorganisasjon og noen som nettverksplattformer på SOME. Etablerte nettverk:

- LokalMat Fosen SA
- Fruktnettverk i Fosenregionen
- Matregion Fosen-Lokalmatprodusent-nettverk
- Trøndersk Matfestival- Fosenteltet
- Fagnettverk for institusjonskokker-Fosenregionen

3 Marked og distribusjon: vi har absolutt bidratt til å gjøre lokalmaten kjent og tilgjengelig for Fosningen, og Trøndelag ellers. Gjennom å etablere samarbeid mellom lokale produsenter, identifisert og kontaktet lokale bønder, gårdsbruk, håndverkere og matprodusenter som lager kvalitetsprodukter. Oppmuntret dem til å delta i dette initiativet.

- Gjennom felles markedsføring og merking: Eksempelvis, det er tilbudt «Fosenposen» her har lokalmatprodusentene gått sammen om et produkt som er tilbudt gjennom en felles markedsføringspakke, denne kunne bestilles og betales på nett, det ble etablert 4 utleveringsplasser på Fosen.
- Deltagelse på Trøndersk Matfestival
- Grüne Woche
- Deltagelse gjennom en hel rekke av tiltak (se sammendrag)
- Utvikle en felles merkevare for lokalmaten. Dette inkluderer en logo, papirposer som fremhever produktene som "Lokalmat fra Fosen og Trøndelag". Bruk sosiale medier, nettsider og lokale markeder for å markedsføre produktene.
- Deltatt på lokale arrangementer og markeder:
- Etablering av lokalmatutsalg
- Samarbeid med lokale restauranter, kafeer og matbutikker for å få produktene inn i deres menyer eller hyller.
- Arrangert møter og workshops som involverer lokalmat. Fosenmøtet og NIPA kan nevnes som slike store arenaer.
- Opprettet en hjemmeside

Å gjøre lokalmaten kjent og tilgjengelig tar tid, tålmodighet og dedikasjon. Å bygge et sterkt nettverk og et positivt omdømme for kvalitetsprodukter er viktig for suksess på lang sikt. Denne jobben må vi jobbe med videre, kontinuerlig og målrettet.

4 Innovasjon og produktutvikling er et område vi har kommet kort i prosjektet Matregion Fosen. Våre aktører ha veldig ulike ambisjoner og er veldig nisjebasert pr. i dag. De mer veletablerte har allerede mye av dette på plass. Det jobbes nå med et prosjekt som heter MatHub Fosen som er spennende. Her kan det være muligheter for mere samarbeid og synergier i arbeidet. Det ønsker vi å se på mulighetene for samlokalisert foredling, pakking, markedsføring, salg og distribusjon.

5 Kompetanse og rekruttering, mye av jobben har gått i kartlegging av kompetanse og avdekket behov for kompetanse. I tillegg har oppgaven til prosjektet vært og formidlet det som finnes av kompetanse lokalt, nasjonalt og internasjonalt. Sette sammen grupper som har noe samme utfordringer osv. Her har aktørene vært involverte i forskjellige tiltak som.

- Smak 63
- Nettverksmøter
- Menymessa

Hva angår rekruttering der har vi kommet mye lengre. Her har vi jobbet tett på programmet Young Chef Award gjennom hovedprosjektet. Prosjektleder har bidratt som dommer. Ung restaurant med hovedfokus på å rekruttere til Restaurant og matfag ved Fosen VGS.

6 nettverk institusjonskokker har blitt en digital plattform på sosiale medier. Denne siden heter Fagnettverk for Institusjonskokker Fosenregionen. En kanal der fagstoff kan deles raskt mellom regionens 7 sykehjem. Det er også en side som kan tenkes å brukes til erfaringsutveksling mellom aktørene. Her blir det også lagt inn en del tilbud fra lokalmatprodusentene. Det kan være varetilbud, tjenestetilbud osv.

7 Dialog med matvarebutikkene har ikke alltid vært enkelt.

Det er etablert et lokalmatutsalgs ved Spar Stadsbygd, ellers er det jobbet med avtaler inn mot Coop Trøndelag. Her har vi en vei å gå enda. De fleste butikkjedene har lokalmat i en eller annen form, veldig ofte styrt av kjedene og kjedekontorene. Dette gir noen utfordringer når man kontakter lokale butikker direkte. Men det skal sies at dette er kommet lengre. Det som har vært en del av strategien i prosjektet er å få samlet produsentene for å kunne tilby et større utvalg, of legge til rette for en ordre, en levering og en faktura.

8 Videreforedling/pakking av vilt, dette er behov som er avdekket gjennom prosjektperioden. Denne utfordringen er like relevant i dag som ved oppstart av

prosjektet. Dette vil det jobbes videre med fra Fosenregionens side, da inn i et evt. nytt prosjekt MatHub Fosen

9 Festivaler,

Trøndersk Matfestival, er en prioritert festival for Fosenregionen. Her har Fosenregionen og prosjektleder stilt som koordinator i tillegg til at Fosenregionen IKPR står for telt-leie. Dette har vært en satsing over flere år der vi har ønsket å kunne legge til rette for at det skal være en arena for alle lokalmatutstillere. Ved et slik bidrag sikrer man at de aller minste også får muligheten til å vise seg frem. Vi ønsker felles profilering og at felles mål er å løfte Fosen som region, bidra til vekst og positiv utvikling i regionen. Både i 2022 og 2023 stilte vi med 12 lokalmatprodusenter. Her startet vi planleggingen allerede på våren. Det har kontinuerlig vært en utvikling av Fosenregionens deltagelse. Profilering, tilbud av varer, komplettering av varetilbudet, felles menyer for matservering og mye mer. Her har nå Fosen og Fosenteltet blitt en av de største regionene på Trøndersk Matfestival, det beviser at arbeidet som er lagt ned fungerer. Vi har en langsiktig plan for at fortsatt Trøndersk Matfestival skal være en felles satsing for Fosenregionen. Vi har jobbet bevisst med forankringen til aktørene selv for å sikre at dette blir videreført uavhengig om man har en koordinator. Vi kan vel konkludere med at det kan være lurt å videreføre en ordning/resurs i fremtiden for å sikre kontinuitet og kvalitet.

Bryggerifestivalen, ingen bryggeri fra Fosen siden 2019

Grüne Woche, ble avlyst i 2022, men i 2023 deltok Fosenregionen med utviklingsleder og prosjektleder for Matregion Fosen. Fosenregionen hadde ikke med noen ordførere så i tillegg til å stå for representasjon fra Fosen var vi også der for å støtte opp våre lokale deltagere. Her bidro vi som hovedmålet er å styrke den helhetlige profileringen av norsk landbruk, mat og reiseliv. Bedre samarbeidet på tvers av regioner, fylker og næringer. Styrke lønnsomhet, produktutvikling, innovasjon og produktpakking. Markedsføre og teste ut norske mat og reiselivsprodukter på det tyske markedet. Øke den internasjonale kompetansen både på regionalt nivå og hos bedriftene som deltar, spesielt i det tyske markedet.

10 Lokale arrangementer

Vi startet ERG-året med en stor Kick Off ved Nordmeland Gårdshotell i Osen. Her hadde vi besøk av Midtnytt med direktesending fra arrangementet. Her hadde vi samlet et førtitalls deltagere. Lokalmatprodusenter, landbrukskontorer, ordførere og representant fra Oi Trøndersk Mat og drikke. Prosjektleder ERG hovedprosjektet deltok digitalt. Trøndelag Reiseliv deltok også digitalt og ønsket oss lykke til med prosjektet. Denne kvelden benyttet vi også å sertifisere de 13 forskjellige bedriftene som deltok.

Trøndersk Matfestival «et sted nær deg» her fikk vi samlet lokalmatprodusentene til å lage egne bidrag lokalt på sine respektive bedrifter, eller alternativt samarbeide flere sammen i de forskjellige «grendene» på Fosen. Her ble det hele 24 forskjellige aktiviteter over tre hele dager. Felles markedsføringspakke gjennom Oi Trøndersk Mat og drikke ble finansiert av hver enkelt kommune.

Blåskjell og Ferrata ble en minnerik aktivitet, ikke minst for prosjektleder. Via Ferrata Åfjord åpnet samme år som ERG, her ønsket vi å lage et arrangement «stunt» som vi kalte Lokalmat til nye høyder. Her laget vi blåskjellsuppe i fjellveggen over Åfjord (se video under media) Blåskjell er en av de unike tilbudene vi har på Fosen, og dette har vi bevisst løftet frem i alle våre arrangementer. 98% av alt som selges av blåskjell i Norge kommer fra Fosen. Dette er en spesialitet vi på Fosen må forvalte. Blåskjellkurs ble arrangert for lokale spiseplasser der det var behov og ønskelig.

Kystkulturdagene ble i ERG-året prioritert som en fellesarena. Kystkulturdagene selv ønsket fokus på lokalmat og lokalt håndverk. Dette har bidratt til å bygge en seriøs og respektabelt arrangement. Her stiller arrangør med flotte boder helt ved sjøen med innlagt strøm som lokalmat-produsentene kunne benytte seg av.

Austråttidagene i Ørland kommune er har en lang tradisjon for å vise frem landbruket, både historisk og moderne. Her deltok også noen av lokalmatprodusentene med egne boder for salg. Prosjektleder fikk også anledningen til å presentere prosjektet Matregion Fosen og det ærefulle oppdraget av å åpne showet.

Osenhælja er lokal-martna i Osen. Også her fikk vi samlet flere av lokalmatprodusentene for deltagelse. Her solgte de produkter og håndmat.

Fosenregionen er en samlet region hvor prosjektet har vært gjennomført. Fosen halvøya har en naturlig avgrensning. Det har likevel vært viktig å ivareta alle de fire kommunenes egne interesser. Det er derfor prioritert at deler av prosjektet og aktivitetene har vært fordelt på de fire kommunen.

Fosenmøtet, et møte for og med næringslivet. I 22 var heddingen **Uro i verden, hvordan påvirker det oss?**

Fosenregionen inviterte i samarbeid med sparebankene på Fosen, NHO og Forsvaret til et møte for og med næringslivet på Fosen.

150 deltakere møttes for tema som uro i verden, kraftsituasjonen på Fosen og felles satsing på kompetanse.

Forsvaret deltok fra 132 Luftving og snakket om sivilmilitært samarbeid. Her mottok også Nordmeland Gårdshotell Utviklingsprisen for Fosen 2022.

Med råvarer i verdensklasse fra Fosen

Det var mat tilgjengelig gjennom hele dagen med utgangspunkt i fantastiske råvarer fra Fosen, presentert på en informativ og kreativ måte.

Lokalmatprodusenter kunne man møte på stands i vrimeområdet. Mesterkokk Kim Remi Moen sto for en spenstig lunsj i Bistroyen på Ørland Kysthotell. For de deltagerne som ønsket hadde hotellet i samarbeid med Fosenregionen og lokalmatprodusentene lagt til rette for en treretters middag basert utelukkende på lokale råvarer.

Sammendrag av aktiviteter European Region of Gastronomy med Fosenregionen delaktig.

- ~~Grüne Woche 19.-29 januar avlyses~~
- Oppstart planlegging av Trøndersk Matfestival 14. januar
- Kick Off- ERG, Nordmeland Gårdshotell 20. januar
- Innovasjonsteamet Bærekraftige Matsystemer 26.januar
- Nettverkssamling Smak 63, 31. januar
- Matmanifestdagen 9.-11. februar
- Togtur, 11. februar
- Premieutdeling Vinner av Ung Restaurant 2021, 18. februar
- ~~Matfestival Menorca, planlegging 21.februar/avlyst 2.mai~~
- European Youngchef, Guri Kunna vgs. 3.mars
- Lokalmatmesse, speeddate, Strinda vgs., 10.mars
- Relansering Reins Kloster Aquavit, 16.mars
- Smak 63, 22.-23. mars
- LokalMat Fosen sa blir stiftet, 30. mars
- Johan Bojer VGS Take Over, 20. april
- Smak63, 25.april
- Promo Kystkulturdagene, 5mai
- Presentasjon av ERG-året for Pensjonistforeningen og servering av lokalmat, 25.mai
- Blåskjellkurs, 31.mai
- Åpning av ny ferskvare og lokalmatutsalg Stadsbygd, 9.-10. juni

- European Youngchef Award, Ole Vig vgs. 15.juni
- Rissa Ølfestival, 18.juni
- Studietur Fruktnettverk Fosen, 20.-24.juni
- LokalMat til nye høyder, 28. juni
- Heimfestivalen, 22.-23. juli
- Trøndersk Matfestival, Trondheim, 28.-30.juli
- Kystkulturdagene, 6.-7.august
- Trøndersk Matfestival, «et sted nær deg», 12.-14. august
- Kongelunsj i Erkebispegården, 23.august
- Nor-Fishing, 23.-26.august
- NIPA, 1.-3.september
- Ung Restaurant, Trondheim, 14.september
- Bedriftsbesøk Trøndelag Sankeri/Cidergården, 19.september
- First Annual Nordic Food Forum, Erkebispegården, 21.september
- Menumessa, 28.-29. september
- Prosjektlederskole BI, oktober-desember
- Lunsjprosjekt Fosen IKT, 18.-21.oktober
- Fosenmøtet, 25.oktober
- European Youngchef Award, Strinda vgs., 11.-12.november
- Kurs i husmannskost 1.årslærlinger, 22.-23.november
- MatHub Fosen, stiftelsesmøte, 30.november

Media

[Bjørn Erik \(43\) er Fosens nye «matminister» - fosna-folket.no](https://fosna-folket.no)

[Fosenregionen kick off European Region of Gastronomy 2022 - YouTube](#)

[Norges eneste økologiske akevitt er tilbake: – Folk ble grinete fordi den var rasjonert - fosna-folket.no](#)

[Det Store Festmåltidet - YouTube](#)

[Fosenregionen tar lokalmat til nye høyder - YouTube](#)

[\(3\) Facebook](#)

[Menumessa - YouTubeFacebook](#)

Har prosjektorganisasjonen og ressursdisponeringen fungert?

Prosjekteier:	Fosenregionen IKPR
Oppdragsgiver:	Kommunene i Fosenregionen; Indre Fosen, Osen, Ørland og Åfjord.

Prosjektansvarlig (PA):	Torun Bakken, utviklingsleder Fosenregionen IKPR
Prosjektleder (PL):	Bjørn Erik Vangen, prosjektleder Fosenregionen IKPR
Styringsgruppe (SG):	Interkommunalt politisk råd for Fosenregionen
Referansegruppe:	Landbrukskontorene i Fosenregionen, Oi! Trøndersk mat og drikke, Trøndelag fylkeskommune ved prosjektleder for «European Region of Gastronomy»

Prosjektarbeidet har vært ledet av prosjektleder og styrt i det daglige av utviklingsleder i Fosenregionen IKPR. Beslutninger ut over rammene i prosjektplanen har vært besluttet av det interkommunale rådet.

Rådet er satt sammen av topp politikere i Fosenregionen så dette prosjektet har vært eid av den offentlige toppledelsen med en sterk forankring i rådmannsforumet.

Referansegruppen har vært innkalt til arbeidsmøter to ganger årlig for informasjon om prosjektet og bidratt med innspill for videre fremdrift. Landbrukskontorene i kommunene har også bidratt til utsending om kontakt opp mot alle produsenter på landbrukssiden.

Kostnader og finansiering

Fosenregionen Interkommunale Politiske råd ved utviklingsleder søkte 09.02.21 regionale utviklingsmidler 2021 for prosjektet Matregion Fosen- samhandling mot European Region of Gastronomy. Fosen som region hadde lite eller ingen felles sammenslutninger for loklamatprodusenter. Det første året skulle brukes til kartlegging og forberedelser inn mot ERG-året 2022. Hele året 2022 skulle brukes for gjennomføring, mens 2023 skulle brukes til etterarbeid, rapportering og videreføring av etablerte aktiviteter og mulige prosjekter.

I tilsagnet fikk Fosenregionen IKPR og prosjektet Matregion Fosen et tilskudd som var en lik fordeling mellom alle regionene i Trøndelag, dette for å sikre arbeidet i ERG. Tilsagnsbeløpet tilsvarte 21,9 % av totalbudsjettet.

Fosenregionen IKPR valgte og søkte på nytt i en søknad Matregion Fosen 2.0, da søknaden kun var delvis besvart og omfattet et mye større og mer omfattende prosjekt, enn kun å svare ut oppgaver lagt fra hovedprosjektet. Her ble det avslag på søknaden med begrunnelse at Hovedutvalget for næring har tildelt midler til prosjekter i alle regioner. Tilsvarende andre regioner er Fosenregionen Interkommunalt politisk råd, etter søknad innvilget 625.000, - i regionale utviklingsmidler til formålet. Nye regionale

mobiliseringsprosesser og videreføring av igangsatte, regionale prosjekter, vil først bli vurdert når ERG-arbeidet går mot slutten i 2022.

Viktige erfaringer til bruk i fremtidige prosjekter med utgangspunkt i aktivitetene i prosjektet:

1 ERG: det har vært et tett og godt arbeid opp mot hovedprosjektet. Dette har vært viktig for å unngå dobbeltarbeid, men og ikke minst for å ivareta Fosenregionen sin særegenhet. Sertifisering av produsenter og verter har bidratt til økt synligheten for besøkende og skapt bevissthet og stolthet blant aktørene. Erfaringen viser at sertifisering kan være en effektiv måte å fremme produktene til aktørene, samt økt samarbeid og kvalitet. Det som nå blir viktig er å bruke det oppnådde momentet og holde det gående gjennom å jobbe videre med gode prosjekter i regionen.

2 Nettverk: det er etablert flere nettverk i prosjektperioden, dette er nettverk som nå er selvstendige og lever videre. Noen etablert som egne selskaper med egne vedtekter og styre, andre som interesseorganisasjon og noen som nettverksplattformer på SOME.

Gjennom det arbeidet som er gjort med å bygge de forskjellige nettverkene er det også viktig at man holder momentet oppe. Enkelte av disse nettverkene trenger fortsatt hjelp for å bli selvgående. Da er det viktig med god styring, gode langsiktige planer for å unngå at dette blir kun sosiale arenaer, selv om det også er verdifullt.

3 Marked og distribusjon: vi har absolutt bidratt til å gjøre lokalmaten kjent og tilgjengelig for Fosningen, og Trøndelag ellers. Gjennom å etablere samarbeid mellom lokale produsenter, identifisert og kontaktet lokale bønder, gårdsbruk, håndverkere og matprodusenter som lager kvalitetsprodukter. Oppmuntret dem til å delta i dette initiativet.

Gjennom felles markedsføring og merking: Eksempelvis, det er tilbudt «Fosenposen» her har lokalmatprodusentene gått sammen om et produkt som er tilbudt gjennom en felles markedsføringspakke, denne kunne bestilles og betales på nett, det ble etablert 4 utleveringsplasser på Fosen.

Deltagelse på Trøndersk Matfestival

- Grüne Woche
- Deltagelse gjennom en hel rekke av tiltak (se sammendrag)

- Utvikle en felles merkevare for lokalmaten. Dette inkluderer en logo, papirposer som fremhever produktene som "Lokalmat fra Fosen og Trøndelag". Bruk sosiale medier, nettsider og lokale markeder for å markedsføre produktene.
- Deltatt på lokale arrangementer og markeder:
- Etablering av lokalmatutsalg
- Samarbeid med lokale restauranter, kafeer og matbutikker for å få produktene inn i deres menyer eller hyller.
- Arrangert møter og workshops som involverer lokalmat. Fosenmøtet og NIPA kan nevnes som slike store arenaer.
- Opprettet en hjemmeside

Å gjøre lokalmaten kjent og tilgjengelig tar tid, tålmodighet og dedikasjon. Å bygge et sterkt nettverk og et positivt omdømme for kvalitetsprodukter er viktig for suksess på lang sikt. Denne jobben må vi jobbe med videre, kontinuerlig og målrettet. Erfaringen viser viktigheten av å bruke arrangementer for å markedsføre Fosenregionen

4 Innovasjon og produktutvikling er et område vi har kommet kort i prosjektet Matregion Fosen. Våre aktører har veldig ulike ambisjoner og er veldig nisjebasert pr. i dag. De mer veletablerte har allerede mye av dette på plass. Det jobbes nå med et prosjekt som heter MatHub Fosen som er spennende. Her kan det være muligheter for mere samarbeid og synergier i arbeidet. Det ønsker vi å se på mulighetene for samlokalisert foredling, pakking, markedsføring, salg og distribusjon. Dette er et veldig godt eksempel på hva dette prosjektet har bidratt til, og understreker hvor viktig det vil være med videre oppfølging og satsing i regionen.

5 Kompetanse og rekruttering, mye av jobben har gått i kartlegging av kompetanse og avdekket behov for kompetanse. I tillegg har oppgaven til prosjektet vært og formidlet det som finnes av kompetanse lokalt, nasjonalt og internasjonalt. Sette sammen grupper som har noe samme utfordringer osv.

Her har aktørene vært involverte i forskjellige tiltak som.

- Smak 63
- Nettverksmøter
- Menymessa

Hva angår rekruttering der har vi kommet mye lengre. Her har vi jobbet tett på programmet Young Chef Award gjennom hovedprosjektet. Prosjektleder har bidratt som dommer. Ung restaurant med hovedfokus på å rekruttere til Restaurant og matfag ved Fosen VGS. Dette er også erfaringsmessig et arbeid som må fortsette. Rekrutteringsarbeid er ferskvare og må jobbes langsiktig med.

6 nettverk institusjonskokker har blitt en digital plattform på sosiale medier. Denne siden heter Fagnettverk for Institusjonskokker Fosenregionen. En kanal der fagstoff kan deles raskt mellom regionens 7 sykehjem. Det er også en side som kan tenkes å brukes til erfaringsutveksling mellom aktørene. Her blir det også lagt inn en del tilbud fra lokalmatprodusentene. Det kan være varetilbud, tjenestetilbud osv. Dett er også en del av prosjektet det må jobbes videre med. Mer lokalmat inn det offentlige. Vi håper erfaringer fra dette prosjektet kan tas inn i et videre, eller nytt prosjekt som for eksempel MatHub-ideen.

7 Dialog med matvarebutikkene har ikke alltid vært enkelt.

Det er etablert et lokalmatutsalg ved Spar Stadsbygd, ellers er det jobbet med avtaler inn mot Coop Trøndelag. Her har vi en vei å gå enda. De fleste butikkjedene har lokalmat i en eller annen form, veldig ofte styrt av kjedene og kjedekontorene. Dette gir noen utfordringer når man kontakter lokale butikker direkte. Men det skal sies at dette er kommet lengre. Det som har vært en del av strategien i prosjektet er å få samlet produsentene for å kunne tilby et større utvalg, of legge til rette for en ordre, en levering og en faktura. Dette er også arbeid det anbefales videre arbeid med. Her har vi fått på plass samarbeid med en lokal Spar-butikk, Coop lukter også på noe og noen av samarbeidspartnerne i dette prosjektet.

8 Videreforedling/pakking av vilt, dette er behov som er avdekket gjennom prosjektperioden. Denne utfordringen er like relevant i dag som ved oppstart av prosjektet. Dette vil det jobbes videre med fra Fosenregionens side, da inn i et evt. nytt prosjekt MatHub Fosen

9 Festivaler

Trøndersk Matfestival, er en prioritert festival for Fosenregionen. Her har Fosenregionen og prosjektleder stilt som koordinator i tillegg til av Fosenregionen IKPR står for telt-leie. Dette har vært en satsing over flere år der vi har ønsket å kunne legge til rette for at det

skal være en arena for alle lokalmatutstillere. Ved et slik bidrag sikrer man at de aller minste også får muligheten til å vise seg frem. Vi ønsker felles profilering og at felles mål er å løfte Fosen som region, bidra til vekst og positiv utvikling i regionen. Både i 2022 og 2023 stilte vi med 12 lokalmatprodusenter. Her startet vi planleggingen allerede på våren. Det har kontinuerlig vært en utvikling av Fosenregionens deltagelse. Profilering, tilbud av varer, komplettering av varetilbudet, felles menyer for matservering og mye mer. Her har nå Fosen og Fosenteltet blitt en av de største regionene på Trøndersk Matfestival, det beviser at arbeidet som er lagt ned fungerer. Vi har en langsiktig plan for at fortsatt Trøndersk Matfestival skal være en felles satsing for Fosenregionen. Vi har jobbet bevisst med forankringen til aktørene selv for å sikre at dette blir videreført uavhengig om man har en koordinator. Vi kan vel konkludere med at det kan være lurt å videreføre en ordning/resurs i fremtiden for å sikre kontinuitet og kvalitet.

Bryggerifestivalen, ingen bryggeri fra Fosen siden 2019

Det er absolutt viktig med en videreføring av dette arbeidet. Det vi har erfart er at det er vanskelig å lykkes med arrangementer som Trøndersk Matfestival om regionene ikke har egne koordinatører. Et annet område det bør arbeides på her er det politiske i Trondheim. Det legges inn masse ressurser fra hver enkelt region for å bidra til folkefest i Trondheim, med unntak av noe omsetning og markedsføring, hva sitter aktørene igjen med? Trondheim har en voldsom ringvirkningseffekt som er antydnet til 116 millioner, burde ikke da Trondheim Kommune kunne bidra mer til denne satsingen? Kanskje kutte leie av arealet under festivalen el.

Grüne Woche, ble avlyst i 2022, men i 2023 deltok Fosenregionen med utviklingsleder og prosjektleder for Matregion Fosen. Fosenregionen hadde ikke med noen ordførere så i tillegg til å stå for representasjon fra Fosen var vi også der for å støtte opp våre lokale deltagere. Her bidro vi som hovedmålet er å styrke den helhetlige profileringen av norsk landbruk, mat og reiseliv. Bedre samarbeidet på tvers av regioner, fylker og næringer. Styrke lønnsomhet, produktutvikling, innovasjon og produktpakking. Markedsføre og teste ut norske mat og reiselivsprodukter på det tyske markedet. Øke den internasjonale kompetansen både på regionalt nivå og hos bedriftene som deltar, spesielt i det tyske markedet. Dette har vi erfart er en fin arena med god læring og god markedsføring for våre lokale aktører.

10 Lokale arrangementer

Vi startet ERG-året med en stor Kick Off ved Nordmeland Gårdshotell i Osen. Her hadde vi besøk av Midtnytt med direktesending fra arrangementet. Her hadde vi samlet et førtitalls deltagere. Lokalmatprodusenter, landbrukskontorer, ordførere og representant fra Oi Trøndersk Mat og drikke. Prosjektleder ERG hovedprosjektet deltok digitalt.

Trøndelag Reiseliv deltok også digitalt og ønsket oss lykke til med prosjektet. Denne kvelden benyttet vi også å sertifisere de 13 forskjellige bedriftene som deltok.

Trøndersk Matfestival «et sted nær deg» her fikk vi samlet lokalmatprodusentene til å lage egne bidrag lokalt på sine respektive bedrifter, eller alternativt samarbeide flere sammen i de forskjellige «grendene» på Fosen. Her ble det hele 24 forskjellige aktiviteter over tre hele dager. Felles markedsføringspakke gjennom Oi Trøndersk Mat og drikke ble finansiert av hver enkelt kommune.

Blåskjell og Via ferrata ble en minnerik aktivitet, ikke minst for prosjektleder. Via Ferrata Åfjord åpnet samme år som ERG, her ønsket vi å lage et arrangement «stunt» som vi kalte Lokalmat til nye høyder. Her laget vi blåskjellsuppe i fjellveggen over Åfjord (se video under media) Blåskjell er en av de unike tilbudene vi har på Fosen, og dette har vi bevisst løftet frem i alle våre arrangementer. 98% av alt som selges av blåskjell i Norge kommer fra Fosen. Dette er en spesialitet vi på Fosen må forvalte.

Blåskjellkurs ble arrangert for lokale spiseplasser der det var behov og ønskelig.

Kystkulturdagene ble i ERG-året prioritert som en fellesarena. Kystkulturdagene selv ønsket fokus på lokalmat og lokalt håndverk. Dette har bidratt til å bygge en seriøs og respektabelt arrangement. Her stiller arrangør med flotte boder helt ved sjøen med innlagt strøm som lokalmat-produsentene kunne benytte seg av.

Austråttdagene i Ørland kommune er har en lang tradisjon for å vise frem landbruket, både historisk og moderne. Her deltok også noen av lokalmatprodusentene med egne boder for salg. Prosjektleder fikk også anledningen til å presentere prosjektet Matregion Fosen og det ærefulle oppdraget av å åpne showet.

Osenhælja er lokal-martna i Osen. Også her fikk vi samlet flere av lokalmatprodusentene for deltagelse. Her solgte de produkter og håndmat.

Fosenregionen er en samlet region hvor prosjektet har vært gjennomført. Fosen halvøya har en naturlig avgrensning. Det har likevel vært viktig å ivareta alle de fire kommunenes egne interesser. Det er derfor prioritert at deler av prosjektet og aktivitetene har vært fordelt på de fire kommunen.

Fosenmøtet, et møte for og med næringslivet. I 22 var heddingen

Uro i verden, hvordan påvirker det oss?

Fosenregionen inviterte i samarbeid med sparebankene på Fosen, NHO og Forsvaret til et møte for og med næringslivet på Fosen.

150 deltakere møttes for tema som uro i verden, kraftsituasjonen på Fosen og felles satsing på kompetanse.

Forsvaret deltok fra 132 Luftving og snakket om sivilmilitært samarbeid. Her mottok også Nordmeland Gårdshotell Utviklingsprisen for Fosen 2022

Med råvarer i verdensklasse fra Fosen

Det var mat tilgjengelig gjennom hele dagen med utgangspunkt i fantastiske råvarer fra Fosen, presentert på en informativ og kreativ måte. Lokalmatprodusenter kunne man møte på stands i vrимleområdet. Mesterkokk Kim Remi Moen sto for en spenstig lunsj i Bistroyen på Ørland Kysthotell. For de deltagerne som ønsket hadde hotellet i samarbeid med Fosenregionen og lokalmatprodusentene lagt til rette for en treretters middag basert utelukkende på lokale råvarer.

Slike lokale arrangementer er det viktig at vi viderefører og at lokal mat og drikke blir en naturlig del av å lage arrangementer.

Fosenregionen Interkommunale politiske råd har sendt inn en søknad om Forprosjekt etablering MatHub, anbefaler at det prosjektet prioriteres som en videreføring og ivaretagelse av det gode arbeidet som er gjort gjennom prosjektet Matregion Fosen.

Prosjektregnskap

Foreløpig. Revisor godkjent prosjektregnskap ettersendes.

Fastlønn	1 649 977,45
Annen lønn og trekkpliktige godtgjørelser	7 834,13
Pensjonsinnskudd KLP	238 693,83
Kollektiv ulykkes- og gruppelivforsikring	3 039,42
Arbeidsgiveravgift	96 869,69
Matvarer	1 256,80
Beverting og representasjon	67 874,00
Samlepost for annet forbruksmateriell, varer og tjenester	1 852,20
Telefonutgifter - arbeid/privat	1 255,22
	3 467,74
	4 000,00
	590,00
Opplæring og kurs	22 600,00
Oppholdsutgifter kurs	11 127,72
Utgifter og godtgjørelser for reiser, diett, bil m.v. som er opplysningspliktige	35 612,25
Transport og reise	18 056,95
Yrkesskadeforsikring	1 343,91
Avgifter, gebyrer, lisenser o.l.	7 911,50
Andre tjenester	48 194,66

Kjøp fra kommuner	28 382,60
Kjøp av annet utstyr	10 380,00
Utviklingstiltak	102 376,20
ANDRE DRIFTSKOSTNADER	16 750,00
Sum	2 379 446,27
Tilskudd TRFK	-467 000,00
	-1 254
Bruk av fondsmidler	579,21
Fakturert andre	-95 200,00
Sluttbetaling TRFK	-198 000,00
Totalt	364 667,06