Matarauður Íslands

Matvælaframleiðsla

- þróun á markaði, tækifæri, að hverju þarf að hyggja

Fundur á vegum atvinnu- og menningarnefndar Fljótsdalshéraðs
Hótel Héraði, 6. mars 2019

Oddný Anna Björnsdóttir
Verktaki hjá Matarauði Íslands

Svæðisbundin matargerð

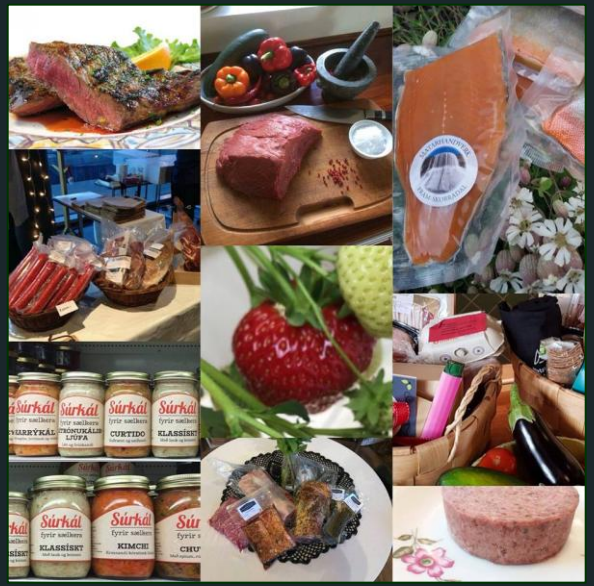
Matarauður Íslands

- **Matarhefð** er stór hluti af ímynd lands og þjóðar enda speglar hún **menningu** og **sögu** og markast af **tíðarfari** og **náttúru**
- Á **Norðurlöndum** hefur orðið mikil **vakning** á síðustu árum því runnið hefur upp fyrir fólki að mikil **verðmæti** liggja í **svæðisbundinni matargerð**
- Hér á Íslandi ættum við að opna augu okkar fyrir því að **auðlegð okkar** er ekki síðri

Svæðisbundin matargerð, frh.

Matarauður Íslands

- **Innlend framleiðsla** er mikilvæg í tengslum við matvælaöryggi og kolefnisspor, en ekki síður til að viðhalda **atvinnutækifærum** og **matarmenningu**
- Í nágrannalöndunum má víða finna **ferðaþjónustubændur** og aðra **bændur** sem taka á móti ferðamönnum og bjóða **eigin vörur** til sölu
- Gjarnan matvæli sem tengjast **matarmenningu héraðsins** - tækifæri til **tekju- og atvinnusköpunar**
- **Neytendur** vilja í ríkara mæli eiga **milliliðalaus viðskipti** og ganga að **gæðum hráefna** vísum



Ef ætlunin er að fara út í matvælaframleiðslu

Matarauður Íslands

Þá þarf að átta sig á eftirfarandi:

1. **Grunnstefinu** í **matvælalöggjöfinni** sem eru **örugg** og **heilnæm** matvæli – ekki kröfur krafnanna vegna

2. **Hef ég tíma?** – tímafrekara en flestir gera sér grein fyrir – sérstaklega í byrjun – borgar sig að fá aðra til þess?

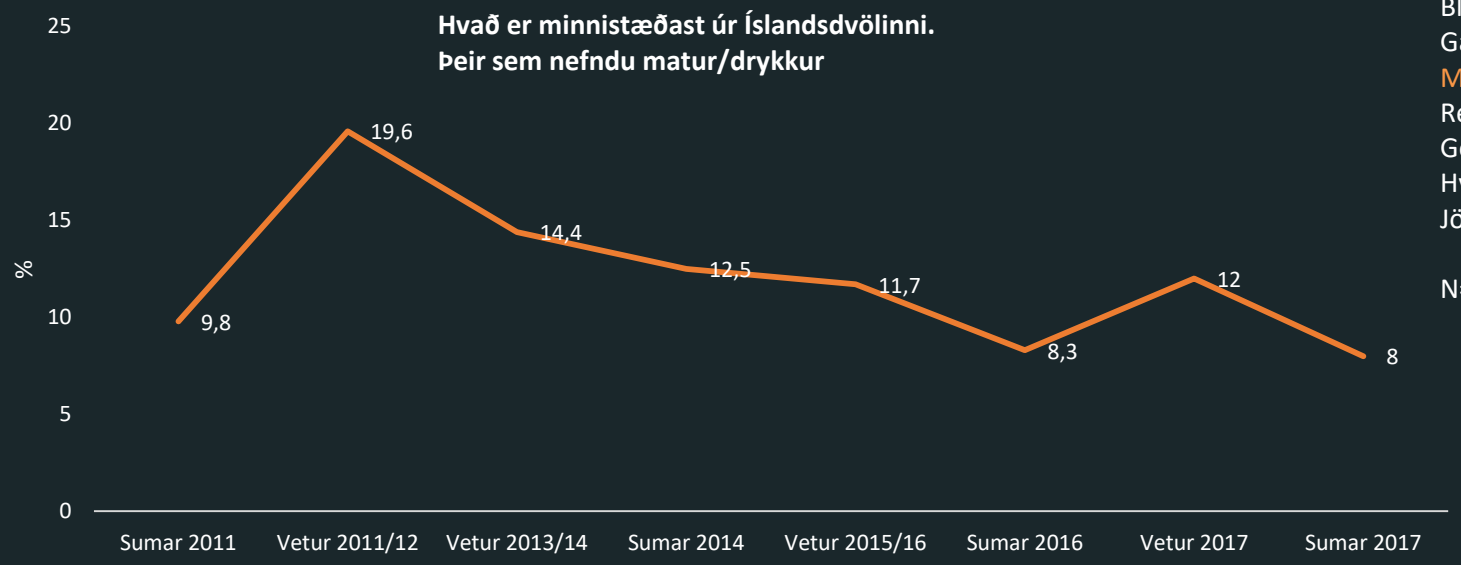
3. **Er markaður fyrir vöruna?** – einbeita sér að sölunni þar til magnið er nóg til að það borgi sig að framleiða sjálf(ur)

4. Þegar 1.-3. er á hreinu huga að **þróuninni** á vörunni, fá **leyfi**, koma sér upp **aðstöðu** – algeng mistök að gera þetta á undan hinu

5. **Hráefnið – eigið eða aðkeypt?** Flestir matarfrumkvöðlar framleiða úr aðkeyptu hráefni – mesta gróskan í framleiðslunni. Að eiga hráefnið er ekki grundvöllur mestrar grósku. Hvatinn er markaðurinn / kaupendurnir.

Könnun Ferðamálastofu

Matarauður Íslands



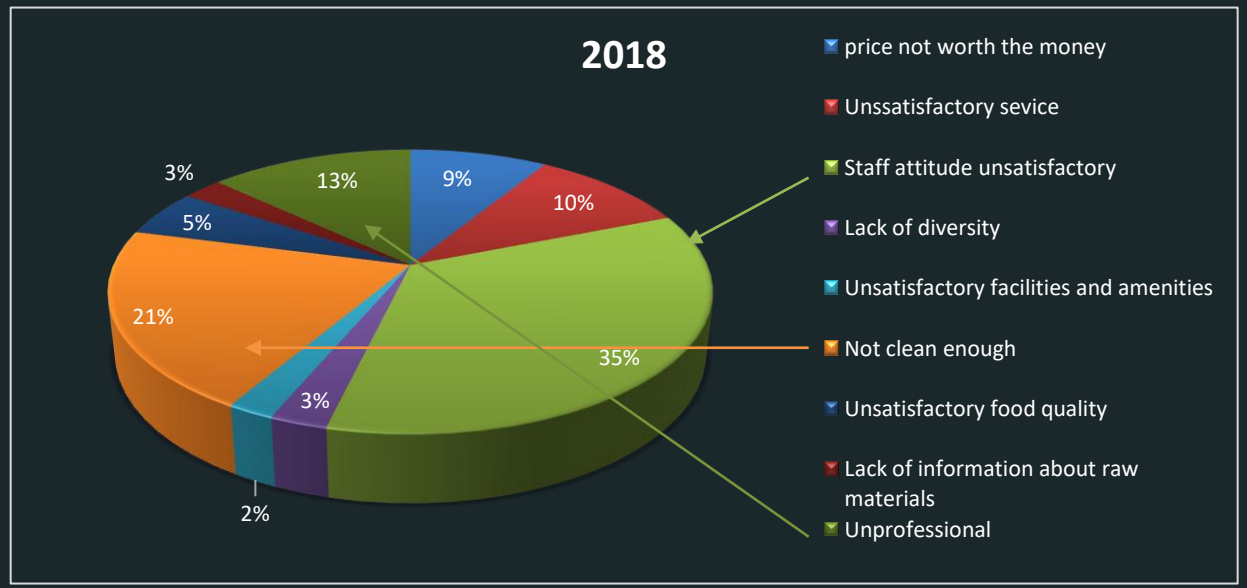
2017 sumar
Náttúra/landslag
Fólkið/gestrisni
Jökullón/ísjakar
Fossar
Hvalir/hvalaskoðun
Bláa lónið
Ganga/fjallganga
Matur /veitingastaðir
Reykjavík
Goshverir
Hverir og jarðhiti
Jöklar

N=9.286

Könnun Ferðamálastofu

Matarauður Íslands

Spurt um upplifun þeirra á veitingastöðum



Þróun á markaði

Matarauður Íslands

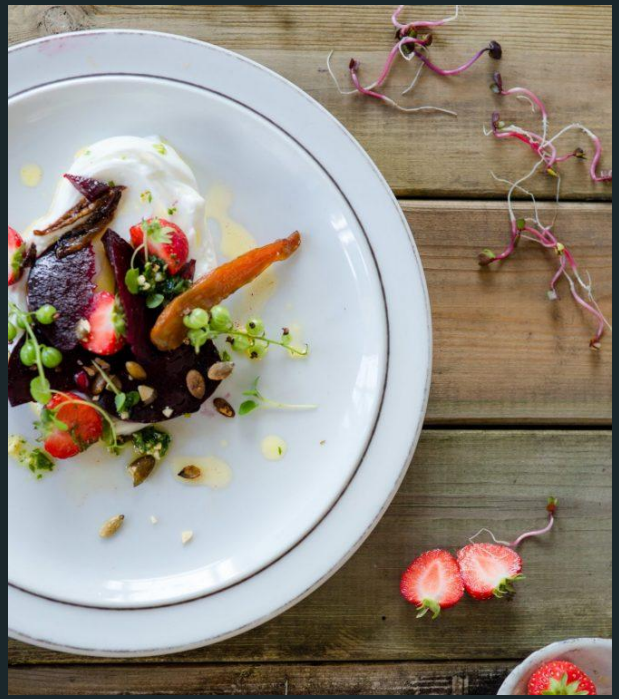
- Stóraukin straumur **ferðamanna** - innlendra og erlendra
- Aukin **matarferðaþjónusta** - matarupplifun
- **Upplýstari** - **meðvitaðri** - **kröfuharðari**
- Krafa um **rekjanleika** - vita hvaðan maturinn kemur
- Krafa um betri og ítarlegri **merkingar** og **innihaldslýsingar**
- **Samfélagsmiðlar** gefa þessum litlu rödd og aðgengi
- Erfiðara að fela **syndir**

2 m ferðamanna - meðaldvöl 7 dagar - 3 máltíðir á dag
Samtals 115.000 viðbótar máltíðir á dag
Eyða 10 þ á dag í Reykjavík - minna á landsbyggðinni

Þróun á markaði, frh.

Matarauður Íslands

- **Gæði** frekar en **magn** - borga **meira** fyrir **betri** vöru
- **Fljótlegt** - en **hollt** og **bragðgott**
- **Tilbúið** og **hálftilbúið** / hægt að **grípa með**
- Krafa um **samfélagslega ábyrgð**
- Matarinnkaup **pólitískari**
- Neysla **án samviskubits** / Guilt-Free Consumption



Dýravelferð

Matarauður Íslands

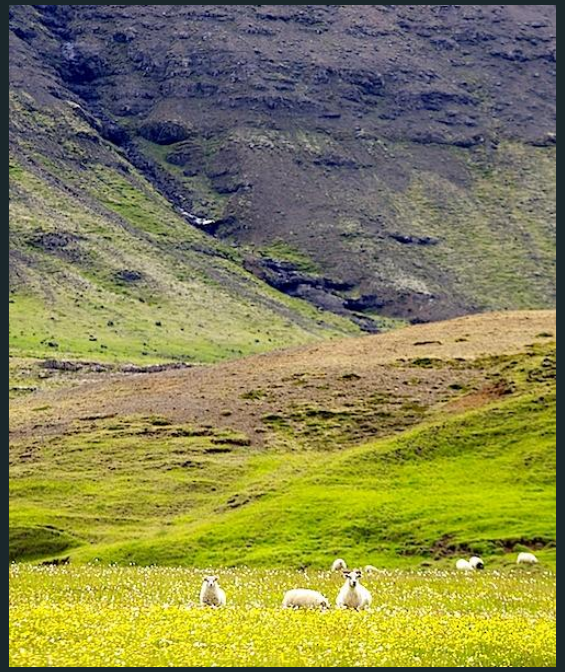
ÚT

bús - stíur - erfðabreytt fóður

INN

lausaganga - meira rými - útivera - grasfóðrun

Velferðarvottanir



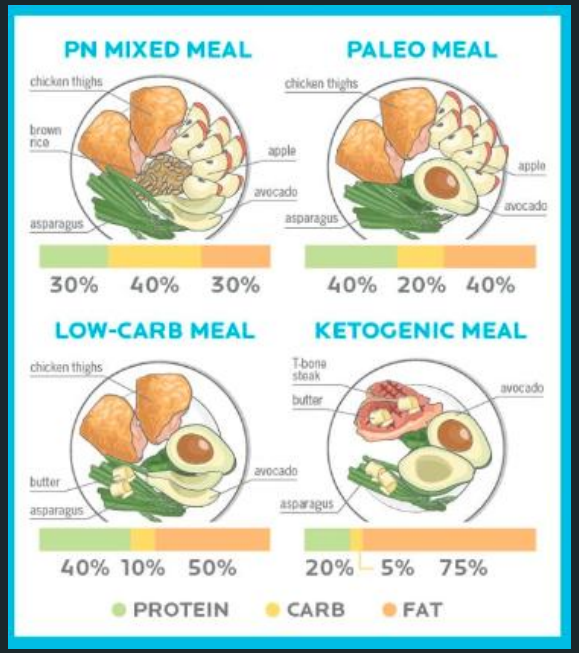
Úr einsleitum hópi í marga ólíka hópa

Matarauður Íslands

- Hreint / án fyllingar- og aukefna
- Lítt og óunnið
- Úr nærumhverfi
- Beint frá bónda/býli

Ólíkar tegundir mataræðis

- Paleo
- Ketogenic
- Low-carb
- Vegan / Vegetarian
- Free-from
- Organic
- Flexitarians
- o.s.frv.



Aukin umhverfisvitund

Matarauður Íslands

- Lágmarka **vistspor**
- Draga úr **sóun** - nýta allt
- Minni og umhverfisvænni **umbúðir** - helst engar
- **Fjölnota** í stað einnota
- **Umhverfisvottanir**

REKO - tilgangur

Matarauður Íslands

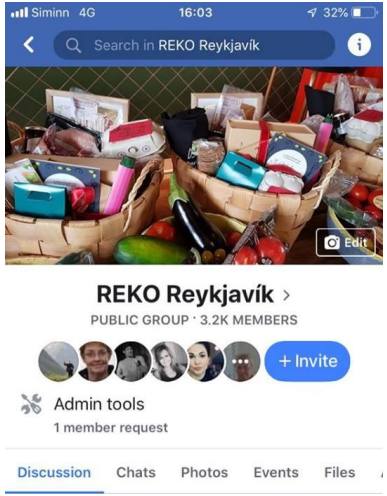
- Koma upp **sölu- og dreifikerfi** sem sparar **tíma** og **peninga**
- Auka viðskipti með vörur úr **héraði** - efla **nærsamfélagsneyslu**
- Gera **matarhandverki** og **heimavinnslu** hærra undir höfði
- Færa bændur og smáframleiðendur ofar í **virðiskeðjuna**
- Auka **framlegð** í gegnum **milliliðalaus** viðskipti
- Draga úr **matarsóun** – leið til að selja **útlitsgölluð matvæli**
- Gefa neytendum tækifæri til að "**þekkja** sinn **bónda** og sinn **mat**"
- Styrkja **tengslanet** bænda, heimavinnsluaðila og smáframleiðenda

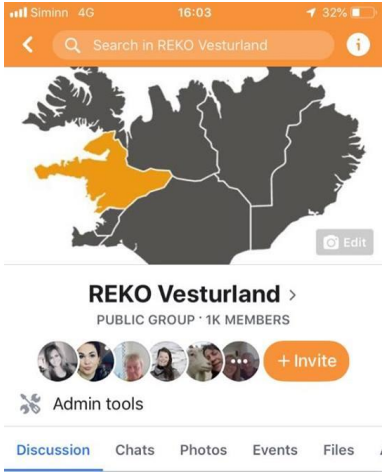
Fyrirkomulagið

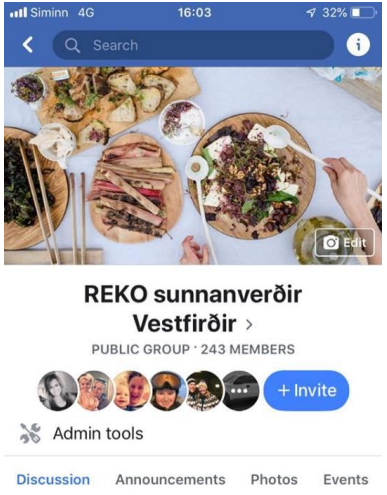
Matarauður Íslands

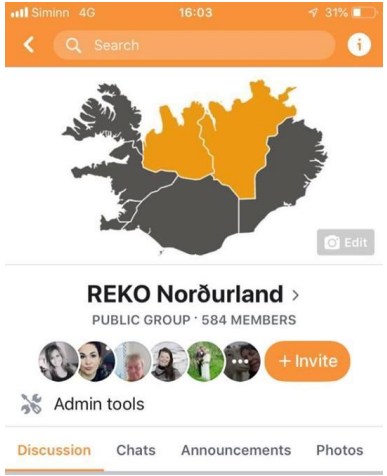
1. **Bændur, heimavinnsluaðilar** og **smáframleiðendur** á ákveðnu **svæði** stofna **hóp** á **Facebook**
2. **Neytendum** og **veitingamönnum** er **boðið** í hópinn
3. **Stjórnendur** hvers hóps búa til nýjan **viðburð** (30-60 mín) fyrir hvern **afhendingardag**
4. **Meðlimir** hópsins fá **tilkynningu** þegar nýr **viðburður** hefur verið stofnaður
5. Þeir **framleiðendur** sem hafa tök á að **taka þátt** í þeim viðburði setja **færslu inn í viðburðinn**
6. Í **færslunni** tilgreina þeir hvað þeir hafi að **bjóða** og hvað það **kosti**
7. Neytendur **panta** með því að skrifa **athugasemd(ir)** undir viðeigandi **færslu(r)** inn í viðburðinum
8. Framleiðendurnir senda þeim sem panta hjá þeim **greiðsluupplýsingar** og hvað pöntunin **kosti**
9. Kaupendur **greiða rafrænt** fyrir pöntunina **fyrir** afhendinguna
10. Á **afhendingardeginum** mæta framleiðendurnir með þær **pantanir** sem þeir hafa **fengið** og **greitt** hefur verið fyrir á **afhendingarstaðinn** á tilgreindum **tíma** og **afhenda** þær kaupendum sem eru mættir til að sækja sínar pantanir

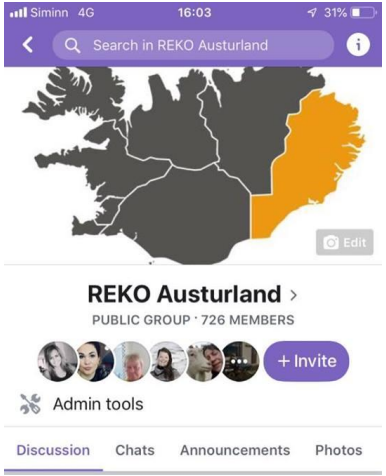
Matarauður Íslands

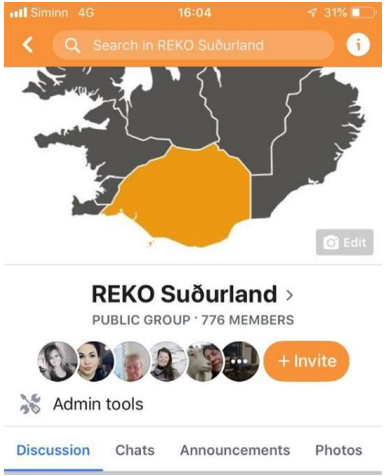












Myndir frá REKO afhendingum
í ólíkum landshlutum

Matarauður Íslands

SJÁLFBÆRNI, VELFERÐ & HEILBRIGÐI

Matarauður Íslands