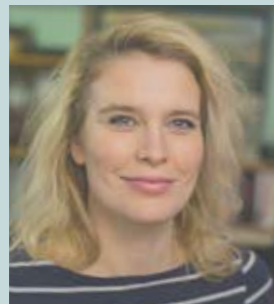




DAGSKRÁ 2. apríl 2020



BRYNJA LAXDAL
Matarauður Íslands



KRISTÍN MARÍA SIGÞÓRSDÓTTIR
Upplifunarhönnuður



HINRIK CARL ELLERTSSON
Matreiðslumeistari og kennari
við Hótel- og matvælkólann



Rakei Garðarsdóttir
Vakandi



GÍSLI MATTHÍAS AUÐUNSSON
Matreiðslumeistari og
veitingahúsaegandi

09:30	Velkomin - Matarauður Íslands
09:35 - 09:50	Matarferðapjónusta, straumar og stefnur - Brynja Laxdal
09:50 - 10:05	Upplifun - Kristín María Sigþórsdóttir
10:05 - 10:20	Eldhúsið - Hinrik Carl Ellertsson
10:20 - 10:25	standa upp og teygja .. kannski hella uppá
10:25 - 10:35	Matarsóun, tækifæri á Íslandi - Rakei Garðarsdóttir (veik)
10:40 - 10:55	Slippurinn - hugsjón og áskoranir - Gísli Matthías Auðunsson
10:50 - 11:10	Matardagatal - Kristín María Sigþórsdóttir
11:10 - 11:30	Umræður og spurningar
11:30 - 12:45	Hádegishlé
12:45 - 14:45	Kynningar á verkefnum markaðs/landshlutastofanna
12:45	Reykjanes - Þuríður H. Aradóttir og Ýmir Björgvinsson
12:55	Snæfellsnes - Elín R. Guðnadóttir
13:05	Dalir - Margrét Björk Björnsdóttir
13:15	Vestfirðir - Þórkátla Soffía Ólafsdóttir
13:25	Norðurland- Kristín Harðardóttir
13:35	Austurland- Halldóra Dröfn Hafþórsdóttir
13:45	Suðurland- Helga Lucie Andrée Káradóttir
13:55 - 14:30	Umræður og spurningar



Matarauður Íslands

april 2020

FORMÁLI

Við njótum þeirrar gæfu að búa við matarauð sem byggir á dýrmætri frumkvöðlahefð sem gengið hefur kynslóða á milli.

Matarhefð er stór hluti af ímynd lands og þjóðar enda speglar hún menningu og sögu og markast af tíðarfari og náttúru. Mikil vakning hefur orðið á þeim verðmætum sem liggja í staðbundinni matargerð og er það von Matarauðs Íslands að allar markaðsstofur/landshlutastofur myndi grunn að fagráði um mat í ferðaþjónustu. Fagráð sem passar upp á þekkingaryfirfærslu, aðhald og vöxt matarferðaþjónustu á landsvísu. Mikil tækifæri liggja í heimavinnslu afurða og það ætti að vera kappsmál okkar að leggja rækt við og styðja við nýsköpun á þessu sviði. Matarmenning okkar verður ríkari fyrir vikið.

Svæðisbundinn matur í ferðaþjónustu er hluti af sjálfbærri ferðaþjónustu. Matarferðaþjónusta felur í sér ferðalag upplifunar á sögu, hefðum og menningu í gegnum mat. Matarferðaþjónusta er margslungin og nær ekki bara til veitingastaða heldur líka til bændaeheimsókna, matreiðslunámskeiða, nestispakkans í ferðalaginu, ráðstefna, hvataferða, matarhátíða og fleira. Matur í ferðalögum er vaxandi grein innan ferðaþjónustunnar víðast hvar.

Samkvæmt útreikningum World Food Travel Association eyða ferðamenn að meðaltali 24% af heildarútgjöldum í mat og drykk. Í nýlegri úttekt Dana eyddu matarferðalangar um helmingi meira í mat og drykk en hinn venjulegi ferðamaður. Á Íslandi eyðir ferðamaður í Reykjavík um 10 þúsund krónur í matvörur og veitingar á dag en aðeins um 4000 kr. að meðaltali á landsbyggðinni. Þarna liggja ákveðin sóknarfæri fyrir landsbyggðina. Meðalútgjöld á matsölustaði og kaffihús námu 11% af heildarútgjöldum erlendra gesta á Íslandi árið 2018.

Í framtíðinni sýna kannanir Ferðamálastofu vonandi aukið vægi matar sem „eftirminni-lega upplifun“ og með öflugum samstarfi við Íslandsstofu munu viðhorfskannanir á þeirra vegum sýna að matur og drykkur verði stærri hluti af heildarímynd landsins.

Það þarf að safna betri svæðisskiptum innlendum gögnum um efnahagslegt umfang matarferðalanga og viðhorfi þeirra til matar til að átta sig á frekari sóknarfærum og mögulega gæti íslenskur bær eða borg hlotið viðurkenningu UNESCO Creative Cities of Gastronomy í framtíðinni.

Matarauður, okkur að góðu

HÍÐ
ÍSLENSKA
ELDHUS



HIÐ ÍSLENSKA ELDHÚS

HIÐ ÍSLENSKA ELDHÚS

Tilgangurinn er að styrkja eftirspurn eftir stað-, og svæðisbundnum matvælum, benda á tækifæri í tengslum við ferðapjónustu og leggja áherslu á sérkenni landshluta og matarmenningar.

Afraksturinn á að skila heimamönnum jarðveg og verkfærakistu til að þróa samvinnu og tækifæri sem felast í matarauð héraðsins



Matarauður Íslands

Brynja Laxdal

brynja.laxdal@anr.is

april 2020

HÍÐ
ÍSLENSKA
ELDHUS



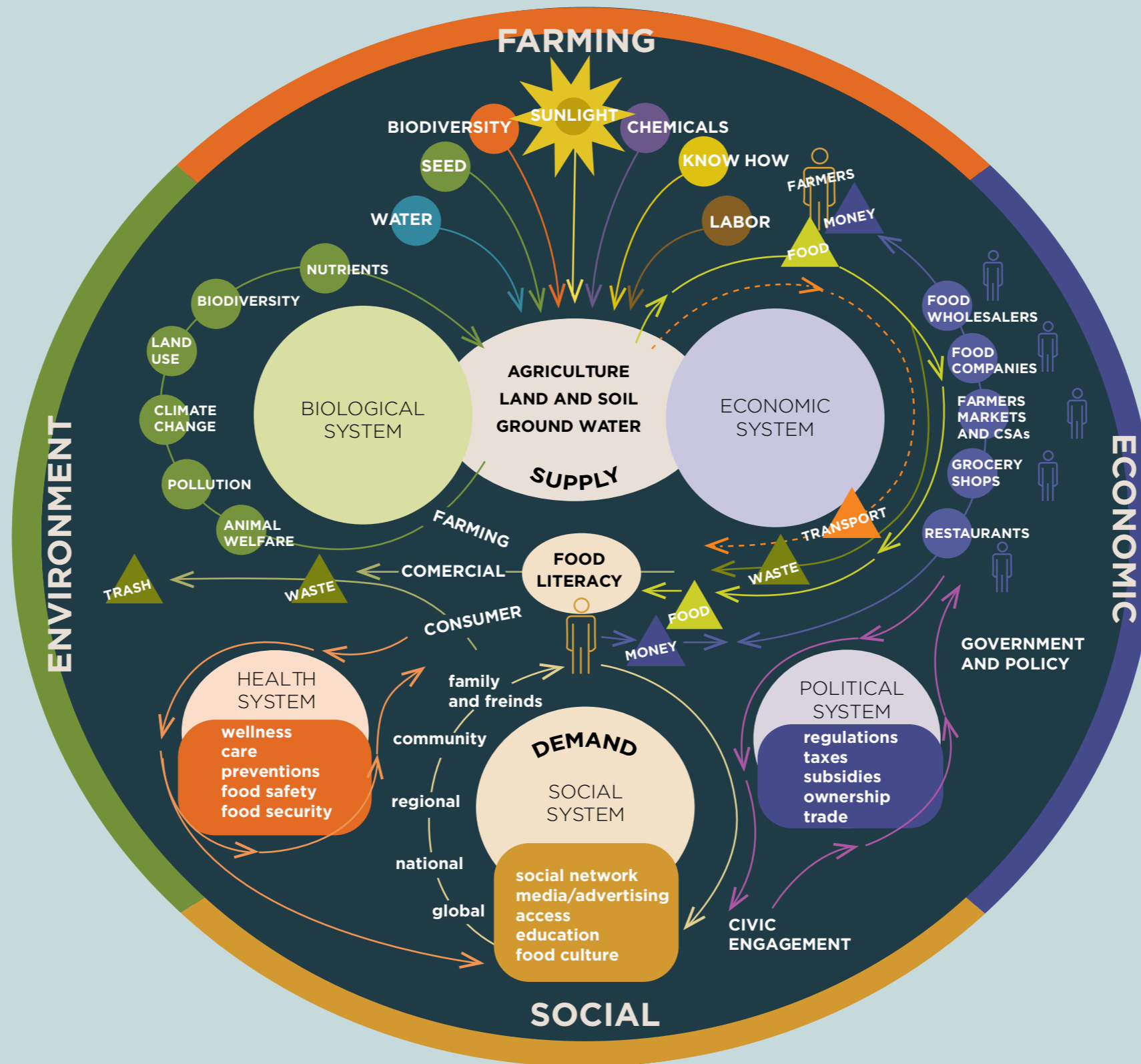
Matur í ferðapjónustu

Við erum fyrirmyndir
erlendra gesta.

Okkar neysluhegðun og
orðræða mótar eftirspurn
og væntingar



Matur hefur marga snertifleti



Grunnframleiðsla
og lífauðlindir
Hagkerfið
og samfélagið
Félagslegt gildi
Lýðheilsa

<https://www.nourishlife.org/teach/food-system-tools/>

april 2020

HÍÐ
ÍSLENSKA
ELDHUS



53% almennra ferðamanna eru matarferðamenn

71% ferðamanna hafa gaman af því að segja sögu frá matarupplifun

60% ferðamanna kaupa matarminjagrip

69% ferðamanna leita upplýsinga um mat og drykk áður en þeir ferðast og 68% meðan á dvöl þeirra stendur

4% Skandinava skilgreina sig sem matarferðamenn

11% Skandinava segja mat og drykk hafa áhrif á val á áfangastað

2020 Food Travel Monitor (n=4500 frá sex löndum, Frakkland, UK, Kanada, US, Mexico og Kína)

Kairos Future Travel trend report 2019

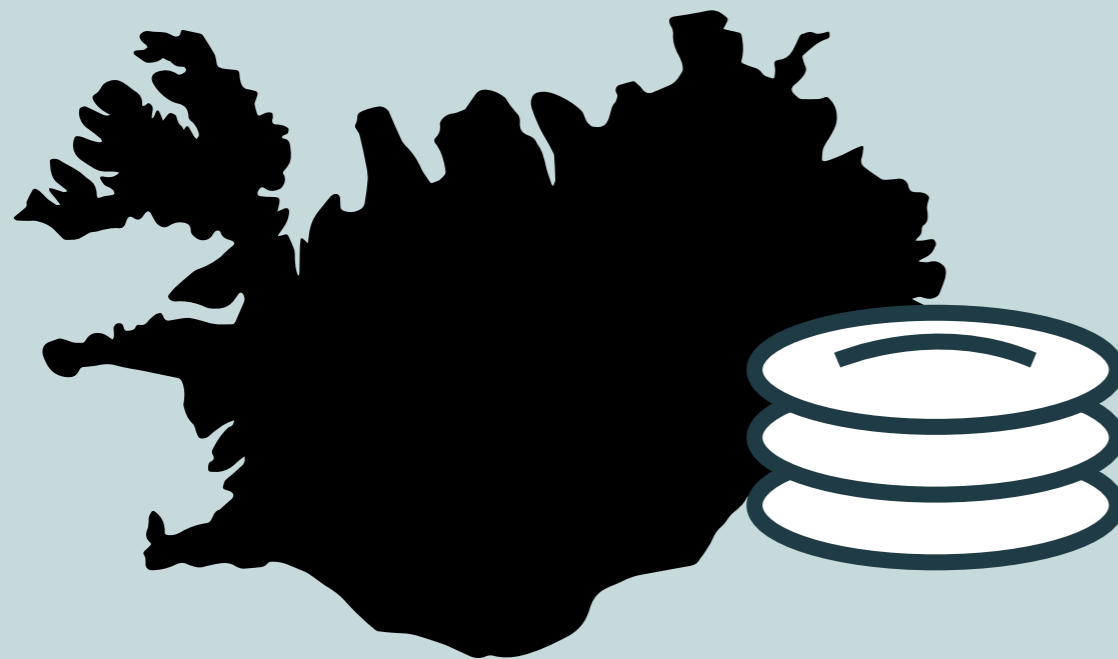
World Food Travel Association 2020

Skortur á upplýsingum um matarferðamenn á Íslandi

2 milljónir ferðamanna

Dvelja að meðaltali 6,5 daga og borða x 2 á dag

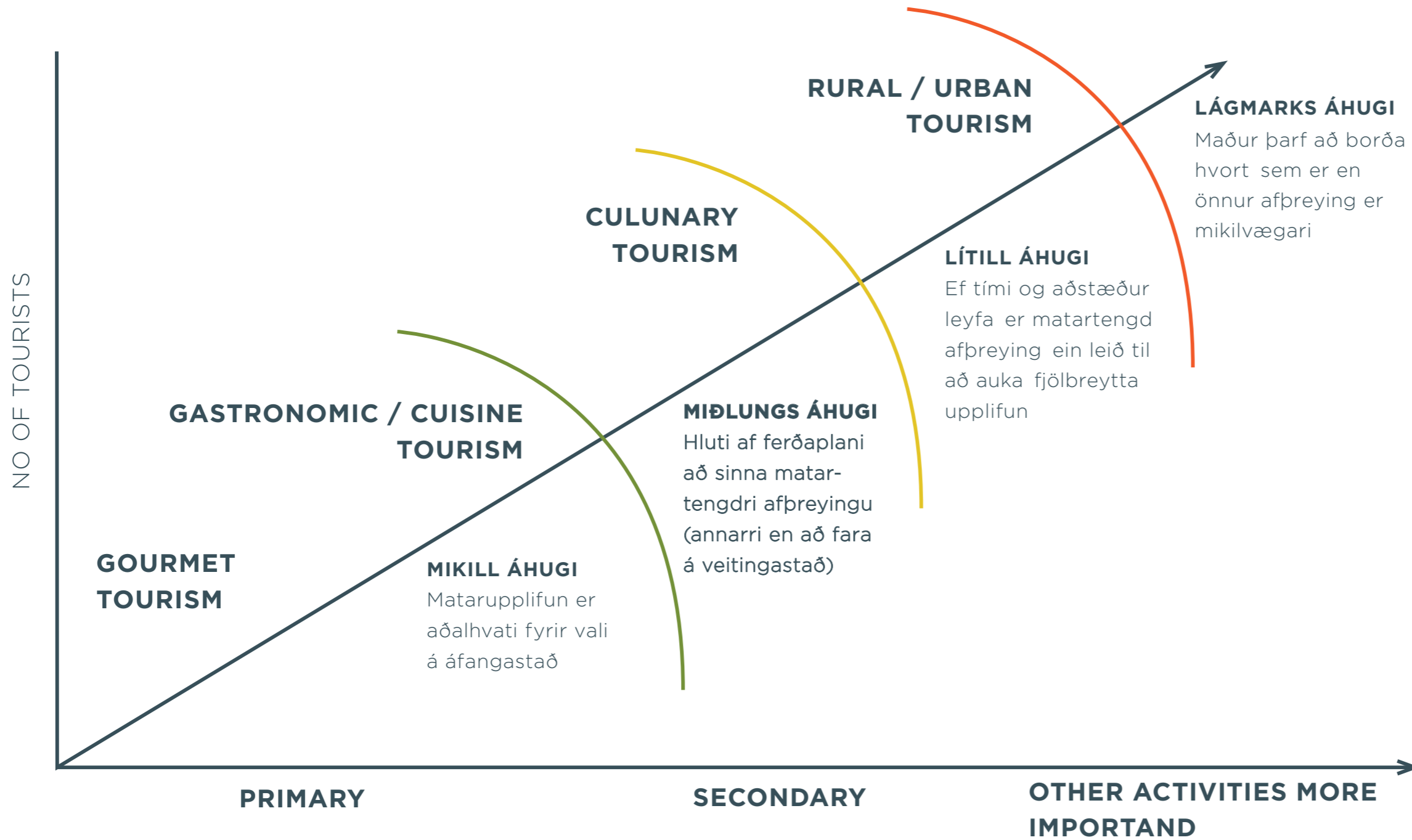
38 þúsund auka magar á hverjum degi
77 þúsund máltíðir/dag sem bætast við neyslu Íslendinga





Matarferðapjónusta

- mismunandi áhugi ferðamanna



Mismunandi hugtök um matarferðapjónustu :

Food Tourism

Leggur áherslu á að matarferðamaður á ekki bara við fáa útvalda matgæðinga

Culinary tourism

Tilgerðarlegt en hefur sömu þýðingu og Food tourism

Gastronomy Tourism

Meira notað í Evrópu en USA, hefur sömu þýðingu og Food Tourism.

World food Travel Association 2020

Food Tourism according to interest, Hall & Sharples 2005



„að borða mat en bragða svæðið“

Laufey Haraldsdóttir 2009

Matarupplifun er órjúfanlegur þáttur í lífi ferðamanna hvar sem þeir koma, hvort sem hún er megin tilgangur ferðalagsins eða ekki.

Matarferðaþjónusta snýst um að upplifa og skilja áfangastaðinn í gegnum mat.

World Food Travel Association 2020



Matarferðalangur

- prófíll 2020



“Culinary traveler”

- Hvati að ferðalagi ef áfangastaðurinn býður upp á matarupplifun og hann tekur þátt í matartengdri afþreyingu
- Vill fjölbreytta upplifun af mat, drykk og stemmningu
- Kýs stað/svæðisbundinn mat með skírskotun í hefðir og menningu
- Er líklegur til að sækja einnig listviðburði eða aðra afþreyingu
- Er duglegur að deila upplifun sinni á samfélagsmiðlum
- Eyðir almennt um 24% meira í mat og aðra afþreyingu á dag

Venjulegur ferðamaður

- Sækir frekar í mat/veitingastað sem er kunnuglegur

- Er til í fjölbreyttan, stað/svæðisbundinn mat og drykk

- Heldur fastar um pyngjuna

World Food Travel Association. 2020

Food Travel Monitor

(n=4554 frá sex löndum, Frakkland, UK,

Kanada, US, Mexico og Kína)

april 2020

HÍÐ
ÍSLENSKA
ELDHUS

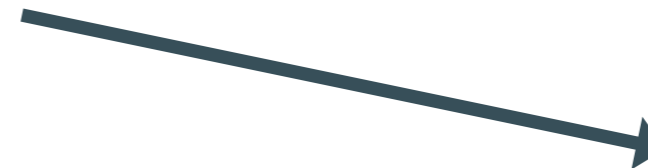


Matartengd afþreying

- TREND #1 - Matar- og drykkjarleiðsögn með heimamanni. T.d. eins og tínsla jurta og náttúrunytja, sjóstöng...
- TREND #2 - Eat with the locals, home cooking
- TREND #3 - Götubitar og markaðir/hátíðir/viðburðir
- TREND #4 - Matreiðslunámskeið
- Skipulagðir matar- og drykkjustígar
- Heimsóknir á býli/vinnslur/brugghús
- Minnisstæð upplifun á veitingastað eða bar



BITEMOJO



EAT WITH

Key trends in

Culinary Tourism

Global Data

Consumer Survey 2018

World Food Travel Association. 2020 Food Travel Monitor (n=4554 frá sex

löndum, Frakkland, UK, Kanada, US, Mexico og Kína)

april 2020

HÍÐ
ÍSLENSKA
ELDHUS



Áfangastaðurinn

ÁFANGASTAÐIR
LEGGJA Æ MEIRI
ÁHERSLU Á
SJÁLFBÆR SAMFÉLÖG,
HREINAN
STAÐBUNDINN/
SVÆÐISBUNDINN
MAT OG SKAPANDI
UPPLIFANIR MEÐ
SKÍRSKOTUN Í LÍFSSTÍL
SEM EYKUR VELLÍÐAN



april 2020

HÍÐ
ÍSLENSKA
ELDHUS



FLESTIR TENGJA VIÐ

**“MIKILVÆGT AÐ LAGÐUR SÉ SAMI SKILNINGUR Í
STAÐ- OG SVÆÐISBUNDINN MAT”**

*Laufey Haraldsdóttir,
Að borða mat en bragða svæðið*

Stað- og svæðisbundinn matur

**Styður byggðafestu, atvinnutækifæri
og teflir fram matarmenningu.
Matur er ferskur, rekjanlegri og er
hlekkur í fæðuöryggi.**

Confusion and Misunderstanding Interpretations and Definitions of Local Food 2017

Svæðisbundinn matur (regional food)

Matur framleiddur innan ákveðins svæðis en getur verið seldur víða, jafnvel fluttur út. Markaðssetning vísar til gæða og landfræðilegs uppruna

Staðbundin matvæli (local food)

Verið að vísa í matvæli á skilgreindum stað. Oftast er þá átt við matvæli sem eru framleidd og seld innan afmarkaðs nærumhverfis. Markaðssetning vísar til gæða og landfræðilegs uppruna.



Straumar og stefnur

FERÐAHEGÐUN

- Fleiri ferðast einir til að upplifa og uppgötva sjálfan sig.
- kynslóðir ferðast saman, leita og tengjast uppruna.
- Spáð meiri eftirspurn eftir skipulögðum stuttum matarferðum t.d. í stopover ferðum.
- Unga kynslóðin (millenials) vill fjölbreytta upplifun, er ævintýragjörn við val á réttum. Vill skemmtimennt og sækir í syllur innan ferðabjónustunnar.

Við þurfum að velta fyrir okkur framboði á afþreyingu sem hentar einstaklingum jafnt sem hópum. Uppruni hvers og eins og menningararfur er spáð að muni skipta auk máli og því spáð að ferðir munu aukast þar sem kynslóðir ferðast saman til að upplifa heimaland og menningararf forfeðra. Einnig er spáð auknum fjölda stuttra og skipulagðra matarferða sem passa inn í stopover ferðir.

Talsvert fjallað um Millenials sem í dag eru á aldrinum 24 til 40 ára sem sterka kynslóð af matarferðamönnum og lögð áhersla á þeirra eftirspurn eftir fjölbreytileika og ævintýrlegri upplifun. Þetta eru ferðamenn sem sækjast í ákveðnar syllur innan ferðabjónustunnar.



Straumar og stefnur

HEILDARUPPLIFUN

Matur og vellíðan

Tengja matarupplifun og góða samvisku saman

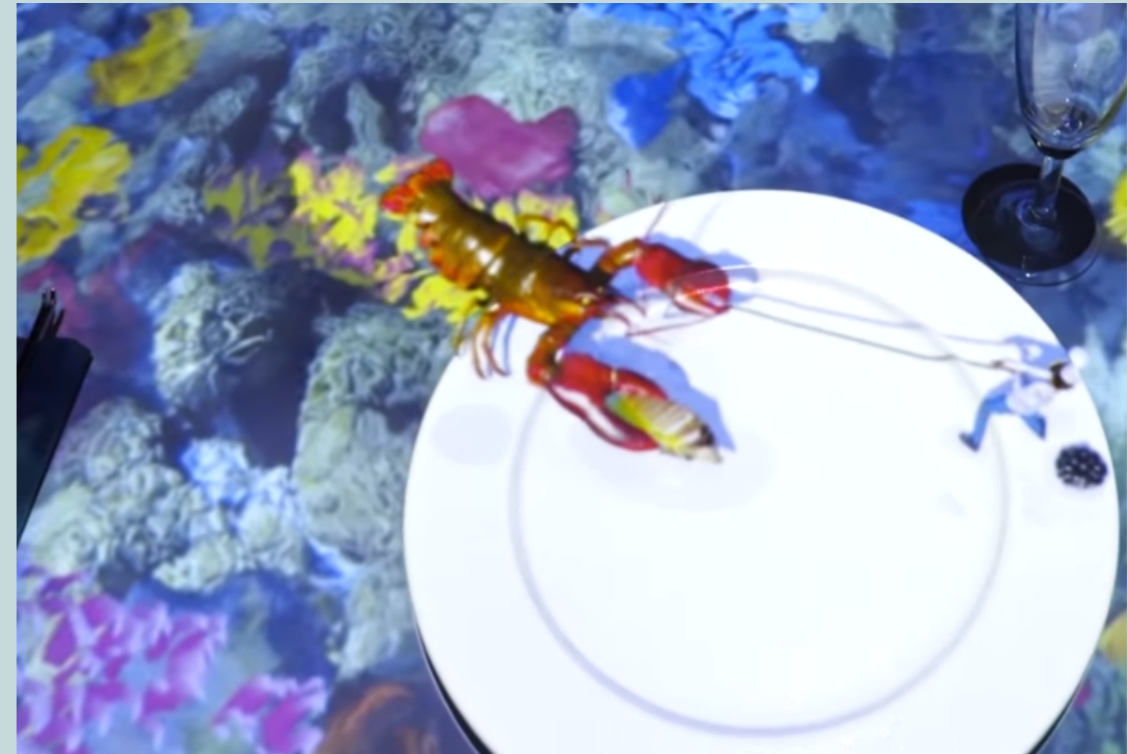
Sjálfbært, staðbundið, einstakt

Staðbundinn matur, skapandi upplifun, heimamenning og sagnahefð

Tækni og stemmning

Matarhátíðir, viðburðir og veitingahús; stafræn innsetning, tölvuvæðing, sýndarveruleiki og matarhönnun

Áhugaverðir veitingastaðir sem bjóða upp á tæknivædda matarupplifun með stafrænar innsetningar og sýndarveruleika eru t.d. Le petit chef og vefsíða matarhönnuðanna Bompas og parr. Food Ink er veitingastaður í Bretlandi sem býður bara upp á þrívíddarteiknaðan mat.



LAB8, 8 food travel trends to do something about Haaga-Helia (2019), Key trends in Culinary Tourism Global Data Consumer Survey 2018 , 2020 Food Travel Monitor, 2020 State of the Food Travel Industry - World Food Travel Association.



Heildarupplifun

MATUR OG VELLÍÐAN

Þjóða upp á vellíðunarsyllur - hreinan mat- "heilbrigð" afþreying fyrir líkama og sál- spa, sjóböð, þaraböð, jarðvarmaböð, yoga, göngur, hjólaferðir, skíðaferðir, hundasleðar, skógrækt, þrjón, listmálun osfrv.

Getur verið hluti af hæglætis ferðabjónustu (Slow Travel), ævintýraferðum (Adventure travel) eða annarri ferðabjónustu.

Sambland af Mat og vellíðan kemur mjög sterkt inn varðandi strauma og stefnur og þar skiptir heildarupplifunin máli. Varðandi hugtakið vellíðan þá er átt við bæði eigin vellíðan og vellíðan jarðarinnar.

Það má eiginlega tala um samviskusefandi ferðabjónustu (ecoconscious tourism).

LAB8, 8 food travel trends to do something about Haaga-Helia (2019), Key trends in Culinary Tourism Global Data Consumer Survey 2018 , 2020 Food Travel Monitor, 2020 State of the Food Travel Industry - World food Travel Association.



Heildarupplifun

STAÐBUNDIÐ, EINSTAKT, SJÁLFBÆRT

Áfangastaður sem býður upp á eitthvað staðbundið, einstakt og sjálfbært er ofarlega á blaði varðandi strauma og stefnur. Það er að ýmsu að hyggja þegar verið er að byggja upp heildarupplifun en hún felst ekki síst í smáatriðunum.

Með því að draga fram matarsérkenni staða eða svæða erum við að skapa menningarsögulegan ramma fyrir gesti sem færir þá nær kjarna samfélagsins. Mikilvægt er að huga að fjölbreytileika í matarupplifun og stemmningu. Auk vinnustofa er hægt að efna til samkeppni um t.d. rétt eða drykk svæðisins, búa til matardagatal, matarsögusafn og svo geta veitingastaðir t.d. gefið uppskrift af rétti hverrar árstíðar á póstkortiformi.

Matarsögusafn. Tengja mat við þjóðsögur, ævintýri, Íslendingasögur, skáldsögur, matarhefðir, geymsluaðferðir, matreiðsluaðferðir og hráefni.

Benda á ferskleika afurða. Til dæmis ef um er að ræða „beint frá býli“ og benda á hreinleika matvælananna (án hormóna, stera, sýklalyfja, varnarefna, skordýraeiturs eða stökkbreytts fóður, hreint vatn)

Handverk og hönnun. Veitingahús og hótél tefli fram handavinnu og hönnun heimamanna s.s. glerungur matarstells úr ösku/ skelbroti, matarstell unnið úr leir úr héraði, listasýningar heimamanna osfrv. Flott dæmi erlendis er Fogo Island Inn.

Vinna með verslanir, veitingaþjónustu og bensínstöðvasjoppur. Láta myndband um matvælaframleiðslu svæðisins rúlla á skjá í verslun, vera með staðbundinn mat, hengja upp plakat með matardagatali, setja á stofn „Kokkur að láni“ fyrir þá sem þurfa á breytingastjórnun eldhúsa að halda.



Svíþjóð - The Edible Country, Visit Sweden

Í Svíþjóð var unnið með Michelin kokkum um gerð matseðils þar sem ferðamenn fá upplýsingar um hvaða hráefni eru í nærumhverfi, hvað þeir eiga tína og hvaða rétt þeir geta búið til. Þessi aðstaða er á 7 stöðum í Svíþjóð ýmist í skógi, við vötn eða sjó eða úti á túni. Bókanir fara fram á vefsíðu og þá fær viðkomandi nestiskörfu með upplýsingum og möguleika á að leigja gaskúta og eldhúsgræjur. Það er líka hægt að leigja kokk eða matarleiðsögumann.



Þórshöfn í Færeyjum

EINSTÖK NESTISAÐSTAÐA

Hvar sem er í skjóli eða óvarin fyrir veðri og vindum

Skilti með upplýsingum um mat úr héraði



DÆMI UM VÖRUR SEM ERU SKAPAÐAR ÚR ÍSLENSKUM ÞORSKI



Myndin fyrir ofan er mjög lýsandi fyrir góða nýtingu matvæla og vel væri hægt að gera svipað kort úr landbúnaðarafurðum

Heildarupplifun SJÁLFBÆRT OG UMHVERFISVÆNT

Matarsóun. Veitingastaðir og verslanir sem vinna gegn matarsóun eiga mjög upp á pallborðið og fyrirtæki sem sérhæfa sig í að bjarga mat sem ella yrði fargað, eða sýna góða nýtni skora vel hjá yngri kynslóðinni t.d. Soppköket í Stokkhólmi. Annað skemmtilegt dæmi er appið Too good to go þar sem stórmarkaðir, veitingahús og bakarí bjóða upp á afgangsmat á sanngjörnu verði.

Endurvinnsla. Til dæmis að búa til glös úr gömlum víNFLöskum, olíulampa eða ljósakrónur úr gömlum blómavösum og glösum (sjá Yomuto atelier). Bambahús eru samfélags- gróðurhús þar sem bambar/plastílát eru uppistaðan en þeim er jafnan fargað.

Hliðarafurðir. Við getum verið stolt af því að segja frá nýtingu náttúrunytja t.d. í lyf, snyrtivörur og fæðubótarefni.

Umhverfisvottanir. Sum svæði eru með Earthcheck, Citta slow, Unesco geoparks og eiga að flagga því með látum.

Samfélagsverkefni. Mörg svæði eru þátttakendur í heilsueflandi samfélögum, taka þátt í samfélagsverkefnum eins og Fræ til framtíðar eða Krakkar kokka. Skoða norska verkefnið Kaisal varðandi útfærslu á sölu fisks beint úr báti og kynnið ykkur skemmtilegt samfélagsverkefni sem heitir Ceres Community Project.

Orkunotkun. Um að gera að flagga hina endurnýjanlegu orku sem við Íslendingar búum að.



Straumar og stefnur

Í MATVÆLAFRAMLEIÐSLU



Future Food Institute, Future of Proteins 2018
Seven megatrends farming food 2020 & next decade

Við þurfum að vera viðbúin breytingum. Sennilega mun mikilvægi norðurslóða sem matvælauppspretta aukast á komandi árum. Með breyttum neysluvenjum, kröfum um rekjanleika, sjálfbærni, hreinleika og beinni tengingu við framleiðendur skapast möguleikar til að sækja enn meira fram fyrir íslenskan matvælaíðnað. Fáar þjóðir geta t.d. státað af þeim umhverfisaðstæðum sem hér eru þar sem hafið, loftið og vatnið er hreinna, sýklalyfjanotkun er minni og orkan er að stærstum hluta endurnýjanleg. Enn fremur verður aukin áhersla á kolefnisspor matvæla.

Gervi kjöt úr jurtaríki

Sveppa-, bauna- og þangprótein

Hampræktun er spáð miklum vexti, gott og næringarríkt prótein og hægt að nýta á margvíslegan hátt.

Skordýraframleiðsla sem uppspretta próteins verður í framtíðinni víðar í matinn en í Asíu

Það er byrjað að rækta kjötvöðva úr stofnfrumum á rannsóknarstofum

Nýlega er farið að framleiða próteinduft með koltvísýringi, vatni og rafmagni í Finnlandi og ekki ólíklegt að það byrji héraðis líka.

Matvælaræktun og veiðar.

Það verður lögð enn meiri áhersla á ýmiskonar snjalllausnir og tækni. Við þekkjum hátæknifjós og hátæknifiskvinnslur en hátæknigróðurhús eru að færast í aukana. Sömuleiðis er svokallað smart farming að aukast þar sem bændur geta nýtt tæknibúnað og skynjara til að fylgjast með jarðvegi og uppskeru. Meiri áhersla verður lögð á rekjanleika matvara annað hvort með blockchain eða annarri tækni.

Inniræktun matvæla.

Framleiðsla víðs vegar í kringum okkur er að færast nær þéttbýli og svokölluð vertical farming er að aukast þar sem auðvelt er að stjórna og fylgjast með uppskeru.



Straumar og stefnur

Í NEYSLUHEGÐUN



Seven Mega trends for Food & Farming in 2020 & the next decade

Living in the age of the Prosumer 2016

Top Trends Driving Change in The Food Industry 2019

Futurice retail trends 2020

Food Futures, ffwd 2019

Hugtakið Prosumers er ekki nýtt af nálinni og kom fram um 2016. Þetta eru neytendur sem vilja gagnsæi uppruna í gegnum rekjanleika, leggja áherslu á dýravelferð, sjálfbæra framleiðsluhætti og matvæli sem höfða til samviskunnar og lífsgilda. Fókusinn færast í átt að staðbundnum matvælum framleiddum á náttúrlegan hátt, ekki endilega lífrænn.

Netverslun er að færast í aukana og margar sem bjóða upp á heimsendingarþjónustu. Hið jákvæða er að stórmarkaðir sýna í dag meiri áhuga á samvinnu við matarfrumkvöðla og frumframleiðendur. Við erum þegar farin að sjá meiri tæknivæðingu við sjálfsafgreiðslu og ekki ólíklegt að peningar smám saman detta út. Aldrei að vita nema matvöruverslanir útvíkki hlutverk sitt og bjóði upp á ráðgjöf næringarfræðings í framtíðinni!

Milliliðalaus viðskipti er að færast í aukana með REKO og beint frá býli. Þá er facebook hópur sem nefnist smáframleiðendur og veitingafólk. Áhugavert verkefni um dreifikerfi matvæla í nærsamfélagi heitir 100 km Foods og er í Kanada.

Aukin grænmetisneysla. Sífelld fleiri konur á aldrinum 18-24 ára borða ekki rautt kjöt, um 0,9% eru vegan en það eru 33% Íslendinga sem versla vegan vörur þó þeir aðhyllist ekki hugmyndafræðinni alla leið. Við þurfum meiri fjölbreytileika í grænmetisrækt og eigum að leggja áherslu á vöruþróun og ræktun með jarðvarmann okkar.

Einstaklingsmiðað mataræði byggir á DNA viðkomandi og spáð að nái flugi í framtíðinni.



Upplifun ferðamanna á Íslandi

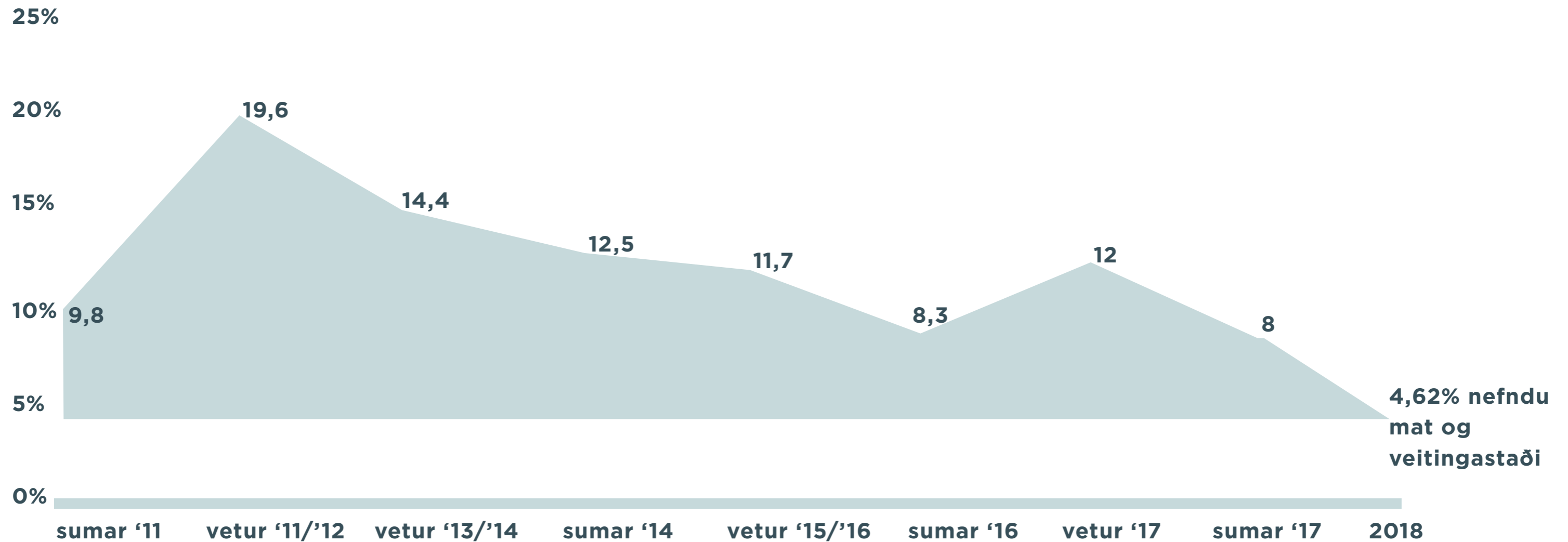


april 2020



Ferðamenn sem nefndu mat og drykk

SEM MINNISSTÆÐA UPPLIFUN Á ÍSLANDI



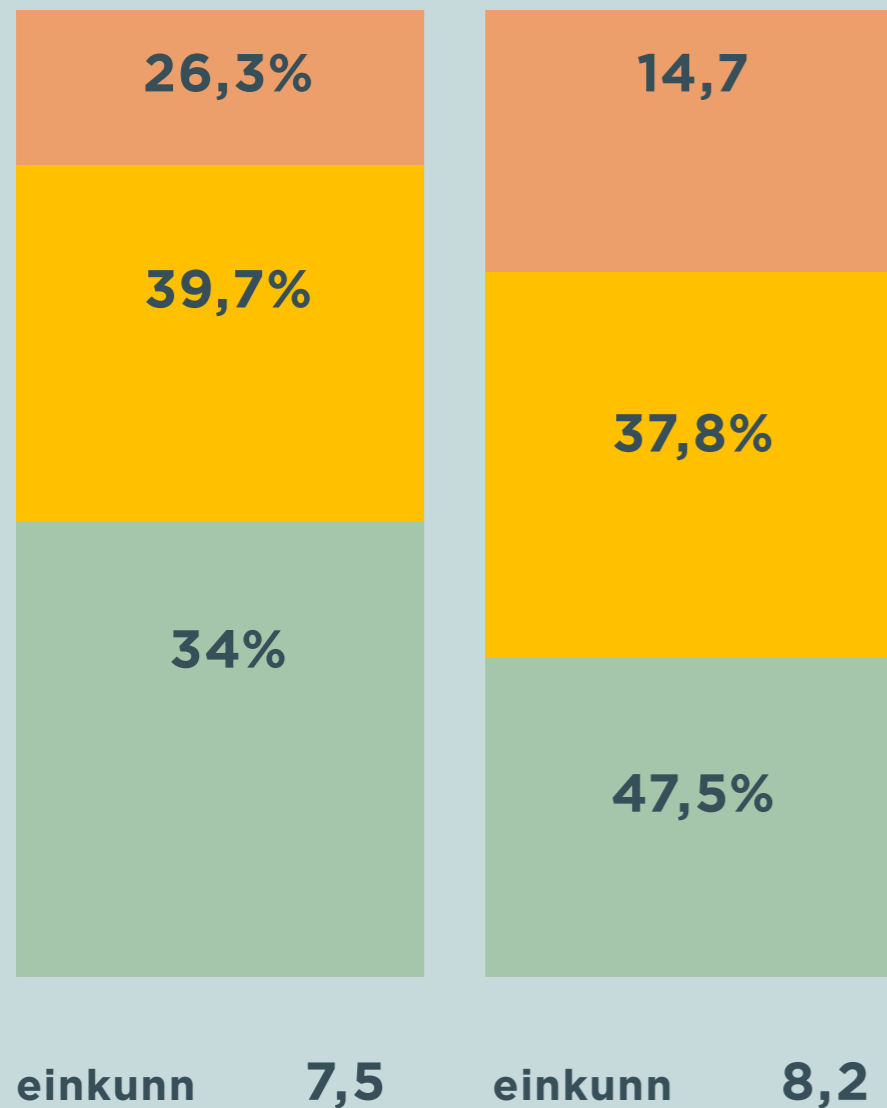
Könnun Ferðamálastofu (2019 n= 9.403)





ÁNÆGJA MEÐ VEITINGAHÚS OG GÆÐI MATAR *(einkunn frá 0-10)*

VEITINGAHÚS GÆÐI MATAR



Hvað mætti betur fara

Skortur á upplýsingum um veitingastaði ódýra og dýra, með áherslu á íslenskan mat

Verð og gæði haldast ekki í hendur

Auka fjölbreytni, meiri heimilismatur og fisk og mat úr fleiri heimshornum en USA.

Gæðamat frekar en skyndibita

Vantar að geta keypt gott nesti

Skortur á fagmennsku starfsfólks og ófullnægjandi þjónusta



- SAMANBURÐUR
- VERÐ OG GÆÐI



Kannanir Íslandsstofu

2,5% nefndu mat og drykk sem „top of mind“ þegar Ísland er nefnt. Var 3% árið 2018

74,5% tengja hágæðamatvæli við Ísland. Finland og Kanada á svipuðum skala.

80-82% tengja Svíþjóð, Nýja Sjáland og Noreg við hágæðamatvæli

Áhugavert að skoða hvernig mismunandi tungumálasvæði tala um íslenska matarmenningu. Oft nær okkar markaðssetning bara til sölu- og dreifingaraðila ekki til erlendra neytenda.



HÍÐ
ÍSLENSKA
ELDHUS

april 2020



Matarfrumkvöðlar og smáframleiðendur matvæla

Mikilvægt er að hlúa að smáframleiðendum matvæla. Margir vilja læra að fóta sig í samkeppnisumhverfi og færa sig ofar í virðiskeðjuna. Mikilvægt er að leggja áherslu á aðgreiningu vara og markaðssetningu en þar má nefna námskeið nýsköpunarmiðstöðvar Forskot.nmi.is þar sem nálgast má ókeypis efni og námskeið.

Að sama skapi að benda þeim á nýstofnuð samtök smáframleiðanda matvæla, Íslandsmeistarakeppni í matarhandverki og viðskiptahraðlinum til sjávar og sveita 2020. Þá mun fljótlega koma út skýrsla um rekstrarumhverfi matarfrumkvöðla í umsjá Sjávarklasans með stuðningi Matarauðs.

Bendið á mikilvægi almennra samfélagsmiðla en líka síður eins og reddit, allrecipes og Tic Tok undir #cooking #recipe #15secondchef. Til að koma sér á kortið er gott að nota Tripadvisor og Google places.





Þekkingamiðlun

Á vef Matarauðs má finna ýmsar upplýsingar sem geta gagnast í tengslum við uppbyggingu mataráfangastaða. Til dæmis matarsagan í tímalínu, vefsíða þörunga og landshlutar. Allar ábendingar vel þegnar.

Nýtum einnig matarlandslagid.is sem sýnir kortlagningu matvælaframleiðenda eftir búgreinum og vefsíðu Nordic Food in Tourism.

World Food Travel University gefur út diplóma fyrir þá sem vilja starfa innan matarferðapjónustu.

Sameinumst um að halda þekkingu um matvæli og mat í ferðapjónustu á lofti, nýtum það sem þegar er til, deilum hugmyndum og sendum ábendingar um það sem betur má fara.

Djúpsteikt hvelja og reyktur rauðmagi með lifrarmajonesi



Rækjukóngur



Hvar eru vannnýtt tækifæri?



Upplifun

**Kristín María
Sigþórsdóttir**

kristinmaria@gmail.com

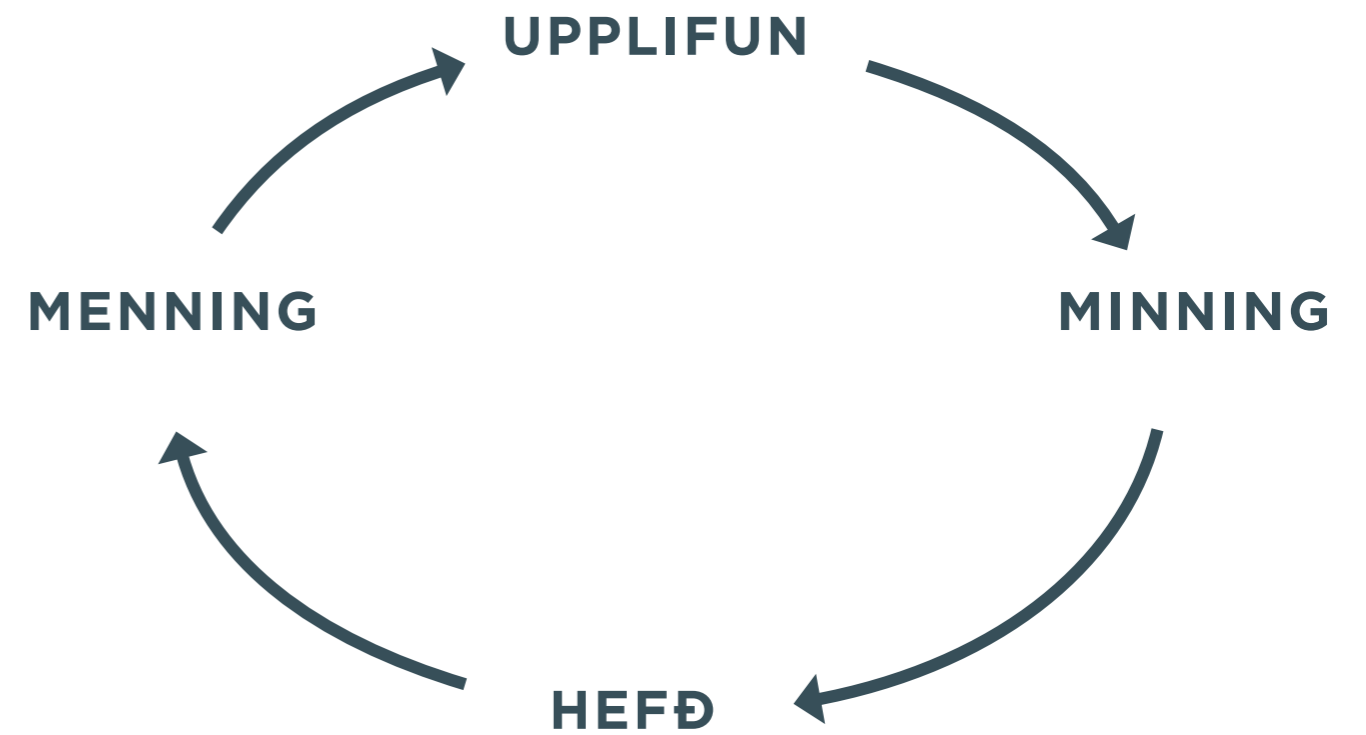
2. apríl 2020

HÍÐ
ÍSLENSKA
ELDHUS



Hvað gerir
matarupplifun
einstaka ?

Hvað gerir matvöru að klassík ?



Klassík verður til á hvenær og hvar sem er !



HEILDRAEN MATARUPPLIFUN

SAGAN

Fyrstu kynnin

Heimurinn / samhengið

Práðurinn:

- hvaðan, hver, hvernig, af hverju

SKYNJUN

Áhrifin

Bragð 20%

Sjón, lyktarskyn, snerting, heyrn

Litur, ilmur, áferð, hljóð

NÁLGUN

Aðgengi

Hefur upplifunin

- varandi áhrif?

- samverkandi áhrif?





HEILDRÆN UPPLIFUN



Að mæla gæði hvers upplifunarstigs skapar verkfæri til að geta sýnt heiðarleika eða auðveldar að vera trúr því gæðastigi sem upplifuninni er ætlað að vera á.

KORTLAGNING UPPLIFUNAR

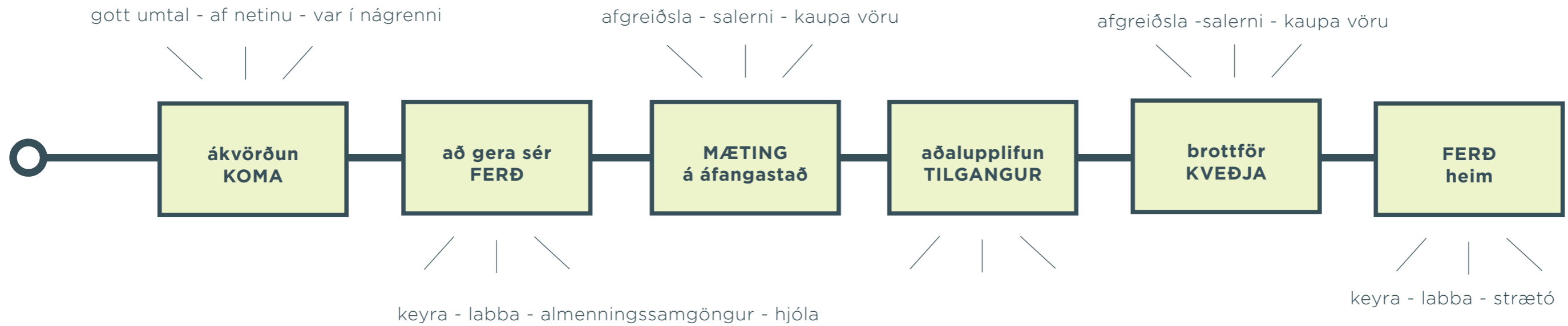
- uppgötvun
- ákvörðun
- væntingar
- upplifun
- minning
- miðlun



Hægt að koma í veg fyrir vonbrigði með góðri upplýsingamiðlun



FERÐALAG NOTENDA - greining gefur innsýn



FYRSTU SNERTIFLETIR NOTENDA - að draga að eða hrinda frá?

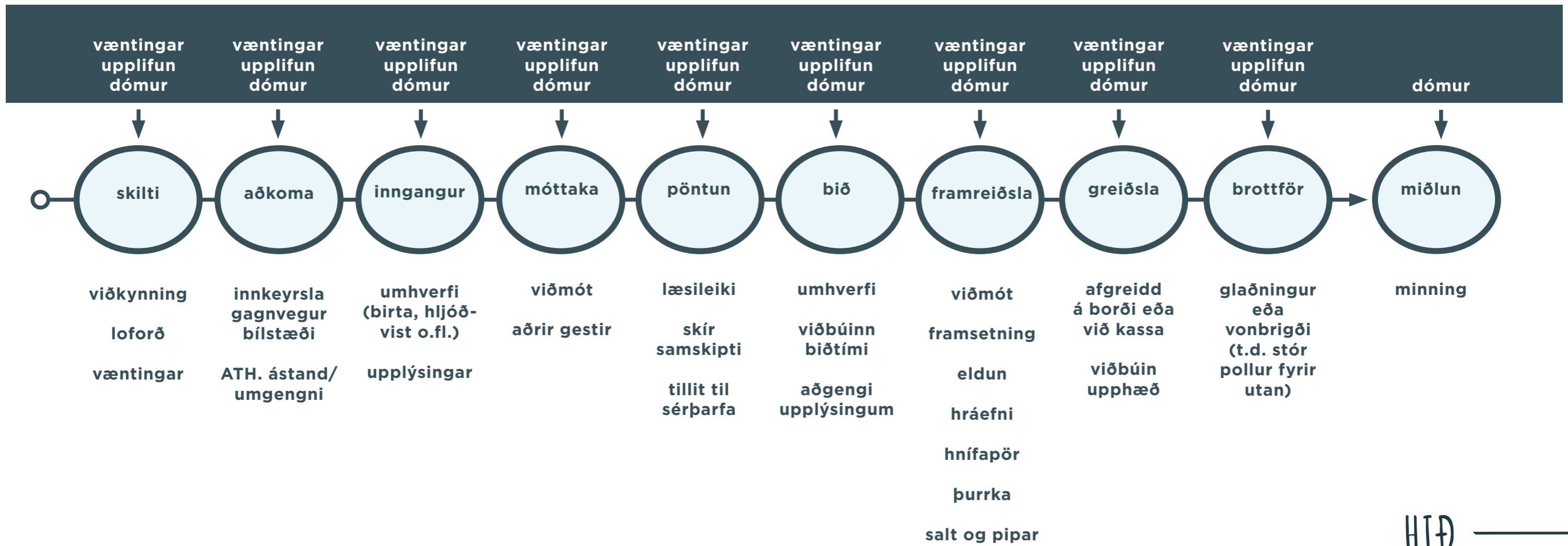


HÍÐ
ÍSLENSKA
ELDHUS



Mynd úr matreðslubók Mrs. Beaton, England 1861-1865

MARGÞÆTT STIG UPPLIFUNAR - væntingar eða dómur felst í hverju stigi



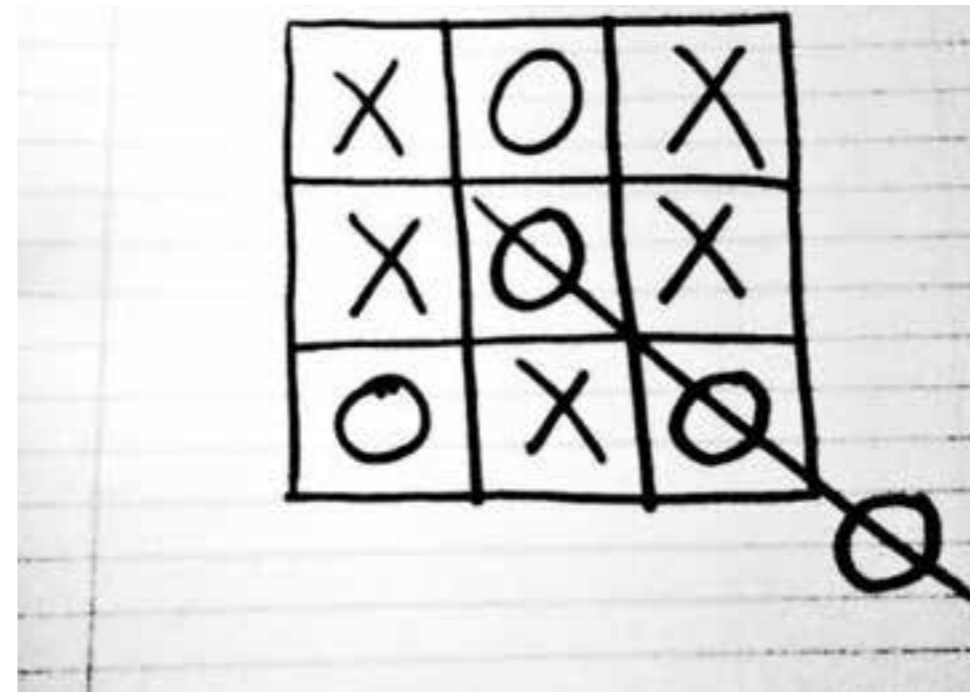
2. apríl 2020

HÍÐ
ÍSLENSKA
ELDHÚS



UNDRUN ER ÁNÆGJULEG UPPLIFUN, VÆNTINGARNAR GLEYMAST

HUGSUM ÚT FYRIR KASSAN





AÐ SKAPA SÉRSTÖÐU

NÆRUMHVERFIÐ

endurspegla umhverfið
stofna til samstarfs



EINSTÖK UPPLIFUN

réttur eða drykkur hússins



NÝJUNGAR

bjóða uppá nýjungar reglulega
til að halda stemmningu ferskri





NÝJAR SAMSETNINGAR OG UPPLIFUN

LEIÐSÖGN

Hefur virðisaukandi áhrif

Að para rétti og drykki

Að mæla með samsetningum
skapar öryggi fyrir gestinn
og eykur á upplifun

SETJA SAMAN VÖRUR OG HRÁEFNI ÚR HÉRAÐI

Getur leitt til samstarfs á milli
framleiðenda og/eða veitingaaðila
sem báðir græða á.

AÐ BJÓÐA UPPÁ UPPGÖTVUN

Gesturinn finnst hann læra
eitthvað nýtt og tekur með sér
lærdóm sem honum finnst að
geti jafnvel nýst heima.





PÖRUN

Matvara sem við setjum í samhengi við menningu á möguleika á að skapa sér varanlegan sess



Myndir eftir Kyle Dreier, 2013 (“Pairings Series: Food & Drink...and String”) www.drier.com

2. apríl 2020

HÍÐ
ÍSLENSKA
ELDHUS



INNBLÁSTUR úr sögunni



SAMSTARF OG
VÖRUPÖRUN
STUÐLAR AÐ ÞVÍ
AÐ INNLEIÐA
NÝJUNGAR
Í MENNINGUNA
OKKAR.

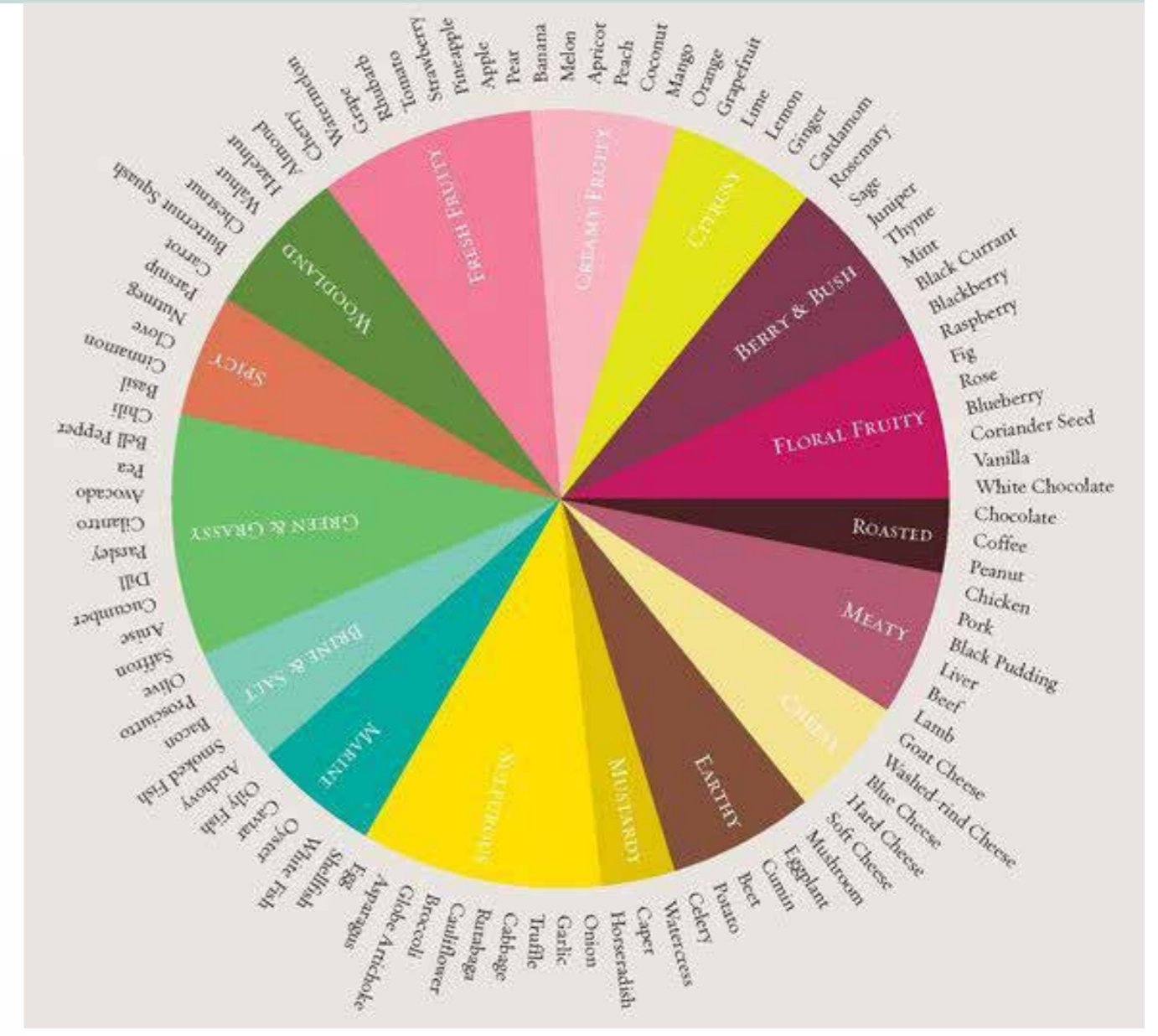


2. apríl 2020

HÍÐ
ÍSLENSKA
ELDHUS



INNBLÁSTUR nýungar og fræði

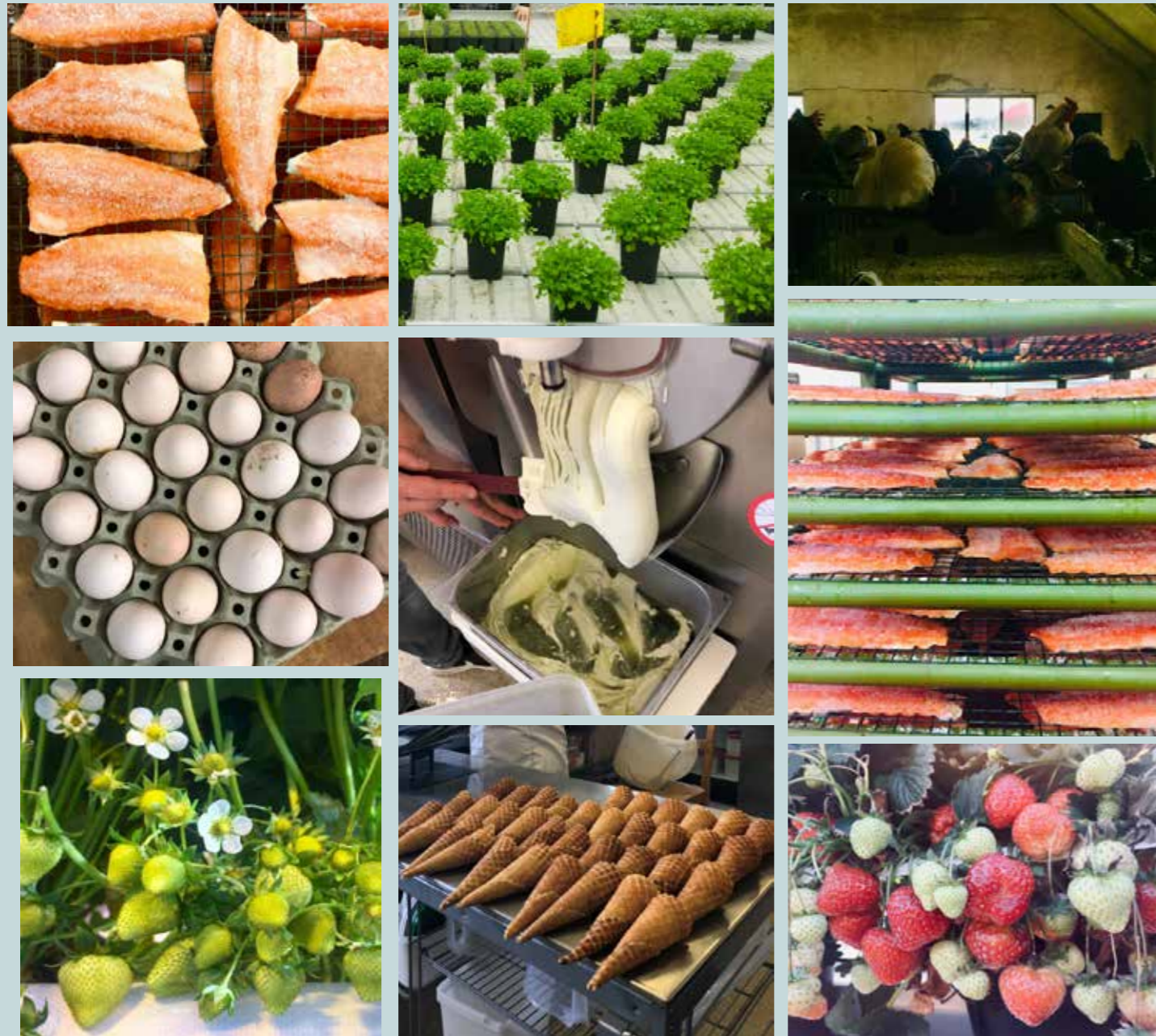


FOODPAIRING³
raw oyster pairings





RÍKIDÆMI AF HRÁEFNUM



- Ríkidæmi af hugviti

Espiral de vegetales from Madrid-based food blog Verde Matcha





HEILDRÆN UPPLIFUN OG MÖRKUN

AÐ SKAPA HEIM

AÐ KYNNA SIG

AÐ STANDA UNDIR VÆNTINGUM



Axfood herferð, Svíþjóð 2016



Taumlaus sveitasæla sumarið 2019

HAVARÍ

Laugardagur 15. júní
HJÁLMAR

Föstudagur 5. júlí
MR. SILLA +JAE TYLER
PRINS PÓLÓ

Laugardagur 6. júlí
BÚKALÚ um lönd og lendar
KABARETT!

Föstudagur 26. júlí
GEIRFUGLARNIR

Laugardagur 17. ágúst
FM BELFAST



HÍÐ
ÍSLENSKA
ELDHUS



DEPLAR FARM
ICELAND



2. april 2020

HÍÐ
ÍSLENSKA
ELDHUS



HEILDRAEN MATARUPPLIFUN



Hel Yes! Finnskur Pop-Up London 2010



Scoop, ís - innsetning Bompas and Parr, London 2018

Innovative Gastronomy



Toungue town matarinnsetning Bompas and Parr, London 2017

HÍÐ
ÍSLENSKA
ELDHUS



MATUR OG HÖNNUN

vara verður til

- sköpunargleði vs þörf
- að skapa verðmæti
- að láta gott af sér leiða



Oranienbaum lollipop, sleikjó með fræi 1999
<http://food-designing.com>



Súkkulaðifjöll - Hafliði Ragnarsson og Brynhildur Pálsdóttir, 2005





Rabarbía - "designersandfarmers" Langamýri og nemandur og kennarar LHÍ 2008



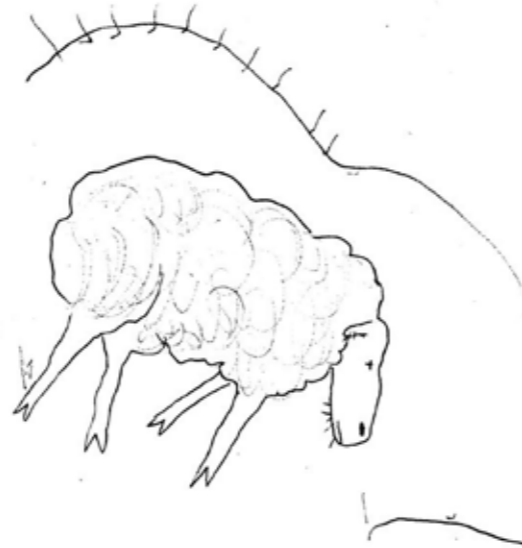
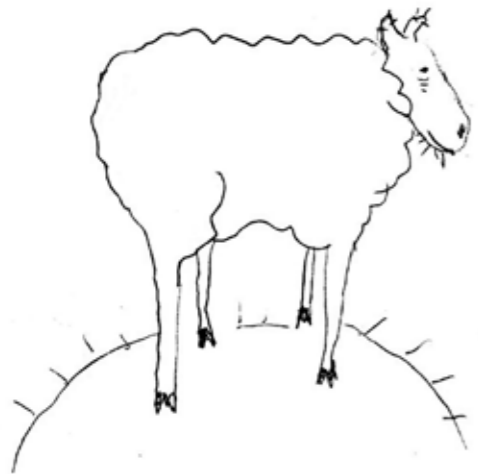
2. april 2020

HÍÐ
ÍSLENSKA
ELDHUS



Leirpottur - Hönnunarteymið Borðið og Sigríður Erla Guðmundsdóttir 2009

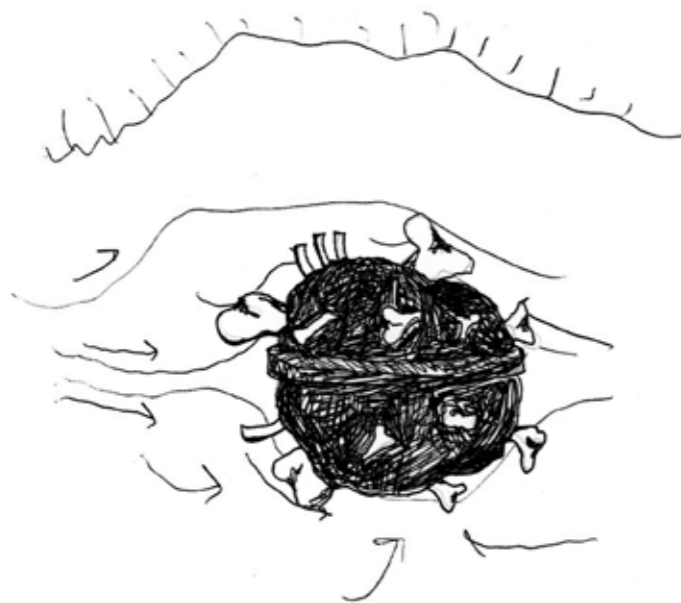
Árið 377



1000 árum seinna



1200 árum seinna





Búbót Selfossi 2012



emblem



emblem



emblem



emblem



emblem



emblem

2. april 2020

ELDHUS





Pantaðu áhrifin - pop-up á Satt 2014

Helgin 26.-28. ágúst 2011 FRÉTTATÍMINN



Miklu meira en bragðgóð magafylli

Filefling, Minnisverður og Gláður í bragði eru réttir á matseðli veitingastaðarins Pantíð áhrifin. Fjórir ungir vöruhönnuðir standa að baki hugmyndinni; Auður Ósp Guðmundsdóttir og Embla Vigfúsdóttir, sem eru útskrifaðar frá Listaháskóla Íslands, og skiptinernar Katharina Lötzsch og Robert Petersen. Hönnuðurnir fengu nýverið Nýsköpunarverðlaun Forseta Íslands og í dag, föstudag, klukkan 15.20 mun Auður kynna verkefnið á ráðstefnunni Nýr farvegur sem haldin er í Hörpu.

Pantið áhrifin er hugmyndafræðilegur veitingastaður þar sem réttirnir eru pantaðir út frá áhrifum þeirra á líkamann en ekki út frá innihaldi,“ segir Auður. „Við hugsum réttina ekki aðeins sem bragðgóða magafylli heldur upplifun og nýja nálgun á korn og

grænmeti. Hugmyndafræðin snýst um tilraunagæði, rekjanleika og nýsköpun á, að okkar mati, vannýttir auðlind, íslenska grænmetinu. Matur er lífsnaðsýn og við neytum hans oft á dag. Okkur þykir mikilvægt að velja athygli á þeim áhrifa-mætti sem í fæðunni býr því matur seður ekki aðeins hungur heldur getur bæði verið fyrirbyggjandi fyrir sjúkdóma, græðandi og haft áhrif á andlega heilsu okkar. Við byrjuðum á að skrá matjurtir og kornmeti hér á landi, bæði villt og rækað, og kortlögðum svo áhrif þeirra á líkamann. Grænkál hefur til að mynda jákvæð áhrif á minnið og bankabygg bætir meltinguna. Hráefni með sömu verkun eða sameiginlega eiginleika, til dæmis fyrir meltingu eða minni, voru valin saman í rétt.“

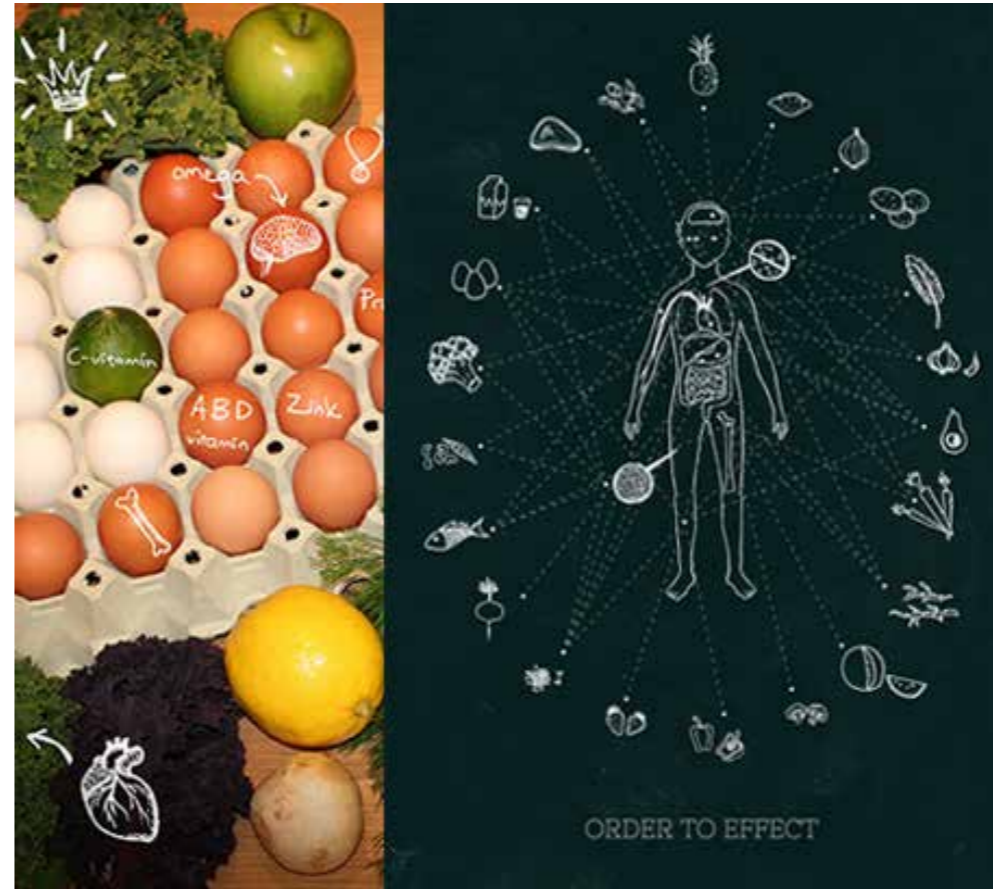
Staðurinn verður færánlegur
Hugmyndafræði staðarins nær allt frá byggingu hans til framleiðslu réttanna. Staðurinn sjálfur er byggður úr timbri úr Hallormsstaðarskógi, réttirnir eru gerðir úr innlendu gæða hráefni sem að lokum er eldað á íslensku metangasi.

„Staðurinn verður færánlegur, sem gerir okkur kleift að ná til sem flestra,“ segir Auður. „Stefnan er að staðurinn verði notaður við hvers kyns hátíðahöld og menningarviðburði svo að allir sem hafa áhuga fái að njóta hans. Staðurinn pakkast saman í kassa sem rúmar allt sem þarf til veitingareksturs. Þegar á

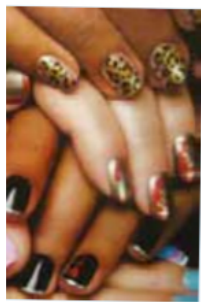
áfangastað er komið er kassinn opnaður og 30 fermetra tjald myndar staðinn með húsgögnum og eldunarbúnaði.

Verkefnið komið á framkvæmdastig

Hugmyndin að veitingastaðnum kviknaði í Listaháskóla Íslands í áfanganum Stefnumót hönnuða og bænda. Í áfanganum vinna vöruhönunnarnemar og íslenskir bændur saman í hópum að nýsköpun og verðmætaaukningu íslensks landbúnaðar. Margar vörur hafa orðið til upp úr þessu þverfaglega samstarfi, svo sem skyrkonfektíð frá Erpsstöðum og rabarbarakaramellan frá Löngumýri. Við unnum með Eymundi bónda í Vallanesi sem sérhæfir sig í framleiðslu lífræna matjurtu. Hugmyndin hefur þróast og stækkað mikið síðan þá og verkefnið er nú komið á framkvæmdastig og biður þess að fara í framleiðslu. Næsta skref er svo bara að finna réttan rekstraraðila fyrir veitingastaðinn.“



agla-ndinu“



HÍÐ
ÍSLENSKA
ELDHUS

Flatbökusamsteyplan - 2016



Flatbökusamsteypan er heiti á verkefni sem nokkrir nemendur í listnámi, hönnun og umhverfisfræðum tóku höndum saman um sumarið 2016, með það að markmiði meðal annars að vekja fólk til umhugsunar um gildi staðbundinnar matvælaframleiðslu. Leiðin að því markmiði var að búa til íslenska flatböku (pitsu), með alíslensku hráefni.



Melur Mathús - melgresis pop-up 2020



Melgresi og fjölbreytt nýting þess birtist í ýmsum myndum á heimilum fólks og nærumhverfi á öldum áður. En hvað hefur það upp á að bjóða nú á tímum?

Gestir kynnst melgresi í gegnum skilningarvitið fimm og fá að sjá, bragða, drekka, lykta og snerta.

Þessi uppákomu framhald af rannsóknarverkefni á vegum Rannís þar sem möguleikar melgresis skoðaðir.

Verkefnið er tilnefnt sem öndvegisverkefni til nýsköpunarverðlauna forseta Íslands 2020

2. apríl 2020

HÍÐ
ÍSLENSKA
ELDHUS



Eldhúsið

Hinrik Carl Ellertsson
kokkurinn@gmail.com

2. apríl 2020

HÍÐ
ÍSLENSKA
ELDHUS



Veitingahúsið

FYRIR HVAD STENDUR VEITINGAHÚSIÐ?

- að þekkja markhópin
- að finna sérstöðu
- meira er ekki endilega betra
- að setja markmið og þekkja sín mörk

Mikilvægt er að þekkja markhópin og finna sína sérstöðu. Meira er ekki betra. Betra að bjóða upp á 3 góða rétti í stað 30 og bjóða upp á rétti sem þú kannt virkilega að elda vel og getur sagt einhverja sögu á bak við. Mikilvægt að hafa sýn sem endurspeglast í vefsíðu, samfélagsmiðlum og auglýsingum. Nauðsynlegt er að þekkja sín mörk, kröfur og skyldur eins og hvernig þjónustustig er boðið upp á, ætlum við að vera árstíðarbundin, sjálfbær, bjóða upp á staðbundinn mat og kjarninn er að vera heiðarlegur í öllu ferlinu. Að vera árstíðarbundinn krefst vinnu en eykur upplifun gesta. Óskastaðan er að vera eins sjálfbær og hægt er

stefna/ímynd

- ÁRSTÍÐABUNDIÐ?
- SJÁLFBÆRT?
- STAÐBUNDIÐ?
- FAGLEGT?
- HEIÐARLEGT?



Veitingahúsið

SÉRFRÆÐINGAR Í SÍNU SVÆÐI

- samvinna í nærumhverfinu
- samvinna í hráefnisöflun
- verðmætasköpun og hugmyndauðgi
- náttúrunytjar
- vannýtt hráefni

Því meiri þekkingu sem þú hefur á hráefnum í nærumhverfinu því meiri getur upplifunin orðið hjá gestunum. Mikilvægt að koma sér upp samböndum við framleiðendur eins og bændur og sjómenn. Það tekur langan tíma að byggja upp viðskiptasambönd og mikilvægt að viðhalda þekkingunni og tengslunum því í þessu felst verðmætasköpun. Vonandi verða náttúrunytjar og vannýtt hráefni að sterkara trendi.

nærsamfélagið

LOCAL

VS

ÍSLENSKT



Matseðill -

SÖLUTÆKI -

ENDURSPEGLAR ÍMYND -

UPPLÝSINGATÆKI -

LEIÐ TIL AÐ SEGJA SÖGU -

er:

Setur tóninn fyrir hvað fólk pantar eða hvernig upplifun er í vændum fyrir gestinn.

Sögusviðið og stemning staðarins, áferð á pappír er t.d. hluti af heildrænu útliti. Það má segja svo margt með einum matseðli, gott verkfæri fyrir væntingastjórnun en framsetning matseðils getur gefið í skyn verðlagningu á veitingastað áður en rýnt er í verðið.

Hvað er í boði, upplýsingar innihald og jafnvel næringargildi rétta vegna lífstíls, trúarbragðs eða ofnæmisvalds gesta. Hvaðan kemur hráefnið. Hvar á að panta eða borga.

Hér er tækfæri til segja sögu um staðinn, umhverfið og jafnvel landshlutann, til dæmis tengja rétti og hráefni við ákveðna sögu. Hver framleiðir hráefnið, gott tækifæri að undirstrika gæði hráefnis eða hugsjón og sýn staðarins.



Matseðill -

HÆGRA HORNIÐ -

140 SEKÚNDNA ATHYGLI -

EINFALDLEIKI -

BREYTILEIKI/STÖÐUGLEIKI -

fræðin:

Hvert leitar augað fyrst? Hvað viljum við selja mest af?

Matargestur að meðaltali 140 sekúndna athygli á matseðil. Því er hnitmiðað mál og læsileiki lykilatriði.

Einföld orðanotkun mikilvæg til að takmarka ekki aðgengileika. Uppsetning matseðla eru heil fræði útaf fyrir sig og því gott að benda á ráðgjöf hjá fagaðila.

Hvatning til að hafa í huga að auðvelt sé að skipta seðli út fyrir nýjan, réttir geta verið breytilegir eftir fáanleika hráefna eða árstíðum. Að hafa rétt á seðli sem er ófáanlegur getur valdið óþarfa vonbrigðum.



Matseðill -

STUTTUR / LANGUR / SET MENU -

FRAMLEGÐ Í ELDHÚSI -

ÞJÓNUSTUSTIG -

SÉRÞARFIR GESTA -

VERÐLAGNING -

rekstur:

Færri réttir á seðli minnka svigrúm til mistaka og meiri möguleika á betri nýtingu.

Áætlanagerð um hvað hann þarf að hafa úr hverjum rétti, fastan kostnað og breytilegan kostnað. Samþætting hráefna og notkun á vannýttum ódýrari hráefnum. Hvaða hráefni hækka í verði milli árstíða. Ef skortur á fagfólki til að innleiða aðferðir þá er má skoða að sækja ráðgjöf.

Endurspeglar þjónustan verðlag og upplifun staðarins.

Í dag þykir sjálfsagt að taka tillit til sérþarfa vegna lífstíls, sjúkdóma, ofnæmis og jafnvel trúarbragða.

Inní þetta reiknast gæði umhverfis, viðmót og þjónustumagn, fjöldi fagmanna, gæði hráefna og rétta. Hvaða hráefni hækka milli árstíða. verðlagning þarf að endurspeglar gæði matar.



Matseðill -

ÁRSTÍÐIR -

NÆRUMHVERFIÐ -

UPPSKERU- OG VEIÐITÍMI -

GEYMSLUTÍMI HRÁEFNA -

staðbundinn:

Verð á hráefnum breytast milli árstíða.

Tileinkum okkur viðeigandi geymsluaðferðir þegar notuð er árstíðabundin matvæli.

Hvað er framleitt í nærumhverfinu, kynnast framleiðendum, þekkja fjarlægðir og tíma sem tekur í afgreiðslu pantana.

Hvað er í árstíð? Ekki grænkál í maí eða blómkál í febrúar. Hvernig á afla villibráðar á löglegan hátt á réttum tíma.

Skoða hvort borgi sig að birgja sig upp fyrir veturinn ef góðar geymsluaðferðir eru til staðar, getur komið vel út á árstíðabundnum seðli.



BALTHAZAR
RESTAURANT

HORS D'ŒUVRES

- ONION SOUP GRATINÉE 18.00
- MIXED FIELD GREENS *in a sherry vinaigrette* 15.00
- BALTHAZAR SALAD *with haricots verts, asparagus, fennel, ricotta salata, and truffle vinaigrette* 19.00
- ESCARGOTS *in garlic butter* 22.00
- SEAFOOD CEVICHE 23.00
- STEAK TARTARE* 23.00 / 30.00
- FRISÉE AUX LARDONS* *chicory salad with a warm bacon shallot vinaigrette, and a soft-poached egg* 20.00
- WARM GOAT CHEESE AND CARAMELIZED ONION TART 19.00
- CHICORY SALAD *with red wine poached pear, blue cheese, candied walnuts* 19.00
- CHICKEN LIVER AND FOIE GRAS MOUSSE *with red onion confit and grilled country bread* 21.00

LE BAR A HÙÎTRES



PLATEAUX DE FRUITS DE MER

LE GRAND*
125.00

OYSTERS*
Blue Point* **half dozen 25.00**
West Coast* P/A
Oysters du Jour* P/A

LE BALTHAZAR*
175.00

SHELLFISH
Little Neck Clams* **18.00**
Half Crab Mayonnaise **26.00**
Half Lobster P/A
King Crab P/A

Shrimp Cocktail 24.00

PLATS DU JOUR



MONDAY
ROAST PORK 39.00

TUESDAY
SEARED SCALLOPS 39.00

WEDNESDAY
MAGRET DE CANARD 42.00

THURSDAY
GOLDEN TILEFISH 35.00

FRIDAY
BOULLABAISSE 47.00

SATURDAY
BRAISED SHORT RIBS 41.00

SUNDAY
VEAL MILANESE 46.00

ENTRÉES

- BRANZINO PROVENÇAL *with roasted fennel, charred eggplant, marble potatoes, Castelvetrano olives, tomato confit, and balsamic vinaigrette* 37.00
- GRILLED SULLIVAN COUNTY TROUT *over a warm spinach, walnut, and lentil salad* 33.00
- ROASTED SALMON* *with cranberry beans, escarole, Meyer lemon* 39.00
- PETIT STEAK* *with pommes frites, tomato provençal, and bordelaise* 29.00
- MOULES FRITES 30.00
- GRILLED CHICKEN PAILLARD *with frisée, tomato confit, and shaved Parmesan* 30.00
- WILD MUSHROOM TAGLIATELLE *with leeks and aged goat cheese* 21.00 / 32.00
- COQ AU VIN *bacon lardons, cremini mushrooms, pearl onions, pomme purée, red wine sauce* 35.00
- STEAK AU POIVRE* *with spinach and pommes frites* 52.00
- SALADE NIÇOISE* *with fresh seared tuna and marinated tomatoes* 32.00
- STEAK FRITES* *with maître d' butter or béarnaise sauce* 41.00
- ROASTED SEASONAL VEGETABLES *with dried fruit and quinoa salad, eggplant tahini, and lemon* 28.00
- DUCK CONFIT *roasted Brussels sprouts, battered squash, apples, and cider-mustard sauce* 36.00
- BALTHAZAR BURGER* 24.00
- À CHEVAL* 25.00
- BALTHAZAR CHEESEBURGER* 25.00

PLATS POUR DEUX

- WHOLE ROASTED FREE-RANGE CHICKEN *with pomme purée, roasted sunchoke, apples, and baby vegetables, Madeira chicken jus — for two* 78.00
- CÔTE DE BOEUF* *with broccoli rabe, Balthazar onion rings, Ligonnais potatoes, and bordelaise sauce — for two* 156.00

LES GARNITURES 13.00

POMMES FRITES	POMME PURÉE
HARICOTS VERTS	SAUTÉED SPINACH
SAUTÉED MUSHROOMS	ASPARAGUS

BREAKFAST Mon-Fri 7:30* 11:30*
BRUNCH Sat-Sun 8:30* 4:00*
LUNCH Mon-Fri 12:00* 5:00*
DINNER Mon-Thu 5:00* 11:30*
 Friday 5:00* 12:00*
 Saturday 5:30* 12:00*
 Sunday 5:30* 11:30*

EXECUTIVE CHEF *Luigi Velardo*



APPETIZERS • Entrées

- Roasted LANGOUSTINES, graty with and avocado, coral vinaigrette
Langoustines rôties, graty with et avocat, vinaigrette corail (ajoutement £ 10)
- Raw and cooked VEGETABLES, Taggiasca olives, tomato syrup
Legumes crus et cuits, olives Taggiasca, sirop de tomate
- Seared DUCK FOIE GRAS, cep mushrooms, potato gnocchi
Foie gras de canard poêlé, ceps et gnocchi fondants
- Dorset CRAB two ways
Deux de dorset du Dorset en chaud-froid
- COOKPOT of British terroir vegetables
girdles and Montgomery cheddar
Cookpot de légumes de terroir britanniques, girôles et cheddar Montgomery
- "Suite gourmand" of LOBSTER
truffled chicken quenelles and homemade pasta
Homard, quenelles de volaille truffées et pâtes au archives en défilé suite gourmand (ajoutement £ 10)

FISH • Poissons

- HAUBUT "florentine", crayfish, Nantua sauce
Hublot à la florentine, écrevisses, sauce Nantua
- Scotch LOBSTER, macaroni gratinated with Comté cru 2009
Homard d'Écosse, macaroni gratinés au Comté cru 2009 (ajoutement £ 10)
- Hand-dived SEA SCALLOPS, parsnip, Jerusalem artichokes and salsify
Noix de Saint-Jacques de plongée, panais, topinambours et salsifis
- WILD SEA BASS, baby artichokes, garlic croquettes
Bar de ligne, artichauts potelés, croquettes d'ail doré

MEAT • Viandes

- Lineoan farm house VEAL loin, girdles and culatello, fresh almonds
Grognon de ferme fermière du Lineoan, girôles et culatello, amandes fraîches
- Rib and saddle of VENISON Grand-Veneur, pumpkin, beetroot, quince
Côte et selle de chevreuil Grand-Veneur, potimoron, betterave, coings
- Roasted breast and confit leg of Chollans DUCK, dolce forte
Canard de Chollans en dolce forte, cuisses rôties et confite
- Filet of BEEF Rossini, crunchy cos lettuce, Périgoux sauce
Tenderloin de bœuf Rossini
Filet quartier de bœuf, salade cos Périgoux (ajoutement £ 10)

TASTING MENU

- Warm Dorset CRAB, delicate royale
Tourteau de Dorset décoré, royale tiède
- Raw and cooked VEGETABLES, Taggiasca olives, tomato syrup
Legumes crus et cuits, olives Taggiasca, sirop de tomate
- "Suite gourmand" of LOBSTER and truffled chicken quenelles
Homard et quenelles de volaille truffées en suite gourmand
- Hand-dived SEA SCALLOP, parsnip, Jerusalem artichokes and salsify
Noix de Saint-Jacques de plongée, panais, topinambours et salsifis
- Saddle of VENISON Grand-Veneur, parsnip, beetroot, quince
Selle de chevreuil Grand-Veneur, potimoron, betterave, coings
- Assortment of four French CHEESES, country bread and condiments
Sélection de quatre fromages de France
- EXOTIC FRUIT contemporary vacherin
Vacherin contemporain aux fruits exotiques

À LA CARTE

- APPETIZER - BEER OR MEAT £ 6.00
- APPETIZER - FISH OR MEAT - DESSERT £ 8.00
- APPETIZER - FISH - MEAT - DESSERT £ 10.00
- TASTING MENU £ 30.00

CHEESE • Fromages

- Assortment of four French CHEESES, country bread and condiments
Sélection de quatre fromages de France £ 16
- Colston Bassett STILTON £ 16
Incluant our favorite sweet pairing, Arbois, vin de paille, Domaine de la Tourneille
Avec notre suggestion, Arbois, vin de paille, Domaine de la Tourneille £ 20

DESSERTS

- PRALINE-CHOCOLATE biscuit, vanilla ice cream
Pâté chocolat praline, glace vanille
- APPLE and QUINCE composition
Composition pomme et coing
- BABA with rum according to your choice, lightly whipped cream
Baba imbibé du rhum de votre choix accompagné de crème peu fouettée
- HAZELNUT soufflé, pink grapefruit sorbet
Soufflé aux noisettes, sorbet pamplemousse rose (à vin préparé)
- EXOTIC FRUIT contemporary vacherin
Vacherin contemporain aux fruits exotiques
- PEAR/CHESTNUT delight
Carré gourmand pain/marron

Celebrating the 25th anniversary of Le Livre TV - Side Dishes restaurant in Monte Carlo

A Reservatory 15% service charge will be added to your bill. All prices include VAT.



Gourmet Pan Pizza 14"
Available by the Slice Daily

Hot @ Cold Herbs

Stuffed Pies 16"
12 Slices

Baked Dinners
All Dinners are Served with Bread

Pasta
Chicken orzo, Spaghetti or Linguine. Whole Wheat Pasta Available.

Salads
Chicken orzo, Spaghetti or Linguine. Whole Wheat Pasta Available.

Wraps
Whole Wheat or White Flax Wraps Available.

Hand Rolls @ Calzone

Specials

Buy any 2 Pies Get a 2 Liter Soda FREE

Buy 1 Large Stuffed (16" - 12 Slices) Get a 2 Liter Soda FREE

Buy One Regular Pan Pie & 2 L Soda \$13.95

Buy One Large Pie & Get a 2 Liter Soda FREE

1 Large Pie 1 Topping & 2 L Soda \$15.95

Purchase of 2 Toppings Get a 2 Liter Soda FREE

Purchase of \$30 or in \$5 off

1 Large Pie, 12 Whole Mozzarella Slices & 2 L Soda Free \$25.00

Buy One Whole Wraps & Get 1 Water FREE



CHINA KING RESTAURANT
989-269-2900
162 E. Huron - Downtown Bad Axe
www.chinakingbadaxe.com

Tues-Thurs, 11:00-9:30 • Fri-Sat, 11:00-10:30
Sun, 12:00-9:00 • Closed Monday

SOUP

SWEET & SOUR

SZECHUAN

FRIED RICE

CHOP SUEY
(with Beef)
Or CHOW MEIN
(with Noodles)

MISCELLANEOUS

EGG POO YOUNG

POULTRY

SEAFOOD

BEEF

PORK

DINNER FOR TWO
Long & Egg Rolls
Almond Chicken
Sweet & Sour Pork
\$22.25

DINNER FOR THREE
Soup & Egg Rolls
Almond Chicken
Sweet & Sour Pork
Steak Kow
\$33.55

DINNER FOR FOUR
Soup & Egg Rolls
Almond Chicken
Sweet & Sour Pork
Steak Kow - Fried Shrimp
\$47.75

DINNER FOR FIVE
Soup & Egg Rolls
Almond Chicken
Sweet & Sour Pork
Steak Kow
Fried Shrimp
Szechuan Chicken
\$68.25

DINNER FOR SIX
Soup & Egg Rolls
Almond Chicken
Sweet & Sour Pork
Steak Kow - Fried Shrimp
Szechuan Chicken
Chiu King Special
\$66.95

COMBINATION PLATES
Includes Egg Roll & Fried Rice
Please Order By Number



Að gefa fólki mat er með
bestu leiðunum til að segja
sögu staðar.

Fagmennska

AÐ SÆKJA SÉR AÐSTOÐ EÐA LEITA
FAGLEGRA RÁÐA GETUR REYNST
VIRÐISAUKANDI REYNSLA

Það er enginn sem þekkir
sveitina betur en
heimafólkið.

Árangur

HÖNNUÐIR, MATREIÐSLUMEISTARAR OG
AÐRIR SÉRFRÆÐINGAR GETA OFT VEITT
DÝRMÆTA RÁÐGJÖF OG ÁLIT.



Slippurinn Hugsjón og áskoranir

**Gísli Matthías
Auðunsson**

2. apríl 2020

HÍÐ
ÍSLENSKA
ELDHUS



SLIPPURINN
EATERY



2. apríl 2020

HÍÐ
ÍSLENSKA
ELDHUS



Við fjöldkyldan störfum saman

Katrín Gísladóttir og Auðunn Arnar Stefánsson
Indíana og Gísli Matthías Auðunsbörn

2. apríl 2020

HÍÐ
ÍSLENSKA
ELDHUS



**Áskorun
var að
fá ferskan
fisk beint af
staðnum**

**... en það
tókst!**

2. apríl 2020

HÍÐ
ÍSLENSKA
ELDHUS



**Beint úr
sjónum á
diskinn**

2. apríl 2020

HÍÐ
ÍSLENSKA
ELDHUS



**Allt nýtt til
hins ýtrasta**

2. apríl 2020

HÍÐ
ÍSLENSKA
ELDHUS



**Allt nýtt til
hins ýtrasta**



2. apríl 2020

HÍÐ
ÍSLENSKA
ELDHUS



Margþætt upplifun á einum disk.

Staðurinn, íbúar, handverk og náttúra
sambættast í honum.

2. apríl 2020

HÍÐ
ÍSLENSKA
ELDHUS



SLIPPURINN

GJAFABRÉF

AÐ VERÐMÆTI:



STRANDVEGUR 76
VESTMANNAEYJAR
S. 481 15 15

Úr nærliggjandi
görðum fáum við
Rabarbara og jurtir
með góðfúslegu
leyfi eigenda en
á móti fá þau
gjafabréf

Slippurinn hefur
einnig gefið
kokteílábók fyrir
baklandið og sendir
útprintað fréttabréf
árlega á íbúa.

HÍÐ
ÍSLENSKA
ELDHUS

2. apríl 2020



Bakland og
dýrmæt
tenging við
samfélagið
hefur myndast í
gegnum þetta
samstarf sem
gefur endalaust
af sér

2. apríl 2020

HÍÐ
ÍSLENSKA
ELDHUS



ÞÍN EIGIN TEBLANDA

... beint úr
görðunum,
móanum og af
fjallinu

2. apríl 2020

HÍÐ
ÍSLENSKA
ELDHUS



Myndbandið sem sýnt var á kynningu og aðrar frekari upplýsingar
fást á www.slippurinn.is

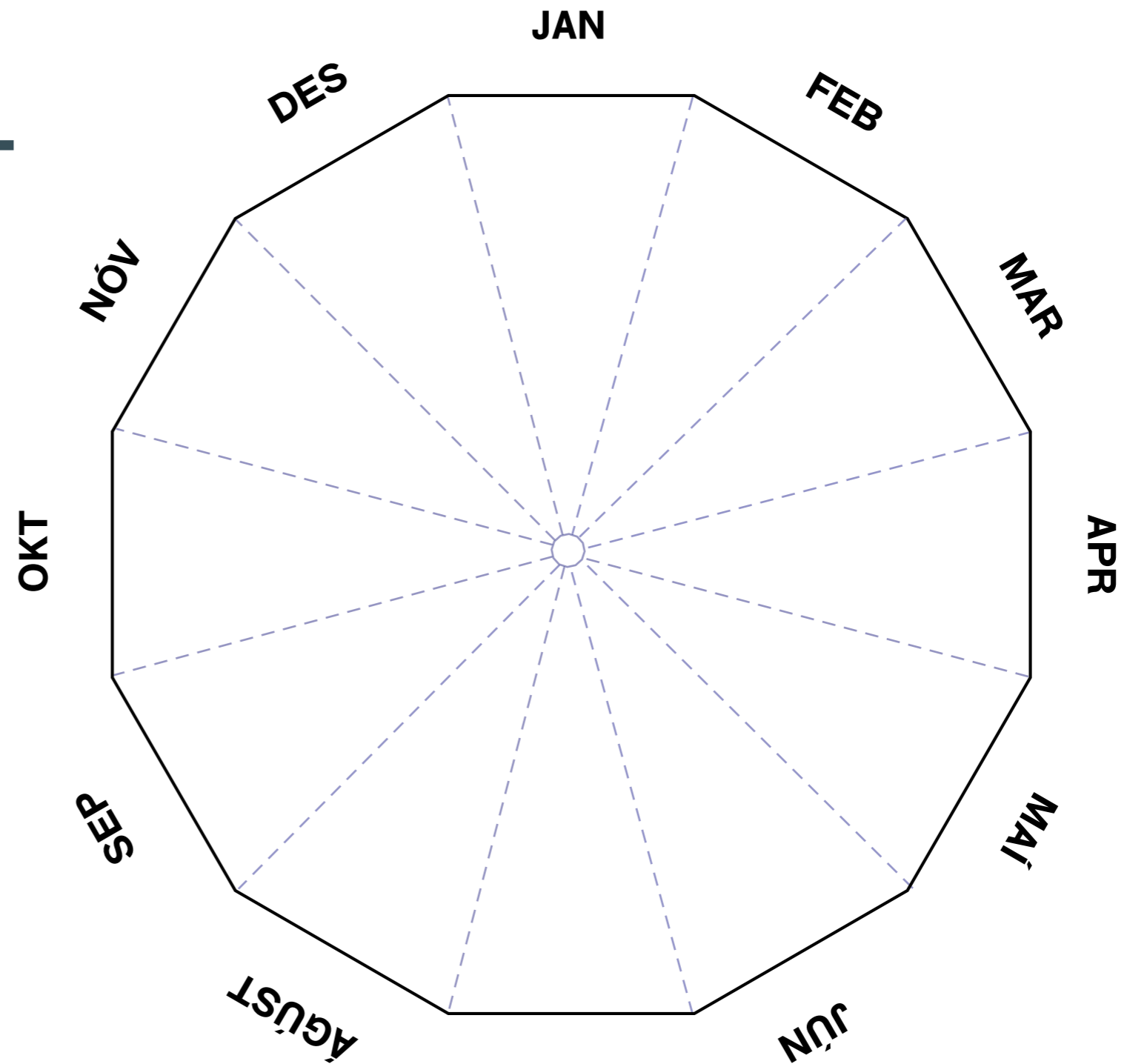
2. apríl 2020

HÍÐ
ÍSLENSKA
ELDHUS

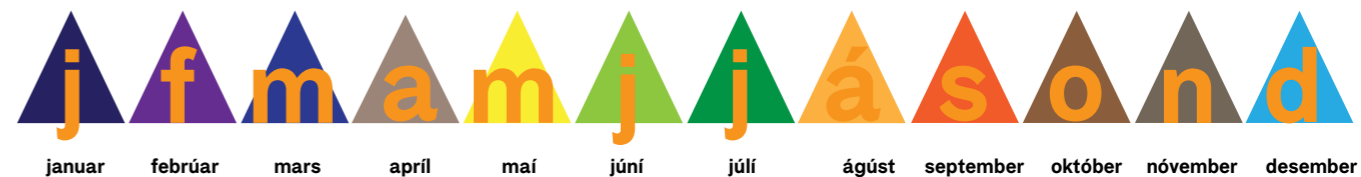
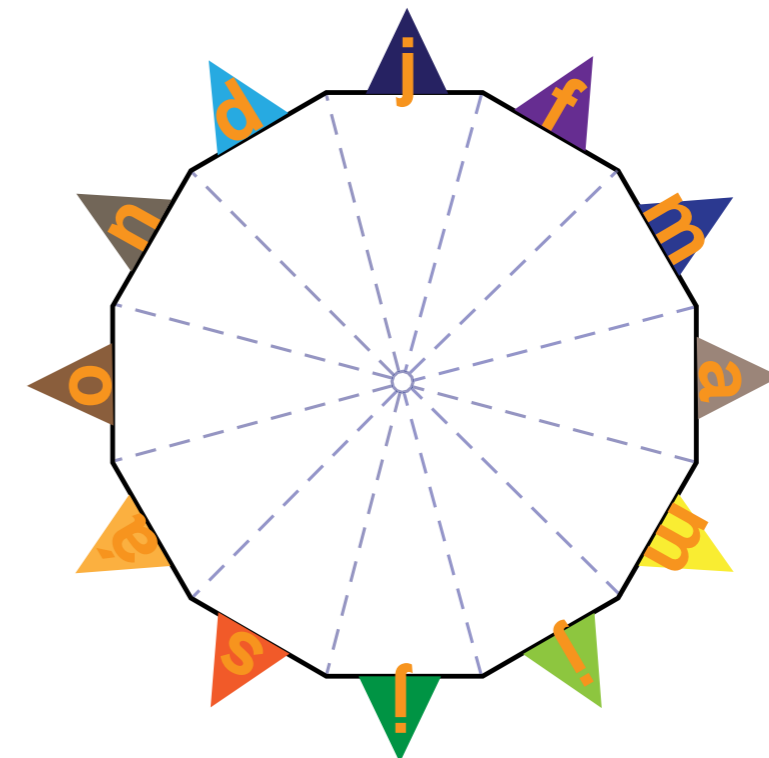
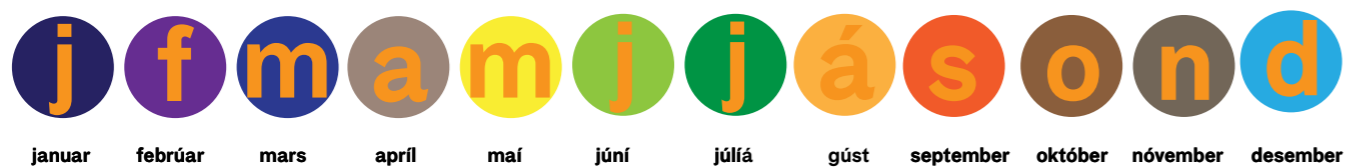
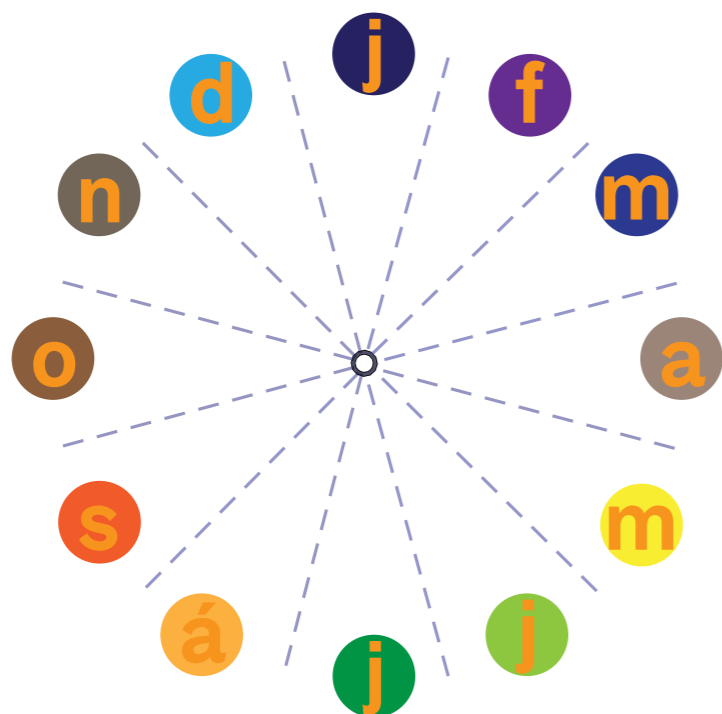


MATARDAGATAL

HÍÐ
ÍSLENSKA
ELDHUS



MATARDAGATAL ER Í VINNSLU
 Í SAMSTARFI VIÐ MARKAÐSTOFUR
 LANDSHLUTANA





**MATARDAGATAL ER Í VINNSLU
Í SAMSTARFI VIÐ MARKAÐSTOFUR
LANDSHLUTANA**

**UPPLISTUN STENDUR YFIR Á
ALÍSENSKUM HRÁEFNUM OG ÁRSTÍÐ
ÞEIRRA.**

**Í ÞRÓUN ER SKAPALÓN SEM ÓLÍKIR
LANDSHLUTAR GETA AÐLAGAÐ AÐ
SÍNU SVÆÐI OG VERÐUR
AÐGENGILEGT FYRIR
ALLA.**



Vatnið - sjór & ferskvatns

BOLFISKUR

ÞORSKUR

Jan	3
Feb	3
Mar	3
Apr	3
Maí	3
Jún	2
Júl	2
Ágú	2
Sep	3
Okt	3
Nóv	3
Des	2

UFSI

Jan	3
Feb	3
Mar	3
Apr	3
Maí	3
Jún	2
Júl	3
Ágú	3
Sep	3
Okt	3
Nóv	3
Des	3

LANGA

Jan	3
Feb	3
Mar	3
Apr	3
Maí	3
Jún	2
Júl	2
Ágú	2
Sep	3
Okt	3
Nóv	2
Des	2

BLÁLANGA

Jan	3
Feb	1
Mar	1
Apr	1
Maí	1
Jún	2
Júl	3
Ágú	3
Sep	3
Okt	3
Nóv	3
Des	3

ÝSA

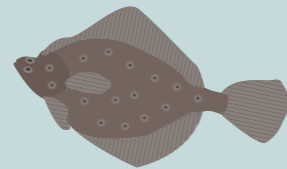
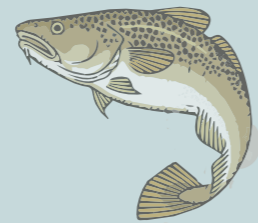
Jan	3
Feb	3
Mar	3
Apr	3
Maí	3
Jún	1
Júl	2
Ágú	3
Sep	3
Okt	3
Nóv	3
Des	3

KARFI

Jan	3
Feb	3
Mar	3
Apr	3
Maí	3
Jún	3
Júl	3
Ágú	3
Sep	3
Okt	3
Nóv	3
Des	3

STEINBÍTUR

Jan	2
Feb	2
Mar	3
Apr	3
Maí	3
Jún	3
Júl	2
Ágú	2
Sep	1
Okt	1
Nóv	1
Des	1



FLATFISKUR

LÚÐUTEG.

Jan	2
Feb	2
Mar	2
Apr	2
Maí	2
Jún	1
Júl	1
Ágú	1
Sep	2
Okt	2
Nóv	2
Des	2

KOLATEG.

Jan	1
Feb	1
Mar	1
Apr	2
Maí	2
Jún	3
Júl	3
Ágú	3
Sep	2
Okt	2
Nóv	1
Des	1

TINDASKATA

Jan	2
Feb	1
Mar	1
Apr	1
Maí	1
Jún	2
Júl	2
Ágú	2
Sep	3
Okt	3
Nóv	3
Des	2

UPPSJÁVAR

SÍLD

Jan	1
Feb	0
Mar	0
Apr	0
Maí	0
Jún	0
Júl	1
Ágú	1
Sep	3
Okt	3
Nóv	1
Des	0

MAKRÍLL

Jan	0
Feb	0
Mar	0
Apr	0
Maí	0
Jún	0
Júl	2
Ágú	3
Sep	1
Okt	0
Nóv	0
Des	0

SKELFISKUR

LETURHUMAR

Jan	0
Feb	0
Mar	0
Apr	2
Maí	3
Jún	3
Júl	2
Ágú	1
Sep	1
Okt	0
Nóv	0
Des	0

ÍGULKER

Jan	3
Feb	2
Mar	2
Apr	0
Maí	0
Jún	0
Júl	1
Ágú	2
Sep	2
Okt	2
Nóv	2
Des	2

HÖRPUSKEL

Jan	2
Feb	0
Mar	0
Apr	0
Maí	0
Jún	0
Júl	0
Ágú	0
Sep	3
Okt	3
Nóv	2
Des	0

KRÆKLINGUR

Jan	1
Feb	2
Mar	2
Apr	2
Maí	2
Jún	1
Júl	1
Ágú	0
Sep	3
Okt	3
Nóv	3
Des	0

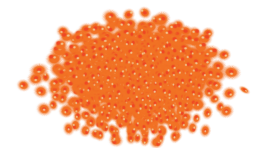
HROGN & LIFUR

Þorskhrogn

Jan	1
Feb	3
Mar	2
Apr	1
Maí	0
Jún	0
Júl	0
Ágú	0
Sep	0
Okt	0
Nóv	0
Des	0

Grásleppuhrogn

Jan	0
Feb	0
Mar	2
Apr	3
Maí	3
Jún	1
Júl	1
Ágú	0
Sep	0
Okt	0
Nóv	0
Des	0



Vatnið - sjór & ferskvatns

VILLTUR FERSKVATNFISKUR OG ÞANG

(er að biðja eftir réttum tölum)

URRIÐI

Jan
Feb
Mar
Apr
Maí
Jún
Júl
Ágú
Sep
Okt
Nóv
Des

BELTISÞARI

Jan 1
Feb 1
Mar 1
Apr 2
Maí 3
Jún 3
Júl 3
Ágú 3
Sep 3
Okt 2
Nóv 1
Des 1

DVERGANG

Jan 3
Feb 3
Mar 3
Apr 3
Maí 3
Jún 3
Júl 3
Ágú 3
Sep 3
Okt 3
Nóv 3
Des 3

BÓLUPANG

Jan 0
Feb 0
Mar 3
Apr 3
Maí 3
Jún 0
Júl 0
Ágú 0
Sep 0
Okt 0
Nóv 0
Des 0

SÖL

Jan 1
Feb 1
Mar 1
Apr 1
Maí 2
Jún 2
Júl 3
Ágú 3
Sep 3
Okt 2
Nóv 1
Des 1

BLEIKJA

Jan
Feb
Mar
Apr
Maí
Jún
Júl
Ágú
Sep
Okt
Nóv
Des

MARINKJARNI

Jan 0
Feb 0
Mar 1
Apr 2
Maí 3
Jún 3
Júl 3
Ágú 3
Sep 3
Okt 1
Nóv 0
Des 0

KLÓÞANG

Jan 0
Feb 0
Mar 2
Apr 3
Maí 2
Jún 1
Júl 0
Ágú 0
Sep 0
Okt 0
Nóv 0
Des 0

SAGÞANG

Jan 3
Feb 3
Mar 3
Apr 3
Maí 3
Jún 3
Júl 3
Ágú 3
Sep 3
Okt 3
Nóv 3
Des 3

LAX

Jan
Feb
Mar
Apr
Maí
Jún
Júl
Ágú
Sep
Okt
Nóv
Des

HROSSAÞARI

Jan 1
Feb 1
Mar 1
Apr 2
Maí 3
Jún 3
Júl 3
Ágú 3
Sep 3
Okt 2
Nóv 2
Des 1

ÞANGSKEGG

Jan 3
Feb 3
Mar 3
Apr 3
Maí 3
Jún 3
Júl 3
Ágú 3
Sep 3
Okt 3
Nóv 3
Des 3

FJÖRUGRÖS

Jan 2
Feb 2
Mar 2
Apr 3
Maí 3
Jún 3
Júl 3
Ágú 3
Sep 3
Okt 3
Nóv 2
Des 2

Náttúrunytjar - mói, hagi og skógur

VILLT BER

VILLTAR JURTI

Aðalbláber

Ágú 2
Sep 3
Okt 1

Bláber

Ágú 2
Sep 3
Okt 1

Jarðaber

Jún 1
Júl 3
Ágú 2
Sep 1

Krækiber

Ágú 2
Sep 3
Okt 1

Hrútaber

Jún 1
Júl 3
Ágú 2
Sep 1

Reyniber

Ágú 1
Sep 3
Okt 3

Stikkilsber

Ágú 1
Sep 3
Okt 1

Einiber

Ágú 1
Sep 3
Okt 2

Blóðberg

Maí 0
Jún 1
Júl 3
Ágú 2
Sep 1
Okt 0

Súrur

Maí 1
Jún 3
Júl 3
Ágú 3
Sep 1
Okt 0

Valhumall

Maí 0
Jún 2
Júl 3
Ágú 1
Sep 0
Okt 0

Mjaðjurt

Maí 0
Jún 0
Júl 3
Ágú 1
Sep 0
Okt 0

Hvönn

Maí 1
Jún 3
Júl 3
Ágú 3
Sep 1
Okt 0

Spánarkerfill

Maí 1
Jún 3
Júl 3
Ágú 3
Sep 1
Okt 0

Túnfífill

Maí 3
Jún 1
Júl 0
Ágú 0
Sep 0
Okt 0

Skessujurt

Maí 1
Jún 2
Júl 3
Ágú 2
Sep 1
Okt 0

SVEPPIR

MATSVEPPIR

Ágú 2
Sep 3
Okt 1

- Kóngssveppur

(*Boletus edulis*)

- Kúalabbi

(*Leccinum scabrum*)

- Lerkisveppur

(*Suillus grevillei*)

- Furusveppur

(*Suillus luteus*)

- Gulhnefla

(*Russula claroflava*)

- Móhnefla

(*Russula xerampkina*)

Ræktun - inni & úti

INNI

Tómatar

Jan	1
Feb	1
Mar	1
Apr	2
Maí	2
Jún	3
Júl	3
Ágú	3
Sep	3
Okt	2
Nóv	1
Des	1

Kúrbítur

Jan	0
Feb	0
Mar	0
Apr	0
Maí	1
Jún	2
Júl	3
Ágú	3
Sep	2
Okt	0
Nóv	0
Des	0

Jarðaber

Jan	0
Feb	0
Mar	0
Apr	1
Maí	2
Jún	3
Júl	3
Ágú	3
Sep	2
Okt	1
Nóv	1
Des	0

Paprika

Jan	0
Feb	0
Mar	1
Apr	1
Maí	2
Jún	2
Júl	3
Ágú	3
Sep	3
Okt	2
Nóv	1
Des	0

Chili

Jan	0
Feb	0
Mar	1
Apr	1
Maí	1
Jún	1
Júl	3
Ágú	3
Sep	3
Okt	1
Nóv	1
Des	0

Brómber

Jan	0
Feb	0
Mar	0
Apr	1
Maí	2
Jún	3
Júl	3
Ágú	3
Sep	3
Okt	1
Nóv	1
Des	0

Agúrkur

Jan	2
Feb	2
Mar	2
Apr	2
Maí	2
Jún	3
Júl	3
Ágú	3
Sep	2
Okt	2
Nóv	2
Des	2

Sveppir

Jan	1
Feb	1
Mar	1
Apr	1
Maí	1
Jún	1
Júl	1
Ágú	2
Sep	3
Okt	3
Nóv	2
Des	1

Hindber

Jan	0
Feb	0
Mar	0
Apr	1
Maí	2
Jún	3
Júl	3
Ágú	3
Sep	2
Okt	1
Nóv	1
Des	1

ÚTI

Grænkál

Jan	0
Feb	0
Mar	1
Apr	1
Maí	1
Jún	1
Júl	3
Ágú	3
Sep	2
Okt	2
Nóv	0
Des	0

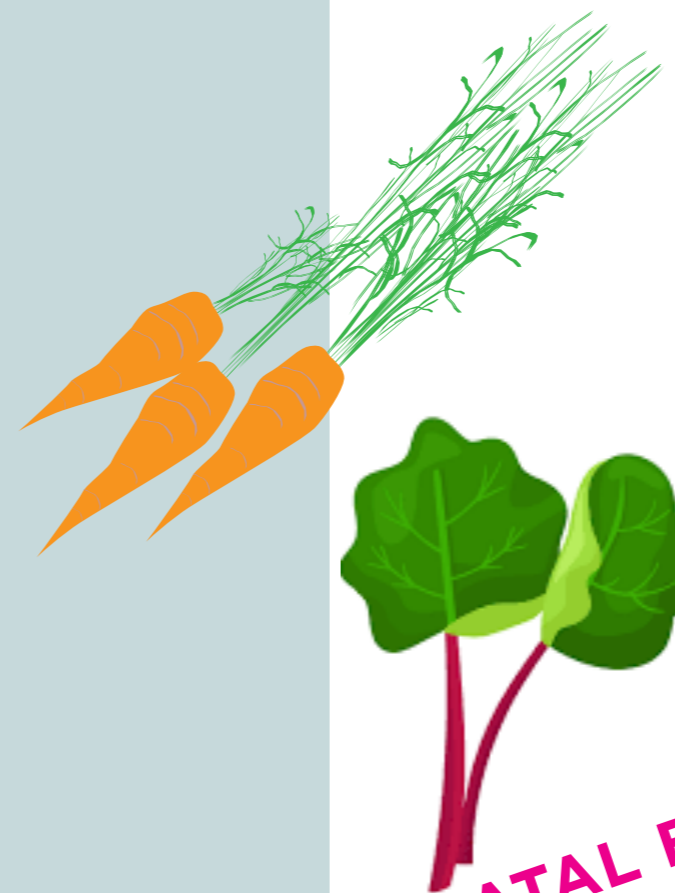
Hnúðkál

Jan	0
Feb	0
Mar	0
Apr	0
Maí	0
Jún	0
Júl	3
Ágú	3
Sep	2
Okt	0
Nóv	0
Des	0

Rauðkál

Jan	0
Feb	0
Mar	0
Apr	0
Maí	0
Jún	0
Júl	0
Ágú	3
Sep	3
Okt	2
Nóv	1
Des	0

Rófur Gulrætur Rabbarbari ofl



**MATARDAGATAL ER Í VINNSLU
Í SAMSTARFI VIÐ MARKAÐSTOFUR
LANDSHLUTANA**

Dýraafurðir - kjöt, egg og mjólk

KINDAKJÖT

Jan	0
Feb	0
Mar	0
Apr	0
Maí	0
Jún	0
Júl	0
Ágú	2
Sep	3
Okt	0
Nóv	0
Des	0

LAMBAKJÖT

Jan	0
Feb	0
Mar	0
Apr	0
Maí	0
Jún	0
Júl	0
Ágú	1
Sep	3
Okt	3
Nóv	0
Des	0

NAUTAKJÖT

Jan	3
Feb	3
Mar	3
Apr	3
Maí	3
Jún	3
Júl	3
Ágú	3
Sep	3
Okt	3
Nóv	3
Des	2

KÁLFAKJÖT

Jan	2
Feb	2
Mar	2
Apr	2
Maí	2
Jún	2
Júl	2
Ágú	2
Sep	2
Okt	2
Nóv	2
Des	1

SVÍNAKJÖT

Jan	3
Feb	3
Mar	3
Apr	3
Maí	3
Jún	3
Júl	3
Ágú	3
Sep	3
Okt	3
Nóv	3
Des	2

HROSSAKJÖT

Jan	2
Feb	1
Mar	1
Apr	1
Maí	1
Jún	1
Júl	1
Ágú	1
Sep	3
Okt	3
Nóv	3
Des	2

FOLALDAKJÖT

Jan	3
Feb	2
Mar	1
Apr	0
Maí	0
Jún	0
Júl	0
Ágú	0
Sep	0
Okt	0
Nóv	3
Des	3

KJÚKLINGAR

Allt árið

KALKÚNAR

Allt árið

LUNDI

Jún	1
Júl	3
Ágú	2

SVARTFUGL

Jún	1
Júl	3
Ágú	2

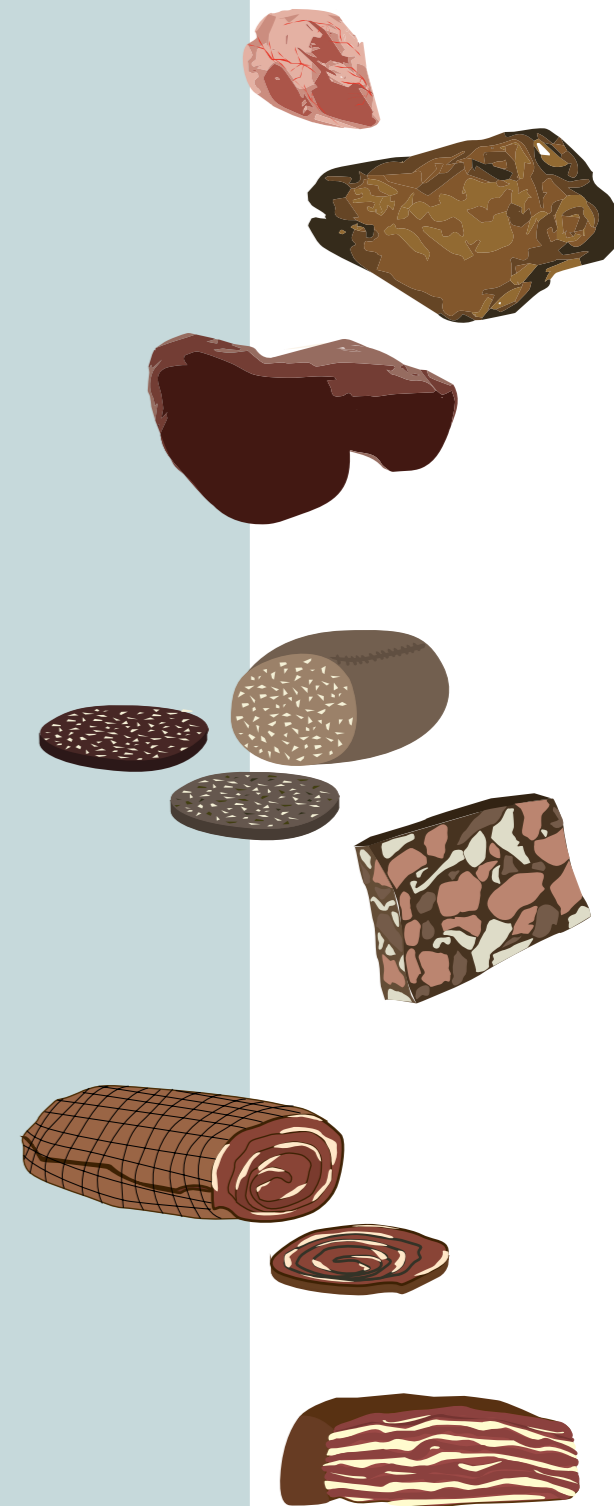
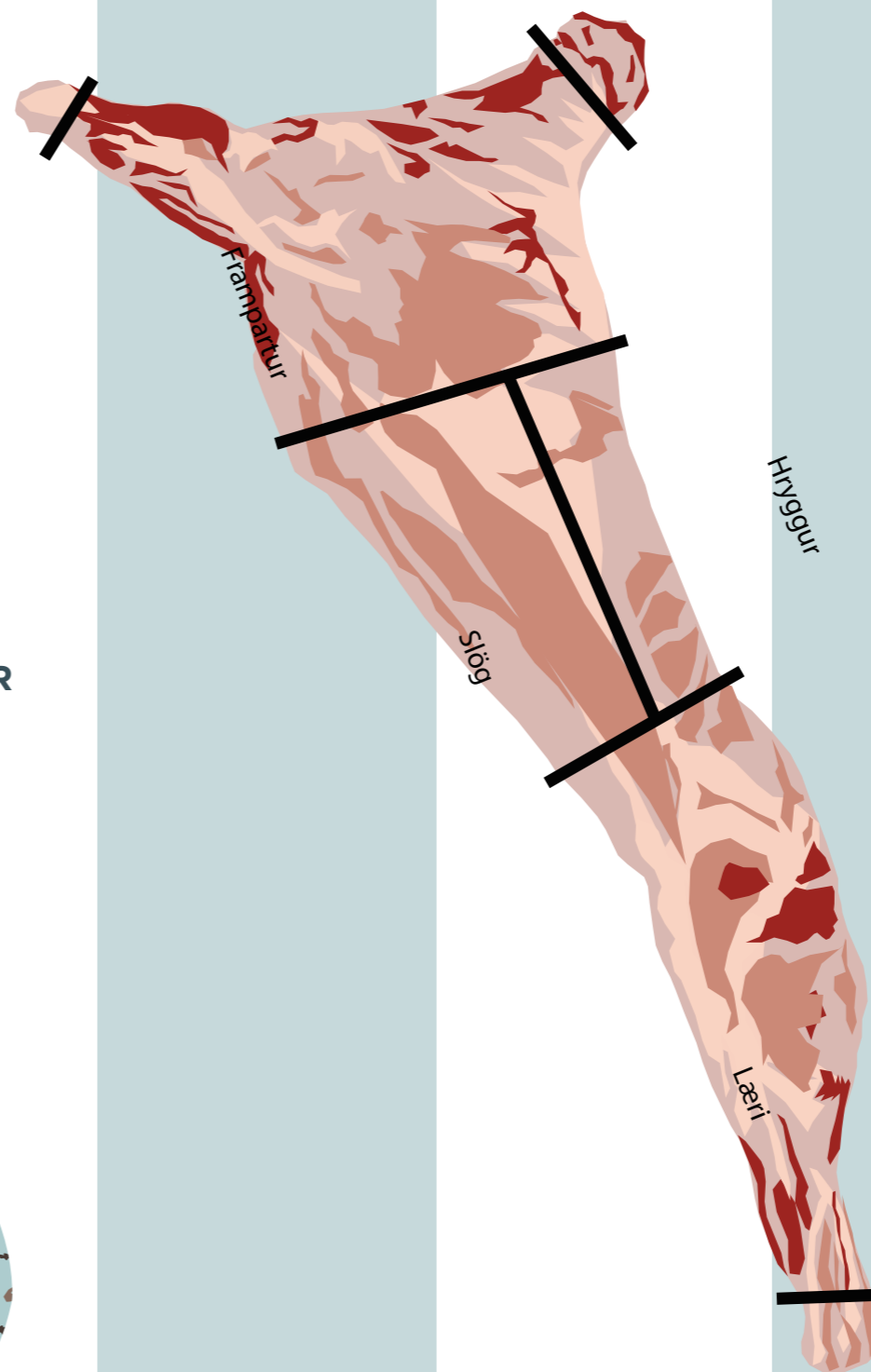
SVARTFUGLS- EGG

Apr	1
Maí	3
Jún	0

ATH
FÍLL
BRODDUR
OFL



HAUSTMATUR





**MATARDAGATAL ER Í VINNSLU
Í SAMSTARFI VIÐ MARKAÐSTOFUR
LANDSHLUTANA**

MATARDAGATAL



**VIÐ HLÖKKUM TIL AÐ VERÐA
Í SAMBANDI OG HALDA ÞESSARI
VINNU ÁFRAM Á NÆSTU VIKUM.**

APRÍL 2020





HÍÐ
ÍSLENSKA
ELDHUS

**Kynningar frá
fulltrúum
markaðsstofa
landshlutanna/
landshlutastofa**

MATA R
KIS TA
REY
KJ AN
ESS

2. apríl 2020
Markaðsstofa Reykjaness
Þuríður Halldóra Aradóttir
Ýmir Arthúrssón



Matarkista Reykjaness

- Verkefnið hefst árið 2019.
- Markmið verkefnisins er að skapa tækifæri til verðmætasköpunar og nýsköpunar í gegnum matarferðapjónustu á svæðinu.
- Stuðningur frá Matarauði Íslands og Uppbyggingarsjóði Suðurnesja.



**Matarauður
Reykjaness**



**SÓKNARÁÆTLUN
SUÐURNESJA**

Afurðir

- Aukin gæði, sýn og stefna fyrir matarupplifun á Reykjanesið.
- Virkur samstarfsvettvangur matarferðaþjónustu á Reykjanesi.
- Matarupplifunarferð um Reykjanesið.
- Nýjar matartengdar vörur og vörupörun
- Matargerðar- og matarþekkingar námskeið fyrir íbúa og gesti svæðisins.



Verkefnin

- Kortlagning framleiðenda og framreiðsluaðila
- Skapa grundvöll til samstarfs og vörupróunar og tækifæri til virðisauka
- Auka upplifun gesta á svæðinu í gegnum mat
- Markaðssetning
 - Vefsíða
 - Bæta/efla gæði og þjónustu
- Samstarfsverkefni:
 - Matarstígar á Reykjanesi
 - Reykjanes 2020



Framtíðarsýn / stóra myndin

- Ísland fyrir forvitna "foodies" (íslenska og erlenda gesti) og tengja upplifun í náttúru við mat
- Matarstígarnir verða mismunandi "smakkringir" þar sem gestir ("foodies") geta notið þess að fá sér smakk-rétti sem eru lýsandi fyrir nærumhverfið / veitingastaðinn. Með þessu móti geta gestir notið þess að heimsækja fleiri veitingastaði og því verður upplifun mun meiri en ef ferðalangar setjast á einn stað og snæða heila máltíð þar



Árangur

- Aðilar í veitingarekstri hafa hittst og komin er á tenging á milli þeirra
- Samvinna rekstraraðila er farin að skila sér!
 - Þátttaka á Mannamóti
- Vara/vörur sem byrjað er að selja/bóka
 - “Fjörumó”
 - “Reykjanes Street Food Safari”



Næstu skref

- Klára heimasíðuna
 - matvælaframleiðendur
 - Veitingastaðir
 - Matarminjagripir
- Kynna mismunandi "smakkringi / Matarstíga" fyrir Íslendingum í fjölmiðlum og á samfélagsmiðlum
- Kynna "Matarstíga" fyrir Ferðaskipuleggjendum (sem eru með erlenda gesti)





**Matarauður
Íslands**

Sælkeruferðir um Snæfellsnes

Fundur á vegum Matarauðs Íslands

2.apríl 2020



Markmið Sælkeriferða

- Meginmarkmið verkefnisins er að gera Svæðisgarðinn Snæfellsnes að frábærum áfangastað fyrir ferðalanga sem vilja upplifa íslenska matarmenningu. Lögð verður áhersla á gæði og sérstöðu Snæfellsnes til að skapa matarupplifun sem höfðar til erlendra og innlendra ferðamanna.
- Undirstaðan er ábyrg ferðaþjónusta á forsendum heimamanna.





Bakgrunnur

Svæðisgarðurinn Snæfellsnes er fjölbætt samstarf fyrirtækja, sveitarfélaga og félagasamtaka á svæði sem myndar samstæða landslags- og menningarlega heild.

Samstarfið byggist á sameiginlegri sýn um sérstöðu svæðisins og samtakamætti við að hagnýta sérstöðuna og vernda hana. Svæðisskipulagið er birtingarmynd sameiginlegrar framtíðarsýnar og vegur matur þar þungt. En þar kemur fram:

Bls 121 Meginmarkmið fyrir snæfellskan mat

„Nýsköpun og framleiðsla á hreinum gæðamatvælum úr snæfellskum hráefnum aukist. Aðilar í veitingaþjónustu nýti sem mest matvæli af svæðinu. Verðmætasköpun í greininni aukist“

.... Svo koma 18 undirmarkmið, allt um mat og matvælaframleiðslu.



Sælkeruferðir um Snæfellsnes - forspil

- Í september 2019 fékk Svæðisgarðurinn Snæfellsnes styrk frá Matarauði Íslands til að vinna matarþemleiðir um Snæfellsnes.
- Á sama tíma stóð Svæðisgarðurinn á tímamótun og var að ganga í gegnum endurskoðun á áhersluverkefnum. Matur var gerður að forgangsverkefni.
- Frá september til desember 2019 var unnið að því að Sælkeruferðir pössuðu við önnur verkefni og markmið Svæðisgarðsins

Matarstefna Snæfellsness

Matarstefna Snæfellsness:

- Matur og menning
- Matur og umhverfið
- Matur og hringrásarhagkerfið
- Matur og ferðaþjónusta
- Matur og matarsóun
- Matur og samfélagið
- Matur og menntun
- Matur og verðmætasköpun
- Matur og framtíðaráskoranir



Matarauður
Íslands

Verkefni:
Sælkeriferðir
Snæfellsness




Afurðir verkefnis:

Matarleiðir,
gangandi og
akandi.
Matardagatal,
o.fl.

Matarklasi Snæfellsness

Svæðisskipulag Snæfellsness - Svæðisgarðurinn

Samfélagið á Snæfellsnesi



Matarklasi – vettvangur fyrir samstarf

- Undirbúningsfundur Langholti 28. nóvember 2019
- Stofnfundur 23. janúar 2020 í Bæringsstofu, Grundarfirði
- Helstu atriði sem hafa komið fram
 - Samnýting á aðstöðu
 - Dreifileiðir á mat framleiddum á Snæfellsnesi
 - Tenging á milli framleiðanda og söluaðila (veitingastaða eða verslana)
 - Samstaða um sérstöðu og vilji til að vinna að þessum málefnum





Matarnámskeið

- 1. febrúar hófst 9 vikna námskeið á vegum Símenntunarmiðstöðvar á Vesturlandi. Þetta er samstarfsverkefni á milli Markaðsstofu Vesturlands og Svæðisgarðsins Snæfellsnes.
- 13 manns taka þátt í námskeiðinu frá Snæfellsnesi
- Námskeiðið byggist upp af netnetnámskeiðum á vegum Matís, verklegum tímum, vinnusmiðjum og jafningjafræðslu.

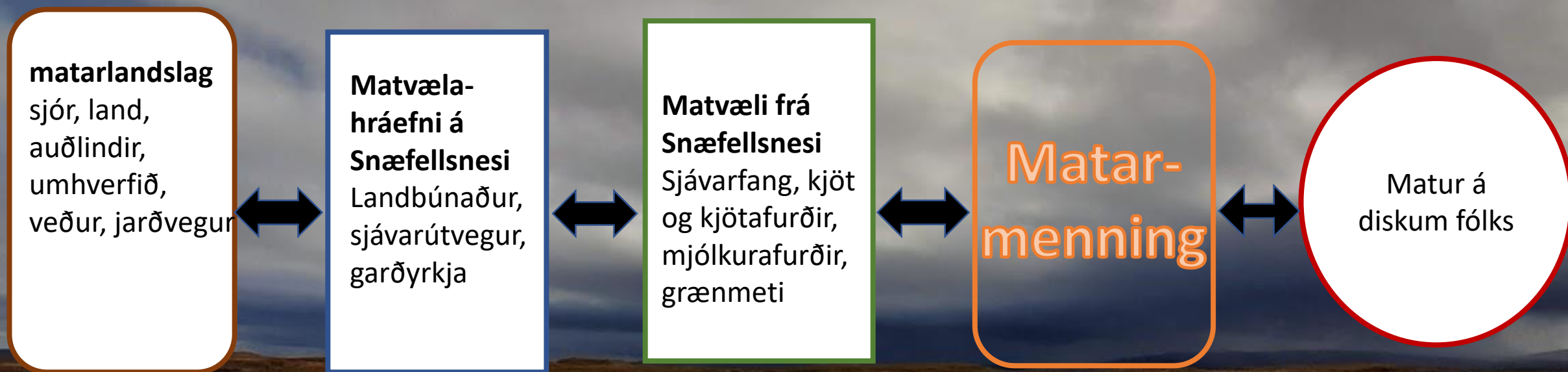


.....
Sælkeruferðir –
vegferð og verkfæri

- Styðst við hugtakið matarleið (foodways)
- Þróun verkfæra til að hanna matarleiðir
- Tryggja gæði – farið er eftir hugmyndum um ábyrga ferðþjónustu
- Kynna Sælkeraverkefnið fyrir hagsmunaaðilum



Matarlandslag Snæfellsness hönnun matarleiðaleiða



matarlandslag
sjór, land,
auðlindir,
umhverfið,
veður, jarðvegur

Upplifun:
Ganga meðfram
strönd og/eða
fjallganga, sjósigling

**Matvæla-
hráefni á
Snæfellsnesi**
Landbúnaður,
sjávarútvegur,
garðyrkja

Upplifun:
Heimsókn á bóndabæ,
gamla verstöð og /eða
höfn

**Matvæli frá
Snæfellsnesi**
Sjávarfang, kjöt
og kjötafurðir,
mjólkurafurðir,
grænmeti

Upplifun:
Heimsókn á höfn,
benda á fiskvinnslu,
hjall (hákarl). Vinnsla á
mat , sjósigling og
veiðar

**Matar-
menning**

Upplifun:
Sjóminjasafn,
matarhandverk,
matarminjagripir,
markaðir, búðir

Matur á
diskum fólks

Upplifun:
Veitingastaðir,
kaffihús, bakarí,
verslanir, tilbúnir réttir,
nesti

ÞÁTTÖKUFORM FYRIR SÆLKERAÐERÐIR - MATARÞEMALEIÐ	
A. ALMENNAR UPPLÝSINGAR	
1	Fyrirtæki
2	Tengiliður og staða
3	Heimilisfang
4	Netfang
5	Símanúmer
6	Vefsíða
A. GERÐ STARFSEMI OG ÞJÓNUSTA	
7	Starfsemi
8	Hvaða leyfi þarf að hafa fyrir starfsemina. Eru leyfi til staðar?
9	Vottanir (t.d. umhverfsvottantir)
10	Hámarksfjöldi gesta
11	Salernisaðstaða (fjöldi klósetta)
12	Bílastæði, fjöldi og aðstaða fyrir rútur
13	Opnunartími
14	Opnun yfir árið
15	Mögulegar hættur
16	Öryggisáætlun
A. SÉRSTAÐA OG UPPLIFUN	
17	Upplifun
18	Umhverfi
19	Auðlind
20	Framleiðsla
21	Matvælaframleiðsla
22	Matarmenning
23	Veitingaraðstað (kaffihús, veitingarstaður o.s.frv.)
24	Tenging við Snæfellnes

Verkfæri – þátttökuform fyrir fyrirtæki og einstaklinga

- Hluti B: gæði og aðstaða
- Hluti C: Upplifun, sbr. matarleið hugtakið – tryggja tengingu við Snæfellnes

Verkfæri – hönnun matarleiða

Lýsing- og innihaldsform fyrir matarþemaleið um Snæfellsnes	
Nafn og markmið	
Nafn leiðar	
Meginmarkmið	
Undirmarkmið 1	
Undirmarkmið 2	
Undirmarkmið 3	
Upplifun/skynjun þemaleiðarinnar	
Upplifun 1	
Upplifun 2	
Upplifun 3	
Upplifun 4	
Upplifun 5	
Þjónusta/áfangastaðir	
Áfangastaður 1	
Áfangastaður 2	
Áfangastaður 3	
Áfangastaður 4	
Áfangastaður 5	
Áfangastaður 6	
Áfangastaður 7	
Áfangastaður 8	
Áfangastaður 9	
Áfangastaður 10	

- Upplifanir ríma við hugtakið matarleiðir
- Áfangastaðir sem bjóða upp á viðeigandi upplifun á sama tíma og uppfylla skilyrði um ábyrga ferðaþjónustu



Næstu skref

- Byrjað að hafa samband við þátttakendur
- COVID-19 hefur haft áhrif á framgang verkefnisins. Mikil óvissa ríkir meðal ferðapjónustuaðila. Fólk er samt til í að vera þátttakendur í verkefninu
- Vinna með sérstöðu – skerpa tengsl við Snæfellsnes
- Sýnileiki – byrja að hugsa um hvernig við ætlum að markaðsetja vöruna – hvar og hvernig hún verður til sýnis





SÍMENNTUNARMIÐSTÖÐIN
Á VESTURLANDI



VESTURLAND.IS
WESTICELAND.IS



Matarauður
Íslands



SÓKNARÁÆTLUN
VESTURLANDS

BEINT FRÁ BÁT OG BÝLI MATVÆLAVINNSLA FRÁ A-Ö

Námskeið á vorönn 2020



ÍSLENSK MATARHEFÐ

ÞAKGRUNNUR ÞESSA NÁMSKEIÐS

Sóknaráætlun Vesturlands – áhersluverkefni



SÓKNARÁÆTLUN
VESTURLANDS

- Efling menntunar í ferðaþjónustu og matvælaframleiðslu á Vesturlandi
- Matarauður Vesturlands

Matarauður Íslands



Matarauður
Íslands

- Styrkur til eflingar matarmenningar í Dölum - vegna þróunarvinnu við Vestfjarðarleiðina

Símenntun Vesturlandi



SÍMENNTUNARMIDSTÖÐIN
Á VESTURLANDI

- Samstarf um nánámskeiðsgjald

Vesturlandsstofa



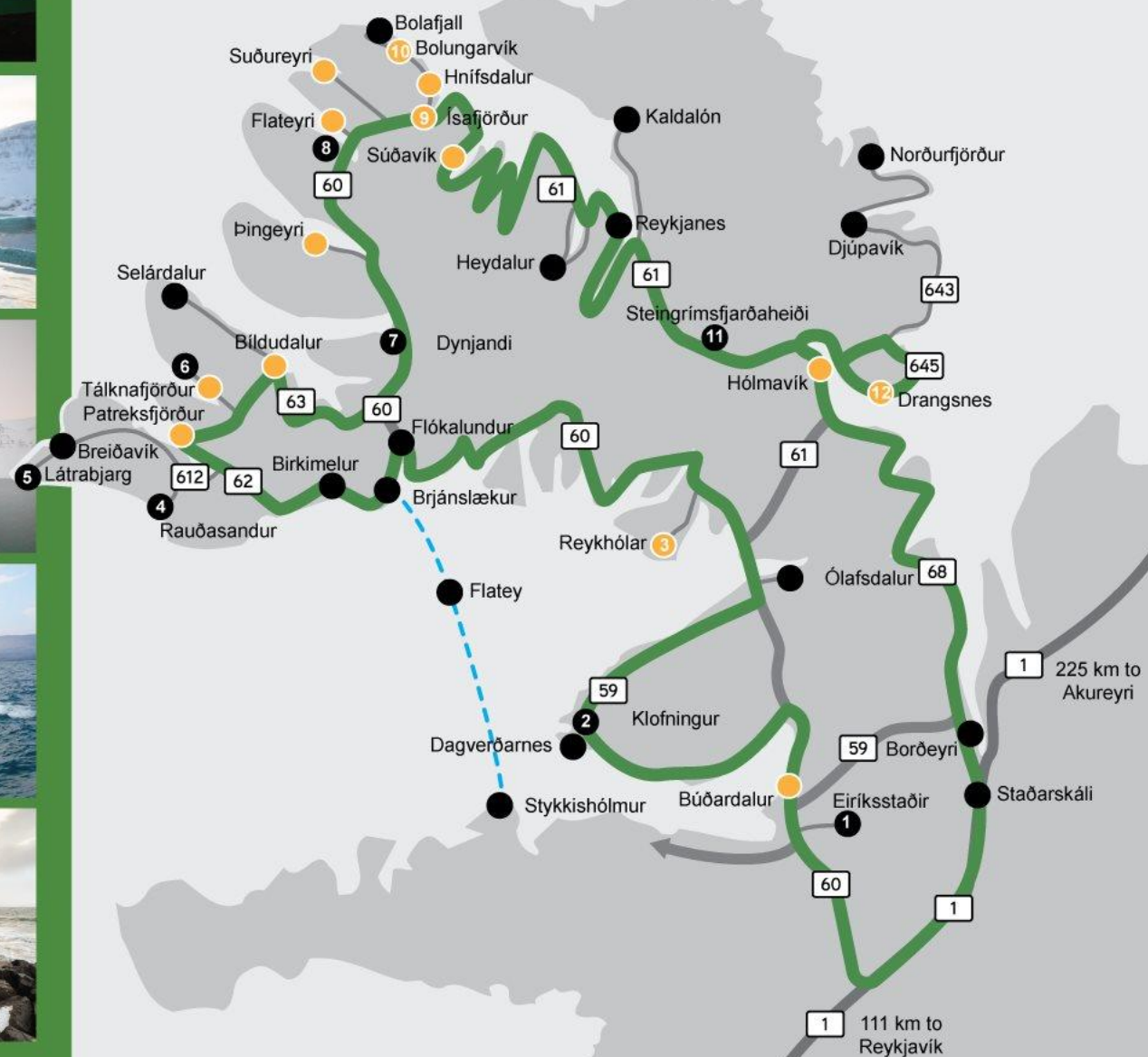
- Áhersluverkefni Áfangastaðaáætlunar Vesturlands
- Hæglætisferð um Dali – dvelja og njóta
- Þróunarvinna vegna Vestfjarðarleiðarinnar





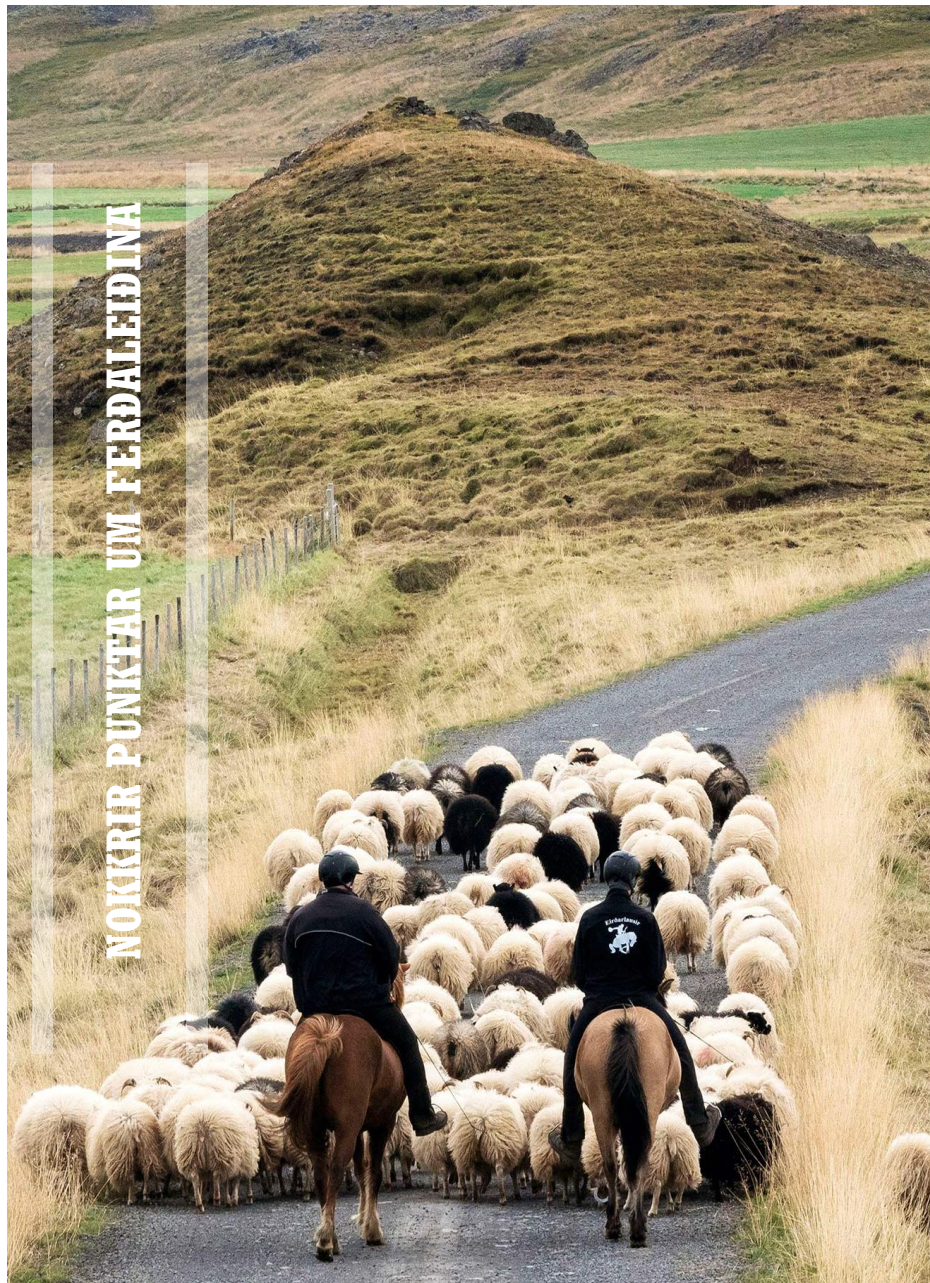
MAP OF VESTFJARÐALEIÐIN ABOUT 950 KM

#TheWestfjordsWay



HÆGLÆTISFERÐ UM DALI – DVELJA OG NJÓTA





AÐGREINING

Byggjum á sérstöðu
svæðisins í allri
þróunarvinnu og
vöruframboði

Þjóðum upp á upplifanir
sem fólk man eftir og
segir frá

AUKUM SÝNILEIKA

Aukum myndræna
framsetningu á netinu
Komum upplýsingum
skýrt til skila

Ef fólk finnur okkur ekki
á netinu, hvar finnur það
okkur þá?

VIRKJUM ÖLL SKYNFÆRI

Þjóðum gestum þáttöku ekki
bara áhorf

Gerum mat úr heimahéraði
hátt undir höfði

Segjum sögur, leyfum fólki
að taka þátt!

GÆÐI UMFRAM MAGN

Áhersla á að dvelja lengur
og njóta betur

Höfum öryggi og gæði á
hreinu

Þjóðum upp á það sem er
ekta, - það sem heimamenn
hafa gæði, gagn og gaman af





SAGA OG MENNING
NÁTTÚRA OG ÆVINTÝRI
MATUR OG MATARTENGÐ UPPLIFUN

BEINT FRÁ BÁT OG BÝLI MATVÆLAVINNSLA FRÁ A-Ö

Níu vikna námskeið í vörupróun og matvælavinnslu

- **1. feb. – 4. apr. 2020**

Blanda af netnámskeiðum og vinnusmiðjum

- **Sjö netnámskeið**
- **Fjórar vinnusmiðjur**
- **Níu vinnukvöld með mentor í heimahéraði**

Í boði á Snæfellsnesi og Dalabyggð á vorönn 2020

- **10 þátttakendur frá hvoru svæði + mentor í heimabyggð**
- **Í samstarfi við Svæðisgardinn í tengslum við þróun á Sælkeraleið um Snæfellsnes**
- **Í samstarfi við Vesturlandsstofu í tengslum við þróun á ferðaleið um Dali og Vestfirði = Vestfjarðaleiðinni**



SJÖ NETNÁMSKEIÐ FRÁ MATÍS

Örverur á kjöti /
örverum á kjöti
haldið niðri

Leyfismál,
gæðahandbók,
innra eftirlit og
stofnun fyrirtækja

Slátrun og kjötmat

Söltun og reyking

Umbúðamerkingar
matvæla og
pökkun

Hráverkun og
pylsugerð

Sögun, úrbeining
og marinerung



FJÓRAR SAMEIGINLEGAR VINNUSMIÐJUR Í BORGARNESI – LAUGARDAGA KL. 10-16

1. feb. 2020

1. vinnusmiðja
- kynning, samhristingur og kveikjur

22. feb. 2020

2. vinnusmiðja
- ostagerð

14. mars 2020

3. vinnusmiðja
- nýting náttúrunnar – það sem landið gefur

4. apr. 2020

4. vinnusmiðja
- súrsun og niðulagning matvæla
ENDURGJÖF OG ÚTSKRIF Í LOK DAGS



NÍU VINNUKVÖLD MEÐ MENNTOR Í HEIMAHÉRAÐI – „HEIMAHITTINGAR“

Eitt sameiginlegt vinnukvöld með menntor í hverri viku
allt námskeiðið

Hugsað til að þátttakendur styðji hver við annan í náminu
– farið yfir netnámskeið vikunnar ofl.

Farið yfir sjö netnámskeið + tvö opin kvöld þar sem hægt
er að ræða og vinna með þau málefni sem hópurinn vill

Vikudagur fyrir vinnukvöld valin í samstarfi við
þátttakendahópinn á hvoru svæði



ÞAÐ SEM VIÐ GERUM M.A. Í HEIMAHITTINGUM

- Berum saman bækur okkar varðandi námskeiðið – og hjálpumst að við úrlausnir
- Heimsækjum þátttakendur – skoðum, fræðumst og lærum af hvor annarri
- Vinnum að hugmyndavinnu, vörubrúun og framgangi hugmynda
- Miðlum þekkingu og reynslu og eflum hvor aðra – andann og sjálfið
- Leggjum á ráðin um matartengda viðburði og upplifun
- Skrásetjum matarauð Dalabyggðar
- „Vísindaferð“ - heimsókn í sláturhúsið í Borgarnesi – samráð við sláturhúsfólk
- Hlægjum og höfum gaman saman



ÚTGJÖLD OG ÁVINNINGUR

Námskeiðsgjald
35.000 kr.

+ Tími og
ferðakostnaður
þátttakenda

(ath. styrki frá
starfsmenntasjóðum)

Hægt er að meta
námskeiðið sem 8
framhaldsskólastig
inn í sambærilegt
nám

Aukin þekking og
geta til að vinna að
vörupróun og
matvælavinnslu á
eigin vegum

Aðgangur að
matarsmiðjunni í
Borgarnesi
samkvæmt
samkomulagi á
námskeiðstíma



SÍMENNTUNARMIÐSTÖÐIN
Á VESTURLANDI



AÐSTANDENDUR OG TENGLIÐIR NÁMSKEIÐSINS

Dalabyggð:

- Verkefnisstjóri: Margrét Björk, Vesturlandsstofu
 - maggy@west.is
- Mentor: Guðrún Björg Bragadóttir, í Hlíð

Snæfellsnes:

- Verkefnisstjóri: Ragnhildur Sig., Svæðisgarðurinn Snæfellsnes
- Mentor: Elín Guðnadóttir

- Fagleg stjórnun, undirbúningur og utanumhald námskeiðs: Inga Dóra Halldórsdóttir, Símenntuarmiðstöð Vesturlands

- Námskeiðið er líka kostað og niðurgreitt með styrk frá Sóknaráætlun Vesturlands, Matarauð Íslands og verkefnasjóði Áfangastaðaáætlunar Vesturlands



SÓKNARÁÆTLUN
VESTURLANDS



Matarauður
Íslands



Vestfjarðaleiðin &
Westfjords food

Vestfjarðaleiðin
#TheWestfjordsWay

Ný ferðamannaleið

- ▶ 950 km ferðamannaleið um Vestfirði og Dali
- ▶ Samstarf Vestfjarðastofu og Vesturlandsstofu
- ▶ #TheWestfjordsWay
- ▶ skapa heildstæða upplifun fyrir ferðamenn þar sem saman fléttast matur menning og afþreying

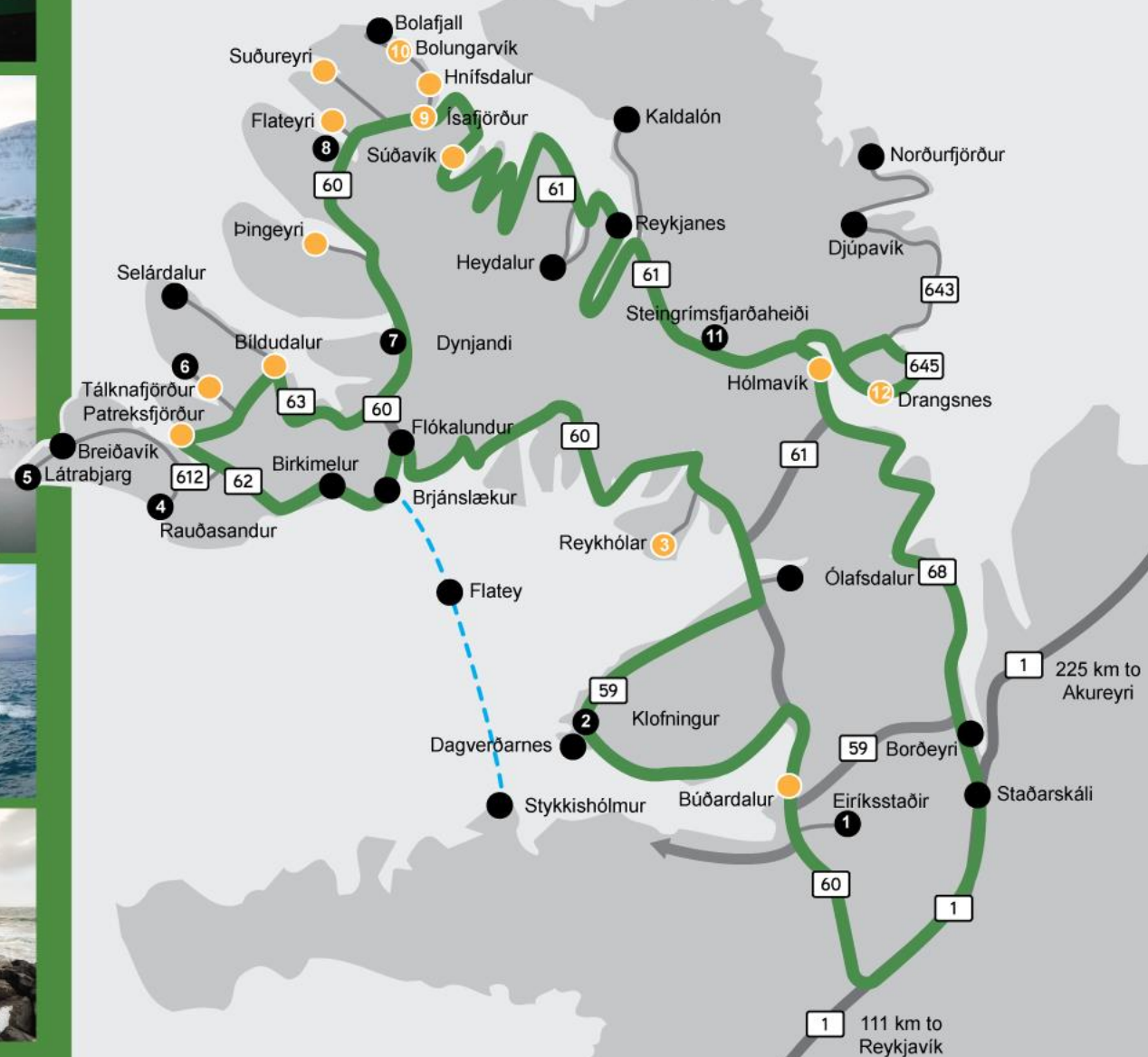


Vestfjarðaleiðin
#TheWestfjordsWay



MAP OF VESTFJARÐALEIÐIN ABOUT 950 KM

#TheWestfjordsWay



Westfjords food – Vestfjarðaleiðin helstu markmið

- ▶ Hönnun ferðamannaleiðarinnar
- ▶ Kortleggja og tengja saman aðila innan ferðapjónustu, matvælaframleiðslu og verslana
- ▶ Skilgreining á leiðinni og greining á matvælaframleiðslu og matarmenningu sem er að finna á svæðinu
 - ▶ Við greinngarvinnuna kom ýmislegt í ljós, á svæðinu margt spennandi að gerast, fólk að vinna að frábærum hlutum
 - ▶ en...



Westfjords food

- ▶ Á byrjunarreit
- ▶ Skortur á framleiðsluleyfum
- ▶ Mikilvægt að bæta við þekkingu
 - ▶ Samstarf Fræðslumiðstöðvar Vestfjarða og Vestfjarðastofu



Vestfjarðastofa

Westfjords food

- ▶ REKO
- ▶ Námskeið
 - ▶ 14 vikna námskeið fyrir matvælaframleiðendur með áherslu á þróun, fullvinnslu og markassetningu afurða
 - ▶ Ostagerðarnámskeið á öllum svæðum
 - ▶ Ræktum mat og kryddjurta
 - ▶ Allt í samstarfi við fræðslumiðstöð Vestfjarða



Westfjords Food

- ▶ Vinnustofa með Matís og Matarauði
 - ▶ fræðsla um leyfismál
 - ▶ fyrirlestur um nýsköpun og vörupróun í matvælaíðnaði
 - ▶ Kynnning á verkefni Blábankans á Þingeyri sem unnið er í samstarfi við FAO – Matvæla og landbúnaðarstofnun Sameinuðu þjóðanna, Future food institution og fleiri aðila



Westfjords food

- ▶ Aðstoð við leyfisumsóknir
- ▶ Matarsmiðjur – vinna með það sem fyrir er
- ▶ Tengja saman framleiðendur og veitingageirann
- ▶ Uppbyggingasjóður með áherslu á vörubrúun og hönnun

Næstu skref

- ▶ Vinnustofur með haustinu, matarhandverk, hönnun, saga
- ▶ Vestfjarðasýning á Grand Hótel í október
- ▶ Matarringir eða leiðir sem fléttast saman við Vestfjarðaleiðina og væri ægt að tengja við heimasíðu Vestfjarðaleiðarinnar sem nú er í vinnslu



Vestfjarðaleiðin
#TheWestfjordsWay

Áhugaverð verkefni

Hvet ykkur til að skoða þessi verkefni sem dæmi um spennandi hluti sem verið er að vinna að á Vestfjörðum

- ▶ Fræ til framtíðar
- ▶ Bambahús – samfélagsgróðurhús



#EITI VERKEFNI: KLIFURPLANTAN!

TILGANGUR VERKEFIS: • AÐ SÝNA FRAM Á MISMUNANDI VAXTARHRADA PLÖNTU ÚT FRÁ NERINGARÖÐF. • AÐ EFLA SAMVINNU NEMENDA Í HÓPASTARFI.

FRAMKVÆMD VERKEFIS: 1. SYKURERTA (PISUM SATIVUM) ER SETT Í RENNILÁSA POKA SEM LINDUR ER Á VEGG EDA SÉGU FESTUR ER Á TÖFLU. GJA (3) Á MYND) 2. KRABUR ER FESTUR 50 CM OFAN VIÐ POKA (GJARNNA GRÖFUR) (SJA (2) Á MYND) 3. HÓPARNIR SETJA SAMAN DAGBÓK OG VINNA EFTIR RÆKTUNARLEIÐBEININGUM SEM FUNDNAR EÐU. • SKRÁSETJA VÖXT OG VATNSNOTKUN • HAVDA DAGBÓK PLÖNTU. • VINNA VERKEFNI SEM MIÐAST VIÐ VERKEFNIÐ "KLIFUR PLANTAN".

HUGMYNDIR AÐ HVIÐAR VERKEFNUM:
• SKRIF SÖGU UM PLÖNTUNA, FRÁ SJÓNAR HÖLI HENNA.
• MEGALTALS ÚTREIKNINGAR OG FYLETJANDI SPÁLUKAN.
• LÖSUN MYNDUN/TIMELAPSE.
• KAPPHAUP, - ÞAR SEM HÓPARNIR EFLA TILFALLIÐ MEÐ AUKA NERINGU.

45 -
40 -
35 -
30 -
25 -
20 -
15 -
10 -
5 -
0 -

PRABUR (2)
BOMULL (1)
PANI

- ▶ Þórkatla Ólafsdóttir
thorkatla@vestfiridir.is



Vestfjarðaleiðin
#TheWestfjordsWay



**MEASURED
BY MOMENTS**



Grasrótarkerfni

- Um 900 km leið meðfram Norðurströndinni
- 18 sveitarfélög og 21 þorp
- Valið af Lonely Planet top 10 áfangastaður í Evrópu 2019
- Um 90 fyrirtæki nú þegar meðlimir í verkefninu

Markmið Norðurstrandarleiðar

- Búa til nýtt aðráttarafl á Norðurlandi
- Skapa tækifæri á innlendum og erlendum mörkuðum
- Fá ferðamenn inná jaðarsvæði
- Lengja dvalartíma á Norðurlandi
- Lengja ferðapjónustutímabilið
- Sjálfbærni og ábyrg ferðapjónusta

Markaðsefni



- Söluhandbók fyrir **ferðaskrifstofur**
- Vöruþróun
- Allir **meðlimir** tilgreindir
- Sérstakur kafli um mat



- Verkfærakista einungis fyrir **meðlimi**, þróun upplifana
- Upplifanir í mat og drykk



Vörumerkjahandbók fyrir **alla** sem vinna með vörumerkið Norðurstrandarleið: tone of voice, markhópar, myndir, lógó og fleira.

Fyrstu Hetjuupplifanir Norðurstrandarleiðar sem tengjst mat

Seaside bites and Icelandic cuisine
Brimslóð Atelier Guesthouse
Blönduós



From Cod to Bacalao – From the ocean
to your plate
Ektafiskur/Whalewatching Hauganes, Hauganes



Meet Icelandic sheep and learn about
sustainable food
Ytra-Lón, Langanes





Taste the Arctic Coast Way – Matur úr héraði - Vinnustofur

- “Taste the Arctic Coast Way” er vinnuheiti á spennandi verkefni þar sem áhersla er lögð á að gefa gestum Norðurstrandarleiðar tækifæri til að njóta matar úr héraði (staðbundinna matvæla/local food) sem er framleiddur í hæsta gæðaflokki.
- Vinnustofurnar eru ætlaðar eigendum veitingastaða og kaffihúsa, matreiðslufólki og framleiðendum matvæla og verða haldnar á 3 stöðum á Norðurstrandarleiðinni.
- Vinnustofurnar miða að því að styrkja samstarf milli framleiðenda og þeirra sem selja veitingar/matvæli á Norðurstrandarleiðinni. Á meðan veitingastaðir og kaffihús verða að vera meðlimir Norðurstrandarleiðarinnar geta framleiðendur verið staðsettir hvar sem er á Norðurlandi.

Markaðsstofa Norðurlands



Arnheiður Jóhannsdóttir



Björn H. Reynisson



Christiane Stadler



Halldór Óli Kjartansson



Hjalti Páll Þórarinnsson



Rögnvaldur Már Helgason



Katrín Harðardóttir



info@nordurland.is

Nordurland.is • NorthIceland.is • [#NorthIceland](https://www.instagram.com/NorthIceland)





Matarauður Austurlands



AUSTURLAND



AUSTURBRÚ



LEIÐANGRAR

MATUR

ÚTIVIST

MENNING &
SKÖPUN

AUSTURLAND



- VIÐ VILJUM AÐ MATURINN OKKAR BERI VOTT UM HREINLEIKA, FERSKLEIKA OG EINFALDLEIKA.
- VIÐ VILJUM AÐ MATURINN BERI VITNI UM LÍÐANDI ÁRSTÍÐ.
- VIÐ BERUM VIRÐINGU FYRIR HRÁEFNINU OG SÝNUM ÞVÍ VÆNTUMÞYKJU OG VIRÐINGU.
- VIÐ BJÓÐUM GESTUM OKKAR AÐ TAKA ÞÁTT Í MATARMENNINGUNNI OKKAR.
- VIÐ VILJUM LEGGJA FREKARI ÁHERSLU Á HOLLUSTU.



Efling matarklasa
á Austurlandi



Kortlagning á staðbundnu
hráefni, hagsmunaaðilum, greining
á vörupróun og dreifileiðum



Nýting á staðbundnu
hráefni – samstarf
við gestakokka



Ljósmyndun og
matarhönnun



Verkfæri
og vörupróun



Handbók yfir staðbundin
hráefni – Hvað er til
og hvenær?



Hvaða sögu segir varan?
Umbúðir og vörupróun



Hvernig kem ég vörunni
minni í verlanir?



Ráðstefna þar
sem framleiðendur og
veitingahús kynna sig



” Ég ætlaði ekki að trúa því þegar ég komst að því að humarinn sem við keyptum frá Höfn á Djúpavog var búinn að fara fyrst til Reykjavíkur og síðan alla leiðina austur aftur.

Þórir Stefánsson, hóteltjóri
Hótel Framtíð á Djúpavogi.

” Allt sem ég er með á kvöldmatseðlinum fæ ég heima í héraði, nema lauk og lambakjöt.

Kári Þorsteinsson, kokkur og eigandi
Café Nielsen á Egilsstöðum

” Við kaupum egg af eggjabændum í sveitarfélaginu og þeir fá matarafgangana okkar í staðinn, handa hænunum.

Rán Freysdóttir – rekstrarstjóri
Við Voginn á Djúpavogi

” Það var frábært á Pólar hátíðinni, þegar boðið var uppá alls konar mat úr Stöðvarfirðinum og hann var framreiddur á rabbarbarablöðum.

Ásta Snædís Guðmundsdóttir
rekstrarstjóri á Brekkunni, Stöðvarfirði

” Það er erfitt að keppa við fjöldaframleidda vöru – við erum að selja rúnnstykkinn okkar á ca. 70 krónur en á meðan er hægt að kaupa fjöldaframleidd erlend rúnnstykki á 11 kr. stykkið í Krónunni.

Árni Már
Sesam Brauðhús á Reyðarfirði

” Það er rosa þægilegt þegar strákarnir í laxeldinu færa okkur bara laxinn á bryggjuna til okkar.

Berglind Ingvarsdóttir
Randulfssjóhús, Eskifirði

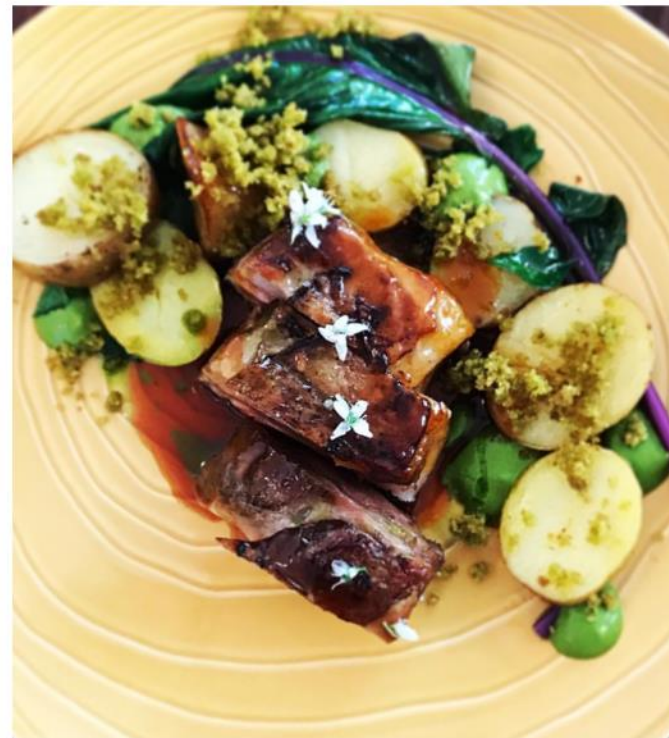


AUSTURLAND

FJÖLBREYTTUR MATUR / FRAMLEIÐSLA



Matarauður
Austurlands





AUSTURLAND

FJÖLBREYTTUR MATUR / FRAMLEIÐSLA



Matarauður
Austurlands





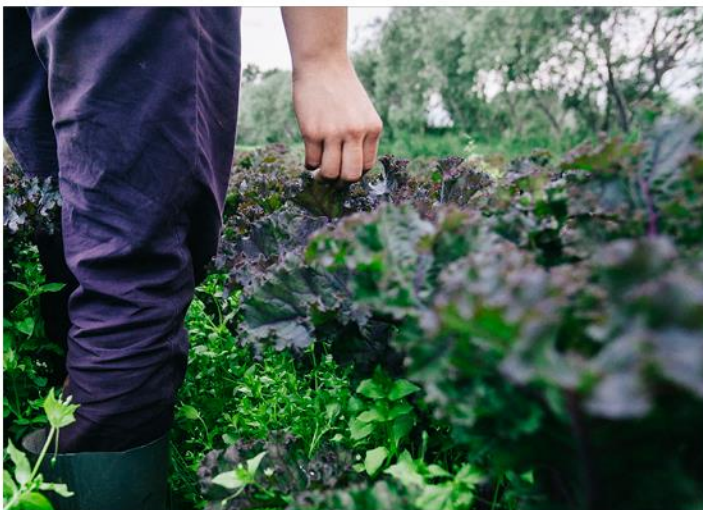
AUSTURLAND

FJÖLBREYTTUR MATUR / FRAMLEIÐSLA



Matarauður
Austurlands





AUSTURLAND



Matarauður
Austurlands



AUSTURBRÚ



Matarauður Suðurlands

Suðurland sem mataráfangastaður



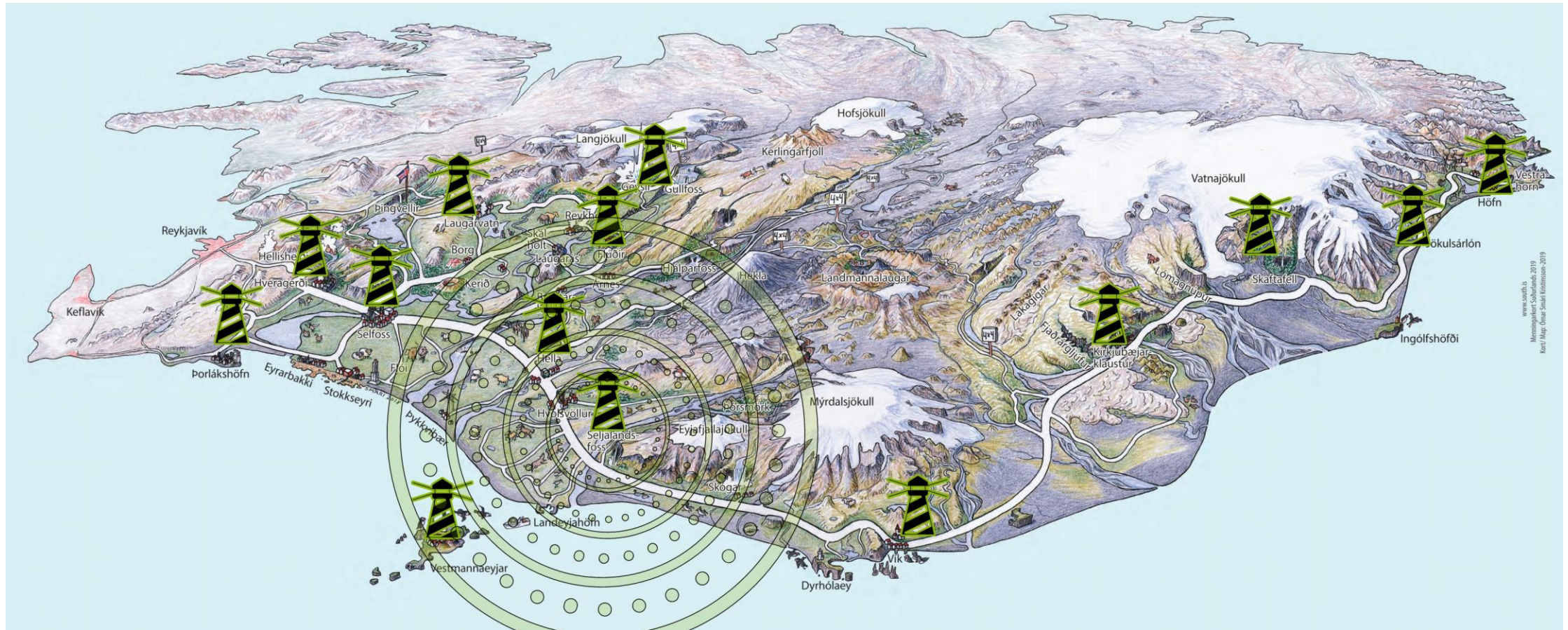
Markaðsstofa
Suðurlands





Matarauður Suðurlands

Áttavitar



© 2019
Markaðsstofa Suðurlands
Kort / Map: Ómar Svein Kristjánsson 2019



Markaðsstofa
Suðurlands



Matarauður Suðurlands





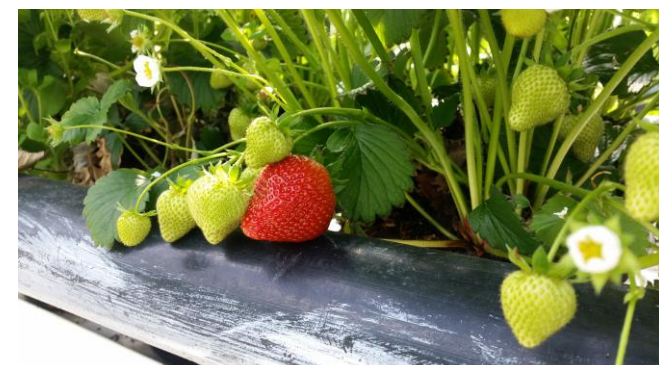
Matarauður Suðurlands





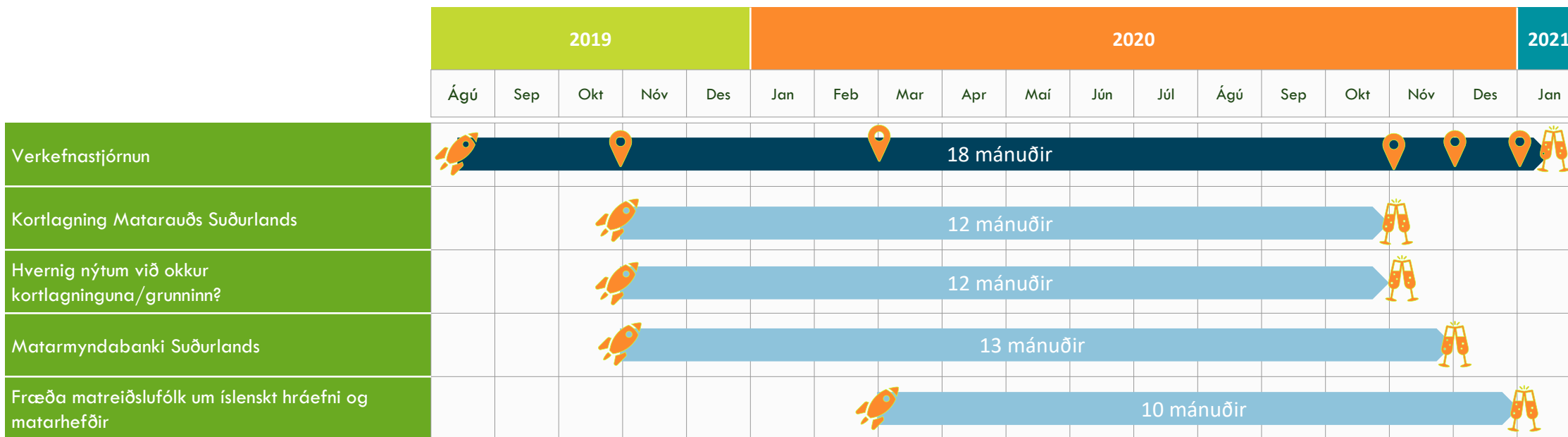
Matarauður Suðurlands

Myndabanki





Matarauður Suðurlands





Matarauður Suðurlands

- Matarauður Suðurlands er verkefni til að skoða og draga betur fram þá auðugu matarkistu sem landshlutinn hefur upp á að bjóða.
- Með vel skilgreindum mat úr héraði eykur á „sense of place“ tilfinningu gesta.
- Með því að segja þeim söguna af hráefninu/matnum þannig að þeir finni að þeir eru að neyta og versla ekta sunnlegt hráefni má auka við upplifunina á svæðinu í gegnum ilm og bragð sem dæmi.





Markaðsstofa
Suðurlands

ORKA | KRAFTUR | HREINLEIKI | south.is



HÍÐ
ÍSLENSKA
ELDHUS

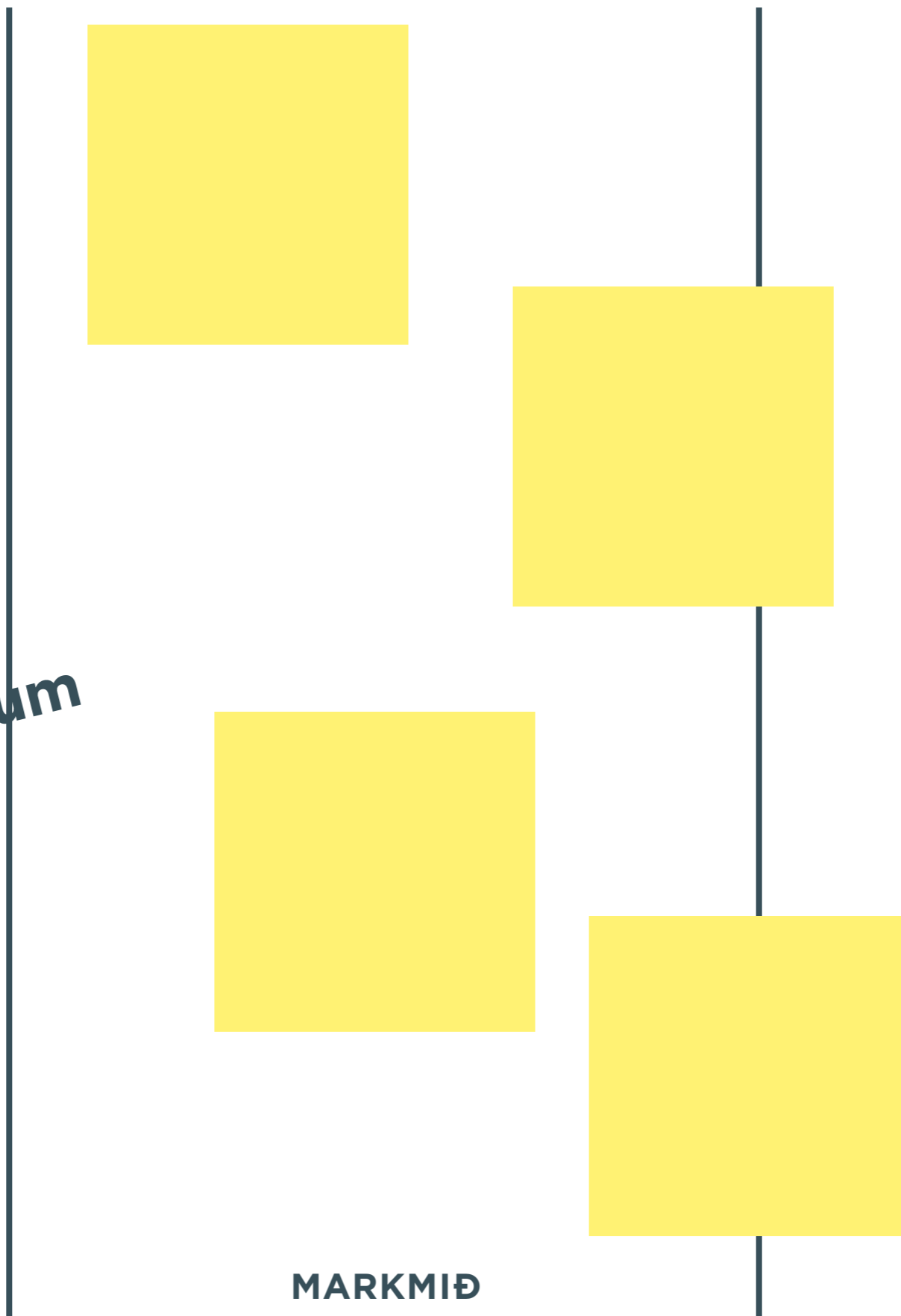
**Verkefni fyrir
vinnustofu**

HUGMYND

← LEIÐIR →

ÁVINNINGUR

*Nokkur dæmi um
vinnublöð sem
verða á vinnustofum*





VERKEFNI

ÁHERSLUR

LEIÐIR

AFRAKSTUR

Finna sérkenni svæðis

Bragð, drykkur, matarhefðir, matarhandverk, matarmenning og alþjóðleg áhrif, Finna heildræna upplifun matar og ferðaþjónustu. Sjálfbær lífsstíll/samfélag. Finna markhóp og skilaboð, tögg og leitarorð. Vísun í breiddargráðu?

Vinnustofur
Rafrænar kannanir
Markaðsaðstoð
Erlendar uppskriftasíður
Alþjóðleg samtök matarferðaþjónustu

Sameiginleg vefsíða/samfélagsmiðill
Sameiginlegt markaðsefni og merkingar
Bæklingar, myndbönd, podcasts
Plaköt t.d. matardagatal
App
Matarsögusafn
Matarstígar/vörður/vitar
Skilti við veginn
Nestisaðstaða
Eftirsóttur veitingastaður(ir)

Fræða

Matarferðamenn og ávinningur, sjálfbær ferðaþjónusta og ábyrg nýting auðlinda, sjálfbærir framleiðsluhættir, matarsóun, heildin og smáatriði, þjónusta, sölu- og markaðsaðgerðir, straumar og stefnur

Online námskeið
Offline námskeið
Handleiðsla & ráðgjöf
Vinnustofur & málþing
Podcasts fyrir þátttakendur
Fréttagátt
Gamification

Uppskriftabanki á íslensku og ensku

Eftirsóttur matartengdur áfangastaður
Aukið aðgengi að staðbundnum mat

Meiri ánægja og þekking heimamanna (félagsleg þölmörk)
Viðurkenningarskjöl til heimamanna
Aukin eyðsla ferðamanna í matvæli í heimabyggð
Fleiri gistinætur í heimabyggð
Fleiri atvinnutækifæri (ferðaþjónusta og hliðarafurðir)
Fjölbreyttari matvælaframleiðsla
Meiri vöru- og þjónustuhönnunarhugsun

Veita innblástur

Vöru & þjónustupróun, stafræn og tækniþróun, vörupörun, tenging við sagnahefð, skapandi hugsun, plastlausar umbúðir, sóknartækifæri

Fagráð
Samkeppnir
Ráðstefnur
Rannsóknir og nýsköpun
Hakkathon
Pop up
Markaðir/hátíðir/viðburðir

- Meiri jákvæð fjölmiðlaumfjöllun innan- og utanlands
City of gastronomy (UNESCO)

- Hluti af alþjóðlegum sjálfbærum og/eða umhverfisvænum samfélögum; international ecotourism society, Green Globe, Unesco Geoparks, EarthCheck...

Styrkja þekkingar- og tengslanet

Efla samvinnu og ávinning heimamanna og hagaðila, tryggja vitund og skilning og marka vörður í stefnu matarferðaþjónustu. Finna fjármagn

Sveitafélög og fjármagn
Ambassadorar
Fagráð - sveitafélag, atvinnuþróunarfélag, veitingageirinn, landbúnaður, sjávarútvegur, fiskeldi, ferðaþjónusta, hótél & gistiheimili, hönnuður, kennarar...

- Tenging við ábyrga ferðaþjónustu og Icelandic Pledge.

- Tenging við ýmis skólastig Nám í Matarferðaþjónustu

SPOTTUM TÆKIFÆRIN Í HÉRAÐI - AÐ BERA KENNSL Á SÉRSTÖÐU OG EFLA SAMVINNU

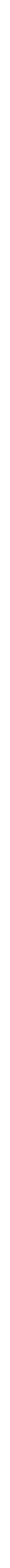
HUGMYND



LEIÐIR



ÁVINNINGUR



MARKMIÐ



VITUNDARVAKNING UM MAT

INNBLÁSTUR, FRÆÐSLA, TENGLAMYNDUN OG MIÐLUN

HUGMYND



LEIÐIR



ÁVINNINGUR



MARKMIÐ



MÍÐLUN

← UPPLIFUN →

MINNING



FRAMKVÆMD



VÆNTINGAR - AÐ BERA KENNSL Á EFTIRSPURN EFTIR MATARUPPLIFUN

ALMENNUR FERÐAMAÐUR

← FRAMBOÐ →

MATARFERÐAMAÐUR

HEIMFÓLK



NÝ MATARUPPLIFUN - HANNIÐ HEILDARUPPLIFUN FYRIR NEÐANGREINDA HÓPA

HEIMAFÓLK

ALMENNIR GESTIR

MATARFERÐAFÓLK





Í LJÓSI ALÞJÓÐAVÆÐINGAR HEFUR STAÐBUNDIN MATARMENNING ÞYNNST ÚT

- nefndu 3-5 atriði um hvernig við eflum tengslin við matarsögu okkar og íslenskt hráefni



LÝSTU ÍSLENSKA HAMBORGARANUM Í DAG, ÁRIÐ 2030 OG ÁRIÐ 2040
- próteingjafinn, sósan og meðlætið

april 2020

HÍÐ
ÍSLENSKA
ELDHUS



FERÐAMENN KVARTA YFIR AÐ VERÐ OG GÆÐI MATAR Á ÍSLANDI HALDIST EKKI Í HENDUR

- nefndu 3-5 atriði sem gætu breytt þeirri upplifun



TÆKIFÆRI Í MATARAFÞREYINGU

- nefndu 3-5 vannýtt tækifæri og nýjar hugmyndir

april 2020

HÍÐ
ÍSLENSKA
ELDHUS



HÍÐ
ÍSLENSKA
ELDHUS

Ítarefni:
Vinnustofa í Aratungu
28. apríl 2019



**Matarauður
Íslands**

„Hið íslenska eldhús“ er verkefni sem þróaðist úr samtali Brynju Laxdal verkefnastjóra Matarauðs Íslands við tvo áhugasama matreiðslumeistara, þá Gísla Matthías Auðunsson og Hinrik Carl Ellertsson.

Kristín María Sigpórsdóttir hönnuður var síðan ráðin til að halda utan um verkefnið og þróa áfram.

HIÐ
ÍSLENSKA
ELDHÚS

Tilgangur verkefnisins er að styrkja eftirspurn eftir svæðisbundnum matvælum, benda á tækifæri til að nýta hráefnin betur og draga fram matarsérkenni landshluta.

Ætlunin er að styrkja sjálfbærar áherslur og tengja við reynslu og hugmyndir heimamanna.

Afraksturinn á að skila heimamönnum
jarðveg til að þróa samvinnu og tækifæri
sem felast í matarauðnum og
sveitafélögum og öðrum hagaðilum
yfirsýn yfir málefni og lausnir sem brenna
á heimamönnum og geta nýst við
forgangsröðun verkefna í heimabyggð

Ákveðið var að prufukeyra verkefnið á
vestanverðu Suðurlandi

Sú reynsla gaf okkur dýrmætt tækifæri til
að betrubæta áherslur og verklag við
Hið íslenska eldhús

Hér á eftir er kynning á þessari frumraun
okkar

Teymið



Hinrik Carl Ellertsson - matreiðslumeistari

Hinrik starfaði áður sem rekstrarstjóri Dill, Ónefnda Pizzastaðarinnis og sem yfirbruggari Kex Brewing. Hann hefur einnig starfað sem yfirkokkur á Rauðará, Spírinni og Radison SAS Caledonien Kristiansand. Hann ferðast mikið út af samstarfsbruggun og tekið þátt í POP-UPS út um allan heim. Nú kennir hann í Hótel- og matvælasjólanum í Menntaskólanum í Kópavogi ásamt því að veita ráðgjöf. Hann situr í stjórn Slow food og hefur unnið

ötullega gegn matarsóun og sinnt fræðslu þar að lútandi. Hann hefur komið víða við í störfum sínum í tengslum við mat, t.d sem blaðamaður bæði fyrir Gestgjafann og vefmiðilinn Veitingageirinn.is



Gísli Matthías Auðunsson - matreiðslumeistari

Hann er meðeigandi og stofnandi veitingastaðanna SKÁL á Hlemmi Mathöll og SLIPPSINS í Vestmannaeyjum. Gísli hefur verið í stjórn Slow Food í 7 ár og komið að ýmsum verkefnum sem tengjast varðveislu íslenskrar matararfleifðar og hefða. Gísli hefur tekið þátt í ýmsum viðburðum og kvöldverðum bæði til að sporna við matarsóun og einnig til að sýna fram á ágæti íslensks hráefnis, matargerðar og mikilvægi

þess að varðveita þekkingu á ólíkum matreiðsluaðferðum bæði héraendis og erlendis.



Kristín María Sigþórsdóttir – hönnuður og verkefnastjóri Hins íslenska eldhúss

Hún hefur komið að fjölbreyttum verkefnum á sviði vöru-, upplifunarviðburðar og sýningarhönnunar.

Hún hefur starfað með menningarstofnunum, unnið að opinberum verkefnum auk þess að hafa unnið með markaðsdeildum ýmissa fyrirtækja. Hún starfar einnig við ráðgjöf og hefur fengist við kennslu. Hún situr ennfremur í samráðshópi Matarauðs Íslands.



Búi Bjarmar Aðalsteinsson - Grallaragerðin ehf

Búi hefur unnið að fjölbreyttum hönnunarverkefnum sem flest snúa að þverfaglegu samstarfi þannig að nýjar og spennandi hugmyndir fái brautargengi. Búi hefur einnig kennt áfanga við Listaháskóla Íslands, þar sem lögð er áhersla á staðbundna framleiðslu og samfélagsmiðaða þjónustu. Búi sá um kortlagningu og myndræna framsetningu fyrir Hið íslenska eldhús.

heimsóknir og viðtöl

Ólíkir framleiðandur og söluaðilar á svæðinu voru heimsóttir og að auki voru tekin viðtöl gegnum síma við 10 einstaklinga til að kynnast matvælaframleiðslu staðarins og helstu áherslumál.

Þannig gafst okkur tækifæri til að forvinna efni til að nota á vinnustofu.



Garðyrkjuskólinn



Ölverk



Skyrgerðin



Gamli bærinn



Efsti dalur



Dísukot



Ártún



Útey



Grænna land



Litla melabúðin



Silfurtún



Sölvabakki



Jarðvarmi:

- ylrækt, þurrkun og eldun

Fjöru- og sjávarnytjar:

- þang og þari



Náttúran og ræktun

- Engi, hagi og mói
- Fífill, kerfill, æt blóm ofl.



Mjólkurvörur

- broddur, ostar og ísgerð ofl.



Kjötmeti

- óæðri/vannýttir bitar eða vöðvar



Grænmetis- og jurtarækt:

- allt milli himins og jarðar

Egg

Skógarnytjar

SPJALLAÐ UM

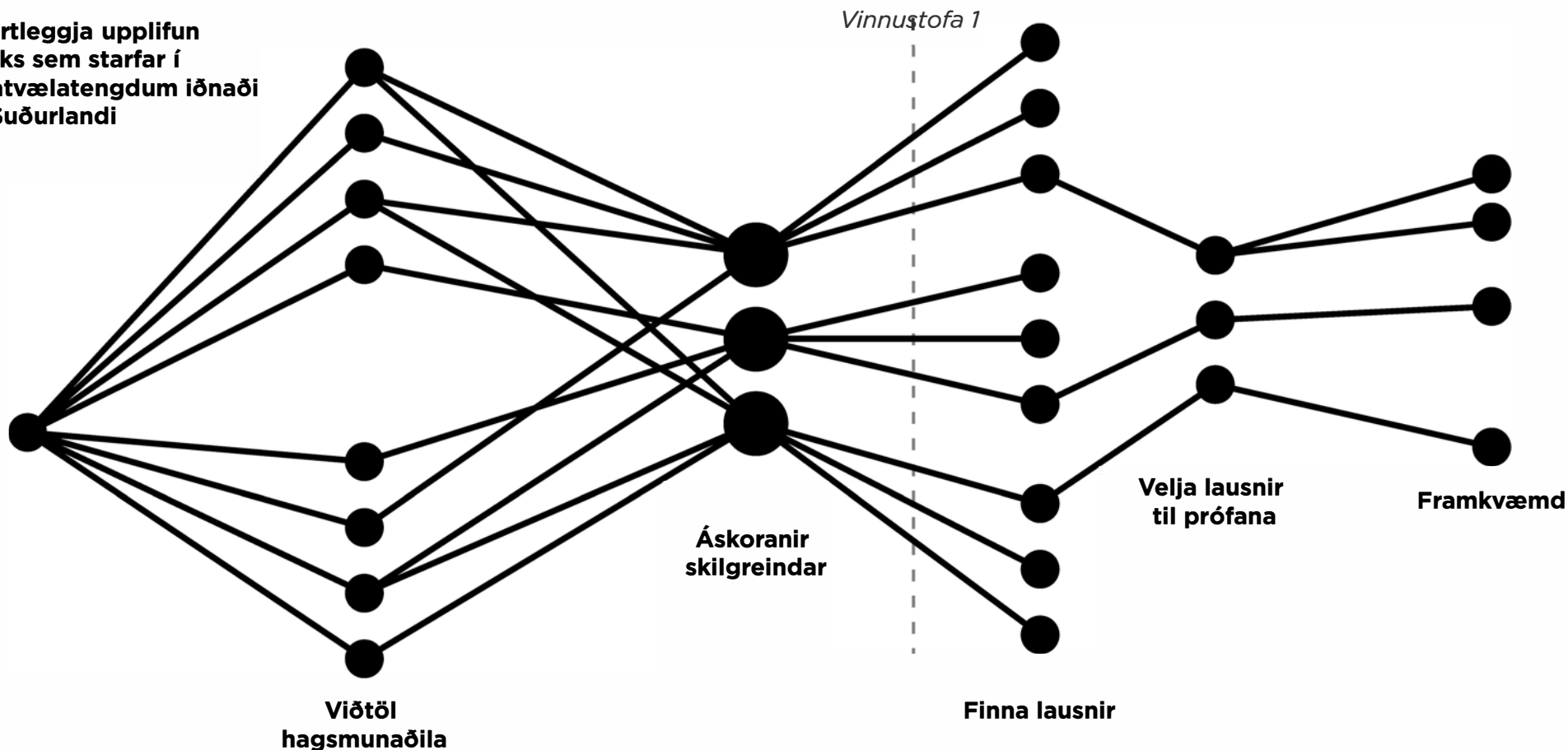
- Séreinkenni svæðisins
- Nærsamfélagsviðskipti
- Árstíðabundna nýtingu
- Vannýttar afurðir og hráefni
- Sögur og hefðir
- Vinsælar aðferðir og nýtingu
- Samvinnuverkefni



kortlagning og aðferðafræði



Kortleggja upplifun
fólks sem starfar í
matvælatengdum iðnaði
á Suðurlandi



1. Kortlaggning

Safna upplýsingum um stöðu mála í matvælaframleiðslu og umhverfi aðila sem starfa á því sviði.

2. Fókus

Reyna að skilgreina helstu áskoranir sem þarf að bregðast við útfrá svörum hagsmunaaðila.

3. Finna lausnir

Hanna og þróa lausnir sem eru raunsæjar og framkvæmanlegar.

4. Prófa

Prófa og aðlaga lausnir.

5. Framkvæmd

Gera áætlanir um innleiðingu lausna sem hafa mest áhrif á þær áskoranir sem eru fyrir hendi.

Í kjölfar heimsókna og samtala var sameiginleg sýn og áskoranir settar fram með myndrænum hætti eins og sjá má á næstu síðu.

Þeir þættir sem tengjast framleiðsluferlinu má sjá í svörtu (ræktun, vinnsla, dreifing, endursala). Áskoranir eru í rauðu auk tilvitnana í bændur og aðra aðila.

Þemagreining áskorana- samantekt

Tímaleysi. Erfitt að finna tíma fyrir ný verkefni og vörupróun þar sem mikill tími fer í bústörf og aðra þætti sem tengjast núverandi vinnslu.

Regluverk. Eftirlit og reglur eru íþyngjandi bæði í tíma og peningum. Allir virðast hafa skilning á því að nauðsynlegt sé að tryggja að vörur séu heilnæmar en telja að verðskrá sé ósanngjörn og eftirlit taki ekki mið af stöðu framleiðanda. Ser í lagi minni aðila.

Bætt nýting affallsafurða. Telja að ríki og sveitafélög ættu að koma til móts við bændur og aðra framleiðendur til að tryggja bættu nýtingu.

Nýliðun og aðlögun. Dýrt og flókið að hefja rekstur og áhyggjur vegna hækkandi aldurssamsetningar í bændastétt

vinnustofan

Vinnustofan var haldin 28. apríl 2019 í Aratungu í Reykholti með áherslu á vestanvert suðurland.

Fjölbreyttum hópi sem m.a. starfar við matarferðapjónustu, matvælaframleiðslu, matreiðslu eða sölu á matvælum var boðið til samtals og þátttöku á vinnustofunni.

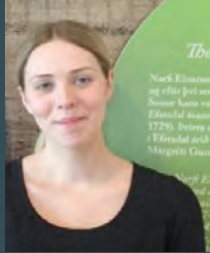


Viðfangsefni á vinnustofu

- matarupplifun
- nýting hráefna & nytjar náttúrunnar
- vörupörun
- sérkenni matvæla á svæðinu
- Tækifæri, áskoranir og úrlausnir þar sem fyrri kortlagning var m.a. höfð að leiðarljósi



reynslusögur og erindi á vinnustofu



EFSTIDALUR
Guðrún Snæbjörnsdóttir



BRAGGINN
Bjarki Þór Sólmundsson



SKYGGNISSTEINN
Dagný Guðmundsdóttir



PIZZAVAGNINN - KORNGRÍS
Petrína Jónsdóttir



SÚRA SÍDERÍ
Sveinn Sveinsson
Nýr íslenskur rabarbarasíder



BRYNJA LAXDAL
Matarauður Íslands



KRISTÍN MARÍA SIGÞÓRSDÓTTIR
Matur, upplifun og hönnun



BÚI BJARMAR AÐALSTEINSSON
Umsjón með kortlagningu



HINRIK CARL ELLERTSSON
Frá framleiðslu til neyslu



GÍSLI MATTHÍAS AUÐUNSSON
Virðið í hverjum stað





afrakstur
vinnustofu

fyrri hluti- einstaklings- og hópavinna

1. Finna tíma fyrir þróun

Vandi:

Mikið álag og tími sem fer í almenn bústörf og heimilishald kemur í veg fyrir að aðilar í matvælaframleiðslu finni rými fyrir vöruþróun og endurbætur. Eins eru sumir hræddir við að taka fjárhagslega áhættu sem fylgir nýjum verkefnum.

Lausnir:

Bætt aðgengi að upplýsingum um þá aðstoð sem gæti hentað í matartengdri nýsköpun. Myndi gilda jafnt um styrki, sérfræðiaðstoð, tilraunaaðstöðu og annað. Aukið og bætt aðgengi að sérfræðingum sem gætu aðstoðað við vöruþróun.

2. Einfaldara og ódýrara regluverk

Vandi:

"Það er bæði tímafrekt og dýrt að verða við kröfum frá MAST". Ekki er tekið mið af stærð framleiðslu eða reynt að koma til móts við minni framleiðendur.

Lausnir:

Einfaldara regluverk sem tekur mið af stærð framleiðslu. Verðskrá taki mið af stærð fyrirtækja.

3. Bæta nýtingu á affalsafurðum

Vandi:

Á flestum stöðum verða til affalsafurðir sem væri hagur af því að nýta sem gæti aukið tekjur og úrval af íslenskum vörum. Margir eiga í erfiðleikum með að finna tíma fyrir slík verkefni auk þess sem þau geta verið kostnaðarsöm.

Lausnir:

Aukinn stuðningur við nýsköpun í landbúnaði. Meiri samvinna um söfnun og vinnslu affallsafurða.

4. Erfitt að byrja og stækka

Vandi:

Það er mjög kostnaðarsamt að byrja búskap eða koma af stað matartengdri framleiðslu. Slíkar aðstæður takmarka nýliðun og framkvæmdir.

Lausnir:

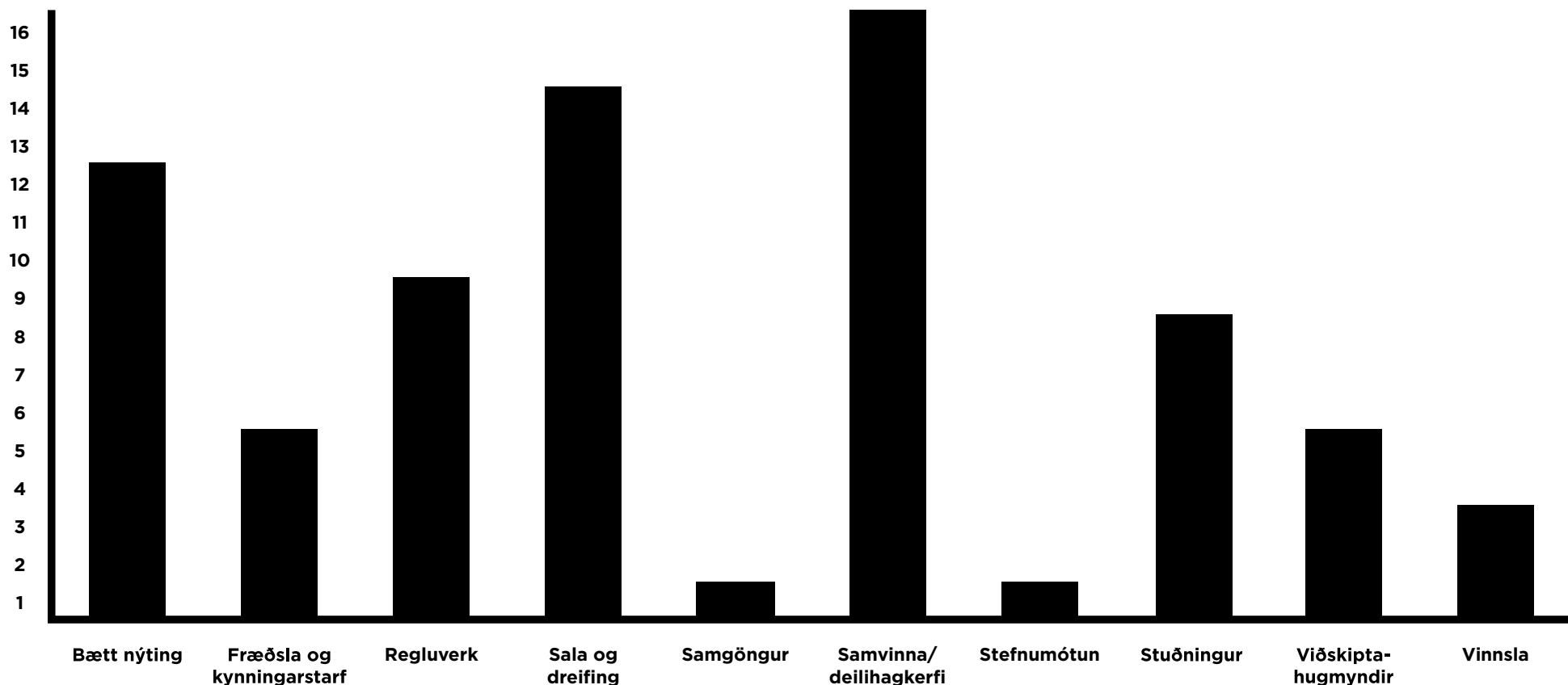
Aukinn stuðningur við nýliða. Aukinn fræðsla og kynning á lífi fyrir utan þéttbýli.

Þemagreining

Til að auðvelda og flýta fyrir var unnið út frá þemagreiningu frá heimsóknnum og viðtölum .

Þessar áherslur til viðbótar öðrum hugmyndum frá vinnustofugestum voru notaðar í áframhaldandi vinnu.

Fjöldi hugmynda



Hugmynda flokkar

Hugmyndavinna

Hver og einn þátttakandi skrifaði niður áskoranir og lausnir sem honum datt í hug til að bregðast við þemagreiningunni og mátti koma með eigin hugmyndir að auki. Þær voru flokkaðar eftir áherslum sem sjá má í súluritinu hér að ofan.

Sjá má að flestar lausnir tengdust samvinnu, sölu og dreifingu, bætri nýtingu og regluverki. Því er eðlilegt að leggja áherslu á þessa flokka í áframhaldandi vinnu

Unnið að lausnum

Fjórar lausnir voru valdar til frekari úrvinnslu í hópum

Hugmyndirnar snéru að bætri nýtingu á lífrænum úrgangi, auknu framboði á íslenskum afurðum, aukinni samvinnu í nærumhverfi og aðstoð við fyrstu skref í rekstri.

Regluverkið var ekki tekið sérstaklega fyrir í hópavinnu þótt að margir hefðu bent á þá áskorun.

Seinni hluti
hópavinnu-
unnið að
lausnum

HÍÐ
ÍSLENSKA
ELDHÚS



Hugmynd nr. 1

Að nýta lífrænan úrgang í sveitinni

Lýsing:

Í stað þess að hver bær sé að farga lífrænum úrgangi með ærnum tilkostnaði ættu sveitarfélög að setja upp aðstöðu til að endurnýta úrgang og framleiða verðmæti sem geta svo komið matvælaframleiðendum til góða í formi orku eða aukaafurða.

Hugmyndir á miðum:

Bioplast. Lokun á sorpstöðum veldur minni nýtingu Kurlari fyrir uppsveitir sem hægt er að keyra á milli. Nýta kurlið með því að sameina trjáúrgang þannig að kurlið verði framleitt á sama stað.

Nýta lífefnaúrgang safna. Samúel Geir skrifaði ritgerð um þetta.

Hvað:

Umhverfisvernd, sjálfbærni - áburður, verðmætasköpun, Give a shit, skógarkurl - kögglar (pallets), sniglarækt, aðrar hliðarafurðir

Hví:

Nýsköpun og verðmæti. loftslagsáhrif
Nýta hitann úr rotnun

Hverjir:

Framleiðendur og samfélagið

Hvar:

Reykholt

Helsti ókostur gæti verið lyktarmengun.

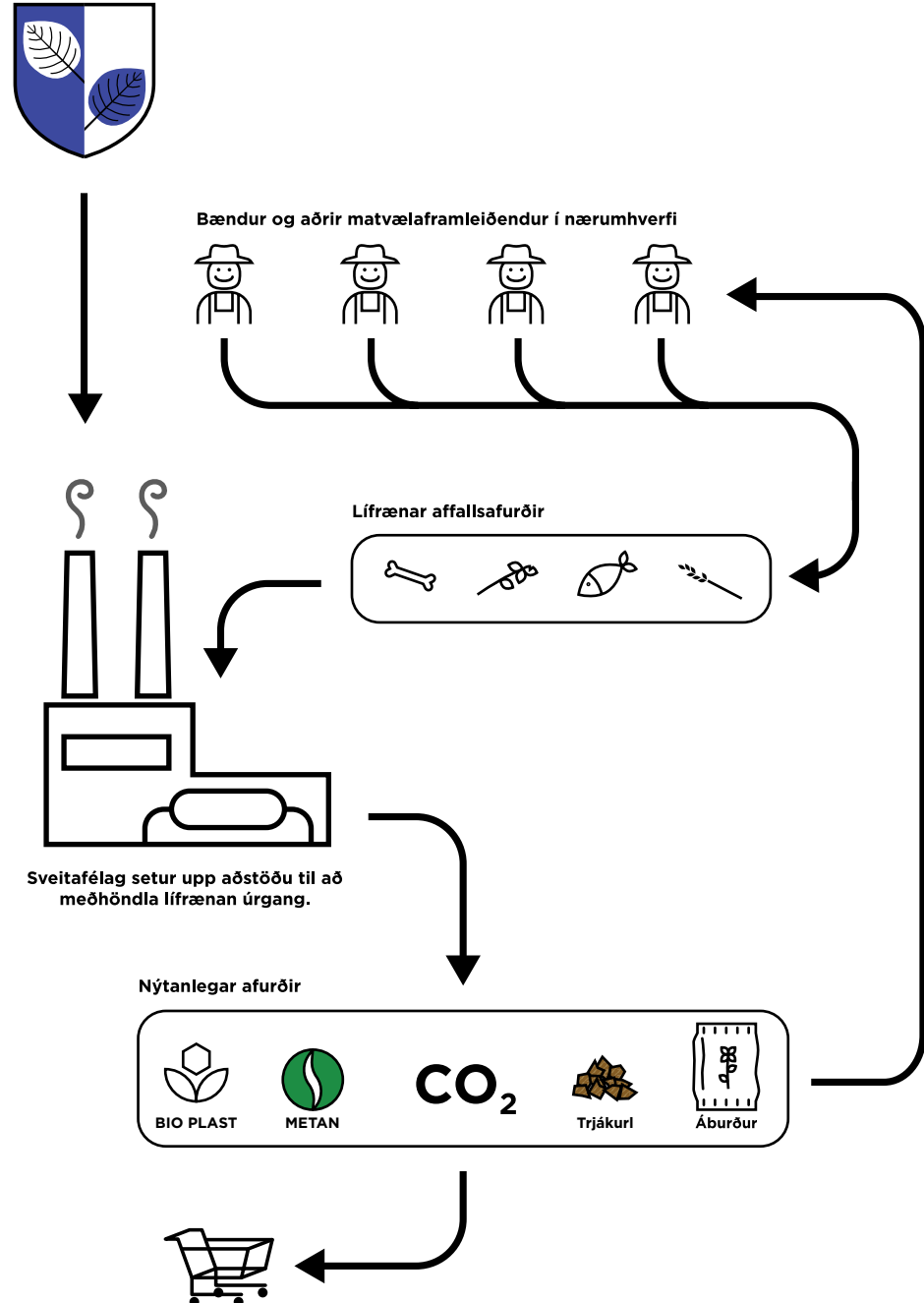
Hvernig:

Sveitastjórn gangi í málið - ráði verkefnastjóra sem sýnir/metur

fjárhagslega hagkvæmni og skoðar regluverk (hægt að nýta erlendar fyrirmyndar til viðmiðunar)

Finna viðeigandi stað og söfnunarsvæði, finna vinnslusvæði og skilgreina magnið.

Nýta lífrænan úrgang í sveitinni



Hugmynd nr. 2.

Aukið framboð á íslenskri garðyrkju

Lýsing:

Stjórnvöld gera í samvinnu við framleiðendur og samtök þeirra. Áætlun um hvernig auka má framleiðslu á vöru sem hingað til hefur verið innflutt. T.d. pottaplöntur, grænmeti og afskorin blóm (og framfylgja áætlun með fjármagni).

Punktur:

Markaður. Tryggja að varan komist á markað. Athuga Samband garðyrkjubænda. Nýr rýnihópur á vegum stjórnvalda. Aukið framboð/úrval. Áhersla á gæði íslenskra matvara.

Hvað:

Fulltrúar garðyrkjubænda - rýnihópur (verkefnastjóri)
-> innleiða samvinnu við stjórnvöld út frá rýnihóp.

Hví:

Stækka markað, minnka kolefnisspor. Sjálfbærni (spara gjaldeyri) auka virði, atvinnusköpun, lýðheilsumál, matvælaöryggi.

Hverjir:

Garðyrkjubændur, innviðauppbýgging, sveitafélög, stjórnvöld/ráðuneytin, MAST, Rarik, orkufyrirtæki.

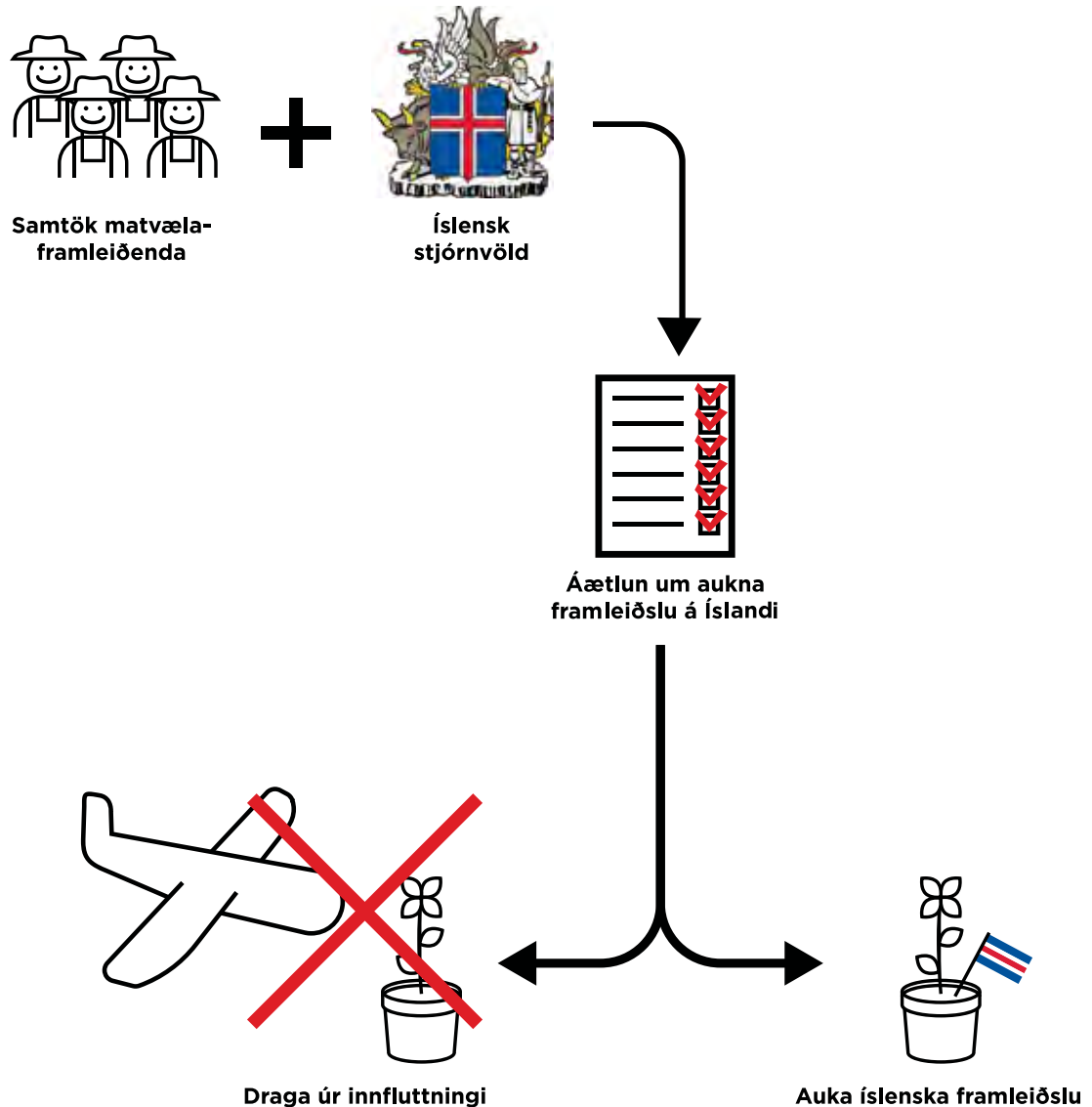
Hvar:

Hér í hjarta garðyrkjunnar

Hvernig:

Frumkvæði bænda í samvinnu við aðra, nota Samband garðyrkjubænda.

Aukið framboð á íslenskri vöru



Hugmynd nr. 3

Stuðningsfélag: Samvinnufélagið Nýja

Lýsing:

Samvinna um verkþekkingu
Samvinna um óskir um vörur
Staður til að bjóða varning, skiptast á verkfærum, efni. Almenn vöruskipti.
Nýta hæfileika í nærsamfélagi með skilvirkum hætti.

Punktur:

Safna saman fólki sem skilgreinir viðfangsefnið. Gagnagrunnur þar sem er aðgengi að upplýsingum um ýmislegt sem tengist starfi í matariðnaði
Bein samskipti (efla tengslanet í nærsveit)
Búa til Facebook grúppu

Hvað:

Samvinna, stuðningsnet og upplýsingaflæði. Sem felst í vinnuskiptum og stuðningi innan nærsamfélags.

Hví:

Allir eru góðir í einhverju og enginn er góður í öllu.
Hverjir Allir sem hafa áhuga og vilja taka þátt.

Hvar:

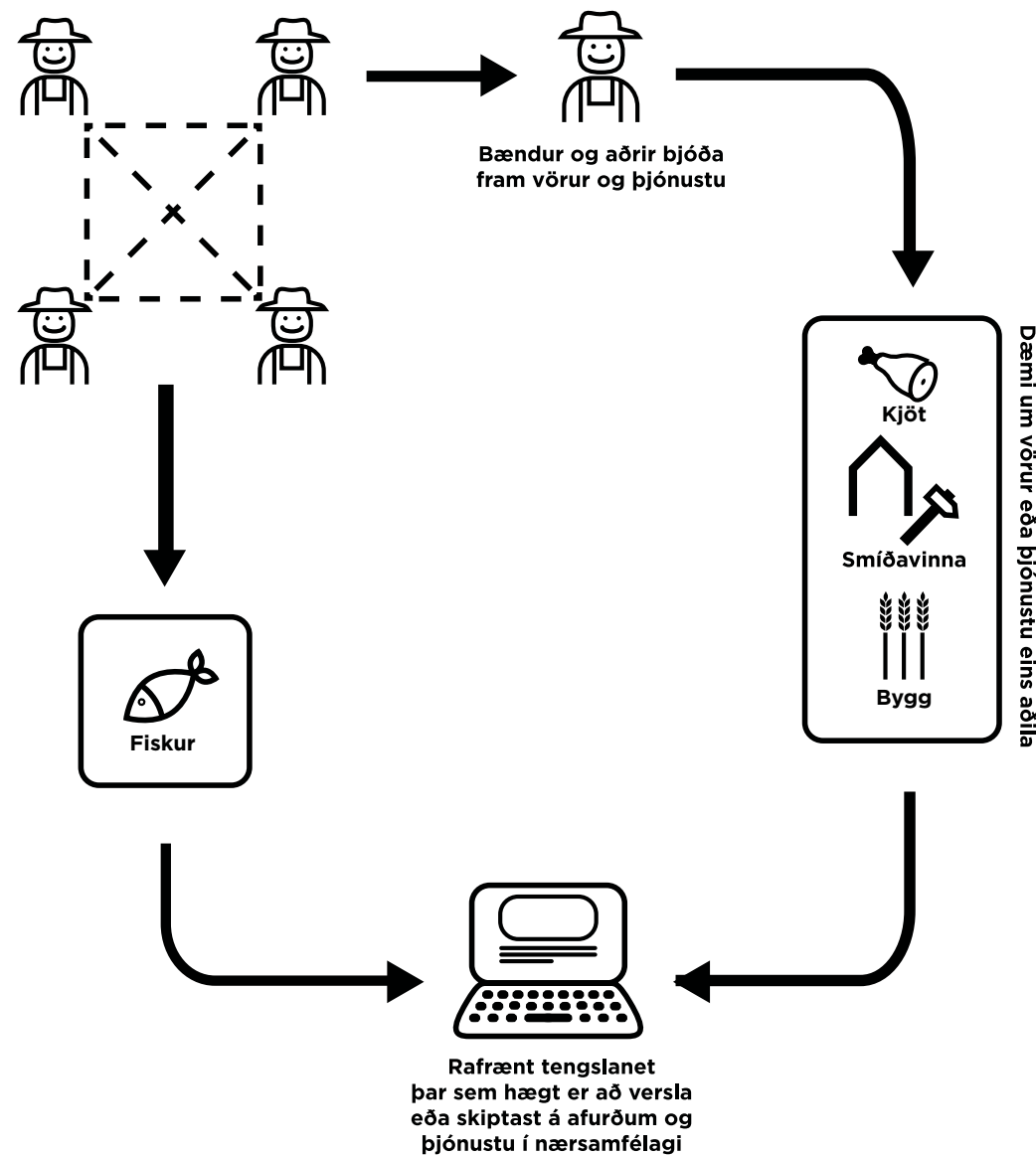
Samskiptanet væri á netinu og því óstaðbundinn. Síðan væri hægt að hafa svæðisbundin net.

Hvernig:

Útbúa kynningu. Finna umsjónaraðila til að halda utan um verkefnið. Hver og einn þarf að skilgreina sjálfan sig.

Samvinnufélagið Nýja

Samfélagslegt net sem byggir á vinnuskiptum og stuðningi innan nærsamfélags



Hugmynd nr. 4 Fyrstu skrefin

Lýsing:

Einstaklingar fá handleiðslu þegar byrjað er með rekstur, aðstoð við leyfi, regluverk og umbúðir.

Punktur:

Miða kostnað við regluverk eftir stærð fyrirtækja Hugar-far: Gæði frekar en verð

Ókeypis markaðsetning á íslenskum vörum. Fjármagn til vöruþróunar

Ráðgjöf til að aðstoða við opnun og fyrstu skrefin.

Hvað:

Einstaklingar fá handleiðslu þegar byrjað er með rekstur, aðstoð við leyfi, regluverk og umbúðir án endurgjalds. Eins með markaðsetningu vörunnar.

Hví:

Til að efla nýsköpun og hjálpa fólki af stað.

Auka vöruúrval af íslenskrri vöru.

Það er varla hægt að byrja vegna mikils kostnaðar.

Hverjir:

Neytendur njóta góðs af henni, aukið vöruúrval. Framleiðendur og ráðgjafar.

Hjálpar framsæknum atvinnurekendum.

Hvar:

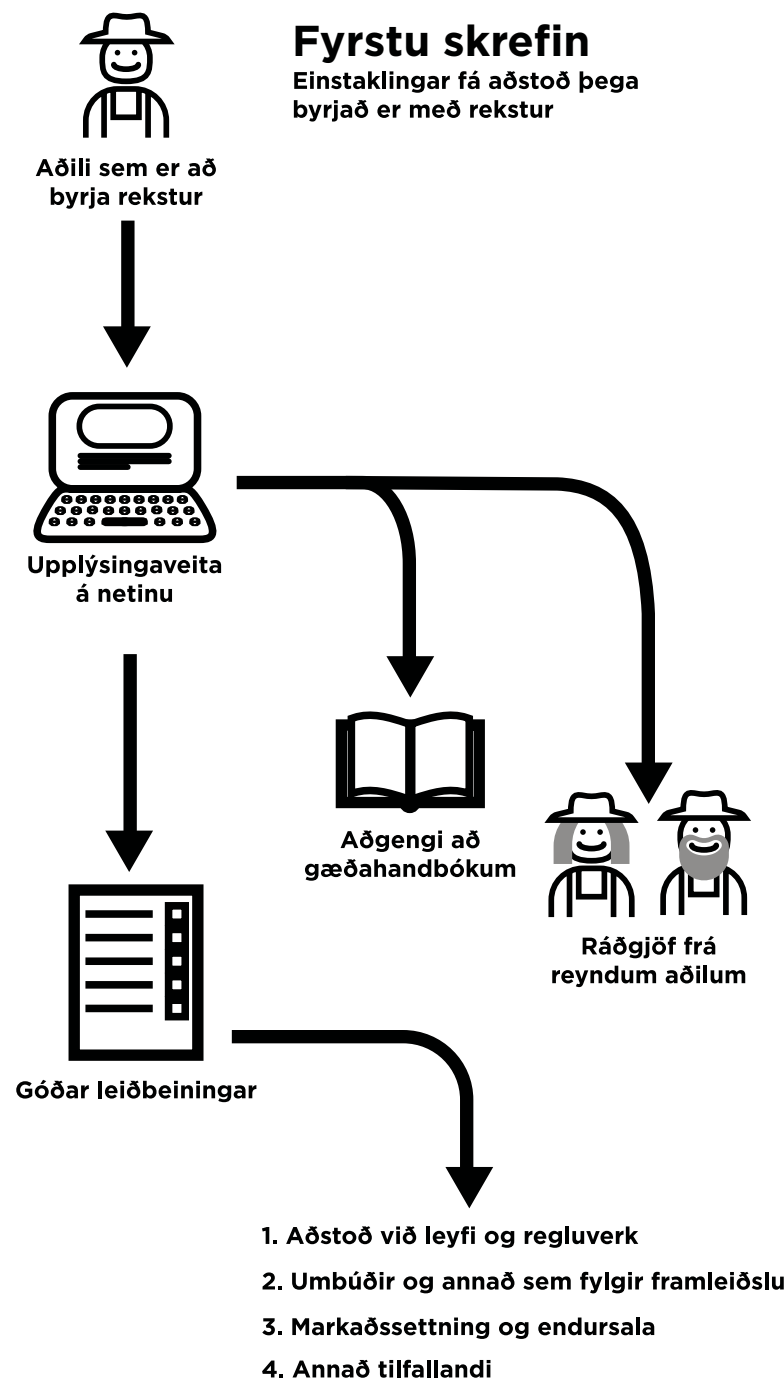
Um allt land.

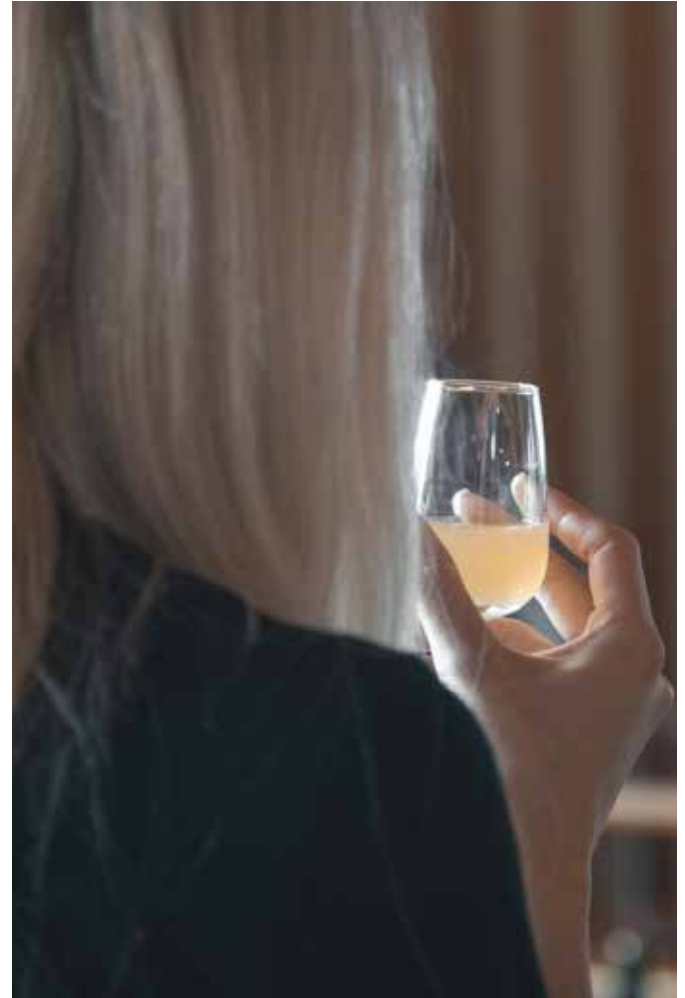
Hvernig:

Gæðahandbækur og góðar leiðbeiningar ókeypis á netinu.

Ráðgjöf á netinu til að byrja með. Upplýsingar séu mjög

aðgengilegar og dragi ekki úr áhuga framleiðenda á að byrja.





Við fengum ómetanlega endurgjöf frá þátttakendum sem við erum að nýta við þróun þessa verkefnis þannig að við getum orðið betur að liði. Við erum líka þakklát fyrir jákvæð viðbrögð þátttakenda sem styður okkur í áframhaldandi vegferð matarauðsins okkar og fólksins sem tengist honum.

Takk fyrir okkur

www.mataraudur.is

HÍÐ
ÍSLENSKA
ELDHÚS