

MATVERK

*Vägen till ett  
större regionalt  
skafferi*

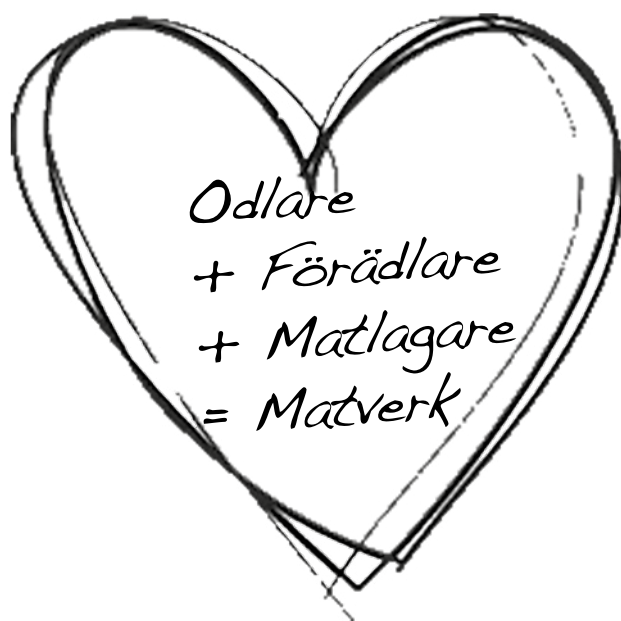


# Checklista för genomförande av Matverk

Under förra året deltog 6 tävlingsorganisationer, så kallade piloter, i ett projekt med syfte att lista framgångsfaktorer med mål att Matverk ska bli en regional utvecklingskraft att räkna med. Det långsiktiga målet med projektet är att Matverk ska utvecklas till en inkubatorsverksamhet för produkt- och företagsutveckling och bli en motor för regional mat där flera regionala aktörer samverkar.

Ur projektet föddes också goda råd och idéer, en checklista för genomförande av Matverk som vi hoppas kan vara ett stöd för dig som organiserar Matverk i din region.

Piloterna, de tävlingsorganisationer som deltagit är Smaka på Skåne, Smaka på Västmanland, Lokalproducerat i Väst, Sörmlands Matkluster, Gastronomiska Samtal Halland samt förening Östgötamat. Tack för all input.



*Tävlingen Matverk bygger på insikten att samarbete över yrkesgränser främjar innovation och utveckling. Innovation behövs för att skapa hållbar tillväxt, såväl regionalt som globalt. Och förstås för att vi konsumenter ska få tillgång till ett smakrikt regionalt skafferi.*

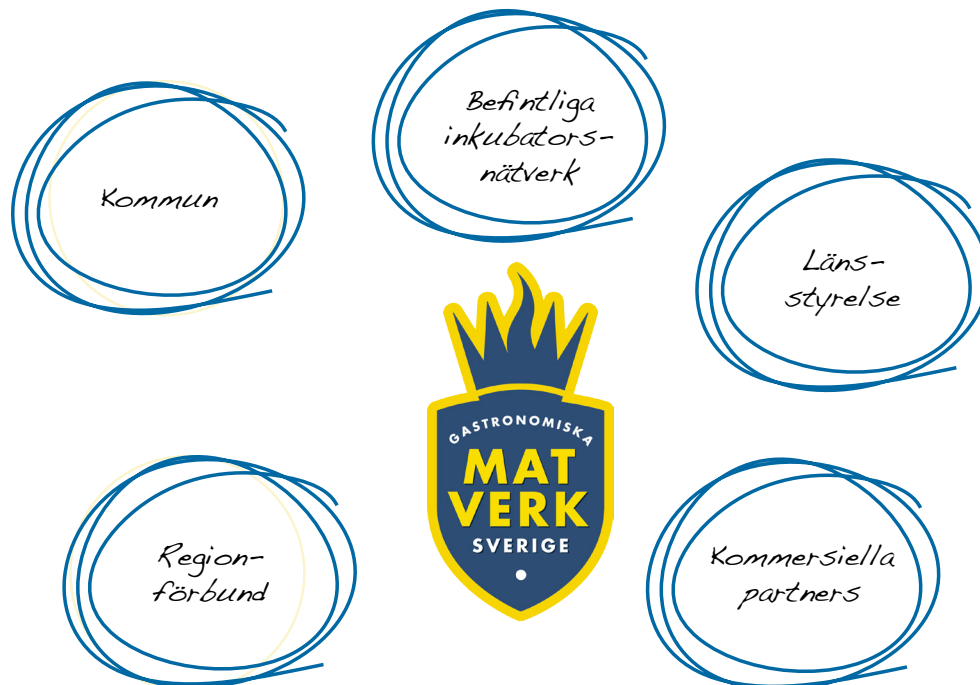
# 1. Hur genomför du Matverk – tävlingsorganisation och tävlingsledning

- **Tävlingen måste ha en hemvist i en regional organisation**

För att Tävligen Matverk ska kunna utvecklas till en regional utvecklingskraft, krävs en permanent hemvist i en befintlig regional organisation, till exempel att de arrangeras av de regionala matnätverken som redan finns etablerade runt om i landet. I matnätverken finns kontakter till presumtiva tävlingsdeltagare, dvs producenter, förädlare, kokkar/matlagare, marknadförare m.fl.

- **Trygg finansiering**

Långsiktig finansiering av tävlingsorganisation, dvs tävlingsledare och kringkostnader som inbjudningar, workshops, finalarrangemang etc måste vara säkrad. Sök finansiering i din region, från offentligt håll (kommun, regionförbund, länsstyrelse) och/eller från regionala kommersiella partners, som alla är aktörer som gynnas av en stark, regional matsektor.



- **Engagerad tävlingsledare**

Ansvarig tävlingsledare bör ha ett brinnande intresse för mat, innovation, företagande och ett stort kontaktnät. Världens roligaste jobb för rätt person.

## 2. Varför genomförs Matverk – strategi och mål

### • Sätt upp tydliga mål

Fastställ en strategi och mål för tävlingen och förankra den internt, hos offentlig ledning i regionen, hos tävlingsdeltagarna samt hos finansiella partners.

Vad vill regionen uppnå med Matverk?

Hur kan Matverk bidra till nyföretagande inom livsmedelssektorn?

Vad är ett gott resultat?

Hur ska vi nå dit?

SMAKA PÅ SKÅNE UTTRYCKER DET SÅ HÄR:

*” Vi vill gynna kockar, förädlare samt producenter att skapa marknadsmogna produkter, få ökad kunskap om kultur och traditioner, visa på Skånes mångfald, ge dem förutsättningar att få ut sina produkter. Stärka och gynna samarbeten. Skapa förutsättningar för företag att utmärka sig i regionen. Skapa fler företag som satsar på mat och dryck i Skåne. ”*

SÖRMLANDS MATKLUSTER HAR SOM ÖVERGRIPANDE MÅL:

*” Fler spännande produkter på marknaden från sörmländska förädlare, fler nya företag inom de gröna näringarna, fler medlemmar i matklustret, bättre samverkan och större samordningsvinster i länet. ”*

OGH ”BRALÄGE-MÅL”:

Det är bra när

- minst 30 tävlingsbidrag årligen deltar
- minst 10 av dessa kommer ut på marknaden
- minst 5 tävlande team per år ingår i kompetensutvecklingsprogram gällande innovation, affärsutveckling, sälj, design, förpackning, hållbarhet och marknadsföring.
- när regiontävlingen förstärker ett eller flera lokala event
- när sörmländska företag finner det attraktivt att delta i mat/dryckestävlingar som anordnas i Sverige och internationellt
- när vinnarna känner sig som hjältar.

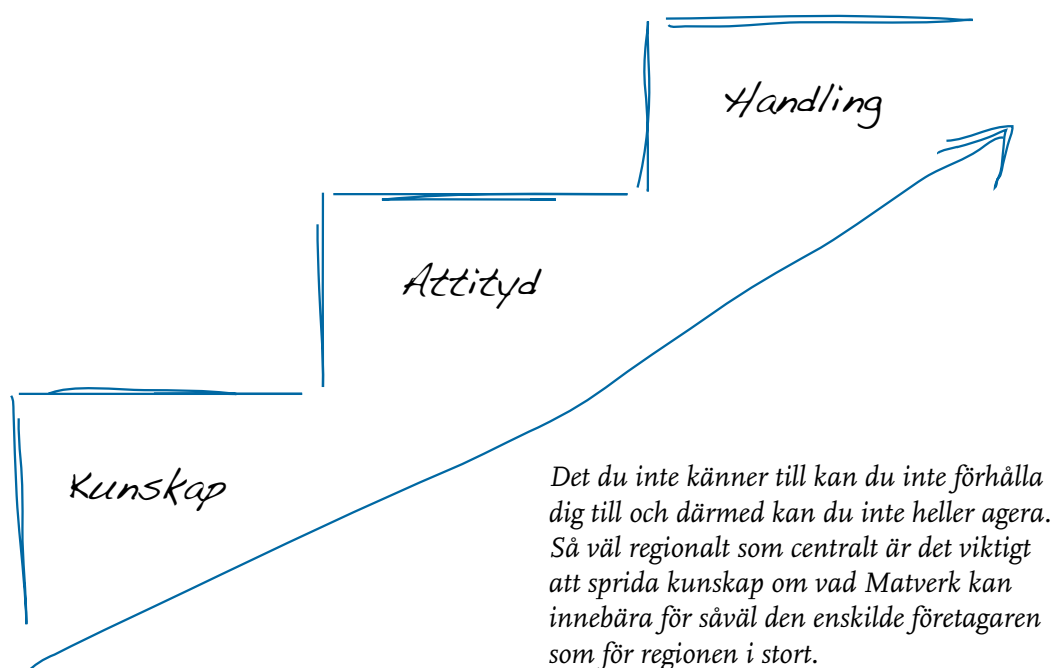
SMAKA PÅ VÄSTMANLAND HAR STADFÄST:

*” Vi vill med Matverk få fler produkter med tydlig identitet på marknaden. Gårds- och regionsspecifika produkter som med stolthet beskriver regionens gastronomiska identitet. ”*

### 3. Hur motiveras och rekryteras deltagare

- **Om du inte syns, finns du inte**

Som tävlingsledning är det viktigt att sprida kunskap om Matverk i regionen även utanför matnätverken. Punkta nyckelmålgrupper och jobba för ökad kännedom. Målgrupper kan t.ex vara offentliga beslutsfattare, företagare på orten, journalister, bloggare och andra viktiga opinionsbildare i regionen.



- **Fysiska och digitala utskick**

Gastronomiska Samtal centralt förser tävlingsorganisationerna med färdiga inbjudningar och information om genomförande och regler. Se det som ett basmaterial och sätt er regionala prägel på inbjudningar och annat material.

- **Sociala medier**

Annonsera Matverk på webbsidor, Facebook, Instagram, Twitter etc. Hashtagga med #matverk plus årtal och #matverk plus landskap. Exempel #matverk2016 #matverkhalland.

- **Seminarier och workshops**

En bra start för Matverkstävlingen är att bjuda in mataktörerna till seminarium eller kreativa workshops kring innovation, produktutveckling, varumärke eller kommunikation. Bjud även in förra årets regionvinnare eller riksvinnare och låt dem berätta om resan från idé till färdig produkt. Ett bra tillfälle att också bjuda in potentiella finansiella partners.

## • Matchmaking

Som tävlingsledare kan du också para ihop producenter/förädlare/kockar utifrån den kunskap ni har om regionens företag.

## • Kommunicera affärsnyttan

Kommunicera tydligt Matverks syfte och mervärden till de potentiella deltagarna. Det är attraktivt och roligt att delta – och förutom samarbetet och nya idéer ger det affärsmässiga värden om deltagandet förvaltas rätt.

**VÄSTGÖTE, TÄVLA I MATVERK 2016**

**VÄLKOMMEN MED DIN ANMÄLAN TILL:**  
Sven-Erik Larsson, svenerek@lpiv.se, 072-231 46 88  
Cecilia Faktus, cecilia@lpiv.se, 073-379 41 34  
Sista anmälningsdag: 14 augusti

**DELFINAL OCH PRISUTDELNING**  
Plats: Skövde, Matfestivalen  
Dag: 29 augusti

**Det finstilla**

**BILDA LAG**  
Laga medlemmar är ansvariga för att en matlagning och/eller en produkt är framtagen av medlemmar och/eller av medlemmar i lag. En lag kan bestå av flera personer. En lag kan också bestå av flera personer som inte är medlemmar i lag. En lag kan också bestå av flera personer som inte är medlemmar i lag.

**ANMÄLAN**  
Anmälan ska göras senast 14 dagar före tävlingen. Anmälan ska göras till den ansvariga för tävlingen. Anmälan ska göras till den ansvariga för tävlingen. Anmälan ska göras till den ansvariga för tävlingen.

**SKAPA**  
Matlagningen ska vara original och inte vara en kopia av någon annan matlagning. Matlagningen ska vara original och inte vara en kopia av någon annan matlagning. Matlagningen ska vara original och inte vara en kopia av någon annan matlagning.

Gastronomiska Samtal centralt förser alla tävlingsorganisationer med inbjudningar, men det är tävlingsorganisationerna som sprider och kommunicerar i sin egen region.

## 4. Hur stötta deltagarna under tävlingstiden

- **Coachning/rådgivning till alla lag**

Under produktutvecklingsprocessen ska tävlingsledningen stötta och peppa deltagarna. Det kan till exempel gälla rådgivning kring frågor om livsmedelsteknik, sensorik, produktionssätt, förpackningar, marknadssegmentering etc.

- **Workshops**

Rådgivningen kan också utföras genom att tävlingsledningen arrangerar workshops med inriktning på olika steg i produktutvecklingsarbetet.

LOKALPRODUCERAT I VÄST ARBETAR SÅ HÄR:

*” Vi använder vårt faddersystem och ger lagen den stöttning de efterfrågar och behöver för att komma vidare med produkten utifrån en nulägesanalys. Vi är säkra på att det finns ett samband mellan faddersystemet och de goda placeringarna riksfinalen för våra lag och produkter.”*

## 5. Hur organiseras juryn och jurybedömningen

- **Opartisk och kompetent jury**

Riktlinjer för juryns sammansättning är utarbetat av Gastronomiska Samtal centralt och ska följas av alla regioner. Juryn ska bestå av 7-8 personer utvalda efter kompetens inom smak, teknik, marknad och regional kultur.

- **Bedömning**

Riktlinjer för bedömning finns också utarbetat av Gastronomiska Samtal och bör följas för att produkterna ska bedömas likartat i de olika regionerna. Anonym bedömning är att föredra, dvs att juryn inte vet vilka som står bakom produkten under juryarbetet. Vid bedömningar à la Draknästet, dvs där lagmedlemmarna får presentera sin produkt finns alltid risk för jäv, att presentationen överglänser produktens kvalitet eller att en dålig presentation överskuggar en produkt med hög smak och stor marknadspotential.

Dock är det den regionala tävlingsorganisationen som beslutar vilken bedömningsmetod som ska gälla.

- **Nyttiga priser**

Priserna till första-, andra- och tredjepristagarna i regionfinalen bör vara kopplade till affärsnytta för vinnande produkter, t.ex konsultcheckar för rådgivning inom det område där produkten har ytterligare utvecklingspotential. Det kan gälla allt från produktionsteknik, förpackningsdesign till säljstrategi.

- **Muntlig och skriftlig feedback till lagen**

Lika viktigt som prispengar är att alla tävlingsdeltagarna får muntlig och skriftlig feedback från juryns bedömningar. Och uppmärksamma även de produkter som kanske inte hamnade på prispallen men där tävlingsledning och jury ser utvecklings- och marknadspotential.



*Alla första-, andra och tredjepristagare får ett diplom. Diplomen produceras centralt av Gastronomiska Samtal.*



## 6. Hur kan regionfinalen utformas

- **Samarbeta med andra matevenemang**

Final och prisutdelning ska arrangeras så publikt som möjligt. Bra sammanhang är i samband med andra matevenemang i regionen, som matfestivaler och marknadsdagar.

- **Anlita en professionell eller känd prisutdelare**

Ge tävlingsdeltagarna den uppmärksamhet de förtjänar genom en proffsig och genomtänkt prisutdelning. En krydda kan vara att ha en känd person som prisutdelare.

- **Bjud in partners, beslutsfattare och media**

Skicka inbjudningar till finansiella partners, viktiga beslutsfattare och opinionsbildare inom politik och näringsliv och förstås till lokala media; tidningar, radio och TV.



Stjärnkocken Paul Svensson var med och utsåg vinnarna i Matverk Västergötland 2015.

 Om Smaka på Skåne   Skånes Matfestival   Skånsk Street Food   Nya Skånska Köket   Närproducerat & Noga Utvalt   Kulinarisk Turism   För dig som jobbar med mat

Export   Skånska drycker   Matverk

### Matverk – vem vinner i år?

Matverk är en produktutvecklingstävling som skapar moderna livsmedelsprodukter med lokala råvaror. Den regionala deltävlingen i Skåne arrangeras av Smaka på Skåne.

Förutsättningarna är att de nydanande tävlingsbidragen ska ha rötter i lokala traditioner och råvaror samt att lagen ska bestå av två eller tre råvaruproducenter, matlagare och/eller förädlare.

Tävlingen sker landskapsvis och tre riksinnare koras på Gastronomiska Samtals årliga forum.

Andreas Larsson är tävlingsansvarig och samordnare i Skåne. Har du frågor är du välkommen att kontakta honom på [andreas.larsson@livsmedelsakademien.se](mailto:andreas.larsson@livsmedelsakademien.se).

Du kan läsa mer om hur tävlingen går till längre ner. Så här anmäler du dig:

- 1. Bilda lag**  
Ett lag omfattar minst en råvaruproducent samt en matlagare och/eller en förädlare. Laget använder råvaruproducentens råvara för att tillsammans skapa en vinnande produkt.
- 2. Anmäl**  
Nu gäller det att satsa på att bli en vinnare i landskapet och få chansen att delta i riksfinalen tillsammans med andra landskap. Bli Sveriges nya "Kronjuvel" 2015. Lokalt och globalt. Skånska lag anmäler sig genom att kontakta Andreas Larsson senast **31/8 2014**, [andreas.larsson@livsmedelsakademien.se](mailto:andreas.larsson@livsmedelsakademien.se), 0735-25 82 81. Anmälningsavgiften kostar 500 kronor per produkt och faktureras ut i efterhand.
- 3. Skapa**  
Nu är det bara att sätta igång. En bra råvara, kunniga personer och ett tydligt mål skapar en produkt som slår alla med häpnad. Så enastående att den vinner och blir stjärna tillsammans med sina skapare.

**Så funkade Matverk**



**Vill du delta i Matverk 2015?**  
Läs tävlingsreglerna »

**Vässa din produkt inför tävlingen**  
Den 26 augusti arrangerar vi en workshop inför Matverk 2015 på temat "Vässa din produkt". Deltagarna får tips och direkt feedback när det gäller produkt, design, förpackning och presentation. Läs mer »

**Matverk 2014**



Pressmeddelande från Smaka på Skåne.

## 7. Hur stötta deltagarna efter finalen

### • Vässa regionvinnaren till riksfinalen

Tävlingsledningen ansvarar för att informera regionvinnaren om hur riksfinalen går till och vad som krävs inför jurybedömningen. Nu finns också chans till ytterligare förbättringar av produkten, t.ex förpackning och skriftlig presentation. Här är tävlingsledaren ett viktigt stöd.

### • Produkter utanför prispallen

Det är viktigt att alla produkter följs upp av tävlingsledningen. Det kan finnas guldkorn utan för prispallen med stor marknadspotential som med lite stöd kan sättas i produktion och nå framgång. Idéer kring hur stödarbete kan organiseras:

- Anordna speeddating-träff för deltagarna och bjud in handlare, grossister, restauratörer
- Filmade produktpresentationer och som kan spridas via Gastronomiska Samtal och dess partners.
- Uppföljningsträff – samla alla deltagare och utbyt erfarenheter och idéer kring vidare utveckling.
- Individuell rådgivning/coachning



# MEDVERKANDE PILOTER

Checklistan för bästa genomförande av Matverk är sammanställd genom rapporter och intervjuer med 6 regionala tävlingsledningarna som ingick som piloter i projekt Matverks-inkubator:

## SKÅNE

I Skåne har Matverk organiserats och arrangerats av Smaka på Skåne/Livsmedelsakademien, med Andreas Larsson som ansvarig.  
*2015 fick Skånes tävlingsbidrag "Bovetenuddlar" tredje pris i riksfinalen.*

## VÄSTMANLAND

I Västmanland har Matverk hemvist i föreningen Smaka på Västmanland med Lena Ryberg-Ericsson som ansvarig tävlingsledare.

## VÄSTERGÖTLAND, BOHUSLÄN, DALSLAND

Lokalproducerat i Väst arrangerar Matverk för tre landskap. Ansvarig tävlingsledare är Sven-Erik Larsson. Region Västra Götalands tävlingsbidrag har haft stora framgångar i riksfinalen.

*2013 vann Bohuslänska vitvinsmusslor och tredje pris gick till Dalsland och produkten Getsalsicia. 2014 vann Dalsland med Gettergod Gelato Cajeta. 2015 knep Bohuslän andra platsen med produkten "Vitvinsås".*

## SÖDERMANLAND

I Södermanland är det nätverket och föreningen Sörmlands Matkluster som arrangerar. Ansvarig tävlingsledare är Jonas Hammar. Även Sörmland har haft framgångar i riksfinalen.

*2013 fick Bryggarebröd andra pris. 2014 fick Aroniasnaps marknadsjuryns hederspris och 2015 fick Rödlökskonfityr hedersdiplom för presentation och nytänkande marknadskommunikation.*

## HALLAND

I Halland är det föreningen Gastronomiska Samtal Halland som ansvarar för tävlingen. Tävlingsledare är Eva Hessel.

## ÖSTERGÖTLAND

Föreningen Östgötamat arrangerar tävlingen. Ansvarig tävlingsledare är Louise Alenbrandt.

*2015 fick Östergötlands "Krämig grönsakssoppa" diplom för förpackningsidé.*

Samtliga piloter har arrangerat tävlingen sen start, det vill säga 2013, 2014 och 2015.