



Fylkesmannen i Trøndelag  
Tröndelagen fylhkenålma

## Trøndelag – Matriket Midt

Handlingsplan for lokalmat og matopplevelser

2018 – 2022



September 2018

## Innholdsfortegnelse

1.	Innledning .....	3
2.	Matnasjonen Norge.....	4
3.	Matregionen Trøndelag.....	4
4.	Trøndersk matmanifest .....	5
	Trøndersk matmanifest begeistrer og forplikter .....	5
	Trøndersk matmanifest - fra intensjon til handling .....	6
5.	Hovedmål for lokalmat og matopplevelser i Trøndelag – fram mot 2020 ...	7
6.	Fra plan til praksis .....	10
	Samarbeidsparter i utviklingsarbeidet .....	10
	Vedlegg – Analyse Trøndersk matmanifest .....	11

Alle bilder er tatt av: Wil Lee-Wright/Oi! Trøndersk mat og drikke as



### **Handlingsplan for lokalmat og matopplevelser i Trøndelag 2018 – 2022 er et samarbeid mellom:**

Fylkesmannen i  
Trøndelag

Trøndelag  
Fylkeskommune

Innovasjon Norge  
Trøndelag

Oi! Trøndersk mat og  
drikke

Kompetansenavet på  
Mære

## 1. Innledning

*Handlingsplan for lokalmat og matopplevelser i Trøndelag* er et aktivt redskap i arbeidet med å utvikle lokalmatnæringa i matregionen Trøndelag. Planen skal bidra til bedre koordinering, en mer helhetlig satsing og gi retning til arbeidet innen dette området.

Planen retter seg i all hovedsak mot lokalmat fra landbruks-, utmarks- og reindriftsnæringene. Lokalmat er «mat- og drikkevarer med en lokal identitet, særegen opprinnelse eller spesielle kvaliteter knyttet til produksjonsmetode, tradisjon eller råvare» (kilde: [www.matmerk.no](http://www.matmerk.no)).

Handlingsplanen er en konkretisering av føringer lagt i *Regionalt bygdeutviklingsprogram (RBU) for Trøndelag 2018 - 2022*, og er utarbeidet i samarbeid med det regionale partnerskapet. Planen peker på prioriterte innsatsområder og aktuelle fellessatsinger på regionalt nivå.

Fra *Regionalt bygdeutviklingsprogram for Trøndelag, mål og strategier 2018 - 2022*;

### **Målområde; Innovasjon og næringsutvikling**

Trøndelag skal ta en ledende rolle innen innovasjon og nyskaping i verdikjedene mat- og fiberproduksjon.

**Strategi:** Utnytte Trøndelags fortrinn

### **Tiltaksområder:**

- Videreføre arbeidet som foregangsregion for økologisk produksjon av melk og kjøtt, for å bidra til å øke andelen av økologisk produksjon
- Arbeide langsiktig med å bygge et sterkt omdømme for Matriket Midt, ærlig, ren og bærekraftig matproduksjon i tråd med Trøndersk matmanifest

Som oppfølging av *Regionalt bygdeutviklingsprogram for Trøndelag*, har Trøndelag fylkeskommune under utarbeidelse *Regionalt næringsprogram for Trøndelag (2019 – 2022)*.

### **Bygdenæringer har følgende prioriterte tiltaksområder i Regionalt næringsprogram:**

- Økt mangfold innen lokalmat og drikke og landbruksbasert reiseliv gjennom eksisterende og nye tilbydere.
- Støtte samarbeidsløsninger innen distribusjon, markedsføring, salg og omdømmebygging av mat og reiselivsprodukter
- Økt verdiskaping av økologiske råvarer og produkter.
- Styrke eksisterende tilbydere og økt mangfold av Inn på tunet -tilbud

*Handlingsplan for lokalmat og matopplevelser i Trøndelag* er tett koblet til Trøndersk matmanifest og målbildet som kommer til uttrykk gjennom matmanifestets 8 løfter. Dette omhandles i kapittel 4.

Andre viktige regionale og nasjonale strategiske føringer for handlingsplanen er;

- Meld. St.19 (2016 – 2017) *Opplev Norge – unikt og eventyrlig*
- *Opplevingar for ein kvar smak – strategi for reiseliv basert på landbruket og reindriftas sine ressurser* (2017)
- *Et verdiskapende Trøndelag - Strategi for innovasjon og verdiskaping* (vedtatt av fylkestinget 14.12.2017)

## 2. Matnasjonen Norge

Lokalmatnæringa slik den framstår i dag, er resultat av ei langsiktig og målretta satsing og et nært samarbeid mellom politikk, forvaltning og næring. Utviklingsarbeidet har foregått på nasjonalt, regionalt og lokalt nivå, i ulike faser og med ulike handlingsområder og prioriteringer.

Gjennomgående tema har vært nyskaping, bedriftsutvikling, kompetanseheving, distribusjon og markedskanaler, merkeordninger, lokal mat i reiselivet og omdømmebygging.

I 2014 kom Meld. St.31 (2014-2015) *Garden som ressurs, marknaden som mål. Vekst og gründerskap innan landbruksbaserte næringar*. Stortingsmeldingen konstaterte at det er et vekstpotensial i markedet for lokalmat og drikke, og at det er «ein ambisjon at samla omsetnad av slike produkt skal vekse frå dagens 3,5 mrd. kroner gjennom daglegvarehandelen til om lag 10 mrd. kroner til saman frå alle omsetnadskanaler innen 2025. Heile verdikjeda frå jord til bord må samarbeide for å nå denne ambisjonen». Tall fra 2017 viser at omsetningen av lokalmat har økt til 4,9 mrd. kroner.

Høsten 2017 lanserte Landbruks- og matdepartementet regjeringens strategi for reiselivet basert på landbruket og reindriften sine ressurser *Opplevingar for ein kvar smak*. Strategien legger føringer for hvordan den offentlige innsatsen skal innrettes for å øke verdiskapingen og konkurransekraften som ligger i koblingen og samhandlingen mellom mat-, natur- og kulturbaserte opplevelser. Hovedmålet i strategien er å øke verdiskaping for mat- og reiselivsaktører i landbruket og reindriften. Delmål i strategien er;

- Noreg skal vere ein internasjonal anerkjend matnasjon med tydeleg lokal og regional identitet
- Opplevingar og aktivitetar frå landbruket og reindriften skal bidra til å utvikle Noreg til eit attraktivt reisemål

Som ledd i arbeidet med å følge opp reiselivsstrategien er det satt i gang et arbeid nasjonalt for å utvikle et matmanifest for Norge. Det oppfordres til forsterka innsats for å bygge mat- og reiselivsregioner, samt økt fokus på kvalitet og stedefegen smak. I reiselivsstrategien pekes det også på at det ligger et potensial for økt verdiskaping basert på mat fra utmarka, og det framheves at «arbeidet med å guide turistane til dei gode matopplevingane må intensiverast i takt med auka interesse for lokalmat og drikke».

## 3. Matregionen Trøndelag

Trøndelag er en sterk matregion, med et stort mangfold av produkter fra hav, sjø, fjell og land. Trøndelag har omtrent en sjettedel av landets jordbruksareal og står for cirka en femtedel av landbruksproduksjonen. Viktige landbruksproduksjoner er melkeproduksjon med tilhørende storfekjøttproduksjon, i tillegg til sau, fjørfe, svin og grønnsaker. Trøndelag har en fjerdedel av samlet økologisk areal i Norge. De største økologiske produksjonene er melk og kjøtt. Produkter fra utmarka, som vilt, bær og sopp er også en naturlig del av matregion Trøndelag. Trøndelag har ei stor og betydelig hav- og sjømatnæring, og langs trøndelagskysten finner vi verdens beste leveområder for kamskjell, sjøkreps, blåskjell og krabbe.

Gjennom de siste årene er det utviklet en rekke lokale matprodukter fra Trøndelag basert på mangfoldet av råvarer fra landbruk, utmark, sjø- og havbruk. Lokalmatnæringa har tilført mange nye arbeidsplasser til regionen og står for en betydelig verdiskaping, både lokalt og regionalt. Antallet lokalmatbedrifter er på drøyt 200, og næringa har hatt en jevn vekst de siste 10 årene. De fleste av lokalmatbedriftene har mellom 0,5 og 3 ansatte. For noen er lokalmatproduksjon et tillegg til den



tradisjonelle gårdsdrifta, for andre utgjør den hovednæringa. Fylket har også flere mellomstore bedrifter innen lokalmatnæringa, samt bedrifter som er i vekst.

Flere av lokalmatprodusentene fra Trøndelag har utmerket seg i nasjonale og internasjonale produktkonkurranser, basert på sin særegenhet, spesielle produktkvaliteter og smak. Lokalmat fra Trøndelag er å få kjøpt i gårdsbutikker, på markeder, i spesialbutikker, dagligvarehandelen, samt i restauranter og hos gårdsturismebedrifter, i Trøndelag og mange andre steder rundt om i landet. Lokalmat har etter hvert blitt en naturlig og viktig del av reiselivet i Trøndelag. En undersøkelse fra 2013 viser at hele 64 prosent av de besøkende i Trøndelag kjøpte lokalmat, mot 31 prosent i landet for øvrig. Lokalmat gir opphavet til opplevelser av ulike slag, og bygger identitet og stolthet i regionen.

## 4. Trøndersk matmanifest

«Det trønderske matmanifestet skal skape merverdi ved å bevare, styrke og videreutvikle trøndersk matproduksjon og matkultur gjennom å bevisstgjøre enkeltmennesker, organisasjoner og bedrifter. Det trønderske matmanifestet skal skape stolthet og identitet.»

De 8 løftene i matmanifestet er intensjonsbasert, og det er opp til hver enkelt aktør å finne ut av hvordan, og i hvor stort omfang, de følger opp.

1. Vi ønsker å fremme de trønderske råvarenes og matproduktenes mangfold, smak og særpreg, fra hav til høgfjell
2. Vi vil bidra til å bruke råvarer og produkter som fremmer matglede og helse
3. Vi vil bidra til å markedsføre og bruke mat eller mattradisjon som en attraksjon
4. Vi vil bidra til å formidle historiene om råvarene og tilberedningen
5. Vi vil bidra til å utnytte råvarenes og produktenes sesongvariasjoner
6. Vi vil bidra til å bruke råvarer og produkter ut fra miljøhensyn
7. Vi ønsker å fremme god mat og matkultur hos barn og unge
8. Trøndersk mat og matkultur skal være kunnskapsbasert. Vi vil bidra til utvikling av trønderske råvarer og produkter gjennom utdanning, nyskaping og forskning



## Trøndersk matmanifest begeistrer og forplikter

Siden Trøndersk matmanifest ble utarbeidet i februar 2011, har 93 bedrifter og organisasjoner signert og sluttet seg til. Dette er kommuner, offentlig og private institusjoner, foredlingsbedrifter, serveringsbedrifter og lokale matbedrifter. Felles for disse er at de har forpliktet seg til å jobbe etter intensjonene og følge opp med konkret handling

Det er ingen tvil om at matmanifestet har bidratt til å skape stolthet og identitet, i tillegg til økt synliggjøring av trøndersk matproduksjon og matkultur. Trøndersk matmanifest har også vært en viktig strategisk satsing for å utvikle lokal mat som en opplevelse i reiselivet.

## Trøndersk matmanifest - fra intensjon til handling

I prosessen med å utarbeide *Handlingsplan for lokalmat og matopplevelser i Trøndelag* har partnerskapet foretatt en analyse av dagens situasjon i lokalmatnæringa, sett opp mot målbildet som løftes fram gjennom Trøndersk matmanifest. Med utgangspunkt i matmanifestets 8 løfter, har vi drøftet følgende;

- Hva legger vi i de 8 løftene?
- Hva gjør vi per i dag innen de ulike områdene?
- Hva har vi oppnådd og hva fungerer bra?
- Hvor ligger mulighetene framover, og hva kan vi gjøre for å utvikle oss videre?

Oppsummeringen fra analysen er å finne som vedlegg til *Handlingsplan for lokalmat og matopplevelser i Trøndelag*



## 5. Hovedmål for lokalmat og matopplevelser i Trøndelag – fram mot 2020

**Visjon:** Bygg Trøndelag med mat!

### Hovedmål:

Lokalmat og matopplevelser fra Trøndelag skal videreutvikles i tråd med Trøndersk matmanifest og gi grunnlag for nye arbeidsplasser og verdiskaping i regionen.

### Delmål:

1. Trøndelag har et mangfold av bærekraftige bedrifter med produkter av høy kvalitet
2. Det er etablert en sterk kjennskap og kunnskap om Trøndelag - Matriket Midt, lokalt, regionalt, nasjonalt og internasjonalt
3. Trøndelag er en tydelig og attraktiv matdestinasjon
4. Barn og unge har god mat og matkultur – i Trøndelag, Matriket Midt

### Delmål 1

#### Trøndelag har et mangfold av bærekraftige bedrifter med produkter av høy kvalitet

Mangfoldet av bærekraftige bedrifter med produkter av høy kvalitet er selve fundamentet i matregion Trøndelag. Vi vil ta vare på og styrke allerede eksisterende bedrifter, og samtidig legge til rette for utvikling av nye bedrifter. Vi understreker spesielt viktigheten av et kvalifisert matfaglig kompetansemiljø, bestående av et regionalt kompetansenav og relevante matfaglige kompetansepersoner. I tillegg til matfaglig kompetanse, er det også andre områder som må løftes for å kunne utvikle bærekraftige bedrifter med produkter av høy kvalitet.

#### **Prioriterte innsatsområder:**

- 1.1 Styrke og videreutvikle **rådgivnings- og kompetansetilbudet** til produsentene og gjøre dette **synlig, tilgjengelig og forutsigbart**
- 1.2 Legge stor vekt på utvikling av **produktkvalitet og bærekraft på bedriftsnivå**
- 1.3 Stimulere til **produktutvikling og innovasjon**
- 1.4 **Stimulere til samarbeid og bygge produsentnettverk**, både formelle og uformelle
- 1.5 Utvikle flere **økologiske produkter**

### Delmål 2

#### Det er etablert en sterk kjennskap og kunnskap om Trøndelag – Matriket Midt, lokalt, regionalt, nasjonalt og internasjonalt

Vi vil jobbe strategisk med kommunikasjon rundt matriket Trøndelag for å øke etterspørselen etter lokalmat og matopplevelser, utvide markedet, gjøre lokal mat bedre kjent og bygge stolthet for mat fra Trøndelag. Vi ønsker å få til et bredere eierskap og engasjement lokalt og regionalt, samtidig som vi vil jobbe for større kjennskap og kunnskap også nasjonalt og internasjonalt.

#### Prioriterte innsatsområder:

- 2.1 Formidle historier knyttet til **ærlig, ren og bærekraftig matproduksjon** – i tråd med Trøndersk matmanifest, og løfte fram **suksesshistorier og gode eksempler**
- 2.2 Videreutvikle **Bondens marked** og **Trøndersk matfestival** som profilerings- og salgsarena
- 2.3 Delta på en **nasjonal** eller **internasjonal arena** hvert år
- 2.4 Bidra til større bevissthet om det særegne ved råvaren/produktet og inspirere flere til å få **godkjenning innenfor merkeordningene Debio (økologisk), Spesialitet** eller **Beskyttede betegnelser**
- 2.5 Stimulere til deltagelse på ulike **produktkonkurranser** nasjonalt og internasjonalt

### Delmål 3

#### Trøndelag er en tydelig og attraktiv matdestinasjon

Mat er kultur og identitet, og kan skape gode opplevelser for fremtidas turister i Trøndelag og landet for øvrig. Det har blitt jobbet aktivt med koblingen lokalmat i reiselivet i Trøndelag gjennom mange år, og arbeidet har gitt gode resultater. For å videreutvikle Trøndelag som matdestinasjon er det behov for strategisk og målrettet innsats også framover. Det bør fortsatt jobbes med å koble reiselivsaktører og lokalmatprodusenter, og det er viktig å ha fokus på matkvalitet og profesjonelt vertskap hos serveringsstedene. Bærekraft bør ligge til grunn for alt utviklingsarbeid. De ulike nettverkene innen lokalmat og bygdeturisme utgjør en stor ressurs for videre utvikling.

#### Prioriterte innsatsområder:

- 3.1 Inspirere flere reiselivsbedrifter til å slutte seg til **Trøndersk matmanifest**
- 3.2 **Styrke eierskap til, kunnskap om og bruk av** lokalmat i reiselivet på destinasjonsnivå og **bygge nettverk** mellom gårdsmatprodusenter og kokkemiljøet, destinasjonsselskap, og andre reiselivsaktører
- 3.3 Utvikle en matregion med en tydelig lokal og regional identitet, gjennom å identifisere **typiske lokale mat opplevelser i hver region**, og skape **flere og allsidige matopplevelser** knyttet til andre aktiviteter og nye arenaer (som eksempelvis lokale festivaler, idrettsarrangement, m.m.)
- 3.4 Gjøre matopplevelsene mer **synlig**, både virtuelt (på nett) og fysisk (for eksempel veiskilting)
- 3.5 **Vertskapsrollen** vektlegges og styrkes



#### Delmål 4

##### Barn og unge har god mat og matkultur – i Trøndelag, Matriket Midt

I løfte nummer 7 i det Trønderske matmanifestet står det at «Vi vil fremme god mat og matkultur hos barn og unge». Dette er et av løftene vi vil gi spesielt fokus i inneværende handlingsplanperiode. God mat og kunnskap om egen matkultur har en verdi i seg selv, og det er viktig at også barn og unge får ta del i Trøndelag – Matriket Midt. Vi vet at gode kostholdsvaner etableres tidlig i livet. Gjennom å stimulere til interesse for, og økt kunnskap om mattradisjoner og egen matregion, kan det legges grunnlag for matglede og et godt og variert kosthold senere i livet.

For å lykkes med arbeidet og finne gode løsninger er det viktig med langsiktighet og tverrfaglig samarbeid.

#### Prioriterte innsatsområder:

- 4.1 Skape flere arenaer for å **stimulere til matglede for barn og unge** (Trøndersk matfestival, Økouka, m.m)
- 4.2 Jobbe med **rekruttering til matfaglige utdannelsesløp**, og bidra til at kunnskap om trønderske råvarer, produkter og matopplevelser inngår i utdanningsløpet
- 4.3 Bidra til **økt kompetanse om egne mattradisjoner, matproduksjon, matkultur og mat og helse** – hos barn og unge
- 4.4 Fremme kompetanse om **bærekraftig mat og økologisk matproduksjon**
- 4.5 Utvikle **arenaer for erfaringsoverføring og deling av kompetanse** mellom aktører (eksempelvis kommuner, institusjoner, m.fl.)



## 6. Fra plan til praksis

I det videre arbeidet vil kjernegruppa for oppfølging av planen bestå av Fylkesmannen i Trøndelag, Trøndelag Fylkeskommune, Innovasjon Norge Trøndelag, Oi! Trøndersk mat og drikke og Kompetansenavet på Mære. Fylkesmannen i Trøndelag har hovedansvaret for oppfølging og framdrift i tråd med planen. Med basis i beskrevne delmål og tilhørende fokusområder vil det utarbeides konkrete årlige tiltaksplaner, med fordeling av ansvar og beskrivelse av gjennomføring. Utviklingsarbeidet vil skje i nært samarbeid med de andre aktørene innen matområdet.

### Samarbeidsparter i utviklingsarbeidet

Viktige aktører og samarbeidsparter i utviklingsarbeidet på matområdet er mange. Blant disse er;

- Lokale matbedrifter (små og mellomstore)
- Lokale og regionale produsentnettverk
- HANEN Trøndelag
- Bondens marked Trøndelag
- Faglaga i landbruket
- Oi! Trøndersk mat og drikke
- Kompetansenavet på Mære
- Trøndelag Fylkeskommune
- Innovasjon Norge Trøndelag
- Fylkesmannen i Trøndelag
- Kommunenes førstelinjetjeneste
- Etablereropplæringen i Trøndelag
- Trøndelag reiseliv
- Destinasjonselskapene i reiselivet
- 4H Trøndelag
- Liantunet
- Unge kokker
- NHO reiseliv
- Forskning og utvikling
- Ruralis
- Matmerk
- Nofima
- Tine
- Nortura
- Utviklingsavdelingene på naturbruksskolene
- Grossister
- Matkjeder
- Frittstående detaljister og spesialmatbutikker



## Vedlegg – Analyse Trøndersk matmanifest

Analyse av dagens situasjon i lokalmatnæringa i Trøndelag, sett opp mot målbildet som løftes fram gjennom Trøndersk matmanifest.

- Hva legger vi i de 8 løftene?
- Hva gjør vi per i dag innen de ulike områdene?
- Hva har vi oppnådd og hva fungerer bra?
- Hvor ligger mulighetene framover, og hva kan vi gjøre for å utvikle oss videre?

1	Vi ønsker å fremme de trønderske råvarenes og matproduktenes mangfold, smak og særpreget, fra hav til høgfjell	<p><u>Løftet handler i stor grad om OMDØMME og KOMMUNIKASJON</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fremme stolthet og eierskap til trøndersk matproduksjon, og trønderske råvarer og produkter</li> <li>2. Styrke identiteten til Trøndelag – Matriket Midt, og til de ulike delene av Trøndelag – fra hav til høgfjell</li> <li>3. Fortelle historier om ærlig, ren og bærekraftig matproduksjon – i tråd med Trøndersk matmanifest</li> <li>4. Fortsatt godt samarbeid og enighet om felles mål</li> </ol>
2	Vi vil bidra til å bruke råvarer og produkter som fremmer matglede og helse	<p><u>Løftet handler i stor grad om INNKJØP, KOMPETANSE og FORBRUK</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Vi ønsker i større grad løfte fram og synliggjøre gode eksempler</li> <li>2. Behov for tverrfaglig samarbeid (landbruk/oppvekst og utdanning/sosial og helse/m.fl)</li> <li>3. Økt «bestillerkompetanse» og bevissthet om hvilke muligheter og handlingsrom man har som innkjøper</li> <li>4. Fokus på måltidet som sosial og helseskapende arena (eks. Gylne måltidsøyeblikk)</li> </ol>
3	Vi vil bidra til å markedsføre og bruke mat eller mattradisjon som en attraksjon	<p><u>Løftet handler i stor grad om LOKALMAT I REISELIVET, og vi valgte å avgrense det til destinasjonsnivå</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Videreutvikle Trøndelag som matdestinasjon</li> <li>2. Styrke eierskap til, kunnskap om, og bruk av lokalmat i reiselivet på destinasjonsnivå</li> <li>3. Skape flere arenaer for utvikling av opplevelser, der lokalmat inngår som en sentral del av den helhetlige opplevelsen – koble til ulike aktører/leverandører av opplevelser</li> </ol>
4	Vi vil formidle historien om råvarene og tilberedningen	<p><u>Løftet handler i stor grad om LOKALMAT I REISELIVET, og vi valgte å avgrense det til bedriftsnivå</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bidra til tettere samarbeid mellom lokalmatbedriftene og serveringsbedriftene</li> <li>2. Bevissthet rundt råvaren, terroir, produksjonsforhold, naturverdiens påvirkning, matkulturhistorie og språk knyttet til mat</li> <li>3. Spesialitetsmerking av flere trønderske produkter og råvarer</li> <li>4. Sørge for å få kunnskapen ut til matfaglige opplæringsinstitusjoner</li> </ol>
5	Vi vil bidra til å utnytte råvarenes og produktene sesongvariasjoner	<p><u>Løftet handler blant annet om PRODUKTMANGFOLD og SPESIELLE KVALITETER</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bruke sesongvariasjoner som en styrke, noe særegent</li> <li>2. Kampanjer gjennom året</li> <li>3. Vi må jobbe for økt bevissthet om kvalitet i hele verdikjeden, fra jord til bord</li> <li>4. Bidra til økt bevissthet om dette i arbeidet med produktutvikling og menyutvikling</li> </ol>
6	Vi vil bidra til å bruke råvarer og produkter ut fra miljøhensyn	<p><u>Løftet handler i stor grad om KLIMA og MILJØ, og om BÆREKRAFTIG VERDISKAPING</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Større bevissthet rundt bærekraft begrepet og hva som kan gjøres på bedriftsnivå, og lokalt/regionalt nivå, for å fremme bærekraft</li> <li>2. Iverksette aktiviteter som styrker Trøndelag som bærekraftig matdestinasjon</li> <li>3. Stimulere til mer økologisk produksjon og foredling</li> </ol>
7	Vi ønsker å fremme god mat og matkultur hos barn og unge	<p><u>Løftet handler i stor grad om REKRUTTERING, OPPLÆRING og KUNNSKAPSFORMIDLING</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Behov for flere og bedre arenaer for matopplevelser og kunnskapsoverføring</li> <li>2. Behov for mer fokus på opplæring</li> </ol>
8	Trøndersk mat og matkultur skal være kunnskapsbasert. Vi vil bidra til utvikling av trønderske råvarer og produkter gjennom utdanning, nyskaping og forskning	<p><u>Løftet handler blant annet om MOBILISERING, BEDRIFTSUTVIKLING, KOMPETANSE og KUNNSKAPSUTVIKLING</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Systematisk oppfølging av bedrifter (fra idefase til godt etablert)</li> <li>2. Utvikle flere trønderske produkter med lokalt/regionalt særpreget</li> <li>3. Fremme produktutvikling og produktkvalitet</li> <li>4. Bli bedre på innovasjonsarbeid og samhandling</li> <li>5. Sikre høy kompetanse i næringa</li> </ol>