

# Indsatsbeskrivelse

## Indsatsen / projekt

Titel	<b>Øget vækst og beskæftigelse gennem fremme af fødevarerhvervet</b>	
Projektets budget	Samlede budget (kr.):	Foreløbigt: 11.837.500 kr.
	ReVUS-midler fra Region Hovedstaden (kr.):	Foreløbigt 8.997.875 kr.
	Øvrig finansiering (fordelt på partnere):	Se budget
Projektperiode	Start: Maj 2017	Slut: Maj 2019

## Oplysninger om lead-partner (projektholder)

Stamoplysninger	Navn	Københavns Madhus
	Adresse	Ingerslevsgade 44, 1705 Kbh. V
	Tlf.	4090 9109
	CVR	3031 7068
Tegningsberettiget	Navn og titel	Anne-Birgitte Agger, direktør
	Adresse	Ingerslevsgade 44, 1705 Kbh. V
	Tlf.	2214 7284
	e-mail	gigger@kbhmadhus.dk
Kontaktperson	Navn og titel	Jacob Appel, Programleder for Madfællesskabet
	Adresse	Ingerslevsgade 44, 1705 Kbh. V
	Tlf.	2211 1900
	e-mail	Jacob@kbhmadhus.dk

## Oplysninger om partnere i projektet

<p>Stamoplysninger på projektpartnere</p> <p>En partner er forpligtet økonomisk til projektet, og har indflydelse på projektets udformning og gennemførelse.</p>	Partner 1	
	Navn	Spisekammer Gribskov
		Hølløse Gade 21, 3210 Vejby
	CVR	36282606
	Partner 2	
	Navn	Spisekammer Halsnæs
	Adresse	jacob@munk.mail.dk
	CVR	35497978
	Partner 3	
	Navn	Smag på Nordsjælland
	Adresse	Fordresgårdvej 36, 2400 København NV
	CVR nr.	34750238
	[Indsæt flere hvis relevant]	

## Øvrige deltagere i projektet

<p>Liste over øvrige deltagere i projektet</p> <p>(dvs. deltagere som ikke bidrager økonomisk til projektet)</p>	<p>Københavns Kommune, Bornholms Kommune, Gribskov Kommune, Halsnæs Kommune, Albertslund Kommune, FOOD, Hotel og Restaurantskolen, CPH FOODSPACE, Væksthus Hovedstaden, DTU, Det cyklende madmarked, Gaarden, Gourmet Bornholm, Bornholmsk Landbrug.</p>
--	--

## Oplysninger om projektet

<p>Projekt-resumé</p> <p>Kort opsummering af projektets formål, målgruppe, aktiviteter og forventede resultater.</p>	<p>Projektet omhandler opstart af et forpligtende samarbejde mellem virksomheder, organisationer og kommuner i Region Hovedstaden, der gennem efterspørgselsdrevet udvikling vil koble et mere lokalt produceret bæredygtigt fødevarerforbrug i byen, med en mere miljømæssig, social og økonomisk bæredygtig landbrugsudvikling. Projektets sigte er også at koble Madfællesskabet (se <a href="#">link</a>) med de store fødevarerindsatser, som besluttes i Vækstforum Hovedstaden og Vækstforum Sjælland. Projektet vil medvirke til at skabe større synergi mellem by og land i Greater Copenhagen (GC) med fokus på udvikling af arbejdspladser, vækst, madkvalitet og kulturfællesskab.</p> <p>Aktiviteterne i projektet skal bl.a. omhandle øget offentlig efterspørgsel på økologiske fødevarer, opbygning af viden om regionens fødevarer system og etablering af en fælles platform for producenter og aftagere. De nævnte elementer skal alle finde sted i regi af Madfællesskabet. Derudover skal Madfællesskabet kobles sammen med regionens projekter Den Kreative Madscene samt Greater Copenhagen Food Startup, der tilbyder udvikling af forretningskompetencer til mindre virksomheder. Der skal desuden opbygges en bedre infrastruktur, som skaber bedre sammenhæng og udnytter synergien mellem by og land i Greater Copenhagen.</p> <p>Målgruppen er ambitiøse kommuner og virksomheder, der ønsker at medvirke til skabe en situation i GC, der er kendetegnet ved:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Et øget forbrug af lokale (GC) og økologisk producerede eller bæredygtigt fangede fødevarer i offentlige og private køkkener.</li> <li>• Flere lokalt (GC) dyrkede økologiske hektar med afgrøder til de fremtaltede køkkener.</li> <li>• Bedre forudsætninger for rekruttering af flere unge økologiske landmænd og flere unge fiskere i GC.</li> <li>• Jobskabelse i GC's fødevarerhverv.</li> <li>• Markedsmæssige forudsætninger for øget bæredygtigt kystfiskeri i GC.</li> <li>• Direkte kobling mellem producent og forbruger gennem nye modeller for distribution, transport, forarbejdning, transitlager, foodhubs og salg af lokale, bæredygtige og økologiske fødevarer.</li> </ul>
--	---

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nye madoplevelsestilbud og udvikling af kulinarisk turisme.</li> <li>• GC ses som et internationalt fyrtårn for økologi, madkvalitet og land og by samarbejde.</li> </ul> <p>Bilag:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Projektets organisering og relaterede projekter</li> <li>• Oversigt over fødevareklynge-indsats</li> <li>• Budget og oversigt over medfinansiering</li> <li>• Madfællesskabets manifest</li> <li>• Smag på Nordsjællands strategi</li> </ul>
<p><b>Projektets formål</b></p> <p>Beskriv hvad projektet skal opnå og hvorfor det er vigtigt</p>	<p>Greater Copenhagen er ved at blive forvandlet til en international madmetropol, hvilket skaber øget livskvalitet for borgerne og nye forretningsmuligheder inden for turisme og oplevelser for regionens landmænd, fiskere, fødevarevirksomheder, restauratører og kreative iværksættere. Hvis vi skal lykkes med at realisere de nye muligheder, skal økosystemet som helhed fungere fra produktion over forarbejdning til afsætning. De lokale producenters varer skal flyde lettere fra markerne eller havet til forbrugerne.</p> <p>Formålet med projektet er at skabe et fundament for et nytænkt og ambitiøst samarbejde mellem aktørerne i GC's fødevaresystem. Projektet vil i lighed med målsætningen i Madfællesskabet (se <a href="#">link</a>), gøre dette ved at:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Skabe en funktionel platform for mødet mellem by og land bl.a. ved at sikre at erfaringer og eksempler på best practise formidles imellem de private og offentlige fødevareaktører, der har interesse i køb eller salg af økologiske og lokale kvalitetsfødevarer.</li> <li>2) Udvikle konkrete værktøjer til at mobilisere byens forbrug, og skabe en direkte forbindelse til landets hektar, der sikrer en efterspørgselsdrevet udvikling, og kan "oversætte" det urbane fødevarerforbrug til potentiale for økologisk og lokal fødevarerproduktion i GC. Aktiviteten vil skabe et overblik over efterspørgslen målt i kilo, og udbuddet målt i hektarer. Efterspørgselsmålinger omsat til dyrket areal og antal enheder/kilo af hver varekategori skal også kobles til et kommunikationssystem, der passer til producenternes produktionsplanlægning.</li> <li>3) Indsamle viden og påbegynde kortlægning af det nuværende fødevaresystems funktion og omfang i GC (efter eksemplet NY FoodWorks) og analysere muligheder og barriere i forhold til udvikling af et sammenhængende fødevaresystem i GC.</li> <li>4) Engagere kommunerne og kommunale erhvervsinitiativer i at tage et fælles ansvar for deres fødevarerforbrug – samt yde bistand til at udvikle det lokale samarbejde herom og løsninger for den konkrete kommune i form af rådgivning omkring fødevarerindkøb, omlægningsmuligheder og forretningsudvikling samt etablering af ny infrastruktur. Understøtte udvikling og fastholdelse af ambitiøse kommunale økologimålsætninger i GC (se <a href="#">link</a>).</li> <li>5) Engagere fødevarerproducenterne (på land og ved vand) til udvikling af ny fælles, forarbejdning og distribution af fødevarer, eks. gennem etablering af fødevareklynger. Disse etableres i samarbejde med lokale aktører så som Spisekamrene Gribskov og Halsnæs.</li> <li>6) Udvikling af madoplevelser og oplevelsesøkonomiske forretningsmodeller for fødevarerproducenter med fokus på at udvikle et økosystem af mindre fødevarerproducenter, der kan bidrage til at Greater Copenhagen bliver en international madmetropol, som øger livskvaliteten for borgerne og giver nye forretningsmuligheder inden for turisme og regionens landmænd, kystfiskere, fødevarevirksomheder, restauratører og kreative iværksættere.</li> <li>7) Udvikle en sammenhængende fortælling og kommunikation om et nyt sammenhængende fødevaresystem i Greater Copenhagen, der sætter fokus på udviklingen, best cases, og gennem en årlig samling følger op på målsætningerne og resultater.</li> </ol>
<p><b>Projektets målgruppe</b></p> <p>Beskriv projektets målgruppe.</p>	<p>Projektets målgruppe er aktører i fødevarekæden fra land til by i Greater Copenhagen. For at skabe et sammenhængende fødevaresystem, skal der skabes kontakt mellem producenter og aftagere. De offentlige køkkener fungerer som drivere, men indsatserne er i lige så høj grad målrettet private aftagere i foodservice, restaurantbranchen m. fl., og naturligvis private virksomheder i produktions-, forarbejdnings- og distributionsled. (Se bilag vedr. fødevareklynger).</p> <p>Fyrtårnet er samlende i forhold til øvrige store fødevaresatsninger i Region Hovedstaden og Greater Copenhagen, herunder den Kreative Madscene og Greater Copenhagen Food Startup.</p>
<p><b>Aktiviteter og milepæle</b></p>	<p><b>Aktiviteter</b></p> <p>Aktiviteterne skal understøtte målsætningen om at byens forbrug (kilo) i Region H skal fremme lokale og økologiske hektarer i Greater Copenhagen. De skal sikre de i projektformålet skitserede målsætninger om 1) Skabe en platform i regi af Madfællesskabet, 2) Udvikle værktøjer, der</p>

<p>Beskriv de centrale projektaktiviteter og milepæle</p> <p>(Vedhæft evt. en uddybende projektplan)</p>	<p>mobiliserer byens forbrug og landets hektar 3) Kortlægning af fødevarer systemet i Region H, 4) engagerer kommunerne i at tage ansvar for deres fødevarerforbrug og udvikle generiske standardmodeller, der vedrører fødevarerindkøb, omlægning og distribution 5) Engagerer fødevarerproducenter til omlægning af produktion og udvikling af nye produkter 6) Madoplevelser og 7) en fælles fortælling om det samlede fødevarer system i Greater Copenhagen</p> <p>Dette fyrtårnsprojekt vil på en og samme tid gøre det ved en strategisk langsigtet tilgang, og en meget praktisk funderet tilgang, hvor vi vil flytte byens kilo i en lokal og bæredygtig retning. Kort sagt vil vi realisere et nyt produktions- og markedspotentiale ved at udvikle:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vægten, der beregner forbrug i køkkener målt i kilo fødevarer omsat til dyrket areal eller fangstkvoter</li> <li>• Modeller, der kan skabe motivation for samarbejde mellem fødevarerproducenter til at øge den økologiske og lokale kvalitetsproduktion</li> <li>• Implementering af systemer til omlægning til økologiske køkkener og distribution af økologiske og lokale råvarer</li> <li>• Model for samspillet mellem aktørerne i produktion, forarbejdning, levering, konsum og markedsføring (fortællinger)</li> </ul> <p><b>1. Facilitering af Madfællesskabet</b></p> <p>En afgørende forudsætning for at nå de ambitiøse målsætninger i dette fyrtårnsprojekt er, at der er ressourcer til at sikre både fremdrift, koordinering og fastholdelse. Formålet med denne aktivitet er at sikre overblik, koordinering og initiativ. Der skabes et lille og agilt projektteam, der via Københavns Madhus kobles til Madfællesskabet. Teamets opgave er både at understøtte aktiviteterne i Madfællesskabet og sikre sammenhæng til de mange fødevarer mæssige initiativer både i dette fyrtårnsprojekt og i andre beslægtede projekter. Projektteamet er ansvarlig for at sikre koordinering med de regionale initiativer i Greater Copenhagen. Fra Odsherred, over land, til Lejre, Bornholm og aktørerne i Nordsjælland. Til de mange erhvervsfremmeaktiviteter i regi af Kreativ Vækst midlerne i samarbejde med FOOD, CPH Foodspace og Hotel- og Restaurantskolen, som i forhold til skånske aktører i relation til GC-samarbejdet.</p> <p>Projektteamet skal sikre at der arbejdes konkret og resultatorienteret med fyrtårnets målsætning samt skabe dialog, afklaring og samarbejds muligheder på tværs af fødevarer systemet både i Region H og i Greater Copenhagen, der skal understøtte målsætningen om at en række ambitiøse kommuner, regioner og virksomheder i 2020 er en del af Madfællesskabet.</p> <p><b>2. Værktøjer til mobilisering af byens forbrug (kilo), kortlægning af fødevarer systemet</b></p> <p>Denne del af fyrtårnsprojektet handler om, hvordan byerne tager hånd om en bevidst ansvarstagen og handle måde, således at de bruger deres fødevarerindkøb og mad som en afgørende faktor for at forandre og stimulere et andet og mere lokalt og økologisk fødevarer system. Kort sagt skal projektet konkretisere hvordan byens forbrug i kilo mad bliver et push til landbrugets produktion målt i hektarer dyrket økologisk og lokalt.</p> <p>Madfællesskabet bygger på en gensidighed mellem land og by, men som hovedstad, hvor 0,6 mio. mennesker dagligt spiser ca. 10.000 tons mad har man et ansvar for at skabe betingelserne for at vælge fødevarer, der kan skabe en forandring af landbruget og fødevarer erhvervet omkring os. Denne del af projektet handler også om værktøjer til mobilisering af producenter og fødevarer virksomheder, der hver for sig og i samproduktion skal kunne levere de nødvendige økologiske og bæredygtige råvarer til byens køkkener.</p> <p><b>Værktøjer og redskaber</b></p> <p>For at kunne realisere potentialet hhv. i byen og på landet og for at understøtte en målrettet lokal og økologisk efterspørgsel, er der behov for at anvende og til dels nyudvikle en række værktøjer, der kan konkretisere fødevarer behovene – både på landet og i byen.</p> <p>Formålet er at gøre målsætningerne om mere økologi og mere lokal mad håndterbar både for køkkener, indkøbere, beslutningstagere i byen – og omvendt også på landet.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>”Vægten” er et redskab, der konkret omregner madens kilo til landets hektar.</b> Omregningsredskabet vil være et værktøj, der kan anvendes både af et enkelt køkken, en hel kommune eller en virksomhed. Med værktøjet ”Vægten” vil man kunne tage sit forbrug af f.eks. kartofler, krydderurter, svinekød, marmelade eller mel og opgøre forbruget i kilo pr. år eller pr uge – og se, hvad det svarer til i dyrket hektar. Med et sådan omregningsredskab vil der kunne indgås konkrete aftaler mellem ”forbrugeren” og producenten. Dermed har vi skabt et redskab, der forbinder og omsætter efterspørgslen ved at skabe et tilsvarende udbud – og omvendt. Madhuset har allerede</li> </ul>
--	--

et redskab, der kan bruges til at fastlægge og kortlægge kiloene. Vi mangler at få udarbejdet den anden side, det vil sige hvad disse svarer til i hektar og i fangstkvoter. Værktøjet er både anvendeligt på den helt store skala for at udarbejde en prognose i en by, en kommune eller en supermarkedskæde og på den helt nære for et enkelt køkken eller madmarked.

Vi forestiller os, at der på baggrund af vægten kan iværksættes aftaler mellem byens køkkener eller markeder og at den vil være baggrund for, at der f.eks. aftales hvor mange hektar en givet bonde vil så til.

Værktøjet er som udgangspunkt et excelark, der gøres tilgængelig på madhusets hjemmeside.

- Igangsætte et udviklingsarbejde af **en model, der muliggør måling og identificering af de lokale varer**. Startende med at indkredse, hvad der definerer lokale varer. Der ses på mærkninger, på definitioner, på udbudsteknikalitet, og på mulighederne for at udvikle en model, der tydeligt kan sætte mål for andel af lokale varer. Dette arbejde sker primært via en række seminarer, hvor de vigtigste aktører zoomer ind på at finde fælles løsninger og definitioner. Resultatet er en definition af lokale varer, samt om og hvordan dette kan gøres målbart.

Eksisterende værktøjer der kan anvendes:

- ØKOLØFT Danmark og Københavns Madhus har et veludviklet koncept for, hvordan et givent køkken omlægges til økologi. Omfattende kompetenceudviklingsbehov (fra kursusrækker i regi af AMU, inspirationskurser, med undervisningsmål og materialer) til kortlægningsmanualer og analysemodeller, til økoløftmålinger etc.
- Kloge Fødevarer – hjemmeside/værktøj udviklet for Madkulturen, herunder guide til indkøb af bæredygtig fisk og skaldyr og anvendt i en række kommuner i hele landet.

### 3. Viden og kortlægning

Der er overraskende lille viden om, hvordan borgerne i Greater Copenhagen brødfødes, og hvordan og hvor maden produceres. Vidensindsamlingen skal ske i sammenhæng med konkrete cases, og i samarbejde med andre aktører, således at aktiviteten ikke udgør mere end 5% af det samlede fyrtårn. Projektaktiviteten omfatter:

- Indsamle viden og udarbejde konkrete løsningsforslag på baggrund heraf (med inspiration fra NY FoodWorks og Food Flow) og med inddragelse ekspertviden fra nationale forsknings- og vidensinstitutioner.
- Medvirke til at skabe fødevarestrategier, understøtte disse i kommuner, regionen og i virksomheder

### 4. Fælles ansvar for forbrug

Praktisk og mobiliserende bistand til udvikling af initiativer, der sikrer flere lokale og økologiske kilo mad i byerne. Værktøjerne vil blive anvendt i forbindelse med nedenstående aktiviteter, der både vil være aktiviteter i nærværende fyrtårnsprojekt og i andre sideløbende projekter:

- Bistand til analyse af omlægningspotentiale i det enkelte køkken og beslutningsgrundlag til kommunalt baserede økologiomlægningsaktiviteter, der skal understøtte målsætningen om flere offentlige køkkens omlægning til 30, 60 eller 90% økologi, der skal ses som driver for by-landsamarbejdet (købes til midler fra økologifonden omhandlende projekter i Lejre, på Bornholm og bredt i Region H.)
- Udbrede økologiomlægningsmetoden så den kan anvendes i de private køkkener, sker i et samspil med ansøgningerne i regi af Kreativ Vækst og ansøgning sammen med Landbrug & Fødevarer til Fonden for økologisk landbrug, samt repræsentanter fra fiskerisektoren (kystfiskere). Målgruppen er restauranter, cafeer, hotellerne foodtruck, kantiner m.m.
- Samarbejde med allerede økologiomlagte kommuner og køkkener, således at de vil kunne indgå i at bruge deres kilo'er med et regionalt sigte.

### 5. Mobilisering af landets hektar og indsats for bæredygtigt fiskeri

Regionens fødevaresystem skal i høj grad tage udgangspunkt i de særlige udfordringer, som de primære producenter står over for i udvikling af produkter, afsætning og forretningsmodel for fødevareraktiviteter.

Der ydes bistand til at samle aktører i fødevarerkluser, der sammensættes efter branche og kvalitetsstandarder. Fødevarerkluser (evt. andelsselskaber) etableres i og på tværs af kommuner med det formål at indgå produktions- og vidensfællesskab samt indgå leveringsaftaler mellem producenter og offentlige køkkener, restauranter, kantiner, supermarkeder, detailforretninger, madmarkeder, fødevarerfællesskaber og grupper af forbrugere.

## 6. Madoplevelser og oplevelsesøkonomiske forretningsmodeller for fødevarerproducenter

København har et udnyttet opland af lokale erhvervsdrivende fødevarerproducenter, fiskere, madhåndværkere og restauranter, der kan være med til at løfte udbuddet af autentiske kulinariske oplevelser i Greater Copenhagen. Producenterne i baglandet skal dog løftes i volumen og kvalitet, samtidig med, at de skal have en forretning ud af det. Indsatsen koordineres i tæt samarbejde med Naturpark Mølleåen, VisitNordsjælland, kommunernes turismeindsatser og private operatører.

Den oplevelsesøkonomiske tænkning er inspireret af turismedestinationer som Toscana, San Sebastian og Provence, hvor den kulinariske oplevelse er "reason to go". Disse kulinariske "hot spots" er kendetegnet ved at være bevidste om deres madkultur, et højt bundniveau, en god råvarekvalitet og en interessant madfortælling. Desuden indgår menneskene bag måden, som helte i madfortællingerne. Fremtidens turister går efter at være midlertidige lokale. Det er de mindre fødevarerproducenter, landmanden eller fiskeren, der leverer lokalitet, relationen, samt de unikke råvarer til de autentiske kulinariske destinationer.

**Aktivitetens mål** er at udvikle og udbrede flere og nye madoplevelser, og samtidig højne kvaliteten af madoplevelser, således at attraktivitet og jobskabelse øges i oplandet til København. Delmålene er en oplevelsesøkonomisk udvikling af:

1. Gårdbutikker, kystfiskeri, restauranter og madhåndværk som skaber oplevelser, afsætning, merværdi og indtjening.
2. Spiseoplevelser og food events på kysten og på landet
3. Food Tours, der kobler kulinariske oplevelser i oplandet og København
4. Naturpark Mølleåen, et eksperimentarium for at udvikle fødevareroplevelser i naturområder
5. Oplevelseskoncepter og forretningsmodeller til kulinarisk turisme i fødevarerproducerende virksomheder

Madoplevelser handler om oplevelsesøkonomi, økonomisk værdiskabelse og vækst. Dels ved oplevelser som er direkte salgbare, og dels ved oplevelser som indlejres i og skaber merværdi i produkter. Oplevelser forøger et produkts eller en serviceydelses værdi. Inspirationen hentes blandt andet fra River Cottage i Devon, Sydengland.

Metodemæssigt arbejdes med unikke mikro-udviklingsprojekter samtidig i mange mindre fødevareraktiviteter. Fokus er på at skabe merværdi gennem oplevelser ved at arbejde med konkrete muligheder i virksomhederne. Madaktører på landet og kysten kobles samtidig med den københavnske madscene. Der vil være en inderkreds af deltagere (ca. 50 virksomheder) i aktiviteten, som kaldes "fyrtårne". Deltagerne bringes sammen for at udvikle og skabe synergi, samtidig med at de deler viden og erfaringer. Det vil sige projektet arbejder aktionsbaseret og "bottom up", hvor viden og erfaringer skabes hos producenter, hvorefter projektet opsamlere, systematiserer og generaliserer viden før den formidles til almen benyttelse.

## 7. Dialog, samarbejde og samlende fortælling

Denne aktiviteter skal facilitere netværksskabelse på tværs af fødevarer systemet og initiativerne - og sikre at alle ikke opfinder den samme dybe tallerken. Kort sagt sikre erfaringsudveksling og samskabelse. Denne aktivitet omhandler et samarbejde mellem de mange forskellige aktører, i og uden for Madfællesskabets regi.

Det er vigtigt at tage i betragtning, at Madfællesskabet har en forpligtigende karakter og en høj overlægges. Det betyder samtidigt, at der skal ske samarbejder på kryds og tværs og dialog er afgørende for, at de mange projekter ikke bedriver de samme ting, men sikrer optimal synergi.

De konkrete aktiviteter, der faciliteres via denne aktivitet er:

- En årlig samling afholdt af Madfællesskabet: Den afholdes hvert år i november måned før det kommende års så-plan og efter kommunale budgetindgåelser. Konferencen afholdes i regi af CPH Foodspace og Københavns Madhus, der skaber optimale rammer for samtale, dialog og også gerne praktiske workshop. Konferencen er sat op for debat og relationskabelse.
- Hertil afholdes løbende såkaldte forsamlingshuse, informationsmøder og workshop hvor Madfællesskabet inviterer til afklaring og debat af forskellige emner og med forskellige partnerskaber. Forsamlingshusene afholdes i lokaliteterne for at sikre opbakning og centralt for at drøfte tværgående emner. Emnerne kan være: foodhubs, madmarkeder, foodtrucks, gårdbutikker, indkøbsaftaler, foodservice, festivaler og event etc.

Via de forskellige arrangementer vil det f.eks. kunne undersøges:

- Hvordan en alternativ infrastruktur kan se ud og sættes fokus på at teste eks. food-hubs i samarbejde med relevante partnere eks. Bornholm, men også Lejre, Odsherred og Lolland, samt f.eks. foodservice-leverandørerne

- Eller et spørgsmål om finansiering af landbrugsomlægningen – hvad skal til – hvad kan ske på markedsbetingelser og hvad .
- Undersøge alternative forretningsmodeller og samle relevante partnere til afprøvning, herunder fødevareklynger som andelsselskaber, hvilket vurderes at være essentielt for engagement, økonomisk bæredygtighed samt levedygtighed, når projektet er afsluttet.

#### Samlende fortælling

Denne aktivitet skal medvirke til at sikre en fælles fortælling, der løbende kan udfoldes og holde fokus på de langsigtede målsætninger og de løbende resultater. Det sker primært via kommunikation om de mange aktiviteter beskrevet ovenfor. Der afsættes midler til at skabe en identitet, en hjemmeside, facebook mm. Dertil månedlige nyhedsbreve og en kalender over aktiviteter.

#### Milepæle:

##### 1. Facilitering af Madfællesskabet

- Projektledelse og faglig koordinering i hele perioden
- Etablering af sekretariat der:
  - Understøtter aktiviteterne i Madfællesskabet og sikre synergi i mellem de mange organisationer og initiativer både i dette fyrtårnsprojekt og i andre beslægtede projekter.
  - Sikre ressourcer til yderligere initiativer, der understøtter fyrtårnsprojektets målsætning og danne fundamentet for at fyrtårnets resultater kan fastholdes og udvikles over projektperioden.
  - Aktivt inddrager regionens kommuner, virksomheder og organisationer i realisering af fyrtårnets målsætning og medvirke udviklingen af bæredygtig regional fødevarerstrategi.
  - Udarbejder kvartalsvise rapporter om fyrtårnsprojektet aktiviteter herunder en opgave- og økonomistatus.
  - Afrapportering af det samlede fyrtårnsprojekt medio 2019.

##### 2. Værktøjer til mobilisering af byens forbrug

- Udvikling af Vægten:  
Et webbaseret værktøj, der kan omsætte offentlige og private køkkens forbrugsprognoser og menuplaner til præcist udspecificerede råvaremængder
- Det detaljerede kiloangivne råvarebehov vil danne grundlag for en vurdering af potentialet dyrkning og afsætning af lokalt producerede råvarer.
- De efterspurgte kilo råvarer vil kunne oversættes til potentiale for dyrket landbrugsareal målt i ha og arbejdspladser i landbrug og fiskeri.
- Vægten udarbejdes i co-creation med eksperter i Økologisk Landsforening, L&F, interesserer blandt regionens landmænd, repræsentanter for offentlige og private køkkener.
- Der afholdes 3 udviklingsseminarer.
  - 1. udviklingsseminar medio 2017
  - 1. prototype ultimo 2017
  - 2. udviklingsseminar primo 2018
  - 2. prototype primo 2018
  - 3. udviklingsseminar medio 2018
  - Færdig Vægt medio 2018

##### 3. Viden og kortlægning

- Udvikling af vidensgrundlag og påbegyndelse af kortlægning af fødevarer systemet i Greater Copenhagen
- Disponering af kortlægningen primo 2017
- 1. workshop med eksperter fra bl.a. Danmarks Statistik, AAU, DTU, L&F og Økologisk Landsforening medio 2017
- 1. udkast til kortlægning ultimo 2017
- 2. workshop primo 2018
- 2. udkast medio 2018
- 3. workshop medio 2018
- Endelig kortlægning ultimo 2018

##### 4. Fælles ansvar for forbrug

- Kortlægning af økologisk omlægningspotentiale
- Udarbejdelse af 75 køkkenrapporter medio 2017 – primo 2019

##### 5. Mobilisering af landets hektar - Organisering af producenter

- Samarbejde vedr. udvikling af Vægten medio 2017 – medio 2018
- Koordinering med Den Kreative Madscene – løbende i hele projektperioden

**April 2017 – Organisering af fødevareklynger**

Der er etableret en styregruppe og sekretariat for projektet vedr. fødevareklynger

#### **September 2017 – informationsmøder**

Spisekammer Halsnæs (SH) og Gribskov Spisekammer (GS) har gennemført informationsmøder og workshops for virksomheder i regionen, der ønsker at indgå i en eller flere fødevareklynger/andelselskaber.

- a) Mølleri
- b) Slagteri
- c) Dyrkning og opdræt af fisk og skaldyr, herunder forarbejdning og konservering af fisk og skaldyr

#### **Februar 2018 – forretningsudvikling**

Møder, workshops og ad hoc rådgivning om produkt- og produktionsudvikling samt juridiske og finansielle udfordringer som fødevareklyngeme/andelselskaberne er afklaret.

#### **Marts 2018 - markedsføring og salg**

Der foreligger aftaler med aftagere af fødevareklyngens varer, dels inden for Madfællesskabet, dels over for øvrige kunder/forbrugergrupper i regionen.

#### **December 2018 - Fremdrift af fødevareklyngerne**

Der er oprettet website, Facebook grupper og apps til information og kommunikation internt i fødevareklyngen, herunder med leverandører og kunder.

#### **Marts og juni 2019 – måling af udvikling og effekter**

Hver fødevareklynge har udarbejdet afrapportering af aktiviteter og resultater.

#### **December 2019 – Afrapportering og regnskab**

Der er udarbejdet en afsluttende rapport og regnskab for indsatsen vedr. fødevareklynger.

### **6. Madoplevelser**

#### **1. Udvikling af oplevelsesøkonomi - gårdbutikker/madhåndværkere/kystfiskeri**

Der skabes som udgangspunkt 3 parallelle netværk: i) Gårdbutikker ii) Madhåndværkere og iii) Kystfiskeri, som vil gennemgå parallelle samt samlede aktiviteter, som er beskrevet.

##### **i) Udvikling af gårdbutikker**

Formålet med netværket er at skabe rammerne for deling af viden, inspiration og faglige input, der kan styrke afsætnings- og oplevelsesøkonomisk udvikling af bedrifterne.

ii) Udvikling af madhåndværkere til udvikling af oplevelser i forarbejdningsleddet/-virksomhederne.

##### **iii) Udvikling af kystfiskeriet**

Målet er at skabe slagbare oplevelser samt direkte slag fra kutterne, lokal forædling af fisk, fiskebutikker og spisesteder på havnene. Det skal være en autentisk oplevelse at færdes på havnen. Kystfiskeri aktiviteterne kobles til projekt "Oplevelser fra Bornholms Hav og Ager" samt Maritim Turisme (Mette Sandal).

#### **2. Spiseoplevelser og food events på kysten og landet**

- Koordinering og samarbejde om mad events
- Udvikling og gennemførelse af koncept for lokal (producentstyret) mad catering service til events.
- Partnerskab lokale producenter, madhåndværkere og restauranter
- Local Cooking, Høresta (konkurrence for lokale spisesteder) og Knuthenlunds NATIVE COOKING AWARD, Furesø Picnicfestival, Fredensborg Slotsmarked, Høstfest Esrum Kloster, Slotssøfest i Hillerød, Birkerød Torvedage, Helsingør Design and Food Days Pop up events – her er det lokaliteten der sættes i spil.
- Virksomhedens egen madfortælling og kommunikation i forhold til lokale fødevarer, oplevelser, autenticitet, food trust
- Madskoler for turister, madskoler, master class mv. – edu-tainment som spiseoplevelse
- Pop up events
- Brug af den lokale madfortælling i restaurant

#### **3. Food Tours**

- Analyse af potentialer, aktør kortlægning, markedsanalyse
- Aktør møder Nordsjælland og Bornholm
- Udvikling af Food Tours med private aktører. Eksempler på food tours kunne være:
  - Maritim Food Tour både Bornholm og Nordsjælland
  - Spiseoplevelser i Naturparker: Kongernes Nordsjælland, Naturparken Mølleåen
  - Koble lokal mad/bespisning til eksisterende vandre ruter, cykelruter, historiske turer
  - Esrum Kloster, Friilandsmuseum kobles med smag det traditionelle køkken museer
  - Samarbejde med eksisterende food tours som Svanholm-Hansens Flødeis.
- Beskrivelse af koncept og udarbejdelse af business case på Food Tours
- Udarbejde informationsmaterialer
- Slag og booking af food tours
- Implementering af private aktører



	<p><b>4. Naturpark Mølleåen, et eksperimentarium for at udvikle fødevareroplevelser i naturområder</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Lokale kulinariske destinationer (10 stk) gårdbutikker, traktørsteder, food tours og events kobles med grønne oplevelser i Naturparken. Naturparken bliver mere attraktiv for både lokale og turister.</li> <li>3 nye signatur events, der tiltrækker borgere og turister fra både København og Nordkysten.</li> <li>3 Food Tours, der kobler Naturpark Mølleåen og København/Nordkysten.</li> <li>Naturpark Mølleåen bliver kendt som en grøn og kulinarisk destination tæt på København og Nordkysten</li> <li>Der skabes én ny arbejdsplads på hver af de 10 smv virksomheder, der bliver knyttet til Naturpark Mølleåen</li> </ul> <p><b>5. Oplevelseskoncepter og forretningsmodeller til kulinarisk turisme på fødevarerbedrifter</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Opsamle, analysere og ekstrahere koncepter for at udvikle oplevelsesøkonomi på gårdniveau i forhold til kundesegmenter.</li> <li>Økonomisk dokumentation og analyse for indtjening via koncepterne</li> <li>Når oplevelseskoncepterne foreligger i udkast afholdes en ekspertworkshop hvor koncepter og erfaringer diskuteres og holdes op mod videnskaben på området.</li> <li>Formidling af resultater internt og eksternt lægge tilgængelig på web og app</li> </ul> <p><b>7. Dialog, samlende fortælling og samarbejde</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Årlig samling af aktører med lancering af foreløbige resultater og løsninger <ul style="list-style-type: none"> <li>1. samling ultimo 2017</li> <li>2. samling ultimo 2018</li> </ul> </li> <li>Forsamlingshuse og dialog <ul style="list-style-type: none"> <li>4 forsamlingshusarrangementer- 1, medio 2017, 2. primo 2018, 3. medio 2018 og 4. primo 2019</li> <li>6 informationsmøder og 10 workshop fordelt over projektperioden</li> </ul> </li> <li>Samlet brand og fortælling</li> <li>Udvikling af samlet visuel - og grafisk identitet Udvikling af projekthjemmeside og Facebookprofil</li> <li>8 nyhedsbreve, et hvert kvartal</li> <li>Løbende opdatering af hjemmeside, Facebook og pressekontakt</li> </ul>
<p><b>Projektets organisering</b></p>	<p>Københavns Madhuser facilitator for Madfællesskabet, og operatør på dette projekt. Madfællesskabet er ledet af en selvstændig styregruppe, hvor Region H er repræsenteret, og har derudover en arbejdsgruppe med fokus på koordinering af projekttaktiviteter. Fyrtårnsprojektet er organiseret jf. bilaget, og har derudover sin egen styregruppe, med projektets partnere, Region H og væsentlige deltagere. Kredsen afklares endeligt i forbindelse med opstart. Se organisering i bilag.</p>

## Udvælgelseskriterier

<p><b>1. Bidrag til realisering af den regionale vækst- og udviklingsstrategi 'Copenhagen – hele Danmarks hovedstad'</b></p> <p>Der lægges vægt på, at initiativets effektkæde tydeligt demonstrerer, at initiativet bidrager til at indfri ét eller flere af strategiens effektmål.</p> <p><i>Hvilket af strategiens indsatsområder (rammevilkår eller væksttema) falder initiativet indenfor?</i></p> <p>Kreativ Vækst – målet om at samle regionens private og offentlige aktører inden for gastronomi og mad, så samspillet mellem primærproducenter og de offentlige køkkener, restauranter og madevents styrkes og bidrager til bæredygtig udvikling og jobskabelse (s. 35).</p> <p>Derudover til målene:</p> <p>Eksporsten i de kreative erhverv er steget med 25% inden 2025.</p> <p>De kreative erhverv og turismen har skabt 20% flere arbejdspladser frem mod 2025.</p> <p>Antallet af turister til hele regionen stiger med 6% om året frem mod 2025.</p> <p><i>Hvilket af strategiens effektmål bidrager initiativet til at indfri?</i></p> <p>Bidrag til effektmålet om at skabe 20% flere arbejdspladser frem mod 2025.</p> <p>I fødevarerklængerne kan der laves en baseline i 2017, hvor de involverede virksomheders antal ansatte kan opgøres. I 2019 kan vi så igen måle antal ansatte i de samme virksomheder.</p> <p>Tilsvarende kan omkostningen i de involverede virksomheder opgøres og sammenlignes med omsætningen i 2019.</p> <p><i>Hvordan bidrager initiativet til at indfri effektmålet?</i></p> <p>Gennem et langsigtet og forpligtende samarbejde om at skabe grundlaget for et økonomisk, socialt og miljømæssigt bæredygtigt fødevarer system, der sikrer landbruget og fiskeriet lokal afsætning og dermed resiliens overfor eksportmarkedet, hvilket gør det muligt at fastholde og skabe stedbundne arbejdspladser både i primær- og sekundærproduktionen, samt i offentlige og private køkkener i hele</p>
---

<p>regionen. Udvikle madkulturen og madens infrastruktur så de gastronomiske landvindinger med ny nordisk mad bølgen også bliver omsat til hverdagensmad i offentligt og privat regi. Det forventes at dette vil bidrage til flere arbejdspladser både i køkkene, i landbruget og fiskeriet, i distributionen og i forarbejdningen.</p> <p>Ved at styrke kompetencerne og afsætningsmulighederne hos fødevarereproducenterne, vil der blive skabt grundlag for attraktivitet, vækst, øget eksport, jobskabelse og turisme.</p>
<h2>2. Vækst og/eller jobskabelse</h2> <p>Der lægges vægt på, at initiativet har en vækst- og/eller jobskabende effekt i hovedstadsregionen.</p> <p><i>Hvor mange jobs forventes initiativet at skabe?</i></p> <p>Forventes både at skabe nye jobs, og sikre beskæftigelse blandt primære og sekundære producenter. Det er meget vanskeligt at sige præcist, hvor mange nye jobs, der kan skabes, men prognoser for økologisk produktion er støt stigende (Kilder: <a href="#">L&amp;F</a>, <a href="#">ØLF</a> og <a href="#">Information</a>) til forskel for det konventionelle landbrug, hvor der er tale om en alvorlig økonomisk situation, med mange konkurser og lukninger. Ved at sikre grundlaget for et økonomisk bæredygtigt landbrug sikres ligeledes landsby- og havnemiljøer i udkantsområderne, og dermed en sund balance mellem by og land.</p> <p>Samtidig vil der i et samarbejde med Spisekammerne Gribskov og Halsnæs blive satset på udvikling af flere forarbejdningsvirksomheder i kølvandet på det nye lokale marked og stigende forbrug.</p> <p><i>Hvilke andre vækstskabende effekter har projektet?</i></p> <p>Madfællesskabet har som ambition at skabe et sammenhængende og bæredygtigt fødevarer system i hele Greater Copenhagen, og vil dermed skabe en brandingplatform for både fødevarereproducenter, restauranter og events, der kan markedsføre sig som økologisk og bæredygtigt. Det har et betydeligt vækspotentiale i forhold til turisme og eksport af viden og innovative velfærdsløsninger.</p>
<h2>3. Samarbejdskreds med relevante kompetencer og ressourcer</h2> <p>Der lægges vægt på, at initiativet gennemføres af en samarbejdskreds, der bidrager med nødvendige kompetencer og ressourcer, faglige såvel som projektledelsesmæssige, til en succesfuld gennemførelse af initiativet. Hvor det vurderes relevant, vil der tillige blive lagt vægt på graden af kontant medfinansiering og/eller bidrag i form af arbejdstimer.</p> <p><i>Hvilke kompetencer bidrager de enkelte partnere med?</i></p> <p><b>Københavns Madhus</b> Københavns Madhus <a href="http://kbhmadhus.dk/">http://kbhmadhus.dk/</a> er en selvstændig erhvervsdrivende fond med et almennyttigt formål med fokus på forandringsprocesser, hvor ny viden og indsigt i det samlede fødevarer system omsættes til konkrete indsatser: f.eks. økologi om lægning, kurser for køkkenfolk, dialog på tværs af sektorer, netværk og samarbejdet og løbende kortlægninger og indsamling af viden, der gør hele feltet stærkere og klogere. Københavns Madhus ser på den samlede effekt for miljø og økonomi i indsatser mark til tallerken. Københavns Madhus har 30 meget engagerede medarbejdere der samlet set repræsenterer en omfattende erfaring og dyb kompetence indenfor:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mad og måltidsinnovation</li> <li>• Råvarer- og forbrugsanalyser</li> <li>• Forandrings- og projektledelse</li> <li>• Konference-/eventafvikling og brandudvikling</li> </ul> <p><b>Spisekammer Halsnæs og Gribskov Spisekammer</b> Spisekammer Halsnæs og Gribskov Spisekammer er sammensat af fødevarereproducenter inden for stort set alle fødevarergrupper. Medlemmerne omfatter såvel store som små producenter, hvoraf flere har både primær produktion og forarbejdning af fødevarer til salg i gårdbutikker, detail, lokale fødevarerfællesskaber samt tilberedning og servering af mad.</p> <p>Foreningens medlemmer rummer ligeledes kompetencer, der er væsentlige for udvikling, etablering og drift af fødevarerklubber, eksempelvis projektledelse, netværksdannelse samt oplining og afvikling af større events. Spisekammerne har således erfaringer landbrugere, fiskere, professionelle kokke, eksperter i folkesundhed, formidling, events og pædagogik samt erfaringer virksomhedsledere og konsulenter, der har gennemført forskellige slags projekter i offentligt og privat regi.</p> <p><b>Smag på Nordsjælland</b> Foreningen "Smag på Nordsjælland" <a href="http://www.smagpaanordsjaelland.dk">www.smagpaanordsjaelland.dk</a> arbejder for at fremme kulinariske oplevelser baseret på gode råvarer samt de dyrknings-, avlsformer og håndværksmæssige traditioner, som kendetegner regionens mangfoldige kultur- og naturlandskab. Foreningen har 10 år på bagen og repræsenterer ca. 65 fødevarereproducenter fordelt på hele Nordsjælland. Smag på Nordsjælland rummer alle former for småskala fødevarereproducenter – primærproducenter, madhåndværkere, restauranter, bryggere, vinproducenter, chokolade producenter, mv. Aktiviteterne i foreningen er centreret omkring videndeling, fælles synliggørelse, afsætning og markedsføring, festivaller for lokal mad, fælles kommunikation, mv.</p> <p><i>Beskriv relevante erfaringer i forhold til projektets gennemførelse.</i></p> <p><i>Hvilke projektledelsesmæssige erfaringer har projektholder fra lignende projekter?</i></p> <p><b>Københavns Madhus</b> Københavns Madhus har siden 2007 udført en lang række projekter, der er eksternt finansierede, primært via statslige eller kommunale puljer. Eksempelvis har Københavns Madhus haft projektansvaret for økologi om lægningen i Københavns Kommune, der har sikret en gennemsnitlig økologi procent på 88% i byens ca. 900 kommunale køkkener. Derudover har Københavns Madhus haft projektansvaret for økologi om lægningsprojekter i ca. 700 køkkener bl.a. i Region Midtjylland, Aarhus, Lejre, Hvidovre og Bornholms Kommuner, Via UC, Kriminalforsorgen og på Hotel- og Restaurantkolen.</p> <p>Københavns Madhus har desuden;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• udviklet mad- og måltidskoncepter som EAT, <a href="http://www.eat-kk.dk/">http://www.eat-kk.dk/</a>, JUMPfood, <a href="http://jumpfood.dk/">http://jumpfood.dk/</a>, Cooking Kids, <a href="http://www.kbhmadhus.dk/skolemad/cooking-kids">http://www.kbhmadhus.dk/skolemad/cooking-kids</a>, Økoløft, <a href="http://www.okoløft.dk/">http://www.okoløft.dk/</a> og Køkkenløftet,</li> </ul>

<http://www.kbhmadhus.dk/koekkenloeftet>.

- udviklet værktøjer, modeller og metoder i forbindelse med Kløge Fødevarerindkøb <http://klogefodevareindkob.dk/>.
- været en drivende kraft i udvikling af Madfællesskabet

#### **Spisekamrene**

Måltrettet indsats for udvikling af lokale kvalitetsfødevarer igennem projektet 'Center for lokal bæredygtig fødevarerproduktion' med etableringen af produktionsenhed til udvikling af sekundær fødevarer (støtte af LAG, Realdania, Miljø og Fødevarerministeriet samt Gribskov Kommune).

Tisvilde Ø, omlægning af 35 hektar landbrugsjord til økologi i forbindelse med etablering af Økolandsby

Mad & Mennesker (Støttet af bl.a. LAG)

Gennem projektet Maritim Turisme er søsat nye fisk- og skaldyrs-initiativer med primær og sekundær produktion

#### **Smag på Nordsjælland**

Smag på Nordsjælland (SpN) er en forening af liberale småskala erhvervsdrivende, hvor de fleste medlemmer kompetencemæssigt har en højere uddannelse og en professionel baggrund, hvor de er vant til at arbejde med projekter i komplekse systemer. Smag på Nordsjælland har løbende været projektholdere på udviklingsprojekter som: Alternative afsætningskanaler (Landdistriktsprogram met) og Lokal mad i offentlig bespisning (FØL). Sekretariatsfunktionen for SpN sources hos konsulentfirmaet Viventes, der er specialiseret i forretningsudvikling i fødevarerhvervet og driver forskellige ejerleder-netværk i Danmark. Se endvidere [www.viventes.dk](http://www.viventes.dk) hvor bøger og projekter giver en uddybende indblik i virksomhedens virke og kompetencer.

### 4. Projektstørrelse og levedygtighed

Der lægges vægt på, at der er tale om et større initiativ med markante resultater. Hvor det vurderes relevant, vil der tillige blive lagt vægt på, at initiativet er levedygtigt efter støttens ophør.

*Beskriv hvilke markante resultater initiativet forventes at resultere i.*

- at køkkener og fødevarer virksomheder indgår aftaler med et lokalt perspektiv
- at der udvikles nye distributionsveje/virksomheder for de lokale varer
- at jord omlægges til økologi og diversitet og fiskeri foregår kystnært og bæredygtigt
- at kommunerne forpligtiger sig til at skabe lokale erhvervsstrategier samt bidrager konkret med eget indkøb, der understøtter målsætningen
- at der udviklet madmarkeder og foodtrucks med lokale varer

Fødevarer klyngemes andelskonceptet vil være medvirkende til at gøre klyngeme bæredygtige, når projektperioden er slut, fordi projektet fra start er forankret hos producenterne/andelskaberne. Det er virksomhederne, der via andelselskaber ejer hver fødevarer klynge. Derfor påtager virksomhederne sig også ansvaret for udviklingen og for videreførelsen af fødevarer klyngeme, når projektet er afsluttet. Fødevarer klyngemes (andelselskabernes) aftaler med aftager af fødevarer vil således fortsætte og sandsynligvis blive øget som resultat af de igangsatte initiativer.

### 5. Regionale løsninger på regionale udfordringer

Der lægges vægt på, at initiativet adresserer regionale udfordringer, og at løsningerne bygger videre på og skaber synergi med eventuelle eksisterende initiativer og med Greater Copenhagen.

*Hvilke regionale udfordringer adresserer initiativet?*

Madfællesskabet er et konkret svar på konventionelt landbrugs krise, udfordringer ift. folkesundhed, forurenings- og klima udfordringer. Ved i praksis at vise nye økonomisk bæredygtige veje kan modellen udvikles således, at Regionen og Greater Copenhagen igangsætter en ny vej i et nedslidt og forgældet fødevarer system.

Projektet vil være et laboratorium, der sidenhen kan udfoldes yderligere. Med projektet forbindes kommunal og offentligt ansvar med privat ansvar og privat initiativ.

*Hvilke eksisterende indsatser bygger initiativet videre på / skaber synergi til?*

Madfællesskabet, Kreativ Vækst, Greater Copenhagen, CPH Foodspace, madmarkedsudbud i København, økologi omlægning på Regionens hospitaler, Økoløft DK, Kløge Fødevarerindkøb etc.

*Hvad er initiativets relevans i forhold til Greater Copenhagen?*

Sammenhængende fødevarer system, Fødevarer satsningen.

## Underskrift

Dato:

Underskrift fra lead-partner (projektholder):

Anne-Birgitte Agger, Københavns Madhus

# ERKLÆRING

## om deltagelse som partner

Nedennævnte virksomhed/myndighed/fond/forening

Navn: \_\_\_\_\_

bekræfter hermed at være partner i nedenstående projekt:

Projekttitel: \_\_\_\_\_

Virksomheden/myndigheden/fonden/foreningen er som partner bekendt med indholdet i ansøgningen om tilskud fra Region Hovedstaden dateret:

Dato: \_\_\_\_\_

og accepterer, at tilskuddet udbetales til lead-partneren / projektholder.

Navn på virksomhed/myndighed/fond/forening:

Juridisk status for virksomhed/myndighed/fond/forening:  
(A/S, ApS, I/S, K/S, personligt ejet virksomhed, erhvervsdrivende fond, selvejende institution, offentlig myndighed, forening, eller andet)

Juridisk status: \_\_\_\_\_

Dato, navn og stempel: \_\_\_\_\_