

# LANDSBYGD

Ansvarig utgivare: Lena Brenner Redaktion: Mari Rosenqvist, tel: 22 415, e-post: mari@april.ax  
December 2009 [www.landsbygd.ax](http://www.landsbygd.ax)

# Nytt

## Nyheter från ProAgria Ålands Hushållningssällskap



### Kurs i växtskydd

För dig som är med i det nya miljöstödsprogrammet (programperiod 2007-2013) och har avtal från 2007, 2008 eller 2009:

Vet du om att du är skyldig att delta i den **obligatoriska** 1-dagskursen i växtskydd?

Under januari ordnas kurser enl. följande:

**Tidpunkt:** 13 januari, 20 januari och 27 januari.  
Kl. 09.00 – 15.00

**Plats:** Ålands Naturbruksskola

**Kursavgift:** Kursen är gratis. Lunch och kaffe till självkostnadspris, 11.00 € (ta med kontanter).

**Anmälan:** Senast 1 vecka innan kursen, tel. 329 610

**Kursledare:** Joachim Regårdh, tel. 329 643

Kursen ordnas endast om det är minst 20 deltagare anmälda per kurs!

### Gödslingsplan

Beställ din gödslingsplan  
för växtodlingssäsongen  
2010 nu!

Ta kontakt med Ålands Hushållningssällskap,  
Joachim Regårdh, tel. 329 643.  
Sole Wartainen, tel. 329 802.

### Trädgårdsrådgivning vid Hushållningssällskapet

Trädgårdsrådgivare Pernilla Gabriellson är tjänstledig fram till 30.4.2010. Under denna tid hänvisar vi till trädgårdsrådgivare Fredrik Björklund, Finska Hushållningssällskapet som du når på: telefon: (02) 481 2416 mobil: 050 593 4350 e-post: fredrik.bjorklund@fhs.fi

### Avbytar-service



#### Kom ihåg!

**15 januari 2010** är sista inlämningsdag för ersättning för privat avbytare för detta år.

**31 januari 2010** är sista inlämningsdag för ansökan om årsledighet för nästa år är.

Blanketter finns på [www.regeringen.ax/blanketter](http://www.regeringen.ax/blanketter)

Mer information ges av ledande avbytare Annette Loumann, 329 860 eller 0457 3500 400.

### Ålands Producentförbund



#### MÅ BRA DAGEN på Naturbruksskolan

Lördagen den 6 februari är det igen dags för den populära MÅ BRA DAGEN på Naturbruksskolan

Lägg in den i kalendern redan nu. Närmare program i nästa infoblad.

Arr. ÅPF:s kvinnoutskott

# Mässbesök Elmia När- producerat



*Produkter från småskaliga livsmedelsförädlare kunde man bekanta sig med på mässan.*

Som ett barn i en godisbutik. Så kände jag mig när seminarieprogrammet för Elmia Närproducerat publicerades. Hur kan man välja bara några få när hela utbudet verkade så intressant.

Under två dagar arrangerades närmare 50 seminarier och workshops. Bland behandlades generella frågeställningar som till exempel vilka regler som ska följas och vilka tillstånd som krävs vid livsmedelsförädling och mat-hantering. Det fanns även mer ingående föreläsningar om specifika områden som till exempel förpackningsdesign och att lyckas med näthandel. Med Sveriges främsta expertis på närproducerat samlat blev Elmia Närproducerat 26–27 oktober en stor källa till kunskap.

## Globalt, lokalt, superlokalt

*Kairos Future, Pernilla Jansson, strategikonsult med framtidsinriktning*

**”trend”** – strukturella omvärldsförändringar/drivkraft

Trendspaning;

**Närproducerat** är trenden på G. Man vill handla och semestra miljövänligt, och då är nära bra. ”Bo på lantgård” växer, närproducerade produkter på butikshyllan växer, intresset för att kocka och långkoka växer. Globala företag översätter/gör sina produkter mer lokala (MCDonalds har ”svenska” burgare i Sverige)

**Mat** man vill veta vem som lagat maten (och den ska vara lagad med kärlek).

**Livet** Man vill nu ha ”svenssonliv” familjen, hemmet, maten får större betydelse och det är lyxigt att ordna middag hemma (och laga maten själv).

Förtroendekris för processerad mat. Man vill veta vad man äter och gärna träffa producenten. Borta bra men hemma bäst = lyx i bloggösfären. Laga mat från grunden är status. Mitt hem är min statuspryl (istället för bilen). Hemmafrun på återkommande - sysslorna i hemmet uppvärderas.

**Konsumenten** är multioptionell och konsumerar med parallella logiker (homozappiens) - man är dels

supereffektiv dels vill man maximera sig själv. Man ”blandar” och kan köpa superbilliga resan med Ryan Air någonstans för att där hyra privat helikopter och komma till det unika slutmålet.

**Resa** beslutsunderlag; varit där, vänner berättar, man googlar. Goda chanser för tillväxt inom turism, särskilt besökare från Europa, man är rädd för klimatförändringar och höga bränslepriser. Svenskar turistar mer i Sverige. Turismens exportvärde större än för bilar i Sverige nu.

**Effektiv/Tid** är den nya valutan och man mäter avstånd i km istället för i minuter. Man mäter även dörr-till-dörr och inte bara själva resans längd. Konsumentens tröskel för strul allt lägre - det ska funka. Att betala för parkering blir för jobbigt. Vi är proffs på att vara turister och paketerar gärna själva.

**Coaching** hjälp att maximera sig själv (känner vi det på oss ;D ) växer (hjälpa kunden bli bättre) produkter typ Flingsalt ökar - de hjälper oss bli bättre, vi känner oss som Tina i köket med flingsalt. Coaching har blivit ”viktigare” än service. Produkter typ ”bli bättre i golf med hjälp av pilates” växer. Maximeringslyx, transformerade tjänster typ Rent-A-Chef.

Tidigare **hierarki** inom maten kunde vara oxfilé är lyx - köttbullar är vardag, numera är köttbullar (frysta portioner med mos) vardag medan hemlagade köttbullar från organiskt närproducerat kött som man sedan rullar och steker själv = lyx.

Att **kommunicera med produkt** – ärligt, textgenomskinliga förpackningar (Renee Voltaire)

Att bry sig om världen och sig själv – taffel

Traceable – spårbart

Authentic – äkta

Food safety – säker mat

Fairtrade – rättvisemärkt

Ecological – ekologiskt

Local – närproducerat

Text Mari Rosenqvist

## Bo på lantgård – en svart intäkt eller en riktig affärsidé?

Föreläsare: Anders Ekblom, ordf. Bo på Lantgård

**Bo på lantgård**, ett starkt varumärke. Som en del av jordbruket men inga gäster med i det dagliga arbetet. Viktiga element: maten, boendet och människorna. Viktigt att vara engagerad som värd. Dyraste/finaste boendet lättast att hyra ut. Man vill förgylla fritiden.

## Kommunikation av mervärden hos småskaligt producerad mat

Föreläsare: Charlotte Lagerberg Fogelberg, SLU

Mervärden kan vara: tillgänglighet, hälsa, miljö, upplevelser i kombinationserbjudanden. Mervärdesgrunden är större för en förädlad produkt. Restauranger värdefulla ambassadörer, kvalitetsgaranti, detta kan man som producent använda sej av i sin marknadsföring.

## Affärsutveckling och nya affärer för närproducerad mat

Föreläsare: MaxMikael Björling Högskolan i Kalmar.

**En unik produkt av hög kvalitet** Kostar mer att producera. Värderas högre av en kunnig kund. Hitta din historia om produkten. Skapa något unikt!

**Samverkan mellan småföretag:** A. Nätverk: utbyte av information B. Koordination: anpassade/förändrade aktiviteter C. Samarbeta: delande av kritiska resurser D. Samverkan: kapacitetsutveckling genom lärande  
Börja inte med ekonomisk förening! Börja med nätverk! (A-D, börja med A)

## Det kulinariska kulturarvet som affärsidé

Föreläsare: Anita Ydrestrand, Brostorps gård, Ydrö mejeri  
En mjölkgård utanför Tranås. När mjölkpriset sjönk 2003 beslutade man sej för att förädla mer av gårdens mjölk, började göra ost. De betalar det dubbla mot vad Arla betalar för mjölken, mervärdet stannar på gården. God åtgång på osten, har fått fler utmärkelser för sina fina produkter. Det ska vara roligt, livskvalitet ska vara inbakad i produkten.

## Med färg och form når du kunden. Så ser närproducerad ut!

Föreläsare: Torbjörn Magnusson, HDK,  
Kommunikation sker alltid på mottagarens villkor. Tolkning och värdering beror på många olika saker t.ex. ålder, kön, kultur. Varumärket – vad produkten är och hur den uppfattas, måste värdas. Koncentrera kommunikationen så den inte spretar.

Föreläsare: Maria Schmidt-Larsson, Make Design, Daucus design

Konsumenten ska uppleva det småskaliga. De småskaliga är alltid hänvisade till standardförpackningar, det är etiketten som blir unik, titta på samverkan, fler i rad.

Innventia, (Livsmedelsverket) kostnadseffektiva förpackningar i små serier.



Brostorps gård vann flera olika priser i produkttävlingarna.

AVERY – etiketter, DesignPro S, gratis programvara för etiketter

## Förädla kött från gården

Föreläsare: Åke Karlsson, Krokek Gårds kött och chark i Östergötland

Slakt och styckning i samma utrymme, men skilt i tid. Lokalen används även för styckning av storvilt, dvs främst kronhjort, även detta skilt i tid. Han har dessutom en charklokal. Han tillverkar bl.a. salami och medvurst. Slakteriavfallet är för närvarande en stor kostnad.

Föreläsare: Pär Magnusson, Rättagården, Leksand  
Lagar olika typer av korv och charkprodukter. Råvarorna får han från eget nötkött. Har börjat med catering och gårdskrog Han tillverkar små mängder som unika produkter till sin catering. Köttkylen ändras till grönsakskyl på sommaren när krogen är öppen.

## Jag syns, alltså finns jag! Allt om förpackningsmaterial.

Föreläsare: Oskar Wästlund, Smurfit Kappa  
Titta på syftet först. Transport. Synlighet, får sticka ut. Förpackningen ska inte vara en kostnad utan ge mervärde. En snygg förpackning behandlas alltid väl.

Föreläsare: Thommy Engqvist, TK-pak AB  
Till [www.standardpack.se](http://www.standardpack.se) kan man vända sej med specifika önskemål om förpackningar. De samordnar kontakten med svenska förpackningsföretag för en kostnadseffektiv tillverkning.

## Råvaror, ingredienser och tillsatser inom kött och charkproduktion.

Föreläsare: Ingrid Klingspor, LivsTek, Centrum för praktisk livsmedelsteknik.

Viktigt med äkta produkter i småskalig livsmedelstillverkning. En del tillsatser måste dock finnas för att främja: Kvalitet, smak, funktionalitet, ekonomiskt utbyte, hållbarhet, produktsäkerhet. Produktionshygien mycket viktig. Använd de tillsatser man kan stå för, förklara varför.

Text Ann Sundberg

# God Jul och Gott Nytt År

önskar

