

Fylkeskommunen i Sogn og Fjordane  
Askedalen 2  
6863 LEIKANGER

**Prosjektnavn: Bergen Matfestival 2016**

Prosjektansvarlig: Matarena AS v/ Alexandra Krage Angell  
Prosjektleder: Ingerid W. Wembstad, Matarena AS  
Start: 02.09.16  
Slutt: 04.09.16

## 1. MÅL OG RAMMER

---

**Matarena AS søker Fylkeskommunen i Sogn og Fjordane om 50 000.- kroner til finansiering av Bergen Matfestival 2016, i tråd med søknad og vedlagt budsjett.**

---

### 1.1 Bakgrunn

**Bergen Matfestival arrangeres 2. – 4. september 2016, i år for 15. gang.**

Bergen Matfestival er en viktig arena for presentasjon og salg av bærekraftig kortreist mat i Hordaland og Sogn og Fjordane og synliggjøring av vår stolte matkultur og historie. Det er en stadig økende etterspørsel blant forbrukere og turister etter lokal mat, og med Bergens nye status som medlem i UNESCOs nettverk for kreative byer "City of Gastronomy" er det en svært god mulighet til å fremme den unike matkulturen i regionen. Festivalen gir både lokalmatprodusenter og sjømatleverandører inspirasjon og motivasjon til å videreutvikle både tradisjonelle og innovative matprodukter basert på regionens særegne råvarer.

**Bergen Matfestival er i en omstillingsfase, og konseptet skal videreutvikles til å bli et større matopplevelseskonsept med bærekraftige lokale råvarer som fundament.**

**Med hele verdikjeden tilstede; fra lokalmatprodusenter fra grønn og blå sektor – salgskanaler – restauranter – og sluttbrukere, ser vi muligheten til å bli den viktigste årlige arena for presentasjon av gode lokalmat initiativ og synliggjøring av Bergens medlemskap i UNESCOs nettverk for kreative byer "City of Gastronomy".**

Her er møteplassen mellom mataktører og forbrukere. Her kan vi sammen, på tvers av grønn og blå sektor, vise og selge hva som er de unike råvarer og retter i Hordaland og Sogn og Fjordane. Her vil vi styrke forbrukernes kunnskap og interesse for våre lokale mattradisjoner og ikke minst fremme sunne matvaner og livskvalitet. Her vil regionenes matidentitet utvikles og styrkes, og bransjen vil fremstå tydelig og samlet. Festivalen skal stimulere til mangfold, innovasjon, kreativitet og være årets viktigste møteplass mellom lokalmataktører på tvers av blå og grønn sektor og forbrukere.

Bergen Matfestival skal gjennomføre tiltak rettet mot barn og unge som skal bidra til økt kompetanse og kunnskap om lokale råvarer og til styrket rekruttering til matfaget generelt. Som et eksempel vil vi samarbeide med de videregående skolene, og tilrettelegge for både meningsfulle aktiviteter og konkurranser. Konkret i 2016 vil de kokkefaglige videregående skolene i Hordaland avholde finalen i en matkonkurranse under Bergen Matfestival, med fokus på Bergensretter med en ny vri.

Videre blir det økt fokus på kulturelle aktiviteter innen musikk, barneaktiviteter og teater, underholdning og ulike former for matrelaterte konkurranser. Vi skal gi forbrukerne en ekstra motivasjon til å besøke Bergen Matfestival, lokalbefolkning såvel som turister. Vi vil benytte muligheten til å sette et internasjonalt fokus på festivalen, og invitere noen av de øvrige "City of Gastronomy" byene i UNESCO nettverket.

Matarena AS vil jobbe for et tett samarbeide med hele verdikjeden for mat og i tillegg knytte seg tett på reiselivet. Bergen Matfestival skal videreutvikles til å bli det samlende årlige arrangementet som setter lokalmat og gastronomi på kartet, og som fremmer innovasjon, kunnskap og entusiasme for vår felles matkultur, matidentitet og historie.

## 1.2 Budsjett

Bergen Matfestival vil i 2016 ha en budsjettert inntekts- og kostnadsramme på kr. 3.790.000.-. Viser til vedlagt budsjett.

Vi budsjetter med en økning mht betalende besøkende på 20%, est. kr 1 200 000.- i billettinntekter. Utstillere vil gjennom standleie dekke ca. kr. 750 000,- inklusiv strøm, infrastruktur og parkering m.m. Vi søker finansiering fra Bergen Kommune, Innovasjon Norge, Fylkesmannen i Hordaland, Fylkeskommunen i Sogn og Fjordane, BU midler i Sogn og Fjordane og i Hordaland og Hordaland Fylkeskommune.

## 2. Prosjektorganisering

Fylkesmannen i Hordaland har gjennom 14 år arrangert Bergen Matfestival (tidligere "Bønder i Byd'n"). Det er besluttet at Fylkesmannen ikke skal stå som arrangør av festivalen lengre, men festivalsjef Gunnar Nagell Dahl fra Fylkesmannen vil fortsette som festivalsjef også i 2016. Øvrig stab fra Fylkesmannen vil forøvrig ikke arbeide med festivalen.

### Ny arrangør og prosjektansvarlig for Bergen Matfestival:

Matarena AS v/ Alexandra Krage Angell.

Adresse: Strandgt. 6, 5013 BERGEN. Org.nr. 913 8126038.

### Prosjektleder:

Ingerid W. Wembstad, Matarena AS

### Festivalsjef:

Gunnar Nagell Dahl

### Styringsgruppe:

Styret i Matarena AS vil utgjøre styringsgruppen i Bergen Matfestival.

Det etableres en arbeidsgruppe som involverer landbruks-, sjømat-, reiselivs- og kulturnæringene.

### 2.1. Om Matarena AS

Matarena AS er eid av aktører innen både landbruks- og sjømatnæringen, herunder Smak av Kysten, HMP Bergen, Hordaland Bondelag, Samarbeidsrådet for landbruksorganisasjonene i Hordaland og Sogn og Fjordane, Hanen Vest og Bondens marked.

Matarena AS er etablert som et samhandlingsorgan mellom sjømat- og landbruksnæringen med formål om å utvikle kunnskap om mat i Hordalandsregionen spesielt. Selskapet er opprettet som et resultat av behov for mer koordinert utvikling og skal bidra til økt samarbeid mellom de to næringene når det gjelder kompetanse-, produkt- og kvalitetsutvikling. Her vil samarbeidet knyttet til Bergen Matfestival være en viktig del av dette arbeidet.

## 2.2. Samarbeidspartnere

Bergen Ølfestival er en av samarbeidspartnerne under festivalen med eget festivalområde på Koengen. Inngangsbillettene gjelder for både Bergen Ølfestival og Bergen Matfestival. Ølfestivalen har forøvrig egen organisasjon og regnskap.

Vi ønsker å utvikle samarbeidet med reiselivet og restaurantnæringen, de videregående skolene, Bergenskokkenes Mesterlaug, kulturarrangører, sjømats- og landbruksnæringen.

Øvrige samarbeidspartnere hvor det vil leies inn bistand fra:

- Bergen Live/ evt andre aktuelle: konsulenttjenester innen teknisk, vaktmester, beredsskapsplan, ROS analyse, billettsalg og kontroll.
- Bright/ evt. andre aktuelle: teknisk leverandør
- Verksemda Arrangementstjenester/ evt andre aktuelle: leie av utstillertelt mm
- Sem Sikkerhet AS/ evt. andre aktuelle: vakthold, omskilting, trafikksikring
- Visk Sikkerhet AS/ evt. andre aktuelle: nattevaktjenester

## 3. Forankring

Bergen Matfestival er forankret i Strategisk Næringsplan for Bergensregionen, tiltak 15. "Nasjonalt kompetansesenter for lokalmat: Gjennom etableringen av et kompetansesenter skal sjømat- og landbruksnæringen sammen med blå/grønt samarbeid, styrke interessen for mat, ta i bruk og formidle kunnskap om mat, styrke interessen for næringene blant ungdom som skal gjøre yrkesvalg, etablere felles kunnskapsprogram som retter seg mot barn og unge og utvikle bruken av lokalmat inn mot reiselivsnæringen".

Bergen Matfestival er også forankret i strategien "Veivalg for lokalmat i Hordaland 2013 – 2017" samt til strategi knyttet til Bergens UNESCO medlemskap i nettverket for kreative byer "City of Gastronomy".

Bergen Matfestival har gjennom flere år vært en viktig arena for lokalmatprodusentene i Hordaland og Sogn og Fjordane, og har bidratt til at næringen har fått inspirasjon og kunnskap til å kontinuerlig videreutvikle lokale råvarer. Festivalen er en god salgskanal og et viktig utstillingsvindu som har bidratt til at Bergensregionen har utviklet seg til å bli en anerkjent matby, nå medlem i UNESCOs nettverk for kreative byer "City of Gastronomy".

Festivalen presenterer mangfoldet som regionen har å by på, fra jord og fjord til bord, og bidrar til en styrking av identiteten til Hordaland og Sogn og Fjordane som matregion.

Forbrukerne får økt kunnskap og interesse for de ulike lokale matprodukter og matkultur, og festivalen bidrar dermed også til økt markedsforståelse og verdiskapning innen både grønn og blå matsektor.

Bergen Matfestival vil i forbindelse med Bergens nye status som medlem i UNESCOs nettverk for kreative byer "City of Gastronomy", sette fokus på å formidle det unike med regionens lokale råvarer og mattradisjoner. Det skal arrangeres matkonkurranser for ulike målgrupper. Blant annet er det planlagt en "Gastrocup" i samarbeid med Bergen Kokkemesterlaug for å synliggjøre moderne og attraktive retter laget av regionens beste råvarer.

Som arrangør ønsker vi å gi festivalen et betydelig løft til å bli et komplett opplevelseskonsept for lokalmat, stimulere til mangfold, innovasjon og vekst i næringen, samt styrke forbrukernes kunnskap om lokale mattradisjoner, matkultur og historie.

#### 4. Oppsummering Bergen Matfestival 2015

I 2015 ble det gjort en del store endringer. Festivalen ble flyttet fra Bryggen til Bergenhus/ Koengen for å få større tiltrengt areal, det ble innført billettsalg, ny profil lansert og festivalen økte også aktivitets- og underholdningstilbudet til stor glede for publikum. Billettene var felles for Bergen Ølfestival og Bergen Matfestival, og det ble solgt ca 23 000 billetter (varte for alle tre festivaldager). Det var gratis inngang for skoleklasser og unge under 18 år. Totalt estimert rundt 40 000 personer var innom Bergen Matfestival 2015.

Det var 93 utstillerboder og ca 400 personer som jobbet i bodene.

Snitt omsetning pr. utstillers var på ca. kr 70 000,- og totalomsetning est. 7 - 8 millioner kroner.

Det ble fokusert på økt markedsføring av festivalen, spesielt siden den ble flyttet til ny lokasjon som ligger utenfor vanlig ferdselsåre. I tillegg til skilting, festivalflyers, nettsider og annonsering på print og i sosiale medier, ble det også satt opp en gratis shuttlebuss som gikk 4 ganger i timen fra blomsterpaviljongen til Koengen.

#### 5. Målgrupper

- Besøkende fra Hordaland, Sogn og Fjordane, Vestlandet forøvrig
- Matinteresserte forbrukere i alle aldre
- Barnefamilier
- Bransjefolk
- Skoleklasser
- Turister
- Presse; lokal, nasjonal og internasjonal

#### 6. Markedsføring og aktiviteter

##### 6.1 Markedsføring

Markedsføring av Bergen Matfestival er en viktig og ressurskrevende oppgave.

Vi har planlagt å øke antall betalende besøkende med 20%, noe som krever en offensiv markedsplan.

##### Planlagte markedsaktiviteter:

- Presse – aktiv bearbeiding av presse, pressemeldinger, intervju
- Nettsider, matfest.no
- Matfravest.no som inkluderer presentasjon av alle utstillere
- Facebook
- Twitter
- Instagram
- Annonsering; BT, BA, lokalaviser i Hordaland, Sogn & Fjordane, Vestlandet forøvrig
- Annonsering sosiale medier
- Festival flyers
- Plakater
- Festival banners
- Gratis shuttlebuss
- Interninformasjon utstillere

For å sikre at Bergen Matfestival videreutvikles i tråd med forbrukernes interesser og behov, er det planlagt å gjennomføre en forbrukerundersøkelse knyttet til årets matfestival.

## 6.2 Aktiviteter

Vi vil videreføre satsingen på aktiviteter, spesielt knyttet til barn og unge.

Barnas Matfestival blir arrangert under Bergen Matfestival og er lokalisert på egen arena i matfestivalen.

Eksempler på aktiviteter under festivalen:

- "Gastrocup" finale
- Bergenske retter med en ny vri, videregående skole finale
- Matauksjon
- Kulturelle innslag; musikk og underholdning
- Informasjon om Bergen som medlem i UNESCOs nettverk for kreative byer "City of Gastronomy"
- Informasjon om øvrige kreative byer i UNESCO nettverket
- Gjeterhundoppvisning
- Hestekjøring med vogn
- Minihester
- Barnas Matfestival med diverse matfaglige aktiviteter i samarbeid med blant andre Norges Sjømatråd
- Barnas Bistro hvor barna får lage mat og servere
- Aktiviteter v/ Bondelaget
- Teaterforestilling

## Finansiering 2016

Bergen Matfestival arrangeres nå av Matarena AS som vil drifte festivalen videre og sikre at den gjennomføres og utvikles på en vellykket og god økonomisk måte. 2016 vil være et viktig overgangsår for Bergen Matfestival, og vi ønsker å løfte festivalen til et større matopplevelseskonsept, godt forankret i etablerte matstrategier for bærekraftig lokalmat fra jord og fjord.

God støtte fra eksisterende samarbeidspartnere er viktig å se i et perspektiv på en minimum 3 års periode for å sikre kontinuitet og skape en matfestival som bidrar til økt verdiskapning av lokalmat på tvers av blå og grønn sektor. I tillegg vil matfestivalen bidra til å styrke regionens matidentitet og skape en entusiasme for og kunnskap om vår felles matkultur.

På vegne av tidligere arrangør vil vi takke for støtte i 2015, og håper på et positivt svar på vår søknad om støtte til årets festival.

Viser til vedlagt budsjett.

Med vennlig hilsen  
MATARENA AS

Alexandra Krage Angell  
Daglig Leder

Ingerid W. Wembstad  
Prosjektleder

Bergen 7.3.2016



Bergen Matfestival 2016		Budsjett 2016		
<b>Utgifter</b>				
Prosjektledelse		800000		
Økonomi, regnskap, revisjon, innleid personale, div. adm.		300000		
Møter, diverse		50000		
Sum prosjektledelse og adm.		1 150 000		
<b>Markedsføring</b>				
Annonser: BT, BA, lokal aviser		130000		
Annonsering sosiale medier, videreutvikling web, hosting		130000		
Festivalflyers, grafisk profil		40000		
Festivalbanners, plakater		40000		
T-skjorter funksjonærer		25000		
Shuttlebuss		25000		
Reiseutgifter, gjester, Unescobybesøk		70000		
Billettboer med informasjon om festivalane		30000		
Forbrukerundersøkelse		40000		
Sum markedsføring		530000		
<b>Bygg</b>				
Leie av areal på Koengen		300000		
Ekstraavgifter parkering, Bryggen/ Koengen		20000		
Sum Bygg		320000		
<b>Infrastruktur</b>				
Strøm, vann, materiell		300000		
Vaskeutstyr, telt, bord og stoler		550000		
Bosshåndtering		30000		
Kjølecontainer		30000		
Opp- og nedrigg av boder		50000		
Plastdekke m.m.		100000		
Renhold mobile toaletter		20000		
Truckleie		10000		
Leie av toaletter		50000		
Annet utstyr		15000		
Gjerde		5000		
Div. utgifter innleid hjelp		40000		
Materiell, data		20000		
Sum Materiell og utstyr		1220000		
<b>Offentlege pålegg og sikkerhet</b>				
Div utgifter, risikovurdering/ sikkerhet		20000		
Materiell, vakhold/ stenging/ skilting		150000		
Sum off. pålegg		170000		
<b>Kultur</b>				
Kulturaktiviteter, konferansier, musikere		150000		
Lyd og lys		50000		
Servering og bespisning, kom sammen kveld for utstillere		60000		
Råvarer til råvarebord/ konkurranser etc		30000		
Barn og ungdoms aktiviteter Teater		50000		
Funksjonær bespisning, div.		10000		
Unesco profilering - informasjonsstand		50000		
Sum kultur		400000		
<b>Sum utgiftsposter</b>		<b>3 790 000</b>		
<b>Inntekter</b>				
	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	
Innovasjon Norge, matprogrammet	700000	600000	600000	
Fylkesmannen i Hordaland	230000	200000	200000	
Billettinntekter, andel Bergen Matfestival	1200000	1500000	1700000	
Fylkeskommunen i Sogn og Fjordane	50000	50000	50000	
Bergen Kommune	150000	100000	50000	
BU-midler Sogn og Fjordane	150000	150000	100000	
BU-midler Hordaland	150000	150000	100000	
Hordaland Fylkeskommune	400000	300000	200000	
Annonseinntekter (nettannonser utstillere)	10000	10000	10000	
Deltakeravgift	750000	1000000	1200000	
Annen inntekt		150000	250000	
<b>Sum inntektsposter</b>	<b>3790000</b>	<b>4210000</b>	<b>4460000</b>	
Balanse				
<b>Sum</b>	<b>0</b>			