

SAMSØ FØDEVARENETVÆRK

PROGRAM EFTERÅR 2016

3. og 4. November: Ekskursion - er økologi noget for os?

Ekskursion med temaet : Er økologi noget for os – og kan vores fødevarer og spiseoplevelser udvikles yderligere?

Vi skal bla. Besøge: Mejnerts Landbrug, gårdbutik og mølle, Skiftevær Økologiske landbrug og pakkeri på Tåsinge, www.skiftevaer.dk, samt Axel Månsson, produktion af grøntsager, såvel konventionel som økologisk, www.maansson.dk.

9. november 9.00 - 12.00:

Information om økologisk fødevarerproduktion. Et fællesmøde med LMO hvor økologikonsulent Peter Mejnertsen kommer og holder oplæg.

17. november 13.30 - 18.00: Opfølgning på seminar

Opfølgning på seminar om Smag og Produktudvikling v/ Lisbeth Ankersen

Hvad har betydning for om kunderne synes godt om et produkt - hvad kan typisk kan man lide og ikke lide, baseret på vores køn, alder, kulturel og geografisk baggrund – tyskere eller svenskere kan have andre præferencer end vi danskere.

Lisbeth bygger oven på det oplæg vi havde sidst, og inddrager fødevarer-netværkets produkter.

7. december 13:30: Future Food Innovation

Future Food Innovation v/ Gyda Bay . Hvad tilbyder Future Food Innovation. Herunder lidt om tilskudsmuligheder. Biocirkulært Samsø/ Biocirkulær økonomi v/ Gunnar Mikkelsen, projektleder.

14. december 10.00 - 15:30: Fremtidens trends og tendenser

Er der overensstemmelse mellem Samsøs værdier inden for fødevarer, smagsoplevelser og turisttilbud og vores fremtidige gæster/kunders - ved Kirsten Østergaard, Firstmove.

Firstmove arbejder med at levere indsigt i fremtiden. En viden der omsættes til strategi og relevante markedsstiltag for kunder. Firstmove samarbejder med flere af landets største detailvirksomheder, bl.a af Arla, 7-Eleven, Carlsberg, Landbrug & Fødevarer, Kvickly, Danske Spil, Danmarks Naturfredningsforening, Økologisk Landsforening og Ældre Sagen, Rynkeby og Økologisk Landsforening.

Firstmove forsker i fremtiden. I hvilke værdier, der driver forbrugeren fremadrettet. Og hvordan disse påvirker adfærd og forbrugsvalg. De kan gøre fremtiden konkret, fordi de kontinuerligt spørger dem, der former den, nemlig firstmoverne. De 3 % af befolkningen, der er først med adfærd og som dermed angiver, hvilken adfærd det resterende marked vil tage til sig. En metode, der leverer et tidsforspring og dermed en unik mulighed for at nytænke med afsæt i kommende behov.