

## **Eklandskapsgrisen – Sveriges egen Iberico – Slutlig version efter reviderad budget från Jordbruksverket**

### **Projektplan**

Eklandskapet söder om Linköping är unikt. Europas viktigaste område för den biologiska mångfald som är knuten till eken. Utsett av WWF som en av Sveriges 21 naturpärlor ”extra vackert och skyddsvärt”. Här finns även en stor population av vildsvin som tyvärr ökat dramatiskt och den skadegörelse den åsamkar regionens bönder och markägare blir allt svårare och svårare att hantera. Det låga anseendet hos vildsvinet och det låga värdet på köttet motiverar inte jägarkåren tillräckligt för att jakten ska stävja situationen. Samtidigt finns ett växande behov av att få fram svenskt kött på livsmedelsmarknaden med låg miljöpåverkan. Utöver detta finns ett behov av en levande landsbygd där en stark lokal matkultur kan locka fler turister till regionen, öka tillväxten och skapa flera jobb.

Hur skapar man då en lokal matkultur kring vildsvinet? Jo, man kopplar den till en region som bär på en unik berättelse. Sedan hänför man besökaren med en måltidsupplevelse utöver det vanliga och en smaksensation man aldrig glömmer. Ek(o)nätverket för en levande landsbygd runt Rengen, även kallat Rängen Runt ideell förening, ([www.rangenrunt.se](http://www.rangenrunt.se)) tänker genom detta projekt berätta historien om vildsvinet *eller* ”Eklandskapsgrisen” som strövar fritt i våra skogar, lever på ekollon och tryffel, har en oemotståndlig smak och antioxidanta egenskaper. Vi är övertygade om att vi genom en rad etablerade samarbeten med jaktarrangörer, viltförädlingsanläggningar och krögare samt aktörer som Östgötamat kan stimulera ökad tillväxt bland lokala livsmedelsaktörer, bygga en långsiktig regional matkultur och forma ett varumärke kring vildsvinet minst lika högt värderat som Pata negra i Spanien eller Parmaskina i Italien.

Projektet som är uppdelat i fyra delprojekt har som långsiktigt mål att höja vildsvinets status och öka jaktvärdet på djuret. Ta fram inhemska, miljövänliga premiumprodukter på vildsvin som konkurrerar med importerat kött från ex Italien Tyskland och Spanien och främjar ätandet av vildsvin hos den breda allmänheten. Vi vill även skapa en mötesplats här i eklandskapet där miljö- och livsmedelsforskare, jägare, kockar, krögare, livsmedelsproducenter, måltidsaktörer och övriga intressenter hjälps åt att ständigt öka vildsvinets status.

### **De fyra delprojekten**

1. Ett ”Matlab” En mötesplats för kockar, matkreatörer och övriga parter som på ett kreativt och metodiskt sätt kan fokusera på mathantverket runt vildsvinet, såsom bearbetning och styckning, smakkombinationer, förädlingsprocesser som leder till produkter som senare kan skalas upp till försäljning för hela den potentiella marknaden och skapa tillväxt för småföretagare i viltvärdekedjan. Vi vill också skapa lokala maträtter med vildsvin som huvudråvara, unika för regionen med syfte att serveras på lokala restauranger och som även kan lagas i hemmen.
2. Forskning – Vi vill bedriva forskning på vildsvinets näringsfakta och hälsofördelar. Vi vill inom projektet ta reda på vilka effekter vildsvinets fria tillvaro i eklandskapet har och vad dess kost har för effekter på köttets kvalitet. Vi vill ta fram näringsfakta och forska på hälsofördelar kring vildsvinsköttet och att sprida kunskapen i olika forum inom livsmedelsbranschen, restaurangbranschen och besöksnäringen.
3. Vi vill genomföra en marknadsföringskampanj som främjar konsumtionen av vildsvinskött och sätter eklandskapet runt sjön Rängen på den gastronomiska kartan. Kampanjen ska syfta till att förändra värderingar och attityder om vildsvinsköttets potential i hela viltvärdekedjan. Kampanjen ska öka tillväxten för småföretagare inom den lokala livsmedelsnäringen. Det kan handla om medlemmarna i Östgötamat eller andra som förmedlar måltidsupplevelser och lockar måltidsbesökare till regionen. Marknadsföringskampanjen ska riktas dels mot

markägare, jägare, lantbrukare och småföretagare inom viltvärdekedjan. Dels till aktörer inom restaurang och turistnäring, samt till boende i regionen runt eklandskapet.

4. En årlig vildsvinsfestival där alla fyra delprojekt sammanstrålar, med föredrag, provsmakning för skolelever, forskningssymposium, seminarier/workshops för kockar samt en matmarknad och vildsvinsfest för både lokalbefolkning och turister som för tankarna till Asterix och Obelix.

Genom dessa insatser tror vi att markägarna får högre avkastning på sitt kött, jägarna tjänar mer på sitt arbete och lantbrukarna får mindre skadegörelse i sin produktion. Bosatta i eklandskapet får en levande landsbygd med stärkt regional matkultur och turister i området får njuta vildsvin på menyer runt omkring i regionen. Glappet mellan jakt och charkhyllan i ICA-butiken täpps igen, eklandskapgriss exporteras och konsumenter får möjlighet att välja fantastiskt, svenskproducerat, miljövänligt vildsvinkött.

## **Aktionsplan**

### **Delprojekt 1 - Matlabb**

I samarbete med Vårdnäs stiftsgård (vardnas.se) utvecklas ett "matlabb". Därefter bjuder vi in kockar, matkreatörer och övriga intressenter till regelbundna mathantverksdagar där samarbeten kan utvecklas. Resultatet från sammankomsterna sprids via sociala medier. Produkter med bärkraft får sedan hjälp att skalas upp i samarbete med lokala viltförädlingsanläggningar. Målet är att vi under projektets gång ska få fram fem stycken nya vildsvinsprodukter på livsmedelsmarknaden. Dels premiumcharkuterier såsom lufttorkad skinka, men även husmanskost såsom Lindströmsbiffar eller köttbullar som exempelvis kan saluföras gentemot vård, skola och omsorg samt givetvis en privat marknad.

### **Delprojekt 2 - Forskning**

Vi köper in tjänst från SLU eller liknande forskningsinstans. Vi tar sedan fram material för spridning av informationen till markägare, jägare, lantbrukare och småföretagare inom viltvärdekedjan. Vi kommer även bjuda in till seminarium där forskningsresultaten delas, samtal förs och samarbeten får möjlighet kan knytas.

### **Delprojekt 3 – Marknadsföringskampanj**

Vi köper in tjänst från reklambyrå eller liknande instans där berättelsen om "Eklandskapsgrisen" formuleras, paketeras och sprids till målgruppen. Marknadsföringskampanjen riktar sig dels till markägare, jägare, lantbrukare och småföretagare inom viltvärdekedjan, dels till aktörer inom restaurang och turistnäring, samt till boende i regionen i och runt eklandskapet. Kampanjens tyngdpunkt ska ligga på att bjuda in till våra mötesplatser samt skapa innehåll i sociala medier såsom facebook, google search instagram, twitter, youtube samt skapa innehåll tillsammans med ambassadörer för projektet och influencers med målgruppsenliga följarp profiler. Kampanjen har som mål att även efter projektets gång ska generera gemensamma kampanjer med organisationer såsom Östgötamat och Visit Östergötland, men också konkreta spin-offer såsom kokböcker och faktaböcker om Eklandskapsgrisen.

### **Delprojekt 4 - Vildsvinsfestivalen**

I samarbete med Stafsäter gård, Vårdnäs stiftsgård, Bondens marknad och medlemmar ur både Östgötamat och Rängen Runt, vill vi genomföra ett årligt event på hösten med seminarier och workshops som sprider den pågående forskningen och måltidsutvecklingen från matlabbet för matälskare från hela Sverige. Som förebild har vi MAD FEED i Köpenhamn ([www.madfeed.co](http://www.madfeed.co)) och Foodstock i Stockholm ([www.foodstock.se](http://www.foodstock.se)). Eventet innehåller även en mathantverksmarknad för den breda allmänheten och avslutas med en vildsvinsfest á la Asterix och Obelix. Festivalen är ett

event som vi tänker genomföra två gånger inom projektet och ska sedan kunna bära sina egna kostnader efter projektets slutförande.

### **Buget enligt budgetmall**

Se bifogad fil

### **Sökandes kompetens inom området**

Emanuel Eriksson

Jobbar som kommunikatör och pilgrimsutvecklare på Linköpings stift. Är en av grundarna till Rängen Runt ideell förening, med ca 50 medlemmar som framgångsrikt driver lokal landsbygdsutveckling runt Sjön Rängen. Emanuel har arbetat som AD och kommunikatör i över 20 år med många uppdrag riktade mot besöksnäring och så kallad "regional branding". Emanuel har även drivit café och bageri på Nya Slottet i Bjärka-Säby och är bosatt i byn. Emanuel är även kokboksförfattare och fotograf.

Johan Ilbäck

Jobbar som restaurangchef på Vårdsnäs stiftsgård. Etablerad jägare i regionen. Har drivit egna restauranger med viltmatsprofil sedan 2000-talet. Senaste arbetsplatsen som Restaurangchef/Projektledare var Konsert- och Kongress Linköping där Johan tog fram vildsvinsprodukter, såsom isterband, falukorv och prinskorv i samarbete med lokala aktörer inom viltförädling till sitt julbord för ca 6000 personer säsong. Brinner för att förädla vidare nya vildsvinsprodukter. Har ett brett kontaktnät med jaktarrangörer, viltförädlingsanläggningar och krögare i hela mellansverige.

Maria Ekman

Ordförande i Rängen runt ideell förening. Egenföretagare som driver livsmedelsföretaget och besöksmålet Stafsäter Gårdsglass. Erfarenhet från att ordna större evenemang. Har bland annat årligen anordnat en mat- och hantverkmarknad som genom åren växt från att ha 500 besökare till ca 3000. Bor och lever på Stafsäter som bedriver jakt och viltvård på sina ägor, bland annat i form av vildsvinsjakt. Allt kött säljs i gårdsbutiken där man under de senaste åren sett en ökad efterfrågan på just vildsvinskött.

### **Resultatbeskrivning**

\* 5 nya v

ildsvinsprodukter ska finnas på livsmedelsmarknaden.

\* **4,5 ton** vildsvinskött ska förädlas och säljas i projektet.

\* Värdet på vildsvinskött ska ha ökat med **90%** under projektets gång.

\* Vildsvinsfestivalen ska ha genomförts två gånger med minst **125 besökare\*** första året och **275 besökare** andra året och ska därefter fortgå årligen och bära sina egna kostnader.

\* Forskningsprojektet ska ha genomfört **1-2 symposium\*\*** under projektets gång och publicerat ett material där forskningsresultatet presenteras.

\* 2022 ska de 5 största restaurangerna i eklandskapet ha vildsvin/eklandskapsgris i någon form på menyn.

### **Plan för förvärvade kunskaper**

\* Viktiga lärdomar ska spridas via samarbetspartners i projektet samt i det nätverk vi bygger upp i de fyra delprojekten.

\* Arbetet i matlabbet ska dokumenteras och spridas på sociala medier.

\* En webbportal för projektet ska upprättas där förvärvade kunskaper samlas och sprids.

### **Vad är Rängen Runt ideell förening?**

Rängen Runt är en idéell förening med syfte att nätverka, stödja och inspirera alla som vill verka för

hållbar utveckling och företagande runt sjön Rängen. Vi vill vårda och levandegöra landsbygden, stärka samhörigheten och synliggöra verksamheterna i vår närhet. Vi är alla själva boende eller har vår arbetsplats runt Rängen.

Föreningen etablerades 2009 och har cirka 50 medlemmar som alla driver företag i eklandskapet.

***\* 125 besökare förutsatt att staten beviljar större sammankomster under Sommar/höst 2021. Om detta inte är fallet tänker vi göra 3 utspridda event med upp till 50 deltagare vardera och på så sett uppnå samma mål.***

***\*\*Beroende på rådande omständigheter kring coronapandemin kan symposierna komma att hållas digitalt.***