



Ärende

MTF:s verksamhetsplan för 2014 - årsmötet 2015 på aktivitetsnivå.

Rapportering

- Vi har genomfört för lite aktiviteter, men kvaliteten på det genomförda var bra
- Aylesbury var lyckat och har skapat mersmak för medlemmarna.
 - Bra med aktiviteter utanför Sverige för då kan vi lära oss av andra
 - Vi organiserar aktiviteter utan att för den skull organisera själva resandet.
- Höstens ostseminarium blev inte av som vi tänkte oss för att tidpunkten för att besöka Burträskmejeriet blev framskjuten till våren. Vi bantade också omfattningen.
 - Att genomföra det i anslutning till årsmötet blev lyckat och vi fick många deltagare.
- Det är svårt att få deltagare till Aylesbury från Norrmejerier och det gäller sannolikt även andra arrangemang
- Vi har nyttjat vårt goda kontaktnät för att genomföra det gångna årets aktiviteter.
- Vi står inför utmaningen: Vad vill mejerierna använda oss till?
- Det var och har tidigare varit ett svagt deltagande från Sverige när det gäller den nordiska mejerikongressen
- Folk väljer att delta i våra arrangemang inte för att MTF är arrangören utan för att de får veta det genom våra kanaler.
- Vi har ett ökande antal besökare på vår hemsida vilket framgår av besöksstatistiken. En enkät, som vi gjort förut, skulle kunna ge mer info om vad besökaren vill ha.
- Antalet medlemmar var 274 år 2013. Det har tillkommit ett tiotal det senaste året, särskilt som konsekvens av att Pehr-Eric uppmanat dem bli medlemmar när de betalat sin anmälningsavgift.
- Vi tror att sociala medier måste användas mer i framtiden.
- Kvotsystemet försvinner under 2015. Det kommer att påverka oss i Sverige och vår produktionsstruktur.
- Lactalis har ett inflytande i Sverige, men vad innebär det?
- Det har kommit ett EU-direktiv inom miljö och energi som innebär tuffare krav på våra mejerier och som ska genomföras under 2015. Är våra medlemmar medvetna om detta?
- Vi möter ett ointresse. Säljer vi oss för dåligt?

SWAT-analys

<p>Styrkor</p> <ul style="list-style-type: none"> • Föreningen har en öppenhet • Tydligt stöd/mandat för fortsatt MTF-arbete • Delar ut stipendier (vi har bra ekonomi) • Vi har medlemmar från olika delar av branschen. Därmed blir vi en bra mötesplats • Vi har idéer till fortbildning • Vi har ett bra kontaktnät vilket gör att vi kan ordna bra arrangemang • Vi har god insikt om vår kärnverksamhet • Vår hemsida har en positiv utveckling • Vi kan erbjuda en effektiv mötesplats och ordna möten mellan leverantörer och andra viktiga aktörer 	<p>Svagheter</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vi har dålig respons på vissa aktiviteter • Vi har en otydlig roll därmed blir vi inte tillräckligt attraktiva. Vi blir inte ett intressant alternativ till företagens egna aktiviteter. • Vår öppenhet minskar fokus • Vi är oftast reaktiva – inte proaktiva – i vår ambition. Det vi säljer har ett ospecifikt syfte • ”Mejeritekniskt” kan kanske uppfattas som en begränsning • Arlas dominans, är det en styrka eller svaghet? Det är en obalans i kunskaper. • Vi styrs från andra länder. Finns det en intressekonflikt mellan LRF och Arla?
<p>Möjligheter</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vi kan vidga vår branschdefinition • Vi kan vara mer specifika i syftet med våra aktiviteter • Vi kan använda våra stipendier som styrmedel • Vi kan ta vara på förändringen i mjölkkvotsystemet och i miljödirektivet • Vi kan använda vår egen kompetens till att skriva rapporter som kan delges medlemmarna (mot avgift?) • Vi kan nyttja de möjligheter till kommunikation med medlemmarna som sociala medier är • Vi kan ordna problembaserade möten, vi kan erbjuda vårt nätverk på uppmaning från myndigheter. • Vi kan nyttja våra nätverk utanför Sverige, t.ex. för arrangemang i Italien och i Norge. Det kräver en win/win marknadsföring. Vilka är våra argument i vårt nätverksbyggande. • Vi kan/bör ta hjälp att skärpa våra säljande argument och därmed bli bättre säljare. • Vi måste fokusera mer på unga, t.ex. genom att fånga in studenter. 	<p>Hot</p> <ul style="list-style-type: none"> • Företagen ordnar vår typ av arrangemang i egen regi • Företagen begränsar medlemmarnas deltagande i våra arrangemang. • Branschen krymper • Vi har fått en ny ägarstruktur, ibland med ledning från andra branscher. Saknar de kvalitetsaspekten? Trycker de att vår bransch är som andra?

Vision

Vi erbjuder en unik plattform för nätverksbyggande – en social dimension inkluderad – och kompetensutveckling för svensk mejeriindustri och övriga intressenter.

Våra värderingar

Stolthet, tradition och förmåga till förändring.

Syfte

Föreningen är en ideell förening med syfte att verka för höjande av medlemmarnas mejeritekniska kompetens så att dessa genom ökat yrkeskunnande och höjd yrkesstolthet främjar sin egen och mejeriindustrins utveckling i Sverige.

Föreningen kan medverka i kontaktskapandet mellan personer verksamma inom vår bransch och personer som bidrar till branschens utveckling.

Målgrupp: de personer som är verksamma inom vår bransch eller som bidrar till branschens utveckling.

Övriga intressenter: de som ger ekonomiska förutsättningar för deltagande och för vilka vi måste visa att vi gör skillnad.

Framgångsfaktorer

- Vi genomför bra och intressanta besök. "vi är bra på att ordna".
- Vi är gatekeepers inom teknikområden
 - Vi kan kommunicera dessa
 - Vi väcker och initierar diskussion
- Vi levererar argument till att motivera deltagande och sponsoring av våra arrangemang
- Våra arrangemang har unika kvaliteter som det inte är lätt att få på annat sätt.
- Nya studenter ser det som självklart att bli del av vårt nätverk

Mål

1 år framåt

- A Vi har ökat andelen yngre medlemmar genom 10 nya under 30 år. På sikt ska 20 procent vara yngre
 - Vi har en styrelseledamot från högskolan som ännu inte är utexaminerad.
 - Vi är kända på svenska relevanta högskolor.
 - Vi är kända i Gårdsmejeriföreningen.
- B Vi är en vald kanal för intressenter som kan bidra till att uppfylla vårt syfte
- C Vi genomför 2 unika arrangemang per verksamhetsår.
 - Antalet deltagare ska vara ≥ 35
 - Utvärdering ska vara $\geq 4,5$ på en 5-gradig skala
 - Kommentarer ska vara: Gör det igen!
- D MTF upplevs och värderas som ett värdefullt nätverk
 - Vi genomför en enkät till medlemmarna

- E Våra stipendier är eftertraktade och kända
 - Stipendiaterna har med dem i sina CV
 - De bidrar till vårt goda rykte
- F Vi har aktualiserat en frågeställning av vikt och vi har beskrivit konsekvenserna för vår bransch
- G Våra medlemmar känner ökad stolthet för branschen (genomför enkät)
 - Vi utser årets medlem/årets nytänkare
 - Flera medlemmar deltar aktivt i föreningsarbetet
- H Avvecklat vårt engagemang i NMK 2016

Aktiviteter

För mål A Yngre medlemmar

Aktivitet	Ansvarig	När
1. Möte med Pällan. Hitta form för att kommunicera och attrahera studenter	LM + UB	Sept 14
2. Ta fram handlingsplan för detta till styrelsen	LM + UB	Sept 14
3. Kontakt/möte med Kerstin Jürss	AA	Okt 14
4. Ta fram handlingsplan för detta	AA	Okt 14

För mål B Vald kanal

Aktivitet	Ansvarig	När
1. Bevaka nätverket "Energi". Kartläggning i syfte att förmedla kunskap därifrån. Styrelsen är medlem.	LM	Sept 14
2. Om att det är OK att vara medlem. Förmedla via hemsida och Facebook.	UB	Okt 14

För mål C Arrangemang

Aktivitet	Ansvarig	När
1. Årsmöte i anslutning till Ostfestivalen i februari 2015 med tema våra produkters funktion i matlagning.	Alla	Feb 15
1. Kontakta Inger M om Kocklandslaget	AA + UB	Sept 14
2. Produkternas funktion och teorierna bakom. SIK och produktutveckling. Hur fångas trender i tekniken?	LM	Okt 14
3. Stipendiaterna rapporterar på årsmötet	UB	Okt 14
4. Årets nytänkare utses. Vi använder Facebook och hemsidan för att få förslag	Styrelsen	
2. Studiebesök på franskt mejeri – plan A	J-O	Aug 14
3. Studiebesök på nya mejeriet på Jären – Plan B. Har intressanta energilösningar	P-E	Aug 14
4. Webseminarium för aqtt introducera energikartläggning	LM	Höst 14
5. Hösten 2015 SlowFood i Italien mm	UB + HA	Höst 14

Mål D Värdefullt nätverk

Aktivitet	Ansvarig	När
1. Ta fram medlemsenkät. Presenteras vid första styrelsemötet	UB	Sept 14
2. Genomföra enkäten	UB	Höst14
3. Ta fram handlingsplan	UB	Dec 14

Mål E Stipendier

Aktivitet	Ansvarig	När
1. Krav på stipendiaterna att löpande rapportera på Facebook. Ändra i stipendiekraven	UB	Okt 14
2. Rapportering på Årsmötet krävs. Ändra i stipendiekraven	UB	Okt 14
3. Göra reklam för våra utdelade stipendier på hemsidan och våra nya kanaler (Pållan m.fl.)	Alla	Mars 15

Mål F Aktualiserat

Aktivitet	Ansvarig	När
1. Be Lennart Holmström att skriva om kvotsituationen sett ur vårt perspektiv	UB	Sept 14
2. Publicera i höst	UB	Okt 14
3. Ta fram förslag till person som kan skriva/berätta om konsekvenserna i Norrland i Skåne Gårdsmejerierna	Ola J-O AA	Sept 14

Mål G Stolthet

Aktivitet	Ansvarig	När
1. Se tidigare mål		
2. Kontakta Håkan A om Italien 2015	UB	Sept 14
3. Göra reklam i våra kanaler	UB + Alla	Ständigt

Mål H Kongressen

Aktivitet	Ansvarig	När
1. Rapport till NMR att vi avsäger oss.	LM	Sept 14
2. Kontakta SIK och Pållan	LM	Sept14
3. Bjuda externa deltagare till våra årsmöten	Alla	Feb 15

Möteskalender för styrelsen

Alla möten är telefonmöten

- Den 23 september kl 21
- Den 29 oktober kl 21
- Den 26 november kl 21
- Den 18 december kl 21



VERKSAMHETSPLAN 2014-15

Årsmötet

I februari 2015 i anslutning till Ostfestivalen

Vid datorn

Ulf Borgström
sekreterare