

Projektplan för 'Mat & kreativa näringar – Steg 2'

Ingår som en del i NNM II's arbete med KreaNord

INNEHÅLL

Bakgrund

Uppdrag och mål

Aktiviteter och tidsplan

- Förankring och nätverk
- Konzeptutveckling
- Konferens/workshop
- Pilotprojekt
- Samarbete och partners
- Kommunikation och dokumentation

Resultat och succékriterier

Organisation

Ekonomi

Bilagor:

Bilaga 1: Sammanfattning "Mat & kreativa näringar", september 2011

Bilaga 2: Tidsplan "Mat & kreativa näringar"

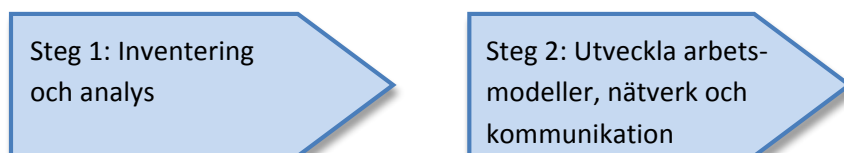
Bakgrund

Projektet "Mat & kreativa Näringar" är en del av programmet Ny Nordisk Mat¹ II och man önskar att sätta fokus på och stärka de kreativa näringarna i Norden genom att inkludera mat och måltider, både som mervärde i olika kontext men även som en separat kreativ näring. Projektet genomförs på uppdrag av KreaNord².

Projektets Steg 1 startade i 2010 med en inventering och analys. De främsta slutsatserna var att det finns ett tydligt behov av strukturer/modeller för samarbete mellan matområdet och de övriga kreativa näringarna, samt vikten av att lyfta mat och måltider som en egen kreativ näring. Slutsatser som förstärktes i diskussionerna vid workshopen 'Public Food Diplomacy' i Stockholm den 9 mars 2011 samt vid Kulturforumet i Reykjavik den 24-25 mars 2011.

Baserat på rekommendationerna från Steg 1 samt styr- och arbetsgruppens kommentarer fortsatte arbetet inom området "Mat & kreativa näringar" tillsammans med KreaNord. Man betonade bl.a. vikten av att området får tydliga konturer, då det idag kan rymma mycket. Man önskade att följande delar skall utvecklas i Steg 2 - med utgångspunkt i de nordiska värdena (se bilaga 1) :

- Att utveckla arbetsmodeller och visa på goda exempel
- Att skapa nätverk mellan mat/måltider och andra kreativa näringar i Norden, via t.ex. workshops
- Att skapa mötesplatser för kreativa näringar t.ex. på KreaNords och Ny Nordisk Mat's hemsidor
- Att vara delaktig i pilotprojekt där olika arbetsmodeller testas praktiskt



Syfte

Projektet "Mat & kreativa näringar" skall utveckla mat och måltider som en aktiv, kreativ och förstärkande faktor när Norden marknadsför andra kreativa näringar, framförallt i en internationell miljö. Detta skal primärt uppnås genom utveckling och spridning av arbetsmodeller och koncept. Kommunikation av budskap och koncept ska spridas brett, men riktat för att öka användandet och effekterna.

Uppdrag och mål

- Skapa generiska arbetsmodeller och koncept för de kreativa näringarna, baserat på den verktygslåda som projektet "Nordic Food Diplomacy" utvecklar.
- Genomföra en workshop för "Mat & kreativa näringar"
- Vara delaktig på olika nivåer i ett antal pilot projekt där arbetsmodellerna i högre grad skräddarsys.

¹ Se www.nynordiskmad.org

² KreaNord, är nordiskt initiativ som syftar till att förbättra tillväxtpotentialerna för regionens kulturella och kreativa näringar. Se www.kreanord.org

- Involvering i nätverk och forum för att sprida budskapet och skapa engagemang.
- Dokumentation av genomförda aktiviteter – sprids på KreaNord och NNM hemsidor
- Aktivt bidra till innehållet på KreaNords hemsida.
- Vara uppsökande för att få in maten som en medveten förstärkande faktor i relevanta projekt samt för att sätta fokus på mat som kreativ näring.
- Tydlig kommunikation av projektet, arbetsmodeller och genomförda aktiviteter som inspirationskällor.

Aktiviteter och tidsplan



Figur 1, Översikt uppdrag och aktiviteter i "Mat & kreativa näringar"

Projektet löper från 1 januari – 16 december 2012 och nedan följer de huvudsakliga aktiviteterna under projektet samt i vilken period. Då arbetet just påbörjats och det kan förväntas inspel från centrala nordiska aktörer så är t.ex. inte alla pilot projekt beslutade eller alla nätverk identifierade etc. Som utgångspunkt vid urval av pilot projekt så kommer det att göras bl.a. utifrån de av KreaNord prioriterade kreativa näringar samt för att säkra en bred nordisk spridning. Löpande rapportering och förankring kommer att ske efter gängse arbetsprocess. (se under organisation). Se bilaga 2 för detaljerad tidsplan.

Förankring och nätverk (januari-december 2012)

Kontinuerlig dialog och kontakt på tvärs av branscher och näringar för att sätta fokus på mervärdet av mat och måltider som förstärkande faktor i olika sammanhang. Vi vill även få en överblick över de centrala aktörerna i en nordisk kontext samt olika nationella initiativ. Några av dessa aktörer att knytas till en referensgrupp.

Konceptutveckling (mars -juni 2012)

Vidareutveckling av det tool kit för att lättare kunna använda maten i sin representation som tas fram i projektet Nordic Food Diplomacy (ska vara färdigt mars/april). Tool kitet, som

bland annat samlar erfarenheter från tidigare arrangemang, kommer att utvecklas genom innovationsprocesser tillsammans med aktörer från de kreativa näringarna till generiska koncept. Detta för att enkelt kunna appliceras i de situationer och initiativ som ofta återkommer i dessa näringar (best practice).

Konferens/workshop (prel. maj 2012)

För att få ett tydligt avstamp för projektet och för att samla andra kulturella och kreativa aktörer så kommer det att genomföras en konferens/workshop för "Mat & kreativa näringar". Detta har varit ett mycket lyckat initiativ i tidigare projekt, t.ex. Nordic Food Diplomacy och vi önskar att göra ett markant kreativt inspel med denna konferens/workshop med ambitionen att starta en dialog samt för att förankra mat/måltider bland de övriga kulturella och kreativa näringarna. Här vill vi även presentera de koncept som då kommer att finnas tillgängliga för de olika aktörer och intressenter för att underlätta arbetet med att inkludera mat/måltider i olika kontext.

Pilot projekt (januari –december 2012)

Ett antal pilotprojekt ska identifieras och prioriteras med hjälp av uppdragsgivaren. Under arbetet med dessa pilotprojekt testar vi metodik och koncept för "Mat & kreativa näringar" för att utveckla och kvalitetssäkra innehåll. Projektet kan vara involverad på tre nivåer; Hög involvering (aktiv både personliga och finansiella resurser i projektgrupp), involvering (aktiv med personliga resurser i projektgrupp) samt inspiration (som sparringpartner och inspiratör för att få många att använda maten som en del i sina aktiviteter).

Exempel på pilot projekt:

- Samarbete Nordic Game Program, januari 2012 (tävling Copenhagen Game Jam), mars 2012 (arrangemang med nordisk mat på Dataspelsmässan i SanFrancisco)
- Samarbete Nordisk Film & Tv fond, maj 2012 m.fl. (nordiskt arrangemang på Filmfestivalen i Cannes på Dataspelsmässan)
- Arrangemang som involverar "Mat & Kreativa näringar" under det norska ordförandeskapet.
- Arrangemang kopplat till Designhuvudstaden Helsinki 2012
- Arrangemang med bland annat musik, mode, scenkonst vid Kennedy-centret i Washington 2013
- Ytterligare ett antal pilot projekt som ej är valda



Tävling NNM på Nordic Game Jam 2012



Samarbeten och partners (januari –december 2012)

Etablering av partnerskap är en viktig del i starten av processen för att styrka och synliggöra projektet. Det kan t.ex. vara institutioner som idag är en plattform för nordiska aktiviteter, det kan vara olika typer av leverantörer av upplevelser, mat eller liknande som kan ha en stor relevans för både projektet i stort med specifikt i olika pilot projekt Det kan även vara aktörer med särskilt intresse m.h.t. forskning eller skolor och utbildningar som kan vara samarbetspartners under hela eller delar av projektet.

Kommunikation och dokumentation (januari –december 2012)

Under arbetet i projektet kommer vi vara fokuserade på att hela tiden dokumentera och kommunicera aktiviteter, pilot projekt, succéhistorier, arbetsmodeller, erfarenheter och liknande med ambition att få bred spridning samt att få aktörerna i de kreativa näringarna att bli nyfikna och se betydelsen av att inkludera mat/måltider som en aktiv del av sina initiativ. För dokumentation kommer vi att försöka etablera samarbeten med olika nordiska mediaskolor/-aktörer, så att även live-sändningar, videodokumentation, etc. kan bli en del av 'best practice'.

Projektet ser med tillförsikt på att använda den plattform som KreaNords hemsida utgör och tillsammans arbeta med att få den plattform till att vara en central informations- och inspirationskälla bland de kreativa näringarna. I övrigt kommer vi i dialog med deltagande aktörer och pågående nationella initiativ att använda kanaler som sociala medier, bloggar, NM, NNM hemsidor och nyhetsbrev, press & PR, deltagande aktörers kanaler etc. Separat kommunikations- och PR-plan kommer att utformas utifrån budskap och målgrupper.

Resultat och succékriterier

På förhand kan man se att projektets succé i hög grad vilar på att skapa ett engagemang och nyfikenhet hos aktörer i de kreativa näringarna. Det är därför kritiskt för projektet att vara aktiv i nätverken och ha en tydlig kommunikation för att skapa förankring . Bland annat genom att tillsammans med aktörerna skapa arbetsmodeller och koncept som de upplever fungerar och ger ett resultat – på både kort och lång sikt. Detta är framförallt resurskrävande i arbetstimmar men har god potential att lyckas i kombination med övriga aktiviteter. Då aktiviteterna hela tiden genomförs 'in real time' med många oförutsedda faktorer så sker en löpande kvalitetssäkring av t.ex. arbetsmodeller och koncept. Referensgrupp och arbetsgrupp är med att kvalitetssäkra projektets aktiviteter och initiativ genom den gängse arbetsprocessen (se under organisation).

Då den interna utvärderingen av aktiviteter samt arbetsmodeller och koncept sker löpande så är det möjligt att korrigera mixen av aktiviteter för att skapa förutsättningar för hög förankring och goda resultat. Uppföljning på projektets aktiviteter görs löpande och separata delmål sätts för respektive aktivitet. I de aktiviteter och samarbeten som involvera flera aktörer (t.ex. pilot projekt) sätts mål och succékriterier tillsammans och följs även upp i dessa ramar.

Projektet kommer att samla alla resultat och erfarenheter och ingå i en slutlig utvärdering som genomförs i december 2012. Slutrapporten innehåller redovisning av aktivitetsplan i stort, pilot projekt, succéhistorier, workshops, möten/nätverk och events, publicerade koncept, kommunikation och digitalt material samt synlighet i press. Dessutom kommer uppföljning göras på de aktörer som projektet har samarbetat med och redovisas i slutrapporten. Rekommendationer för fortsatt arbete inkluderas också. Slutrapporten form får gärna vara av kreativ karaktär.

Organisation

- Projektledning Mat & Kreativa Näringar
 - Projektleddare: Elisabet Skylare genom Skylare Management
- Internorganisation NNM II
 - Projektleddare: Magnus Gröntoft
 - Informatör, webbredaktör, tillkopplade journalister
 - Arbetsgrupp, Ledare för arbetsgruppen (Einar Risvik)
 - Styrgrupp
- Uppdragsgivare
 - KreaNord
- Referensgrupp
 - En referensgrupp kommer att bildas med nyckelpersoner från de kreativa näringarna och andra intressenter för att säkra projektets innehåll, användarvänlighet och kvalitet samt fungera som ambassadörer. Skall komplettera uppdragsgivarens strategiska input.

Beslutsgång och ansvarsfördelning

Projektleddare arbetar utifrån de ramar som är satta för uppdraget/projektet och godkänt projekt- och aktivitetsplan. Projektleddare rapporterar till NNM projektleddare och har arbetsgruppens ansvariga som rådgivande resurs. Alla beslut och aktivitetsplaner förankras i arbets- och/eller styrgrupp beroende av typ av beslut.

Samarbete

Styr- och arbetsgrupp har uttalat att "Projektet Mat & Kreativa näringar" skall samarbeta med projektet "Nordic Food Diplomacy" för att maximera synergier. I de situationer som vi arbetar med andra aktörer i t.ex. pilot projekt fungerar projektleddare alltid i en rådgivande roll och som en extra resurs eller support men aldrig som huvudansvarig eller med en ekonomisk risk.

Kostnader/Budget

Projektets budget för Steg 2 är 800.000 DKK och fördelas enligt följande förslag:

Aktiviteter	300.000
Konferens Mat & Kreativa Näringar	50.000
Konceptutveckling verktyglåda	50.000
Pilot projekt inkl. dokumentation	100.000
Resor	60.000
Kommunikation	25.000
Övrigt	15.000
Honorar	
ca 700 timmar	500.000
Totalt	800.000



Underleverantörer

Om underleverantörer används kontrakteras dessa av projektledaren för "Mat & kreativa näringar" och dess företag.

Medfinansiering och sponsring

I tillägg till de i projektet avsatta medel så önskar vi att få andra aktörer inom de kreativa näringarna att prioritera medel till för att lyfta maten i sina olika initiativ. Om "Mat & Kreativa näringar" vid något event stöttar upp med finansiella medel är det med syfte att skapa en högre grad av medfinansiering och därmed möjligheter till att skapa ett ännu starkare arrangemang. Projektledares roll är även att se på olika sponsringsmöjligheter. Exempelvis, vid Filmfestivalen i Cannes kommer "Mat & kreativa näringar" tillsammans med projektet "Nordic Food Diplomacy" genomföra ett arrangemang med bl.a. Nordisk Film och Tv-fond. Genom att vi förutom vår rådgivande roll även har stöttat projektet ekonomiskt så har vår del på 50.000 dkk vuxit till totalt 200.000 dkk för arrangemanget.