

Pågående & genomförda aktiviteter i NNM II

www.nynordiskmad.org



NNM II på dataspelsmässan i San Fransisco i mars 2012.



NNM II på filmfestivalen i Cannes i maj 2012.

Visionen för Ny Nordisk Mat II är att det nordiska köket skall skapa och inspirera till matglädje, smak och mångfald - både nationellt och internationellt.

Programmet skall därför utveckla och stärka begreppet 'Ny Nordisk Mat' och öka medvetenhet om hur begreppet kan användas.

Målet är att genomföra en rad kampanjer, som kan inspirera till innovation inom berörda sektorer, i de nordiska länderna. Dessutom är målet att utveckla olika koncept inom 'Ny Nordisk Mat' som kan användas i olika 'branding' sammanhang.
ur programmet för Ny Nordisk Mat II



För programmet Ny Nordisk Mat II, den 30 augusti 2012
L. Brenner ordf. i styrgrp, E. Risvik ordf. i arbetsgrp,
M. Gröntoft proj. led.



nynordiskmat



norden

Nordiska ministerrådet

Bilderna på följande sidor publiceras med tillstånd av Skånska Matupplevelser: 1, 7, 8, 9, 12, 15, 16,

NNM II publicerar resultat från projekt som finansieras av NNM II. Detta betyder inte att allt materialet i detta kompendium ger uttryck för NNM II's synpunkter, men det utgör ett inlägg om nordisk mat och matkultur.

Innehållsförteckning

Pågående aktiviteter

• Sammanfattning	4
• Vem gör vad i NNM II	5
• En sosial oppgradering av livskvaliteten i distriktene	6
• Public Food Diplomacy, steg 2	7
• Norden som gastronomisk region	8
• Mat & kreativa näringar, steg 2	9
• New Nordic Computer Food, San Fransisco	10
• Info fra - Børn og Mad i Norden, steg 2	11
• Mad til Mange 2012 (Public Foodscapes), steg 2	12
• Ny Nordisk Vardagsmat (New Nordic Diet), steg 1	13
• SME (Small and Medium sizes Enterprises)	14
• NNM II's konferens i Oslo 6-7 november 2012	15
• Kommunikation NNM II	16
• Framdrift av programmet NNM II	17

Genomförda aktiviteter

• Guidelines / Rekommendationer	
• Mat och representation ("Nordic Food Diplomacy")	20
• Nordic Food Diplomacy	21
• Sjømat og kulturarv, Bergen 6-8 juni 2012	22
• Nordiske utfordringer og muligheter for kokkeyrket	23
• Conference in Finland 11-12 October 2011	24
• Info fra - Børn og Mad i Norden, fase 1	25
• Mat till manga (Public Foodscapes)	26
• Maritimt initiative, tang og tare til mad	27
• Competition for young chefs - create a short film (NI)	28
• Nordic Food Days, in Washington (NI)	29
• Mat & kreativa näringar, steg 1	30
• Ny Nordisk Mad og Kulturen	31
• Public Food Diplomacy, step 1	32
• Ny broschyr om Ny Nordisk Mat	33
• TV-serien "Jakten på den nordiska smaken"	34
• Sirha - Example of a Nordic Cooperation in Food Promotion	35
• Manifest för det nya nordiska köket	36



Sammanfattning

1. Norden i världen - Nordic Food Diplomacy samt Mat & kreativa näringar

För detta område har NNM II utvecklat en webbaserad verktygslåda (Tool-kit) som gör det enklare och effektivare att infoga mat & måltider i andra event och gör den nordiska profilen tydligare. Verktygen testats nu inom en rad områden i samarbete med andra kreativa näringar, t.ex. dataspelsmässan i San Fransisco, filmfestivalen i Cannes, etc. Men avgörande för framgång är att verktygen får spridning inom fler nätverk och kommuniceras till andra målgrupper, för att göra mat & måltider till en etablerad del i marknadsföringen (branding) av Norden. Kopplingen mellan mat & kultur är också viktig. Se s. 7, 9, 10, 20, 21, 30, 31, 32.

2. Barn, mat och hälsa - rum för matglädje

Nya data visar på positiva effekter av den nordiska kosten, men vi kan inte blunda för ohälsa och övervikt bland barn och unga i de nordiska länderna. Mat & barn projektet använder sitt nätverk, med bl.a. ett 80-tal nordiska barn-matprojekt, till att inspirera, sprida kunskap och dela med sig av goda satsningar för att främja och förstärka sunda kostvanor och uppmuntra till goda nordiska smakupplevelser. Se s. 11, 25.

3. Sundhet - Ny Nordisk (H)vardagsmat

Norden har i mer än 50 år fört en politik som förmedlat upplysning, baserade på näringsrekommendationer, kostråd, kommunikation och utbildning. Det har varit ett långsiktigt och fruktbart nordiskt arbete, som ökat konsumtionen av fisk, grönsaker, fullkornsmjöl och frukt, vilket minskat de relativa sjuktalen. NNM II arbetar för göra kostråden till smakfulla och attraktiva måltider samt att "branda" denna nordiska modell, både nationellt och som en global förebild, bl.a. i samarbete med FAO. Se s. 13.

Projektet Mat till många har initialt fokuserat på sjukhusmat. Här är problemen de samma i hela Norden där bättre mat ger snabbare rehabilitering, hälsa och högre livskvalité. Detta är ett område som Nordiska Rådet har uppmanat NNM II att driva och arbetet behöver utvecklas så att det kan inkludera fler angelägna områden, som t.ex. offentliga kantiner, skolor, etc. Se s. 12, 26.

4. Upplevelseekonomi - Norden som gastronomisk region

Norden som gastronomisk region blir ett allt starkare begrepp i marknadsföringen av Norden. Om turisternas allt högre förväntningar skall infrias (utan "backlash") är nordisk samverkan viktig. NNM II initierar för första gången en workshop i maj mellan de nordiska Visit-organisationerna. Mötet är starten på ett samarbete för att förverkliga målet att turister skall hitta bra nordisk mat i hela regionen. Se s. 8.

5. Småskalig livsmedelsproduktion - SME (Small and Medium sized Enterprises)

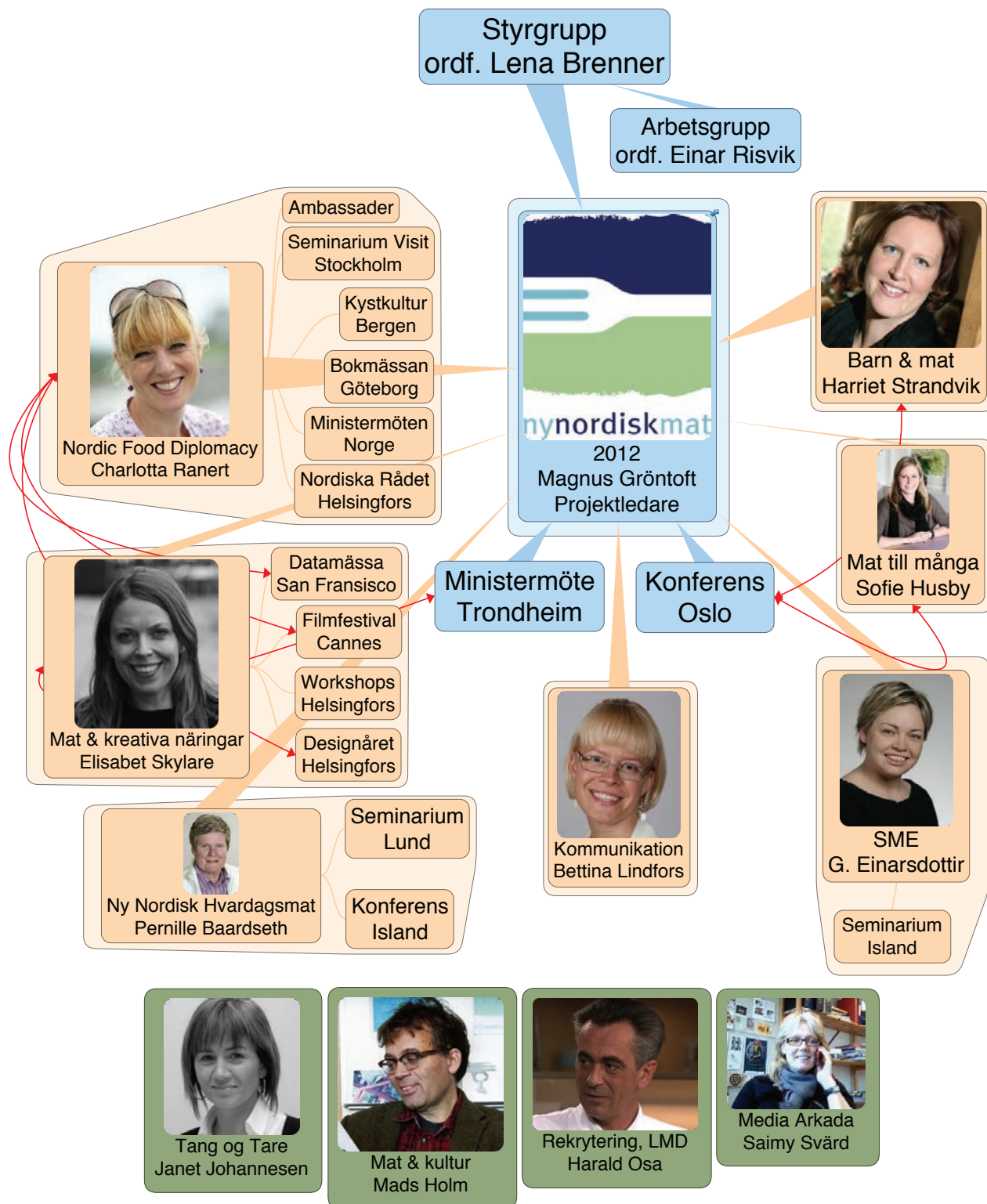
SME är idag mycket viktiga aktörer i framväxten av nya matprodukter och nya företag i Norden, grundat på ett växande intresse för "local food", där miljö, historia och kultur är involverad. Nordisk mat har också stort internationellt fokus och det finns därför stora växtmöjligheter för dessa företag. Att främja nordiska möten mellan SME, med inriktning mot utveckling och marknadsföring, är prioriterat inom NNM II. Se s. 14.

Ett tema under SME, inom den marina sektorn, är Tang og Tare (tång & sjögräs) för konsumtion. Idag något exotiskt på lyxrestauranger och Sushi-barer, men med stor potential längs Nordens långa kuster. Se s. 27.

6. Kommunikation

NNM I & II har byggt upp en omfattande kommunikation med webbsidor, nyhetsbrev, Facebook, etc. Till detta kommer kontaktytor genom de olika projekten där 1000-tals personer deltagit under åren. Förutom en rad seminarier och workshops har NNM II en årlig konferens, som 2011 sändes direkt via Internet och TV. Samarbetet med KreaNord har under 2012 också gett tillgång till helt nya nätverk inom t.ex. film- och dataspelsbranschen. Områden som måste utvecklas vidare. Se s. 6, 16, 24, 28, 29, 33, 34, 35.

Vem gör vad i NNM II



En sosial oppgradering av livskvaliteten i distriktene

- Betydningen av mat og arkitektur for den nordiske velferdsmodellen

Et endagsseminar på Stokkøya, nord for Trondheim, 2-3.9.2012.



Matens betydnings for Europas framtidige velferd er i ferd med å få en høyere bevissthet. Europas avhengighet av matimport øker hele tiden, mens produktiv matjord blir tatt ut av bruk i et stadig høyere tempo. Byene vokser raskere enn befolkningsveksten og landsbygda fraflyttes. Seminaret ønsker å belyse hvordan viktige kulturelle og kreative velferdselementer, som tex. mat og arkitektur, sammen kan snu strømmen, ut av byene og få livet utenfor byene til å oppleves som en sosial oppgradering for ressurssterke mennesker. Hvordan det ser ut rundt oss, bokvalitet og mat (både som næringsvei og som nytelse) er til sammen essensen i livskvalitet for mange

Workshopen tar utgangspunkt i verdiene som må tilfredsstilles for at unge potensielle kandidater skal vurdere å flytte ut av byen. Hvilke krav har mennesker i etableringsfasen, med små barn? Krav til komfort, tilgjengelighet, omsorg og nærhet. Et dansk TV team vil lage et materiale basert på verdiene i Den Danske Lykken (Danmark er som kjent kåret til å være verdens lykkeligste mennesker). Dette vil danne et bakteppe for diskusjonene på seminaret.

Seminaret vil bli en kombinasjon av å se, høre på og å delta i aktiviteter. Deltakerne skal selv være med å høste inn tang til et måltid og deler av programmet skal presentere Stokkøya og Bygda 2.0 sitt prosjekt for alternative boformer. Her prosjekteres matproduksjon, boliger og arbeidsplasser i et arkitektonisk nyskapende format.

Program

Programmet vil koble erfaringer fra Jämtland i Sverige, Finland, Norge og Danmark og illustrere hvordan samarbeidsmodeller knyttet til gjensidig matforsyning mellom distrikter kan skape mangfold og gjensidig nytteverdi.

Inviterte faglige bidrag fra:

- Selektiv utflytting fra Innlands-Norge: den største utfordringen. Stein W. Bie, Imsa Knowledge Company, N-2480 Koppang, Norway.
- Mat og arkitektur som virkemiddel for å lade bygda positivt. Mat og arkitektur ikke bare for eliten. Roar Svenning, Stokkøya.
- Kreativ gastronomisk landsbygdsutvikling i Sveriges utkant. Fia Gullikson. Jämtland.
- Arkitekturens betydelse för upplevelsen av maten. Daniel Andersson. Arkitekt MSA, STUDIOÖ, Åland



Nordic Food Diplomacy, steg 2

Charlotta Ranert. +46 73 718 13 18. Charlotta@charlottaranert.se

1,1 milj DKK. <http://nynordiskmad.org/projekt/nordic-food-diplomacy/>



Syftet med projektet är att sätta fokus på nordisk mat och nordiska måltidsupplevelser, som budbärare av nordiska värden i nordisk representation på ett internationellt plan.

Uppdrag och mål:

- Skapa en internetbaserad verktygslåda, Tool-kit.
- Kommunikation av Tool-Kit och koncept genom kampanjer, utbildningar och nätverkande aktiviteter.
- Skapa och genomföra pilotprojekt som utvecklar och provar verktyg och koncept.

Action plan

Nordic Food Diplomacy

Definitioner, informationsmaterial och grafisk profil framtagen. Tool-Kit skapat och fyllt med information och inspiration.

Dialog och samverkan

Dialog med de nordiska ambassaderna i Japan och lansering av Tool-Kit under mataktivitet där. Dialog med de nordiska ambassaderna i Beneluxländerna angående matevent.

Förankring och nätverk

Kontinuerlig dialog och kontakt med Nordiska Ministerrådet, UD, referensgruppen, opinionsbildare, departement m fl.

Tool-Kit

Tool-Kit har varit på remiss under sommaren. Möte med Nordiska Ministerrådet den 18 sep angående plan för spridning. Workshop under styrgruppsmöte med fokus på spridning.

Konceptutveckling

Ett antal innovativa koncept kring mat och representation har utvecklats inom ramar för pilotprojekten.

Pilot projekt

Ett antal pilotprojekt har genomförts där vi testat metodik och utvecklar koncepten till Tool-kit.

Genomförda pilotprojekt:

Pilotprojekt i San Francisco i samarbete med Nordic Game Program, se sid 8.

Pilotprojekt i Cannes i samarbete med den nordiska filmindustrin.

Kommunikation och dokumentation

Fokus på dokumentation och kommunikation av aktiviteter, pilot projekt och succéhistorier via interna och externa kommunikationskanaler.

Dokumentation av kurs för finska ambassadkockar i Helsingfors i augusti. Ska läggas upp i Tool-Kit.



Norden som gastronomisk region

Charlotta Ranert. +46 73 718 13 18. Charlotta@charlottaranert.se

Budget: 400 000 SEK. <http://nynordiskmad.org/projekt/nordic-food-diplomacy/>



Projektet "Norden som gastronomisk region" ska skapa förutsättningar för dialog, nätverk och samarbete inom den nordiska besöksnäringen.

Uppdrag och mål

- Genomföra en workshop med ett 30-tal representanter som arbetar med måltids-turism i den nordiska besöksnäringen, i juni 2012.
- Identifiera ett antal potentiella samarbetsprojekt på nordiskt plan.
- Initiera ett eller flera samarbetsprojekt som lanseras under hösten 2012, kring marknadsföring av Norden som gastronomisk region.

Action plan

Dialog och samverkan

I samarbete med VisitSweden genomfördes en workshop i Stockholm den 31 maj till den 1 juni. 25 personer deltog med bred representation från de nordiska länderna. Det var första gången många av dessa personer träffades och det som uppskattades mest efter workshoppen var att de hade fått möjlighet att träffas, nätverka och komma i dialog.

Förankring och nätverk

Workshoppen är förankrad hos olika representanter från den nordiska besöksnäringen som arbetar med måltidsturism. Workshoppens innehåll är framtaget i samarbete med Visit Denmark och VisitSweden.

Konceptutveckling

Ett innovativt workshopkoncept togs fram i dialog med den danske processledaren Ann Hansen från Concept+Competence som drivit komplicerade utvecklingsprocesser bland annat för Visit Denmark. Workshoppen innehöll både teoretiska och praktiska moment. Speciellt de moment i workshoppen som inne ömsesidig dialog var uppskattade och best case presentationerna.

Kommunikation och dokumentation

Fokus på dokumentation och kommunikation. Efter workshoppen sammanställdes en kortare rapport.

Resultat

Som ett resultat av workshoppen kom förslaget fram om att jobba vidare med ett gemensamt nordiskt projekt om Street Food (= all typ av kioskmät från korv med bröd till schnitzel och burgare.) Under september kommer ett första möte hållas kring detta projekt. Flera andra förslag kom upp men det var Street Food som enligt utvärderingen hade bredast uppbackning.



Mat och kreativa näringar, steg 2

Projektledare Elisabet Skylare, +45 2620579, elisabetskylare@hotmail.com
Ca 800.000 DKK. <http://nynordiskmad.org/tema/mat-kreativa-naeringar/>



Projektet "Mat & kreativa näringar" skall utveckla mat och måltider som en aktiv, kreativ och förstärkande faktor när Norden marknadsför andra kreativa näringar i en internationell miljö, men även driva frågan om mat som egen kreativ näring. Rekommendationer från fas 1 finns på www.nynordiskmad.org

Action plan – fortsatt arbete fas 2

Förankring och nätverk

Dialog och kontakt på tvärs med andra kulturella och kreativa näringar för att sätta fokus på mervärdet av mat som förstärkande faktor.

- Arrangerar innovationsworkshop med fokus på maten och arkitektens betydelse för den nordiska samfundsmodellen på Stokkøya 2-3 september.
- Deltar bl.a. på Generatorkonferensen och håller i workshop 26-27 november.

Konceptutveckling

Vidareutveckling av den av Nordic Food Diplomacy framtagna tool kit, genom dialog med aktörer från de kreativa näringarna. Lancering tool kit september/oktober.

Workshop Mat & kreativa näringar 5-6 september Helsinki

Ett 20-tal nordiska representanter från de kreativa näringarna som arbetar med mat som konst, med mat och design, och med mat som branding samlas till workshop. Syftet är utbyta erfarenheter och kunskap, samt inspirera. Dessutom vill vi diskutera frågor om mat som stärkande faktor för andra kreativa näringar samt mat som en egen kreativ näring. Helsingfors är World Design Capital 2012 och invigningen av stadens nya kulinariska center "Kellohalli" ger en kreativ plattform.

Pilotprojekt

Pilotprojekt där metodik och koncept testats. Se även separat dokument.

- New Nordic Computer Food, med Nordic Game Program mars 2012
- Nordic Kitchen Party Cannes 2012, med Nordisk Film & Tv fond, skandinaviska filminstituten, försäljningsbolag, maj 2012
- Dialog med Nomex om pilotprojekt på Island i november.

Ny Nordisk Mat vid Nordic Cool - Washington 19 feb-7 mars 2013

Megaevent med nordisk kultur. Dialog med koordinerande SE ambassaden och NM om: <http://www.kennedy-center.org/programs/festivals/12-13/nordic/>

- Säkra nordiska matupplevelser på tvärs av hela programmet,
- Förmedla och föreslå kontakter till nordiska matkonstnärer och matdesigners,
- Tool kit Nordic Food Diplomacy,
- Ev. workshop med kockar för att processa manifestet.

Kommunikation och dokumentation

Löpande dokumentation/kommunikation via www.kreanord.org, www.nynordiskmad.org, facebook, twitter, flickr, youtube och press.



Foto: Nordic Kitchen Party Cannes 2012
Samarbete med bl.a. Nordisk Film & Tv Fond



Foto: New Nordic Computer Food
Samarbete Nordic Game Program

New Nordic Computer Food, San Fransisco

Charlotta Ranert, +46 73 7181318, charlotta@charlottaranert.se

Elisabet Skylare, +45 2620579, elisabetskylare@hotmail.com



Ett samarbete mellan Nordic Game Program och Ny Nordisk Mat II (Nordic Food Diplomacy och Mat & Kreativa Näringar).

- Plats: 7 mars, Game Developers Conference (GDC), San Francisco.
- Vad: Pre-party till NGP årliga Nordic Party med nordisk måltidsupplevelse för 150 VIP gäster pre-party/850 gäster Nordic party.
- Målgrupp: internationella spelutvecklare, nordiska utställare, press och exportorganisationer.
- Syfte NGP: Stärka den nordiska profileringen vid en av världens största data-spelskonferenser GDC och vidareutveckla plattformen för nätverkande och fest.
- Syfte NNM II: Sprida nordisk måltidskultur, test av arbetsmodeller/koncept samt att skapa upplevelser mot en ny målgrupp inom den kreativa industri.
- Ekonomi: 200.000 DKK. NNM II's insats 60.000 DKK. Fun Com sponsor.

Koncept – New Nordic Computer Food

Konceptet för eventet "New Nordic Computer Food" tog utgångspunkt i målgruppens referensram från den amerikanska fast food kulturen och var en perfekt plattform att invitera till en nordisk computer-meny med lokala råvaror som ett innovativt och smakrikt alternativ. Menyn som var framtagen i samarbete med San Franciscobaserade kocken "chef Pelle" bestod bland annat av mini ålghamburgare med karamelliserad lök och dansk blåmögelost, morot och chips palsternacka och färskpotatis fyllda med inlagd sill, sill, gräddfil och ägg - allt tillsammans skapat i en storlek så att den kan ätas med en hand medan man spelar.

Under eventet spelade en DJ nordisk musik och dataspelet Jumping Suzy projiceras. Jumping Suzy, med nordiska grönsaker, vann tävlingen som var upptakten till detta projekt, vid Nordic Game Jam 2012 i Köpenhamn. Genom att skapa New Nordic Computer Food som ett nytt element i det etablerade Nordic Party, fick vi satt den nordiska maten i fokus för nyckelpersoner inom dataspelektorn.

Resultat NGP:

Nöjda gäster som gav den nordiska festen högsta betyg. Man kunde nätverka i en avslappnad miljö och matupplevelsen gav gästerna ett stort mervärde. "Tillsammans har vi skapat uppmärksamhet och förväntan bland aktörerna. Vi hoppas kunna fortsätta arbeta med måltiden som mötesplats och bredda den nordiska synligheten inom spelvärlden..." Jacob Riis NGP

Resultat NNM:

Stor succé! NNM agerade på en ny arena och mot en ny målgrupp jämfört med tidigare. Arbetsprocess/modell fungerade och nya erfarenheter till NFD tool kit. Viktiga nätverkskontakter bland andra exportorganisationer. Fortsatt dialog med NGP om matupplevelser vid konferenser/mässor i Malmö, Köhl, Brasilien. Se video: http://doubledave.com/nordic_foods/index.html



Barn och mat i Norden, steg 2

Harriet Strandvik. +358 40 5592904. harriet.strandvik@hsconsulting.ax
400.000 DKK från NNM II. <http://nynordiskmad.org/tema/mat-barnunga/>



Utgångspunkten i projektets andra del är de 78 initiativ kring barn och mat som kartlades av en samnordisk arbetsgrupp, (Projektrapport 1). Resultaten visar på stor kreativitet och kvalitet gällande matprojekt bland barn. Projekten har gemensamt fokus på hållbar utveckling och en närhet till naturen samt i Finland och Sverige på skolmåltider. Utmaningen ligger i ett förbättrat samarbete aktörer och länder emellan. Framöver bör initiativen även i större grad beakta relationen mellan olika åldersgrupper av barn och unga. Detta underlättas genom att skapa ett tvärnordiskt nätverk som möjliggör ett långsiktigt samarbete kring projekt om barn, mat och hälsa.

Innehåll & mål

Målet är att främja god mathälsa hos barn och unga i Norden. Fram till årets slut, 2012 skall projektledaren, Harriet Strandvik koordinera och sammanlänka ett samnordiskt nätverk inom området barn och mat med de närmare 80 initiativen som utgångspunkt. I uppdraget ingår även att arrangera konferensen 6-7 november i Oslo, där ett av fokusområdet är Ny Nordisk Mat och barn.

Till uppgiften som projektledare hör även rollen som en kommunikatör där sociala medier och blogg fyller en viktig funktion. Tidigare kunskaper inom området ses som en resurs och möjlighet till utbyte mellan de nordiska länderna. Att lyfta fram goda initiativ är centralt och ge rum för utbyte mellan erfarenheter människor och länder emellan.

Projekts aktiviteter, hösten 2012

- Projektledarens främsta roll är att vara en koordinator, att inspirera till effekter.
- En uppdatering av de 78 initiativen pågår. Nya projekt och initiativ läggs med.
- Konferensen i Oslo, 6-7 november är en viktig höjdpunkt för möten inom nätverket. Genom planeringsarbetet ansluts och sprids nätverket och kontakter i nätverket.
- Sociala medier är en viktig tyngdpunkt för projektet.
- Projektets Facebook-sida: *Mat&Barn i Norden* har hittills engagerat över 90 personer och blir en naturlig och aktiv plattform för utbyte inom projektets tema.
- Projektledaren deltar aktivt i olika nätverksträffar, Sverige (Matfestivalen, Stockholm) och Finland ("Matkultur och barn"- träff i Jyväskylä).
- Projektledaren deltar aktivt i den lokala, åländska satsningen på Ny Nordisk Mat på Hotell- och restaurangskolan, Mariehamn. Eleverna engageras i både temavecka och mattävling. Erfarenheten kan användas som referens senare.



Mad til Mange 2012 (Public Foodscapes), steg 2

Aage Jensen, aage.jensen@3f.dk och Sofie Husby, sohu@plan.aau.dk
200.000 DKK. <http://nynordiskmad.org/tema/mat-till-maanga/>



Med udgangspunkt i NNM konferencen i Helsinki i oktober 2011, hvor der blev præsenteret gode nordiske eksempler på at de offentlige måltider har et stort udviklingspotentiale med Den Nye Nordiske Mad som inspiration. Konferencen pegede på, at maden til de mange kan skabe innovation hvis der satses på fællesnordisk kompetenceudvikling på både professions og kandidatniveau, et styrket tværnordisk samarbejde og formidling på både forsknings- og praktiker niveau samt et nordisk samarbejde om rådgivning til det politiske niveau.

Med dette udgangspunkt har vi i den nyetablerede arbejdsgruppe med repræsentanter fra alle nordiske lande samlet disse hovedpunkter under overskriften 'Food for Growth' (Vækst gennem maden), som også vil være overordnet tema for den kommende conference.

Anvendt rigtigt kan maden og måltidet bidrage til vækst og social innovation i form af læring, øget sundhed og merværdi for den enkelte, lokale virksomheder og den offentlige sektor og meget mere. Det kan skabes gennem:

- Uddannelse og kompetenceløft på alle niveauer – fra praktiker, til akademikere til beslutningstagere
- Praksisfællesskaber mellem offentlig og private virksomheder – danner rammerne for vækst hos begge parter
- Levende lokale laboratorier/Living Labs – det offentlige som forskningsbaseret innovationsagent

Disse vil være undertemaer for konferencen og vil også være temaer i de nyhedsbreve som vil blive udsendt fra foråret henover efteråret til konferencen

I tiden frem til konferencen arbejdes der på yderligere identificering og etablering af netværk i de enkelte nordiske lande, som kan danne et stærkt fundament for fælles nordisk netværk.

På konferencen får netværkene muligheden for at mødes, interagere og styrkes, ligesom grundstenen til et Nordisk Råd for Bedre Mad til Mange kan lægges.



Kilde: Colourbox

Ny Nordisk Hverdagsmat (Nordic New Diet), steg 1

- Seminarium i Lund 16-17 jan, samt planering inför NNM II's konf. 6-7 nov

Pernille Baardseth. pernille.baardseth@nofima.no.

250.000 DKK från NNM II. www.nynordiskmad.org/

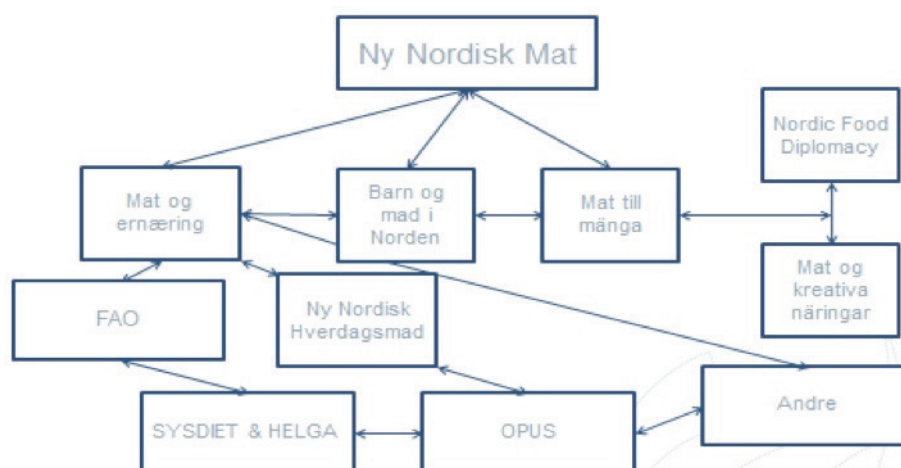


”Workshop – Hva er Ny Nordisk Hverdagsmat” ble avholdt 16. – 17. januar 2012 på Lund Universitet i Sverige med 30 deltagere fra hele Norden. Deltagerne var personlig invitert og representerte Ny Nordisk Mat, NoCE programmet (SYSDIET, HELGA), OPUS, Nordic Nutrition Recommendation, Nordisk Ministerråd, Helsedirektoratet og Livsmeldelverket.

I tillegg var en representant fra FAO invitert for å legge fram omsetningstall av matvarer fra de Nordiske landene sammenlignet med Middelhavslandene fra 1964 til 2009. Omsetningstallene av matvarer for Norden viser en positiv trend sett i forhold til helsetilstanden i de fleste andre i-land.

Seminaret ga følgende anbefaling

- Konsensus om å skrive en vitenskapelig artikkel om de positive mulighetene den nordiske maten har
- For å gjøre dette må vi vite: Hva vet vi og hva mangler vi av informasjon om den Nordiske hverdagsmaten? Hva er det Nordiske perspektivet?
- Dataene (omsetningstallene) fra 1964 til 2009 som FAO har sammenstilt ønskes som egen artikkel
- Innspill til seksjonen “Nordic food and health on 10th Nordic Nutrition Conference, Reykjavik 3 – 5 June 2012”
- Kopling til Ny Nordisk Mat konferanse i november 2012 i Oslo
- Initiere et felles nordisk helseprosjekt med utgangspunkt i de nordiske råvarer hvor man skal oversette kostholdsrådene til smakfulle og attraktive måltider av Nordiske råvarer til barnehager, skoler, sykehjem og institusjoner.



SME (Small and Medium sized Enterprises)

Gunnthorunn Einarsdottir & Gudjon Thorkelsson, Matis (www.matis.is). + 354 858 5049, gunna@mat.is
150.000 DKK from NNM II. www.nynordiskmad.org/projekt/small-and-medium-sizes-enterprises/



Workshop on SME, 21-22 March

The aim of the workshop was to bring the Nordic Competence Centres together to get to know and learn from each other; build a network and to discuss proposals on how these activities can support and strengthen the Nordic cooperation.

The workshop was a big success and there was a very positive feedback from the participants. It was a common interest to keep the network going. There were around 40 participants from Sweden, Iceland, Denmark, Finland, Norway, Faroe Islands, Ireland and Scotland.

Results and opportunities

In the next step the delegates will discuss and prioritize the following suggestions.

- The local food producers need to be informed about NNF so they can consciously apply it to their products and also spread that knowledge to their consumers. This could possibly help SME's to market their products. Here NNF and the Food Competence Centres need to collaborate.
- Even though it is important to keep individuality of each country it is also important for food producers to meet and visit each other in order to seek inspiration, share experience and knowledge from other Nordic countries.
- NNF should place more emphasis on the retailers, producers and consumers, not only the high-end restaurants.
- Participants, including Scotland and Ireland, agreed on the need to establish an annual meeting of Food Competence Centres from all the Nordic countries, possibly in conjunction with the food festival "Appetite for change" (Aarhus 6-9 September 2012) which is for all the public, chefs, producers, developers, hunters, gatherers and farmers who improve and develop the Nordic cuisine.
- There is a lot of results from research on sensory properties and health benefits of Nordic food raw materials linked to terroir that must and need to be put into use when developing local food products and services in order to connect them to NNF. This could be a new NNF project.
- NNF could help SME's in local food processing to compete with the multinational supermarket chains by promoting them on the market.
- The need for mobile slaughterhouses was discussed and the former NNF project on the matter should be revived because of great interest to collaborate.
- The ideology of NNF should be taught and tasted at all levels in schools to get the message to the people. Be active in introduction, be there, tell the story and give people the chance to taste it.
- There was an interest to establish an open source central knowledge-base where the Competence Centres share their knowledge and the public can get access to. Similar ideologies like for example Wikipedia.



Pictures from Eldrimner, AgroTech and Matis



NNM II's konferens i Oslo 6-7 november 2012

- Ny Nordisk Mat - Nær, nyttig og nydelig

<http://nynordiskmad.org/tema/nnm-ii-konferens-2012/>



Nordiska ministerrådets program "Ny Nordisk Mat II" bjuder in till konferens den 6:e och 7:e november, med möjlighet till studiebesök dagen före. Konferensen har temat "Ny Nordisk Mat -Nær, nyttig og nydelig". Då Norge är ordförandeland 2012 är konferensen i Oslo, i den nyöppnade Mathall, som ligger i centrum av staden, se nedan.

Innehåll

Konferensen har tre teman varav två är en uppföljning av förra årets konferens. Temana i år är; Børn og mad, Mad til mange og Mat og ernæring. Se konferensprogrammet.

Förutom föredrag, diskussioner och nätverksbyggande i plenum och underssektionerna, kommer det att erbjudas aktiviteter under mat- och kafferaster. Ett viktigt inslag är här att visa barn som en resurs i matlagning. Geitmyra gård kommer därför att organisera barn som lagar lunchen till dag två. Förberedelserna för denna lunch görs dagen före i mathallens instruktionskök. Utöver detta planeras boktorg med författardiskussioner, utställningar med Oslo's konst och arkitekturmuseum, etc.

Kommunikation och målgrupper

Kommunikation och nätverkande är ledord för Ny Nordisk Mat II's program. Konferensen är en mötesplats för projektledare och andra aktörer som arbetar med utveckling och kommunikation om mat och matkultur i Norden.

Mötesplats

Konferensen kommer att hållas i det nyöppnade, kreativ Vulcanområdet intill Akersälven i Oslo. Området profilerar sig på mat, matpolitik, debatt, kreativa företag och miljö och i september öppnar den nyrenoverade Mathallen. Mathallen är en klassisk saluhall fylld med norska råvaror och andra kvalitetslivsmedel. Mathallen kommer också att vara ett skyltfönster för nordisk matkultur. Mathallen och den intilliggande konferensanläggningen Fabrikken kommer att vara de viktigaste platserna för NNM konferensen, både som en arena för konferensen, social mötesplats och matställe. Intill ligger det nya Scandic Vulkan hotellet, som också kommer att vara en del av konferensen.



Kommunikation NNM II

Bettina Lindfors. +358 50 5995244. bettina.c.lindfors@gmail.com
200.000 DKK. www.nynordiskmad.org



NNM II har fokus på kommunikation och arbetet 2012 koordineras av en kommunikatör tillsammans med programkoordinatör och två journalister. Som grund för arbetet ligger NNM II's ramprogram, kommunikationsstrategi, samt en årlig kommunikationsplan. NNM's webbplats nynordiskmad.org är programmets främsta informationskanal. Webbplatsen står för den formella och mer djupgående informationen om NNM, medan man i de olika sociala medierna har en mer informell attityd samt kan leverera nyheter i snabb ordning till en allt bredare publik.

Information

- Utmaning i att spetsa kommunikation på program- och projektnivå. Som en stödåtgärd har NNM tagit i bruk en gemensam grafisk profil som avspeglas i nytt informationsmaterial samt på webbplatsen. Nordic Food Diplomacy-projektet har en egen internationell profil i enlighet med NNM's profil. Likväl har samarbetet med KreaNord och NMR stärks genom NNM-projektnyheter i deras informationskanaler på webben. NNM-logo finns likväl tillgänglig på flera språk.
- Det främsta bland informationsmaterialet är NNM broschyren (2011) och dess engelskspråkiga version publiceras hösten 2012. Detta för att tillgodose det ökade internationella intresset för NNM. Likväl är de engelskspråkiga webbsidorna under förbättring vilket kräver tilläggsresurser under hösten. NNM-aktiviteterna i Finland inom mat & design samt Nordiska Rådets kulturfestival i Helsinki har därtill ökat efterfrågan av finsk information som ska tillgodoses bl.a. genom översättning av nyhetsbrevet till finska samt finska nyheter på webben under hösten. NNM-projektens breddade samarbetsyta kräver satsning på flerspråkig information för att nå valda målgrupper.
- Nyhetsförmedlingen sker genom dagliga/veckovisa nyheter, blogginlägg och kalendermärkningar på webbsidan, pressmeddelanden till nordiskt matjournalistnätverk (+ internationellt), information i nationella matnätverk samt i allt ökande grad i sociala medier såsom Facebook sida, Youtube och Twitter. Inför NNM-konferensen i Oslo startar en kampanj i de sociala medierna. Kommunikatörerna och projektledarna har erhållit fortbildning i användning av ny teknik samt dokumentation av aktiviteter. Projektledarna uppmanas att videodokumentera sina aktiviteter inom projekten.
- NNM har i bruk medieuppföljning genom NMR samt följer besöksstatistiken för webbsidan och i de sociala medierna. Det veckovisa besökarantalet i dessa medier ligger kring 2500-3000 enskilda besök.
- Förstärkning av projektkommunikation gentemot samarbetsparter på nationell, nordisk och internationell nivå & rutiner för intern kommunikation utvecklas.
- Integrering och lansering av Nordic Food Diplomacys nya webbsidor sk 'toolkit' förstärker internationell profil för NNM.
- **NNM konferens 2012 I Oslo** – kommunikationsplan, mediekontakter.



Framdrift av programmet NNM II

Koordinator och NNM II's arbetsgrupp.



Arbetet i NNM II har nu kommit igång i full skala och inom alla områden som styrgruppen prioriterat har någon/någon verksamhet genomförts. Alla som bidrar i programmet framgår i "Vem är vem i NNM II" på sidan 5.

Samordningen av de olika initiativ är viktig och två workshops genomfördes därför i Skanör den 18 januari och i Malmö den 21 augusti, där de flesta projektledarna deltog. Parallellt med detta arbete pågår planeringen av en rad seminarier under det norska förmanskapsåret och NNM II's konferens i Oslo den 6-7 november.

Kontakter har också tagit inför Ministerrådets ordförandeskap i Sverige 2013 och på Island 2014, för att lyfta fram de områden som styrgruppen prioriterat.

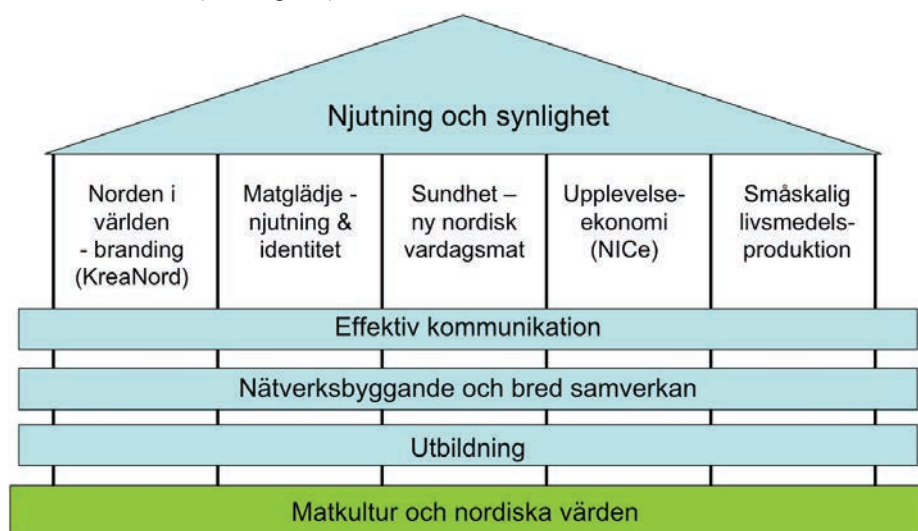
Finansieringen

Finansieringen under 2012 har varit relativt god då NNM II haft medel från KreaNord, men också kunnat använda medel från 2010, då verksamheten var blygsam. Till detta kommer ett anslag från Svenska UD på 400.000 SEK som används för projektet – Nordens som gastronomisk region, samt medel från LMD i Norge för en arbetsgrupp om kockrekrytering i Norden.

För de två följande åren kommer dock bara en grundfinansiering från EK-FJLS att finnas på drygt 2.000.000 DKK/år. Om det arbete som nu gjorts i NNM II under 2011 och 2012 skall spridas inom Norden kommer dessa medel inte att räcka. Det pågår dock en diskussion inom Ministerrådet hur medlen i den nya Prioriteringspuljen skall användas, där "Grön Växt" blivit ett ledord. Resultatet har blivit att NNM finns med i både Nidarosdeklarationen från Ministermötet i Trondheim 2012 och i Eskil Erlandssons skrivning till generalsekreteraren i Ministerrådet, angående användningen av medlen i prioriteringspuljen. Om detta resulterar i är dock osäkert.

Aktiviteter kopplade till styr- och arbetsgrupperna

- Sju möten i arbetsgruppen (Kph, Mölle, Oslo, Island (vulkanutbrott)/Oslo, Oslo, Island, Stokkøya).
- Sex möten i styrgruppen (Kph, Malmö, Kph, Åland, Oslo, Stokkøya).
- Två möte med KreaNord (Helsinki)
- En konferens (Helsingfors)



Den av styrgruppen beslutade inriktningen på NNM II.

Genomförda aktiviteter



Mat och representation ("Nordic Food Diplomacy")

Några rekommendationer från styrgruppen för NNM II



De nordiska länderna är kända för sin förmåga att lösa problem, för sina innovationer, sin rena natur samt inriktning på hållbar utveckling. Mat är en viktig del av denna nordiska kultur och en del av vår identitet och historia. Nordisk mat, med utsökta råvaror och spetskompetens inom gastronomi, bör därför användas som en synlig och smaklig del av det nordiska varumärket och ge uttryck för våra grundläggande värden och vårt samhälle.

Med rekommendationerna nedan vill styrgruppen för Ny Nordisk Mat lyfta fram begreppet "Nordic Food Diplomacy", som betonar maten och måltidens betydelse vid alla typer av representation och möten. Här vill vi att tankarna bakom 'Ny Nordisk Mat', vars grunder finns i det nordiska köksmanifestet ¹, skall vara vägledande och vi vill understryka följande:

- Vi vill att den mat och de måltider som serveras vid möten i Norden, om möjligt avspeglar den årstid och den region där mötet hålls, men även andra värden som ligger till grund för det nordiska köket.
- Vi vill också att mat och måltider som bjuds vid internationella arrangemang förmedlar något av Norden.
- Vi vill att råvarorna till alla dessa måltider skall produceras enligt hållbara principer.
- Vi vill att mat och måltider skall inspireras av traditionell nordisk matkultur men också skapas utifrån nya förutsättningar och ett innovativt tänkande.
- Vi vill att maten och måltiderna utvecklas genom samverkan med kulturområdet. Här ser vi nya områden för kreativitet, där det nordiska köket dynamiskt kan agera tillsammans med andra kulturella och kommersiella sektorer och förstärka upplevelsen av ett arrangemang.
- Vi vill att maten och måltiden vid alla nordiska möten och arrangemang skall vara god, hälsosam och näringsriktig. Dessutom bör de mervärden som finns i anslutning till maten uppmärksammas, tillsammans med historien bakom, till inspiration för deltagarna.

Vi, som är ansvariga för programmet 'Ny Nordisk Mat', uppmanar andra aktörer i det nordiska samarbetet att följa principerna i denna deklaration.



¹ Se <http://nynordiskmad.org/om-nnm-ii/koeksmanifestet/>

Nordic Food Diplomacy

Guidelines from the steering group for NNM II



The Nordic countries are renowned for their ability to solve problems, for innovation, unspoiled natural resources and their focus on sustainable development. Food is an important component of Nordic culture and a part of our identity and history. Nordic cuisine, with its superb raw materials and excellence in gastronomy, should therefore form a visual and appetising element of the Nordic brand, expressing our fundamental values and reflecting our society.

With these guidelines we, the steering committee for New Nordic Food, wish to present the concept of “Nordic Food Diplomacy”, which emphasises the importance of food and meals at all types of representative functions and meetings. We hope that the ideas behind New Nordic Food, a programme based on the Nordic Cuisine Manifesto ^{1/}, will serve as guidelines, and we wish to underline the following points:

- We wish that the food and meals served at Nordic meetings reflect both the season and the region in which the meeting is held, and that the food also reflects the other values that underpin Nordic cuisine.
- We also wish that the food and meals offered at international events convey aspects of Nordic values.
- We wish that the raw materials for all these meals are produced according to sustainable principles.
- We wish that the food and meals are inspired by traditional Nordic food culture, but that they are also created out of new conditions and an innovative approach.
- We wish that the food and meals are developed through interaction with the cultural sector. We see growing potential for new areas of creativity, where Nordic cuisine can co-operate in a dynamic manner with other cultural and commercial sectors in order to enhance the event experience.
- We wish that the food and meals at all Nordic meetings and events are tasty, healthy and nutritious. In addition, the values associated with the food and the story behind it should be taken into account as a means of inspiring those who attend the events.

We, the steering committee responsible for the “New Nordic Food” programme, want to encourage others involved in official Nordic co-operation to follow the principles laid out in these guidelines.



^{1/} See <http://nynordiskmad.org/om-nnm-ii/koeksmanifestet/>

Sjømat og kulturarv, Bergen 6-8 juni 2012

Liv Ramskjær, Norsk Kulturråd liv.ramskjaer@kulturrad.no och Ingvild Kragset, Kystverket



Den 6-8 juni 2012 genomfördes den nordiska konferensen om "Sjømat og kulturarv". Huvudorganisatörerna var Fiskeridirektoratet, Kystverket, Riksantikvarien og Norsk kulturråd. Se videolänk nedan.

Ny Nordisk Mat deltog i planeringen av konferensen, samt med inlägg under sessionen. Men framförallt genomfördes en mycket uppskattad konferensmiddag, som organiserats av Unn Karin Olsen, från Norsk Matkultur.

Konferensen är ett spännande bevis på det växande intresset bland nya yrkesgrupper kring Ny Nordisk Mat. I detta fallet vände sig konferensen till etnologer och museefolk, med kustnära arbetsområden. Intresset och deltagandet var stort och visar att maten som kulturobjekt fått ett starkt ökande fokus i Norden. Detta kan tyckas underligt då just havet gav kusten deras inkomster, men mat som kultur har i de nordiska länderna inte varit förenliga och därför nästan aldrig synligt på Nordens kustnära museer. Nu ser man bristerna i museer som erbjuder anonym snabbmat, istället för att bjuda på och utveckla de råvaror som varit grunden för kustsamhällenas ekonomier.

Ur programmet: "Hovedformålet med konferansen er å styrke kunnskapen og bevisstheten om sjømatens kulturhistorie og vise hvordan historiske fortellinger, tradisjonskunnskap og kulturminner knyttet til fangst, foredling og omsetning av sjømat kan være en ressurs for sjømatnæringene, for reiseliv og tjenestenæring og for lokal og regional utvikling."

Resultat

Som resultat av det stora intresset och viljan bland museefolket att utveckla den kulturella och gastronomiska sida av sin verksamhet, kommer en mer pragmatiskt inriktad workshop att genomföras under hösten, av NNM II, men med Norsk Matkultur som utförare. Även denna workshop ingår i de norska förmansksprogrammet.

Se video från konferensen på: <http://www.youtube.com/watch?v=ueyNNLsy9pI>



Nordiske utfordringer og muligheter for kokkeyrket

- med vekt på karrieremuligheter og status for kokkeyrket

Nina Mosseby, Landbruks- og matdepartementet, Norge. Finansiert av LMD og Nordisk ministerråd



Den nordiske prosjektgruppen som har sett på utfordringene i kokkeyrket, har avsluttet sitt arbeid og den endelige rapporten skal foreligge i løpet av kort tid. Gruppen har bestått av ressurspersoner fra utdanningssektoren, kokkeyrket og næringslivets reiselivsorganisasjoner i de fem nordiske landene. Mandatet til gruppen var å "...gi et kunnskaps- og erfaringsbasert grunnlag for å peke på felles nordiske utfordringer og muligheter i kokkeyrket med spesiell vekt på karrieremuligheter og status for yrket."

Gruppen har avdekket at det er gode jobbmuligheter både i dag og i fremtiden for nyutdannede kokker. Den kombinerte mat- og reiselivsbransjen er i sterk vekst i alle de nordiske land. Grønt reiseliv og ulike matsatsinger i offentlig og privat regi gir nye muligheter for å skape sitt eget arbeid eller finne seg jobb i større etablerte etableringer. Samtidig er ungdomsarbeidsløsheten høy og voksende i Norden. Her ligger det derfor et stort potensial for ungdom som skal velge utdanning og fremtidig yrkesvei. Gruppen ønsker å vise hvilke muligheter som finnes dersom man velger kokkeyrket. Prosjektgruppen konstaterer også at bransjen gis en skjev og til dels negativ fremstilling i en del tv-show som fremstiller bransjen som en slags cowboybransje basert på jernhard disiplin. Gruppen er bekymret for at dette fører til at barn og unge (sammen med sine foreldre) velger bort yrket. Gruppen mener kunne være godt tv-potensial i å fremstille de kreative og positive sidene knyttet til matglede og matlaging og oppfordrer til mer nytenking i den retning.

Rapporten oppsummerer med følgende forslag til nordisk oppfølging:

- Framsnakking, samarbeid på tvers av sektordepartement/ministerier og ministerråd nasjonalt og nordisk
- Utpeke nordiske matambassadører (18 – 25 år)
- Nordisk matkulturdag
- Gjennomgang og kartlegging av muligheter for felles utdanning og etterutdanning

Videre oppfølging av rapportens konklusjoner:

Prosjektgruppens deltakere vil få et særskilt ansvar for å presse på for oppfølging av konklusjonene i rapporten nasjonalt i sine respektive land. Vi anbefaler at ministrene i MR-FJLS nasjonalt følger opp ved å invitere bredt til samråd med alle relevante aktører; representanter for reiselivsnæringen, restaurant- og matbransjen, personal-kantiner, catering, næringsmiddelindustrien – kort sagt, alle bransjer hvor kokker arbeider og det lages mat. Hensikten vil være å drøfte hvordan rapportens konklusjoner kan følges opp nasjonalt og hva som kan gjøres for å synliggjøre bredden i karrieremulighetene for kokker.

Gruppen har bestått av:
Harald Osa, ordf. NO
Ruth Hege Holst, NO
Hilde Veum, NO
Hannu Husa, SE
Niels Olgeirsson, IS
Ronny Isvik, DK
Daniel Lemberg, FI
Nina Mosseby, sekretær



Conference in Finland 11-12 October 2011

- The potential and future of Nordic food when eating outside home

<http://nynordiskmad.org/tema/nnm-ii-konferens-2011/>



The work in 'New Nordic Food' (NNF) is based on a long Nordic process, which has resulted in safe Nordic food and well-defined nutrition recommendations. A work we are proud of when dealing with food related problems and diseases. To this NNF has added taste and the joy to eat.

The second NNF-conference in Finland showed the enthusiasm that the Nordic food creates. With a huge knowledge within the whole food sector, people now sees the possibilities to combine their knowledge in a sense that makes food and eating both tasty, enjoyable, healthy and sustainable. We see that the goal for a healthy Nordic people only can be reach if all these factors can be combined to something which will be perceived as positive and pleasant.

The focus of the conference was on one aspect of the Nordic welfare model – eating in institutional foodscapes, such as hospitals, schools and canteens. The topic includes also climate, which is the theme of the Finnish presidency.

One important key finding during the conference was that food joy (matglädje), is a very important issue in public foodscapes. Without pleasure much of the food will be wasted.

Jari Koskinen, the Finnish Minister of Agriculture and Fisheries, stressed that New Nordic Food's ideas on health and climate-friendliness had a top priority in Nordic co-operation. Here food in public institutions and food projects for and with children is highly prioritized.

Statistics

The conference was organised by New Nordic Food in co-operation with Nordic Innovation. 220 participants from 11 different countries attended and there was 47 speakers, 15 exhibitors at the food court, 12 poster exhibitors and more than 20 editors from TV, radio and newspapers. 15 media-students and their professors from Arcada, documented the whole conference on Internet and on video



Info fra – Børn og Mad i Norden, fase 1

Emil Blauert & Stina Algotson. emil@meyersmad.dk / stina.algotson@swipnet.se
795.000 DKK fra NNM II. <http://nynordiskmad.org/tema/mat-barnunga/>



Det tværnordiske projekt "Børn og Mad i Norden" skal lægge grunden for et langsigtet nordisk samarbejde omkring børn, mad og sundhed. Visionen er at styrke de nationale kræfter, der arbejder for børns sundhed og madkultur og sikre en bedre udveksling af viden, ideer og erfaringer på tværs af Norden.

Projektet har kortlagt eksisterende initiativer i de nordiske lande og udvalgt projekter, der kan bidrage med viden og "best practise" til en fremtidig indsats. I forlængelse heraf har arbejdsgruppen udformet anbefalinger til Ny Nordisk Mad (NNM), om hvordan man fremadrettet bør arbejde på området.

I projektets rapport præsenteres og diskuteres 78 udvalgte nordiske initiativer. Der peges endvidere på indsatsområder, der bør styrkes, og på et betydeligt uudnyttet potentiale for et mere vidtrækkende nordisk samarbejde. Processen har været struktureret omkring fire nordiske workshops samt en konference. Disse har samtidig tjent som netværksarrangementer for projektmagere, hvorved de første skridt er taget mod et styrket samarbejde. Kortlægningen af projektlandskabet i Norden præsenteres i sin helhed i rapporten som en vidensbank for et fremtidigt samarbejde.

Resume af anbefalingerne

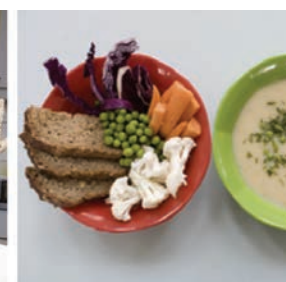
Projektets centrale anbefaling til NNM er at etablere et nordisk netværk for arbejdet med børn, nordisk mad og sundhed. Netværket bør centreres om en stærk digital platform med udstikkere til sociale medier og bør administreres af en netværkskoordinator.

Den digitale platform bør i vid udstrækning være brugerstyret, så brugerne kan vidende, igangsætte projekter og danne arbejdsgrupper på eget initiativ med netværket som ramme og med det fælles mål at styrke Nordens børnemadkultur.

Kommunikation og agendasetning: Det anbefales, at der udarbejdes et "bevis" – et dokument, der, henvendt til politikere, meningsdannere og journalister, formidler de vigtigste argumenter for at investere i børns "madliv" på basis af resultaterne fra første fase og forskningen. Dokumentet skal kunne vandre, dvs være anvendeligt for aktører, der ikke selv er involveret i arbejdet med børn, mad og sundhed.

Børnemadskonference: Det anbefales at netværkets brugere – de nordiske projektmagere og øvrige interessenter – samles en gang årligt for eksempel som en afdeling af NNM årskonferencen.

Indsatsområder: med udgangspunkt i kortlægningen anbefales en række fokusområder for et fremtidigt netværk, herunder: måltider i forskole og skole, navnlig i Danmark og Norge, hvor ingen nationale ordninger eksisterer, samt i Sverige og Finland med fokus på madkvalitet og børnedeltagelse. Større fokus på koblingen mellem sundhedsdimensionen og madkulturen, som savnes pt. Forbedring af madundervisning i skoler. Styrkelse af bevidsthed om nordisk madkultur.



Mat till många (Public Foodscapes)

Aage Jensen, aage.jensen@3f.dk och Sofie Husby, sohu@plan.aau.dk
180.000 DKK. <http://nynordiskmad.org/tema/mat-till-maanga/>



Mad og måltider er en væsentlig del af den offentlige velfærd i de nordiske lande og der er en øget erkendelse af, at maden til de mange ikke blot er et spørgsmål om den billigst mulige pris. Den Ny Nordiske Mad i fremtidens velfærdssystemer skal opfylde mange andre formål hvor kvalitet, sundhed og bæredygtighed er blot nogle af kravene. Under temaet 'Public Foodscapes' sætter vi fokus på de mange betydninger og aspekter af den mad, der bliver serveret og spist i det offentlige rum.

I 'Public Foodscapes' præsenterer vi en lang række eksempler hvor det offentlige er gået nye veje i forsøget på at skabe merværdi, for såvel borgere som for fødevarerhvervet, gennem nye tiltag i den offentlige mad. I 'Public Foodscapes' bruger vi sygehusene som et eksempel på den gode hverdagsmad og de gode måltider, der serveres steder uden for hjemmet i de nordiske lande. En stor del de udfordringer og ikke mindst løsninger, som gælder her, vil være anvendelige inden for de øvrige områder af den offentlige måltidssektor.

De mange eksempler på innovation tegner omridset af en Ny Norddisk Mad for Mange. De viser, at skal kvaliteten af maden og måltidet løftes, er det vigtigt at fokusere på andre krav til maden end kun økonomi. Eksemplerne illustrerer, at disse krav fx kan være madkvalitet (frisk vs. frost), ernæring, lokal mad/økologi, helse og meget mere. For at kunne inkludere disse øvrige krav er det væsentligt med opmærksomhed på kompetencer og organisering.

For at give deltagerne inspiration med hjem bliver der på konferencen sat fokus de gode nordiske eksempler på tiltag og initiativer som findes og dermed ikke kun på eksisterende udfordringer. Der vil således være de gode eksempler på:

- Hvilke kvaliteter i maden og måltidet bliver vægtet og hvordan bliver de integreret?
- Hvordan kan man organisere sig til bedre kvalitet?
- Hvilke kompetencer er nødvendige for at opnå bedre kvalitet?
- Hvordan løftes kompetencerne? Og hos hvem?

Disse eksempler vil danne fundament for forslag til og bud på hvordan fremtidig muligheder indenfor:

- Kompetenceudvikling og uddannelse.
- Vidensdeling og formidling.
- Bedre synergi mellem praksis og videnskab.



Maritimt initiativ, tang og tare til mad

Janet Friðá Johannesen. +298 212211. jj@atlanticon.fo

150.000 DKK. Rapport, se <http://nynordiskmad.org/tema/tang-og-tare-til-mat/>



Tang bestanden er en meget stor spiselig bestand. Totalt høstes ca. 15 millioner tons tang og tare til mad i verden. Næsten al høstning og produktion af tang sker i 5 asiatiske lande. I Norden høstes det mindre end 0,01 million tons tang til mad. Dette på trods af store bestande af tang i Norden, samt ældgamle traditioner for at spise tang. Alene i Norge er bestanden af tang og tare estimeret til over 50 millioner tons.

I august 2011, samledes stjerne-kokke, tangdyrkere, forskere, entreprenører og producenter på den Nordatlantiske Brygge i København for at lægge fælles planer for en bedre udnyttelse af tang fra nordiske vande inden for Det Nye Nordiske Køkken. Formålet med workshoppen var at dele erfaringer, kundskab og visioner, således at der kan diskuteres, hvad den nordiske dimension inden dette område kan være.

Ved mødet blev der gjort status over tangs unikke potentiale for human konsum. Det er en stærkt stigende interesse hos forbrugerne for et udbud af tang fra lokale, nordiske vande. Samtidig har mange nordiske restauranter nu tang på menuen. På Island er der allerede en række små virksomheder, som sælger tang og både på Færøerne og Grønland er der interesser for at øge udnyttelsen af naturlige forekomster og at dyrke tang. I Norge er hovedbrugen af tang til produktion af alginat til tekniske formål, men også her er det nu aktiviteter knyttet til en vis udnyttelse af tang til mad. I Danmark er Nordeuropas første tangavler klar til at levere til markedet.

Der er i det følgende, forslag til tiltag for at få tang ind i Det Nye Nordiske Køkken:

- **Oprette en nordisk hjemmeside om tang.** Det har høj prioritet, at indsamle og uddele information om tang fra nordiske vande.
- **Indsamle viden om anvendelse af tang i Norden før i tiden (historisk).** Dette vil uden tvivl have stor nytte i det fremtidige arbejde med at få tang ind i Det Nye Nordiske Køkken.
- **Oplære forbrugerne i Norden at spise tang.** Forbrugerne er interesserede i tang, men de ved ikke, hvordan de anvender eller får fat i tang.
- **Specielt program for at lære børn at spise tang.** Det naturlige sødestof i tang er manitol, der hverken er rig på kalorier eller giver carius. Ved at bruge tang i madlavningen kan man opnå velsmagende produkter, der giver god ernæring og så til børn.
- **Indsamle viden om tang fra en fødevarsikkerheds og bæredygtigheds synsvinkel.** Da tang er omfattet af utallige slags arter på forskellige områder, må forvaltningen af tangen tage hensyn til art og lokalitet.
- **Indsamle viden om bioaktive stoffer i tang.** Der mangler beviser med hensyn til mange af de gode egenskaber i tang, og der bør arbejdes intenst med at indsamle disse beviser.
- **Øge høstningen af tang - dog til et begrænset niveau.** Tang er et vigtigt opvækstområde for dyr og fisk i havet, og derfor er der begrænsede mængder tang der bør høstes.
- **Få gang i opdræt af tang og øge udbudet af tang fra Norden.** Høstningen af tang vil være begrænset, og derfor må der sættes gang i opdræt af tang.



Competition for young chefs - create a short film

Financed by Nordic Innovation & Nordic embassies in Washington DC

www.nordicinnovation.org/projects/kokkekonkurranse/



Nordic Innovation og de nordiske ambassadene i USA ønsket å teste ut nye modeller for samarbeid av både matservering og markedsføring av nordisk matkultur. Vi ønsket mer spesifikk å få erfaring med nye måter å engasjere på unge målgrupper, og dette utfordret oss med tanke på innhold og utforming.

Det ble derfor besluttet å utlyse en kokkekonkurranse blant annet gjennom Facebook og Twitter. Ungdommer ble bedt om å sende inn en video hvor de presenterer sine forslag til hvordan de vil sette sammen et enkelt og smakfullt nordisk måltid (som kunne gjenskapes i et amerikansk skolekjøkken). Tanken var også at dersom vinneroppskriften kunne tilbredes i et enkelt skolekjøkken, vil også flere unge i Norden kunne lage det.

Denne gangen var det altså ikke kjendiskokker som skulle promotere den nordiske maten, men ungdom selv som demonstrerte hvordan ny nordisk mat enkelt kan inngå i et sunt kosthold. Ny nordisk mat og nordisk matkultur er genial fordi det kombinerer det friske, enkle og sunne. Derfor syntes vi det var viktig å la barna få smake denne maten, som ikke bare er sunn, men også velsmakende. Dessuten har de fleste nordiske land gode tradisjoner for å servere barna mat i skolen, og vi tenkte derfor at det var et bra område å fokusere på.

Samtidig handlet det ikke bare om å vise fram gode nordiske produkter, men også vise fram nordiske tradisjoner og verdier knyttet til et sunt kosthold. Vi ville vise at det er enkelt å lage sunn mat basert på råvarer, som riktig nok er nordiske, men ikke så vanskelig å få tak i på et lokalt supermarked i USA. Vi ønsket å vise hva du kan få til med enkle tradisjonelle matvarer. Det viste vi ved å la unge kokker fra Norden sette sammen menyer og lage maten for dem. Dette var et "showing by doing"-prosjekt der vi lot ungdom fortelle og vise hvordan man kan bruke ny nordisk mat.

Resultatet ble at alle skolebarn på offentlige skoler i Washington DC fikk servert ny nordisk mat på skolen og lytte til moderne nordisk musikk.

Erfaringer:

- Prosjektet har lært Nordic Innovation mye om samarbeid på tvers av kontinenter med mange aktører, noe som ved senere lignende arrangementer krever en klarer prosjektledelse lokalt.
- Det har også gitt oss nyttige erfaringer i arbeid mot unge målgrupper. Da er nye medier en sentral kanal, noe erfaringene med markedsføringen viste oss.
- Budskapet må i arbeid mot unge formes og pakkes inn på en frisk måte, og vi har fått gode tilbakemeldinger på promoteringsvideoen som ble brukt.



Nordic Food Days, in Washington

Partly financed by Nordic Innovation. www.nordicinnovation.org/events/nordic-food-days-in-washington-dc/



Some of the world's best chefs are brought together in Washington, DC to highlight the innovativeness and high quality of New Nordic Food. From 20/06/2011 - 26/06/2011

The Best Chefs Gathered in the U.S.

The embassies of the Nordic countries are proud to bring the region's best and most creative chefs to the United States for the very first time.

We invite people to experience food prepared by five of the world's best chefs from Denmark, Finland, Iceland, Norway, and Sweden over the course of one week.

While introducing New Nordic Food on the Washington restaurant scene, the chefs will also participate in culinary events all over the metropolitan area. The program includes exclusive culinary master classes, food demonstrations and other food related happenings.

Nordic Food: Back to Basics

New Nordic Cuisine reflects a back to basics approach to cooking. It is celebrated for its purity, simplicity, freshness and its original take on traditional dishes and for letting the ingredients shine.

New Nordic Food reflects the changing seasons, and a modern, healthy, and sustainable approach to cooking that benefits nature, people, and society as a whole. In short, New Nordic Food is high quality food with no fuss.

World Class Ingredients, Restaurants & Chefs

New Nordic Food: Salmon Canapé. The overwhelming success of New Nordic Cuisine within the international culinary community means that today the Nordic region hosts some of the world's best chefs, as well as many Michelin rated restaurants where patrons can enjoy the organic, fresh and seasonal ingredients of the region.

At this year's Bocuse d'Or in Lyon – one of the most prestigious culinary competitions in the world – the chefs representing the Nordic countries did remarkably well by taking the first, second, third, fifth, and seventh places.

Nordic Food Days is a joint event among the embassies of Denmark, Finland, Iceland, Norway, and Sweden, with the support of Nordic Innovation Centre. The event is the first of its kind, bringing world class chefs representing the Nordic countries together in the United States.



New Nordic Food by Chez Dominique. Photo: Johannes Jansson/Norden.org

Mat och kreativa näringar, steg 1

Björn Ylipää. +46 705-36 56 98. bjorn@maltidsvision.se
70.000 DKK. <http://nynordiskmad.org/tema/mat-kreativa-naeringar/>



Foto: Ur föreställningen
"Drömmar" Mat, musik,
berättelser och rörelser.
Lena Ylipää Abrahamsson
drömmer om en köksträdgård.

En inventering har gjorts inom de nordiska länderna av matkonstnärer/regissörer för måltidsupplevelser. Inventeringen har begränsats till de aktörer som samarbetar med andra kreativa konstnärliga näringar. Här framkommer att i Danmark, Sverige och delvis Finland finns ett antal aktörer som utvecklat måltidsupplevelsen på ett kreativt sätt. Det finns dock ett flertal nya aktörer i olika projekt som tangerar detta projektets inriktning, en slags "ketchupeffekt" har uppstått. Under inventeringen har olika aktörer intervjuats för att skapa en grund för den vidare utvecklingen. Projektet innefattade även deltagande vid två olika workshops. Vid workshopen 'Public Food Diplomacy' som hölls i Ny Nordisk Mat's regi i Stockholm den 9-10 mars och under Kulturforumet i Reykjavik den 24-25 mars 2011.

Inventeringen visar på stora möjligheter till utveckling av mat som en del i de kreativa näringarna och samarbeten mellan mat och de olika kreativa näringarna. Det finns redan flera exempel på lyckade arrangemang, men dessa måste bli fler.

Vad är då skillnaden mellan en kreativ kock, matkonstnär, och regissör av måltidsupplevelser och är mat konst? Frågor som mer och mer kommer att ställas på sin spets. Att lyfta mat som konst är en viktig åtgärd och det första steget togs vid kulturforum i Reykjavik. En diskussion mellan de olika kreativa näringarna, inklusive KreaNord och Ny Nordisk Mat, hur finansiering av olika event skall lösas är också viktigt. Alla vill mycket, men finansieringen är ett problem.

Hur arbetar då de aktörer som redan finns i Norden, ja utifrån intervjuerna kan man se tydliga likheter. Man är oftast en mindre kreativ grupp som arbetar fram en föreställning, event, upplevelse eller happening. Det är olika grupperingar utifrån olika uppdrag och här har man praktiskt redan visat att maten är en del av de kreativa konstnärliga näringarna. Samarbeten mellan konstnärer, musiker, designers, och matkonstnärer, har gynnat de som arbetat i projekten och gett nya infallsvinklar på själva skapandeprocessen men även resultatet på slutprodukten. Hur skall en skapande modell kunna se ut? Rapporten tar upp två olika modeller.

Rekommendationer för steg 2

- Utveckla arbetsmodeller och visa goda exempel för att lyfta frågan kring mat som konst.
- Skapa nätverk mellan matkonstnärer och andra kreativa näringar i Norden, via workshops och event.
- Skapa mötesplatser för kreativa näringar, t.ex. genom KreaNord's och Ny Nordisk Mat's hemsidor, som kan öka tillgängligheten för beställare.
- Arrangera testevent där olika typerna av arbetsmodeller testas praktiskt.
- Skapa möjligheter för mentorskap för unga regissörer av måltider samt matkonstnärer.

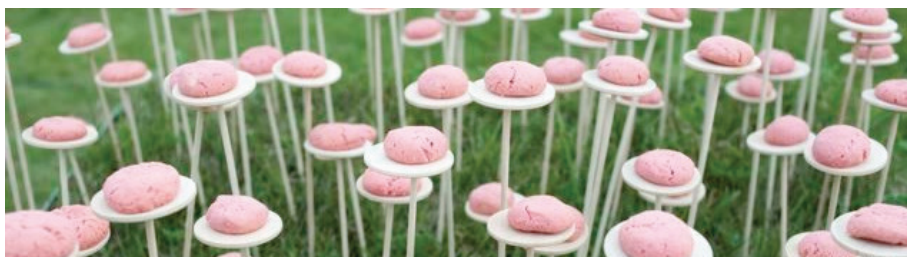


Foto: Kakinstallation ur "Drömmar". Samproduktion mellan Knapsu music och Måltidsvision 2010.

Ny Nordisk Mad og Kulturen

Mads Holm. +354 551 7054. madsholm@nordice.is

150.000 DKK från NNM II. www.nynordiskmad.org/tema/mat-kultur/



Kulturforum om Nordisk Madkultur 24-25 marts 11, Nordens Hus, Reykjavik.

Kulturforummet fandt sted på opfordring af de nordiske kulturministre (EK-K) for at forsøge at afdække NNMs programmets tanker om forbindelserne til kulturområdet. NNMs styregruppe havde ligeledes bevilliget støtte til konferencen.

Kulturforummet samlede en bred vifte af aktører indenfor feltet mad og kultur, bl.a. udøvende kunstnere og madhåndværkere, teoretikere og embedsmænd. NNMs arbejdsgruppe havde lagt vægt på at kulturforummet også skulle initiere en faglig diskurs omkring NNM og dette skete i flere spændende indlæg bl.a. omkring mad som kunst, Maden som identitesskaber sammenlignet fx med skandinavisk møbeldesign og problemer omkring den nationalromantiske retorik omkring NNM.

På opfordring af NNM programmets arbejdsgruppe var der lagt vægt på at udarbejde visuelt materiale til brug på hjemmesiden og i de såkaldt nye sociale medier. Researchgruppen, et dansk-islandsk produktionsselskab stod for dette og resultatet kan findes her: <http://www.youtube.com/watch?v=n9wKFdTdql8>

Resultat og muligheder

Alle grupper var enige om at emnet på ingen måder var udtømt men at der bør arrangeres en opfølgende konference bl.a. med følgende mål og indhold:

- At kommunikere Ny Nordisk Mad med omverdenen ved hjælp af perspektivet Mad som Kunst.
- At lægge yderligere vægt på bæredygtighedsproblematikken i forhold til madkulturen og konkret at se på madkultur og design i dette lys.
- At se på madkultur og arkitektur i bred social sammenhæng.
- At udnytte indvandringen positivt også i forhold til Ny Nordisk Mad og fx lade en måltidskreator gestalte et måltid der belyser indvandrere og deres madkultur som en positiv indflydelse på det Ny Nordisk Køkken.
- Konferencen afsluttedes (dvs. konference 2 begyndte) med et oplæg fra Björn Ylipää der direkte ledte frem mod workshopen omkring NNM og de kreative industrier. Arbejdet/resultaterne fra denne workshop skal ses som konkrete resultater af nogle af kulturforummets diskussioner.



Public Food Diplomacy, step 1

Minna Kantén. minna@kanten.fi

105.000 DKK. <http://nynordiskmad.org/tema/public-food-diplomacy/>



The New Nordic Food program states that public food diplomacy should be widely in practice, in every Nordic Country. Also, the food served in the events should reflect the values of Nordic Kitchen Manifest and should be presented in an innovative way, combining traditions and modern identity. With this Public Food Diplomacy-project the New Nordic Food program works to find out joint tools and cooperation in this area.

Traditionally diplomacy is done on “from government to government” basis by foreign ministries and embassies, and to some degree in other areas of public administrations. Now a day the stakeholder in diplomacy is as likely professionals in business and public areas like culture, science and education, which widens public diplomacy towards country branding. In this project the context of public food diplomacy is the wider one.

This first phase of the project was to search ideas for tools and cooperation. The heart of the work was a workshop at 9-10 Mars 2011 in the Swedish Foreign Ministry. There were 18 participants from foreign ministries and export organizations.

Recommendations how to proceed

There are some general points to keep in mind when working with this project:

- The tools have to gain cost-effectiveness in all levels.
- Present know-how must be used and developed.
- Increasing innovative way of doing things.

The Public Food Diplomacy project could be divided into three working packages, which proceed parallel and iteratively:

- WP 1: Constructing of the Internet based tool-kit.
- WP 2: Communication: campaigns, education and networking for Public Food Diplomacy concept.
- WP 3: Pilot cases to develop and test the tools and the concept.

Year 2011 should be used for planning and constructing of tools by cooperating with the pilot cases, and starting a marketing campaign. Year 2012 could emphasize for education, campaigns and the Nordic Food Week event. The last two years of NNM II program there could be a continuous campaign and up dating of tools. The most of the recourses would be allocated for the years 2011 and 2012.

There is a need to get work started as soon as possible. The recommended pilot cases should be proposed at once in order to get involved to those already in the planning phase. Some of the results and findings are to present at the end of May and the first possible pilot occurs already at the middle of June.



Ny broschyr om Ny Nordisk Mat

Mattias Kroon. Från tidskriften Mat & Vänner. mattias.kroon@gmail.com
100.000 DKK från NNM II



Då den tidigare broschyren om Ny Nordisk Mat varit slut sedan länge, samt dessutom blivit inaktuella, har styrgruppen för NNM II beslutat att det skall skrivas en ny broschyr om Ny Nordisk Mat.

Uppdraget gick till Mattias Kroon på tidningen Mat & Vänner. Broschyren som presenteras på konferensen i Helsingfors den 11-12 oktober kommer inledningsvis att tryckas i en upplaga om 10.000 ex.

Ur broschyren "Ny Nordisk Mat"

Över hela världen växer nu nyfikenheten på nordisk mat. Det är ett unikt tidevarv, aldrig förr har intresset för en helt ny matregion varit så starkt internationellt.

Men är verkligen Norden en ny matregion? Egentligen inte, här i Norden har vi förstås ätit nordisk mat i tusentals år, fast det är först nu vi kanske börjar inse att vår matkultur är unik, och att det är hög tid att försöka definiera den.

Norden som matregion delar många gemensamma ramar. Som det omfattande fisket, de enorma möjligheterna att plocka svampar och bär, de folkliga traditionerna att jaga och äta djur som skogar och fjäll har att bjuda på. Dessutom: kärleken till att lägga in, röka, salta och sylta allt det som ska ätas under de kalla årstiderna har länge följt oss. Rotfrukter, gryn och korn har också alltid varit nära till hands.

Men det enorma området Norden har också skillnader, ibland stora sådana. Både i lokala högtider, sätt att förädla råvarorna och synen på vardagsmaten. Grönlands myskoxar betar inte i närheten av Norges skrei, och de svenska älgarna lever långt bort från de färöiska havskräftorna. Det gigantiska Norden, med alla sina traditioner, råvaror, attityder och influenser samt olika klimat och växtförhållanden, gör regionen till en mångfacetterad matkultur. En plats där de rena haven och den syrerika naturen skapar en grogrund för en hälsosam matfilosofi, en sund livsstil där känslan av frihet, öppenhet, medmänsklighet och sund framtid alltid är närvarande.

Nordisk mat är också nordisk natur. Det bor förhållandevis få människor i den här omfattande regionen och naturen finns hela tiden närvarande. Skogarna, fjällen och haven är stora skafferier med gömda skatter att upptäcka. Hur vi kan ta vara på detta ännu bättre i framtiden är en av många frågor som bör funderas över. ...



TV-serien "Jakten på den nordiske smaken"

Elisabeth Stabell, Tellusworks AS. elisabeth.stabell@tellusworks.com
1.5 milj. DKK från NNM.



TV-serien "Jakten på den nordiska smaken", som producerats av Tellusworks AS, filmades under förra perioden av NNM. Premiär hade TV-serien dock under 2011. TV-kanalerna har valt att sända programmen på bästa sändningstid och mottagandet har varit mycket positivt, med stora tittarsiffror, se nedan.

TV-premiärerna var följande datum:

- Norge, den 7 mars, kl. 20.25
- Island, den 17 mars, kl. 20.05
- Danmark, den 30 mars, kl. 20.30

Tittarsiffror

Enligt uppgifter från NRK och DR var tittarsiffrorna:

NRK: program 1 – 370.000 – 21,0 % marknadsandelar.

DR: – program 1 – 688.000 – 28,3 % marknadsandelar.

DR: – program 2 – 707.000 – 28,1 % marknadsandelar.

Enligt TV-bolagen är dessa tittarsiffror mycket bra, mot bakgrund av det mycket stora programutbud som är på TV idag.

Både sända och bortklippta delar av TV-serien kan nu användas av programmet NNM II för olika aktiviteter, marknadsföring, etc.

Det återstår nu för Tellusworks AS, samt andra, att övertyga TV-bolag i Sverige och Finland att visa TV-serien även där.



Sirha

– Example of a Nordic Cooperation in Food Promotion

Tina Schou. tinasc@um.dk

149.000 DKK från NNM II. <http://nynordiskmad.org/om-nnm-ii/event/sirha-22-26-jan-2011>



Background: International food service fair taking place in connection with the Bocuse d'Or competition for the world's best chef.

Concept: Joint Nordic stand co-funded by Sweden, Finland and Denmark with the purpose of demonstrating what New Nordic Food is. Different menu's made from NNF principles were served every day for invited guests – all made from Nordic products. There were one national day for each of the countries and two Nordic days. Main initiatives on top of this:

- Nordic cocktail open to everyone with performance of the Copenhagen Drummers. The cocktail was opened with speeches by members of the NNF steering committee and was attended by Danish royalty and Nordic ministers and drew a lot of attention to the Nordic stand.
- Press conference with participation of members of the NNF steering committee.

It was important that the Nordic countries were represented, because this event is the major chef's event of the world. That the Nordics were backing up the efforts of our talented chefs was very important to the outside world, especially in light of the success that the Nordics enjoyed.

Suggestions and possibilities

- The NNF umbrella for promoting Nordic food culture and supporting exports of Nordic food products is very important. Internationally, the Nordic countries make more of an impression together than separately. Work more in the individual countries to use the framework – ideally, each country should position itself within the framework.
- Improve the NNF toolbox. Develop more educational material (recipes downloadable from the web site, restaurants around the world serving NNF, stories to support the movement (e.g. its influence on trends in the gastronomic world)).
- It was evident that the Nordic chefs know each other. Enlarge the NNF network (not just the signatories of the manifesto) and use them to promote NNF.
- Improve cooperation with national food export associations.
- Encourage local cooperation and ownership of NNF projects outside the Nordic countries.



Manifest för det nya nordiska köket

Det Nya Nordiska Köket ska:

1. uttrycka den renhet, friskhet, enkelhet och etik som vi gärna vill förbinda med vår region,
2. avspegla de skiftande årstiderna i sina måltider,
3. bygga på råvaror som blir särskilt utsökta i våra klimat, landskap och vatten,
4. förena kravet om välsmakande med modern kunskap om sundhet och välbefinnande,
5. främja de nordiska produkter och producenters mångfaldighet och sprida kännedom om kulturerna bakom dem,
6. främja djurens trivsel och en hållbar produktion i havet samt i de odlade och vilda landskapen,
7. utveckla nya användningsområden för traditionella nordiska livsmedel,
8. förena de bästa nordiska tillredningsmetoder och kulinariska traditioner med impulser utifrån,
9. kombinera lokal självförsörjning med regionalt utbyte av varor med hög kvalitet,
10. bjuda in konsumenter, andra mathantverkare, lantbruk, fiskeri, små och stora livsmedelsindustrier, detalj- och mellanhandlare, forskare, undervisare, politiker och myndigheter till ett samarbete om detta gemensamma projekt som ska gagna och vara till glädje för hela Norden.



nynordiskmat

www.nynordiskmad.org