

KOMMUNIKATION RAPPORT 2014

UPPDRAG

Ny Nordisk Mat II (NNM II) är ett kommunikationsprogram under Nordiska ministerrådet (2010-2014). Dess främsta syfte är att kommunicera det nordiska köksmanifestets värdegrund genom olika projektverksamheter till specifika målgrupper samt främja tvärssektoriellt nätverksbildande inom mat och måltider i Norden och internationellt. Programmets styrgrupp har fastställt fokusområden i enlighet med målsättningarna i NNM II's ramprogram och dess kommunikationsstrategi, vilket specificeras genom en årlig kommunikationsplan på programnivå med beaktande av projektaktiviteter och målgrupper.

Programmets aktiva projekt jämte nätverk under 2014 var SME in the Bioeconomy; Mat och kreativa näringar; Barn, mat och hälsa i Norden; Mat till många (Samordning av högre utbildning inom offentlig måltid i Norden samt Offentlig, hållbar upphandling i Norden), Nordic Food Diplomacy, Norden som gastronomisk region, Tang og Tare til mat samt Mat och museer. Därtill gjordes en större kommu-

nikativ satsning kring avslutningen av NNM II och det nordiska köksmanifestets 10-årsjubileum i form av #nordicfood2024 visions workshops inom temaområden med framtidspotential för den nordiska matkulturen. NNM II publicerade även en serie artiklar innefattande djupintervjuer med nordiska köksmästare som under-teknade köksmanifestet. Resultaten från visions workshoparna summerades i artiklar samt en videoproduktion för internationell publik.

NNM II kommunicerar genom flertal egna kanaler och i samarbetet med partners både på skandinaviska och engelska på program- och projektnivå till beslutsfattare, projektledare, organisationer och övriga aktörer inom mat och matupplevelser samt till media i Norden och internationellt. Kommunikationsarbetet koordinerades och utvecklas av en informatör och understöds av tekniska parter inom webb, grafisk design, översättning och media. Årets kommunikationsbudget var totalt 450 000 DKK inkluderat #nordiskmat2024 kommunikation.

VERKSAMHET

Verksamheten genomfördes på initiativ av NNM II och i samarbete med programmets partners och projektens nätverk. Året inleddes med en nordisk workshop i Malmö om smart och hållbar upphandling i offentliga kök. Workshopen resulterade på hösten i ett internationellt seminarium i Helsingfors om hållbar upphandling. Vårens största tillställning var Streat Helsinki som samlade tiotusentals besökare till såväl en internationell konferens, streta middag samt gatumatfestival i centrum av Helsingfors. NNM II var en av initiativtagarna tillsammans med Helsingfors stads matkulturstrategi. NNM II medverkade även på Street Åland samt som inbjuden talare på Street Food Festival i San Fransisco senare under året. Under våren även aktuellt med Nordens Dag, nordiskt gästbud och nordisk skolmatsvecka samt måltidspedagogik på turné. Våren avslutades med Bocuse D'Or Europe tävlingen i Stockholm samt nordisk workshop om måltidsturism på Grönland.

Under sommaren presenterade NNM II tang som mad tillsammans med nordiska forskningsinstitut på flertal matfestivaler i Norden. Tillsammans med Norden i Fokus deltog NNM II framgångsrikt i det politiska stormötet i Arendal genom aktiviteter inom barn, mat och hälsa. På stormötet i Bornholm var matsvinn på tapeten tillsammans med partners. Stort internationellt genomslag röntes via Mat och kreativa näringar - projektets pilotering "Nordic Sound Bites", som presenterades på The International Food Design Experience in Dunedin, Nya Zeeland.



The screenshot shows the website for newnordiskmad. The header includes the logo and navigation links: START, AKTUELLT, OM NNM II, PROJEKT, MEDIA, KONTAKT. The main content area features a 'NYHETER' (News) section with several articles:

- 11-01-2014: The Future of New Nordic Food
- 20-01-2014: Staging Nordic Table 2024 #NORDICFOOD2024
- 18-01-2014: Debatt: Den nordiska matens uppbyggnad och roll? #NORDISKMAT2024
- 13-01-2014: From niche to critical mass #NORDICFOOD2024
- 12-01-2014: Public meals as a future welfare solution #NORDICFOOD2024

At the bottom, there are two promotional boxes: 'STRENGTHEN YOUR BRAND USING NEW NORDIC FOOD' and 'KALENDER'.

Hösten inleddes med planeringsseminarium och paneldebatt på Matfestivalen i Århus. En workshop om utarbetade nordiska regler för mathantverk ordnades innan Öppna SM i Mathantverk i Växjö gick av stapeln med stort nordiskt deltagande. NNM II hade en framträdande roll i planering och verkställande av program under North matfestivalen i New York. Därpå följde nordisk nätverksträff för Barn, mat och hälsa i Mariehamn, internationellt seminarium i offentlig upphandling i Helsinki, Jajaja Festival i London (mat & musik), Nordic Light i Wien (mat & design), Nordic Playlist Radio Bar i Reykjavik, seminarium om nordisk magisterutbildning inom offentlig måltid i Örebro, Nordic Artisan Food tävling och konferens i Reykjavik (mathantverk) samt workshop om mat och museer i Stockholm.

Årets storsatsning var #NORDICFOOD2024, en serie av visions workshops om den nordiska matkulturens framtid inom ramen för det nordiska köksmanifestets värdegrund. NNM II publicerade även en serie artiklar innefattande djupintervjuer med ett urval av de nordiska köksmästare som undertecknade köksmanifestet. Resultaten från visions workshoparna summerades i artiklar samt en videoproduktion för internationell publik.

1. Debatt: Lever den nordiske hverdagsmad op til kokkemanifestet? 28.10.2014, Stockholm
2. Bioeconomy – opportunities and innovation in Nordic agriculture (foodproduction), 11.11.2014, Reykjavik
3. Staging Nordic Table 2024 (Food & creative industries), 2.12.2014, Stockholm
4. Offentlige måltider som fremtidens velfærdsløsning 12.2014, København
5. The Nordic Countries As a Sustainable Gastronomic Region, 8.12.2014, Köpenhamn
6. From Niche to Critical Mass Markets 10.12.2014, Malmö



NNM II stöttade därtill kommunikativt upp flertal nordiska och internationella aktörer och media med intresse för nordisk matkultur och anknytande nätverk. Året avslutades med förberedelser om uppbyggnaden av en undersida om NNM på norden.org samt nynordiskmad.org kvarstående som infobank från 2015.

SPRIDNING AV RESULTAT

Programmets aktiviteter och deras resultat kommuniceras på bred front genom flertal elektroniska kanaler. Programmet förvaltar i all dess kommunikation Ny Nordisk Mat-logotypen och det nordiska köksmanifestets värdegrund. Den primära kommunikationskanalen är den skandinaviska och engelska webbplatsen (sammanfattande info även på japanska och ryska), www.nynordiskmad.org, www.newnordicfood.org. Webbplatsens besökare ökar i antal och har ett underlag på ca 25 000 besökare per år. Därtill kompletteras webbplatsens information av Nordic Food Diplomacy webbsidor för internationell publik såsom ambassader, turism- och exportorganisationer, med intresse för branding genom nordisk matkultur och måltidsupplevelser, www.nfd.nynordiskmad.org.

Programmet publicerade under året ca 90 nyheter (mestadels om projektaktiviteterna, ca 2-3 st/vecka) samt 12 pressmeddelanden. Dessa publicerades kontinuerligt på webbplatsen och i sociala medier, genom pressutskick till nordisk media och i ett elektroniskt nyhetsbrev på skandinaviska och engelska. Nyhetsbrevets prenumeranter har ökat stadigt under programperioden och uppgår idag till ca 1 800. Programmet har likväl förstärkt nyhetssamarbetet med nationella, nordiska matorganisationer och deras nätverk för att garantera en bred spridning av nyheter i relevanta målgrupper. Flertal av NNM's nyheter publiceras även i samarbete med NMRS kommunikationssavdelning, på norden.org. Webbplatsen står för den formella och mer djupgående informationen om NNM II, medan man i de olika sociala medierna har en mer informell attityd, föra dialog samt kan leverera nyheter i snabb ordning till en allt bredare publik. Programmets interaktiva kommunikationskanaler är sociala medier vid sidan om programmets och projektens samarbetsnätverk och aktiviteter. De sociala mediekanalerna har integrerats med webbplatsens nyhetsförmedling. Programmet har i bruk en

Facebook-sida, ett Twitter-konto, en blogg samt Youtube-konto. Kommunikationen och materialproduktionen stöds av en grafisk profil och en bildbank.

RESULTAT

Webbplatsens besöksstatistik följdes via Google Analytics och de sociala mediernas egna statistikverktyg. Generellt upplever programmets nyhetskanaler en positiv trend i fråga om besökarantal.

- Webbplatsen, nynordiskmad.org, newnordicfood.org, har under 2013-2014 ett stabilt besökarunderlag på 25 000 besökare per år, var av 35 procent är nya besökare och 65 procent är återvändande besökare som i medeltal besöker 2-3 webbsidor. På webbplatsen är de mest besökta sidorna Aktuellt -sidorna och webbplatsen fungerar även som en inkastare till de sociala mediekanalerna. Därtill har Nordic Food Diplomacy webbsidan, nfd.nynordiskmad.org ett besökarantal på ca 500 besökare per månad.
- Facebook-sidan har ca 2 000 gillare och en möjlig räckvidd på 350 000 personer genom gillar-antalet. Facebook-sidans gillare har ökat med 25 procent i jmf med 2013.
- Twitter-kontot har ca 615 anhängare internationellt och aktiviteten koncentreras kring nyheter och projekt tillställningar för interaktion med särskild målgrupp. Antalet anhängare har ökat med 35 procent i jmf 2013.
- På Youtube-kontot finns då flertal av projektens tillställningar videodokumenteras. NNM-videoklippen är 48 till antal och har totalt haft ca 5 000 visningar.
- Programmets blogg besöks av ca 50-200 besökare per inlägg och inläggens frekvens ligger på 1 per månad under året.

- NNM II's nyheter och pressmeddelande når ca 1800 aktörer via nyhetsbrev och ca 660 aktörer via presslista.

Den breda kommunikationen och allmänhetens intresse kring nordiska måltiden har uppmärksammats av flertal internationella och nordiska såväl populära som vetenskapliga medier och tidskrifter. Århus universitet publicerade även en vetenskaplig rapport "Ny nordisk mad 10 år efter. En analyse af den markedsmæssige betydning af og potentiale i ny nordisk mad", DCA rapport nr. 49, november 2014.

Den elektroniska mediauppföljning genomfördes med de olika projektens samarbetsparter i fråga om valda event i Norden och internationellt. Tidigare under programperioden genomfördes medieuppföljningen i samarbete med NMR kommunikationsavdelning genom Meltwater företaget.

SAMARBETSPARTNERS

NNM II har ett ömsesidigt nyhetssamarbete med Nordiska ministerrådet kommunikationsavdelning och dess kommunikätörnätverk samt KreaNord och Norden i Fokus/Nordic Innovation samt

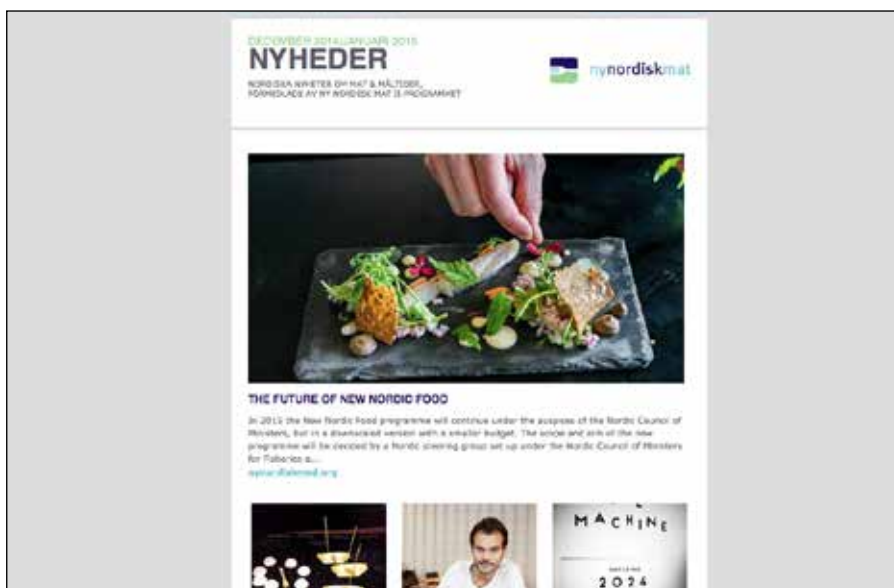
med nationella matnätverk och deras nyhetsförmedling i Norden. Genom projektens aktiviteter har det skapats tvärssektoriella, innovativa nätverk i Norden och internationellt. Vidare fungerar NNM II i ökad grad som inkörsport för internationella journalister och mediabolag med intresse för nordisk matkultur och dess aktörer.

Finland

Ruokatieto Yhdistys ry
LAURA LOUNASHEIMO
Tuottaja: Verkkoviestintä,
Elintarviketietoasetuksen koulutushanke,
Raaka-aineopas, Tietohaarukka
Puhelin +358 50 548 1049
laura.lounasheimo@ruokatieto.fi

MatFinland-nätverket
Turun yliopisto
Brahea-keskus
utvecklingschef Heidi Valtari
+358 400 487 160
heidi.valtari@utu.fi

Jord- och skogsbruksministeriet
Regeringens närmatskoordinator
Kirsi Viljanen
+358 295 16 2142
kirsi.viljanen@mmm.fi



Åland

Lena Brenner
Ålands Landsbygdscentrum, ÅLAND
Mobil +358 (0)457 526 7305
E-post: lena.brenner(at)landsbygd.ax

Sverige

Smaka Sverige (fd Matlandet Sverige)
Elisabet Bjelke projektledare och
kommunikatör, 072-512 38 74,
elisabet.bjelke@jordbruksverket.se

Journalist Per Styregård
Skafferiet - gastronomisk debattforum
per@styregard.com

Smaka på Skåne/
Skånes Livsmedelsakademi
Cecilia Franck, kommunikator med ansvar
för webb och sociala medier,
E-post:
cecilia.franck@livsmedelsakademin.se

Jordbruksverket, Magnus gröntoft,
magnus.gröntoft@jordbruksverket.se

Norge

Nofima
Seniorforskare Einar Risvik
einar.risvik@nofima.no

Wenche Aale Hægermark
Journalist / Kommunikasjonsrådgiver
+47 64970206

Lene Gjelsvik
Geitmyra matkultursenter for barn
+47 982 57 582
www.geitmyra.no

Måltidets Hus / NCE Culinology
Marta S. Torkildsen
Administrasjonsansvarlig

Måltidets Hus AS / NCE Culinology Ipark
Stavanger
marta@maaltidetshus.no
+47 51874577
www.maaltidetshus.no

Simen Strand Jørgensen
Prosjektleder, Norden i fokus

Nordic Innovation
Stensberggata 25 | NO-0170 Oslo
Tel (+47) 99 56 44 14
s.jorgensen@nordicinnovation.org
www.nordicinnovation.org

Danmark

Madkulturen
Rikke Houkjær
Kommunikationschef
E: rikkeh@madkulturen.dk
T: 50 50 62 49

Katja Seerup Clausen
mad+medier-prisen og fagligt netværk
+45 26 29 21 26
info@madmedier.dk
madmedier.dk

Mads Frederik Fischer-Møller
Fuldmægtig, Fødevareenheden
+45 50 83 95 87, mffm@fvm.dk
Ministeriet for Fødevarer, Landbrug
og Fiskeri
København K
www.fvm.dk

Island

Sigrún Elsa Smáradóttir
Fagstjóri / Research Group Leader
Viðskiptaþróun /
Business Development
Beint / Direct: (+354) 422 5113
GSM / Mobile: (+354) 858 5113
Matís ohf. / Icelandic Food and Biotech
R&D
Vínlandsleið 12, 113 Reykjavík
www.matis.is
Sími / Phone: (+354) 422 5000
Fax: (+354) 422 5001

Gunnþórunn Einarsdóttir, M.Sc.
Verkefnastjóri / Project Manager
Au lindir og afur ir /
Resources & Products
GSM / Mobile: (+354) 858 5049
Matís ohf. / Icelandic Food and Biotech
R&D
Vínlandslei 12, 113 Reykjavík -
www.matis.is
Sími / Phone: (+354) 422 5000
Fax: (+354) 422 5001

Nordens Hus
Mads Holm,
madsholm@nordice.is

Greenland

Amalie Jessen
Departementet for Fiskeri, Fangst og
Landbrug
Nuuk, Greenland
AMALIE@nanoq.gl Tel. +299 34 50 00

Färöarna

Janet Fríða Johannesen
jj@atlanticon.fo

Oyvindur av Skar i
Rádgivare Ministry of Trade and Industry
Tinganes
Tórshavn
oyvindur@vmr.fo
Tel. + 298 556082

Nordiska Ministerrådet

Michael Funch
(NNM kontaktperson 1.1.2015-)
Seniorrådgiver/Kommunikation
Senior Adviser/Communication
+45 21 71 71 43
mifu@norden.org
Nordisk Ministerråd
Nordic Council of Ministers
København K
Tel +45 33 96 02 00
www.norden.org

BILDER

NNM II har en bildbank för internt bruk
och till vilken det ges samarbetsparter och
media tillträde vid efterfrågan. Program-
mets Facebook-sida fungerar som en
sekundär, offentlig bildbank.

REFERENSER/LÄNKAR

www.nynordiskmad.org
http://www.nfd.nynordiskmad.org
www.facebook.com/nynordiskmad
www.twitter.com/NyNordiskMat
www.youtube.com/NyNordiskMat
http://www.nynordiskmad.blogspot.fi
http://nynordiskmad.org/aktuellt/nyhetsbrev/