



Förslag till styrgruppen för NNM II

Ny Nordisk Mad og Kulturen. Nordens Hus i Reykjavik (Norey)

Kontaktperson: Mads Holm

Telefonnr: +354 551 7054

E-post: madsholm@nordice.is

Belopp NNM: 150.000 DKK

Tema: Norden i Världen, Matglädje, Sundhet, Upplevelseekon, Småskalig prod.

Målgrupp: Barn & unga, Media, Beslutsfattare, Kockar, Turistindustrin

Datum för redovisning:

Nordiska deltagare:

Syfte (föremål)

Målet med kulturforummet om Ny Nordisk Madkultur er at samle en række aktører indenfor feltet mad og madkultur, både udøvende madhåndværkere, teoretikere og embedsmænd for:

- at starte en dialog omkring madkultur som kan bidrage til programmet Ny Nordisk Mad 2 og indsatsen omkring dette.
- at nuancere forestillingerne om hvad nordisk madkultur er samt at søge at afdække de kulturelle værdier der tager form i den fremtidige nordiske mad.
- at identificere indsætter af fælles interesse, for at give programmets fokus på madkultur konkrete operationelle mål og handlinger.

Önskede effekter

At der igangsættes en seriøs diskurs omkring Nordisk madkultur set i sammenhæng med programmet for Ny Nordisk Mad og at der udarbejdes konkrete forslag til brandingarbejdet fx en model for et Nordisk gæstebud der i forskellige former kan anvendes ved kulturfestivaler, public food diplomacy og i samarbejdet med KreaNord.

Beskriv forslaget, inkl. hur det skall bli synligt

Som en del af de nordiske kulturministres globaliseringsstrategi "Det Kreative Norden"; samt bestræbelserne på at skabe samspil mellem Ministerrådets forskellige satsninger på Ny Nordisk Mat og i forlængelse af husets rolle som kraftcenter i forhold til at promovere og formidle Ny Nordisk Mad har Nordens Hus af de nordiske kulturministre fået til opgave at arrangere et Kulturforum for Ny Nordisk Madkultur hvor en række personer skal samles til en dialog omkring mad – og måltidskulturens bidrag til programmet NNM II. For at sikre den formelle kobling og skabe sammenhæng i indsætterne har kulturministrenes sekretariat inviteret NNM II til at være med-arrangør af forummet i form af, at et medlem fra arbejds- eller styrgruppen deltager i planlægningen og at styrgruppen yder et tilsvarende beløb som kulturministrene.

Modellen for kommunikationsstrategien "Det Nordiska Måltidshuset" beskriver netop Madkultur og nordiske værdier ("Food Culture and Nordic Values) som grundlaget for kommunikationsarbejdet og arbejdsgruppen støtter bevillingen ud fra vigtigheden af at disse begreber defineres nærmere.

Da der allerede er bevilliget penge til Kulturforummet er det arbejdsgruppens ønske at den ekstra finansiering skal anvendes dels til sikring af kvalitet og bredde i arbejdet og dels til kommunikation og formidling af diskussionerne og resultaterne fra kulturforummet.

Arbejdsgruppen mener ligeledes at Kulturforummet ikke bør ses som det endelige resultat af arbejdet med madkultur men snarere som en del af en proces der vil forsætte under hele den 5 årlige periode for NNM II programmet og at der bør gennemføres en eller flere lignende konferencer i programperioden.

Kampanjens mål & succékriterier. Hur kan resultatet mätas (målas)

Det vil være vanskeligt konkret at måle resultaterne af konferencen men succeskriterierne ligger i gennemslagskraften af formidlingen af konferencens diskussioner og resultater.

- Indsætter af fælles interesser bliver identificeret på konferencen
- Forslag til tematikk som krever mer arbeid i de kommende [rene





- Grad av tverfaglig og tverrsektoriell involvering i diskursen om NNM (kulturpersoner etc

Redovisningar/rapportering

Arbejdsgruppen lægger som nævnt vægt på at diskussionerne og resultaterne fra kulturforummet når bredt ud bla på NNM 's hjemmeside og foreslår et samarbejde med et TV-produktionsselskab (der er taget kontakt til det dansk islandske Researchgruppen) om optagelse og formidling af kulturforummet. Desuden lægger arbejdsgruppen vægt på at der er tale om en serie af konferencer og at rapporteringen og formidlingen frem til den efterfølgende konference er grundig så der bliver tale om en udvikling både af form og indhold.