

MAT & KREATIVA NÄRINGAR, FAS 2

Ny Nordisk Mat II

Projektledare Elisabet Skylare, +45 26207579, elisabet@skylare.com

Projektsida: <http://nynordiskmad.org/tema/mat-kreativa-naeringar/>

1. UPPDRAG

Intro, bakgrund & mål

Projektet "Mat & kreativa Näringar" är del av programmet Ny Nordisk Mat II och man önskar att sätta fokus på de kreativa näringarna i Norden genom att inkludera mat och måltider, både som mervärde i olika kontexter men även som en egen separat kreativ näring. Uppdraget genomförs tillsammans med KreaNord.

Projektets fas 1 startade i 2010 med en lägesanalys som visade på behov av strukturer/modeller för samarbete mellan matområdet och övriga kreativa näringarna, samt vikten av att lyfta mat och måltider som en egen kreativ näring. Slutsatser som förstärktes vid workshopen 'Public Food Diplomacy' i Stockholm 2011 samt vid Kulturforum i Reykjavik 2011. Med bakgrund i detta önskade styr- och arbetsgruppen att arbetet inom "Mat & kreativa näringar" fortsatte med fokus på följande:

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

Syfte, projektbeskrivning

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 sätta fokus på/driva frågan om mat och måltidsupplevelser som egen kreativ näring. Se även projektbeskrivning, länk sist i dokumentet.

Målgrupp för projektet

- Kreativa näringar generellt som agerar på en internationell marknad och specifik nordiska samarbeten inom film, dataspel, musik och mode.
- Konstnärer, kreatörer, designers och andra aktörer som arbetar med kreativa måltidsupplevelser.
- Intresseorganisationer och beslutsfattare inom de kulturella och kreativa näringarna i Norden.
- Politiska representanterna på nordisk och nationell nivå. KreaNord.

2. RESULTAT

Pilotprojekt: New Nordic Computer Food, San Francisco mars 2012 – med NFD*

Pre-party till NGP årliga Nordic Party med nordisk måltidsupplevelse för 150 VIP gäster. Syftade att stärka den nordiska profileringen vid en av världens största dataspelskonferenser och sprida nordisk måltidskultur, test av koncept samt skapa upplevelser mot en ny målgrupp i den kreativa industrin.

Partners: Nordiska Dataspelesprogrammet, NNM II, Funcom sponsor

*Kommunikation **/spridning:* internationella spelutvecklare (både på plats och som fått invitation), nordiska utställare, press, exportorganisationer, nordiska utställare, NNM II stakeholders/nätverk.

Pilotprojekt: Nordic Kitchen Party, Cannes maj 2012 – med NFD*

Vidareutveckling av ett årligt "come together" på Skandinavisk terrass i Cannes. 200 VIP gäster. Syftade att genom en nordisk måltidsupplevelse iscensätta ett budskap som alla kunde samlas om och som skapade rammar för nätverk och business på årets viktigaste marknadsplats. Test av koncept.

Partners: Nordisk Film & TV Fond, NNM II, Scandinavian Films och fem distributionsbolag.

Kommunikation/spridning: internationella filmfestivaler, filmköpare (både på plats, som fått invitation samt läst press), utställare, partners/sponsorer, press, NNM II stakeholders/nätverk.



Pilotprojekt: YAIC – a creative approach to NNF experiences, Reykjavik november 2012

Den internationella och kreativa konferensen You Are In Control, inkluderade för första gången medvetet kreativa måltidsupplevelser i programmet för att skapa mervärde och profilering. En ny kreativ nordisk måltidsupplevelse genom samarbete mellan Designers & Farmers, Harpan och musik av Kiasmos.

Partners: YAIC gm Nomex, Designers & Farmers, Kiasmos, Harpan (Bjarni G. Kristinsson), NNM II

*Kommunikation**/spridning:* en bred representation från den kreativa industrin (på plats och som varit inviterade), intresseorganisationer, internationell presssynlighet, politiska representationen på Island, NNM II stakeholders/nätverk.

Pilotprojekt: Nordic Cool, Washington februari 2013

Under planläggning. Massivt program och fokus på nordisk kultur inkl. mat.

Partners: De fem ambassaderna i Washington, Kennedy Center, NNM II, NM, Visitorganisationerna

*Kommunikation**:* Bl.a. kommer kampanjer att köra i samarbete med Visit-organisationerna.

Innovationsworkshop, Stokkøya september 2012

Innovationsworkshop med fokus på maten och arkitekturens betydelse för den nordiska samfundsmodellen. Att kulturella och kreativa områden, såsom mat och arkitektur, tillsammans kan skapa värden också i rurala områden och upplevas som en social uppgradering för ambitiösa och resursstarka människor. Del av NNM IIseminarieprogram under Norges ordförandeskapsår.

Partners: Bygda 2.0, NNM

*Kommunikation**:* deltagarna på plats samt inviterade, regionala och nordiska aktörer inom området, Bygda 2.0s nätverk, presssynlighet, NNM II stakeholders/nätverk.

Nätverksworkshop "Mat & Kreativa näringar", WDC Helsinki 2012 september 2012

Tvådagars workshop där ett 20-tal nordiska aktörer samlades för första gången för att diskutera mat och kreativa näringar. Programmet innehöll processer och erfarenhetsutbyte blandat med inspiration, designutställning och matperformance på den nya kreativa mötesplatsen Kellohalli. Ett mycket lyckat möte som resulterade i önskan om uppföljande workshop.

Partners: WDC 2012 Helsinki, Helsinki Stad, Kellohalli, NNM II, samt deltagande aktörer

*Kommunikation**/spridning:* inviterade och deltagare samt deras nätverk Kellohallis nätverk, press och artiklar, WDC Helsinki 2012 nätverk, NNM II stakeholders/nätverk. Bra spridning via you tube.

Kreativ workshop GeneratorSverige, Gävle november 2012

Workshop Mat som branding-verktyg och som konst!

Partners: GeneratorSverige, Madeleines Madlab, MoMuMat, NNM II

*Kommunikation**/spridning:* deltagare, intresseorganisationer, kulturmedarbetare i offentlig och politisk miljö, företagare inom kreativa näringar.

Uppföljande nätverksworkshop "Mat & Kreativa näringar", Köpenhamn december 2012

Direkt resultat av det första mötet mellan olika nordiska aktörer som arbetar med kreativa måltidsupplevelser. Sannolikt är detta ett första steg mot ett mera formaliserat nätverk.

Partners: Zonen for Madkultur, I'm A Kombo, NNM II samt deltagande aktörer

Kommunikation/spridning: inviterade och deltagare samt deras nätverk, Zonen for madkulturs nätverk, NNM II stakeholders/nätverk.

Koncept: guidelines för kommunikation & dokumentation

Test och dialog av M&KN och NNM II kommunikation som sammanställts för spridning genom tool kit.

Se: <http://www.nfd.nynordiskmad.org/index.php?id=606>

Partners: Arcada/Saimy Swärd, NNM II

Kommunikation: digital plattform för tool Kit, NNM II stakeholders/nätverk.

Övrigt löpande dialog, nätverk, spridning av budskap samt initiering av aktiviteter

*: NFD: i samarbete med NNM II projektet Nordic Food Diplomacy

** : Kommunikation/dokumentation: genomgående så arbetar vi med en mängd olika kanaler och målgrupper. Struktur kan ses i figur sist i dokumentet.



3. UTVÄRDERING / REFLEKTION

- Tydliga resultatet kan ses efter detta års arbete både i relation till medvetenheten om att använda måltidsupplevelser som brandingverktyg och kännedom till NNM för både aktörer inom andra kreativa näringar såsom de som arbetar själva med kreativa måltidupplevelser.
- Processen kräver tid och man kan se resultaten som ringar på vattnet genom nätverk, synlighet och bearbetning. Det har varit mycket positivt och många delar har gått upp i en 'större helhet' under hösten.
- En viktig milstolpe var att få genomfört workshopen i Helsinki i september 2012 samt resultatet och deltagarnas och andra aktörers respons på denna. Vi lyckades skapa en plattform och utbyte som bekräftar att vi arbetar med rätt saker och spelar en viktig roll även i en evt. formering av en "ny" näring. Uppmärksamheten omkring detta skapar både dialog, debatt och uppskattning. Resulterade i en uppföljande workshop i Köpenhamn i december 2012.
- Området är mycket brett och avsaknaden av ett gemensamt språk/definition gör det många gånger svårt att kommunicera både externt och internt. Något som vi hoppas kan tydliggöras under 2013.
- Under projektperioden har koncept utvecklats och modeller testats i arbetet med pilotprojekten i San Francisco, Cannes, Reykjavik och Stokkøya. Pilotprojektet har skapat värdefulla kontakter och synliggjort nordisk mat som ett branding-verktyg mot nya målgrupper och näringar. Inom pilotprojektet har det funnits ett stort intresse för samarbete och även möjligheter till samfinansiering både genom direkt och indirekt medfinansiering.
- NNM II organisatoriska form, finansiering och satellitstruktur gör att partners många gånger har svårt att placera oss eller förstå vem vi är. Representerar vi Nordiska ministerrådet, KreaNord, sitter vi på ett departement, är vi en konsultbyrå etc. Detta är en del av programmets natur men det är relevant att påvisa att det kan förlänga startsträckan i den externa dialogen och i vissa fall även försvåra spridning av information internt mellan programmets projekt.

4. EKONOMI

Projektets tidperiod: januari 2012 – december 2012

Total budget 1.100.000 DKK (800.000 DKK + 300.000 DKK). Finansierat av KreaNord.

TID & KOSTNADER	BUDGET I DKK (se projektplan)	UTFALL I DKK
Tidsåtgång	1050 timmar	1350 timmar
Lönekostnad/Honorar	740.000	680.000
Workshop Mat & kreativa näringar	80.000	115.000
Utveckling koncept/modeller	50.000	15.000
Pilotprojekt inkl dokumentation	100.000	115.000
Resor, logi och möten	80.000	95.000
Kommunikation	30.000	40.000
Övrigt	20.000	20.000
SUMMA DKK	1.100.000	1.100.000

5. REFERENSER / LÄNKAR

Se översikt på projektsidan: <http://nynordiskmad.org/tema/mat-kreativa-naeringar/>

Pilotprojekt: New Nordic Computer food, mars 2012

Summary: [http://nynordiskmad.org/fileadmin/webmasterfiles/Arkiv/filer/New_Nordic_Computer_Food\(small\).pdf](http://nynordiskmad.org/fileadmin/webmasterfiles/Arkiv/filer/New_Nordic_Computer_Food(small).pdf)

Video: <http://www.youtube.com/watch?v=I5lhnpE4OwY>



Pilotprojekt: Nordic Kitchen Party, maj 2012

Summary: [http://nynordiskmad.org/fileadmin/webmasterfiles/Arkiv/filer/Nordic-Kitchen-Party\(small\).pdf](http://nynordiskmad.org/fileadmin/webmasterfiles/Arkiv/filer/Nordic-Kitchen-Party(small).pdf)

Video: <http://www.youtube.com/watch?v=Dx8IBlxhuV4>

Pilotprojekt: Designers & Farmers – a creative approach to new Nordic food at YAIC, november 2012

Video: Kommer i starten av januari 2013

Innovationsworkshop vid NNMs endagsseminar "Matens och arkitekturens betydning for den nordiske velferdsmodellen" på Stokkøya, September 2012

Rapport:

<http://nynordiskmad.org/fileadmin/webmasterfiles/Arkiv/filer/Summary%20Workshop%20NNM%2011%20Stokkøya%202012.pdf>

Video: <http://www.youtube.com/watch?v=Gkl-bWrqM6c>

Workshop Mat & kreativa Näringar, WDC Helsinki 2012 september 2012

Rapport: http://nynordiskmad.org/fileadmin/webmasterfiles/Arkiv/filer/Summary%20workshop%20Helsinki%202012,%20NNF_Food%20and%20Creative%20industries.pdf

Video: <http://www.youtube.com/watch?v=2xNoo-4suyo&feature=plcp>

Guidelines för kommunikation & dokumentation till tool kit

Website: <http://www.nfd.nynordiskmad.org/index.php?id=606>

Övrigt & Kommunikation

Foton NNM generellt: <http://www.flickr.com/photos/78628320@N05/sets/>

Videos NNM: <http://www.youtube.com/user/NyNordiskMat?feature=watch>

Nyheter på Kreanord: http://www.kreanord.org/profil_inhold/ny-nordisk-mat-mat-kreativa-n-ringar

NNM FB: <https://www.facebook.com/nynordiskmad>

NNM Twitter: @NyNordiskMat

NNM webb: www.nynordiskmad.org

M&KN webb: www.nynordiskmad.org/projekt/mat-kreativa-naeringar

