

Slutrapport för "Gör Sverige Godare" 2008 – 2009

2009-07-07

Sammanfattning

Positiva effekter

- Bra lokal uppmärksamhet och fokus på regionens mat och råvaror.
- Medias intresse har varit stort och därmed bidragit till en bra spridning av kunskapen om bra regional mat.
- Regeringen har uppmärksammat Kockandslagets arbete och gett laget i uppdrag att coacha och kvalitetssäkra EU-måltiderna runt om i landet under Sveriges ordförandeskap hösten 2009. Allt med fokus på ekologiska råvaror och regional mat. Se bifogade riktlinjer.
- Kockandslaget kommer även att ansvara för arbetsmiddagarna med stats- och regeringscheferna för totalt 250 deltagare per middag vid två toppmöten i Bryssel som avslutar Sveriges ordförandeskap. Båda med svenska regionala råvaror. Måltidstema är Smörgårdsbord 3.0 respektive Nobel.
- Att laga mat som Kockandslaget har blivit ett begrepp, med fokus på småskaligt.
- Kockandslagen (Senior och Junior) tävlade i Culinary Olympics 2008 med bland annat;
 - o Hjälmaregös
 - o Ungtupp från Tockagård
 - o Äpplen från Kivik
 - o Ekologiska lamm
 - och fick stor uppmärksamhet och mediatäckning med tredje placering och brons till båda lagen.
- Nya regionala och småskaliga producenter har hittats och flera har fått möjlighet att tas upp i grossisternas sortiment.

Erfarenheter

- För att få en bra planering och plats i scheman för seminarier och inspirationsdagar i skolorna krävs lång framförhållning. En tidig indikation på om projektansökan kan komma att godkännas vore värdefullt så att planeringen kan starta tidigt.

- Samarbetet mellan Kocklandslaget och Svenska Kockars Förenings distrikt är positivt och skall byggas ut i kommande projekt. EKOnära ambassadörer skall löpande kompetensutvecklas.
- Samverkan med företag inom distributions-/grossistverksamhet är viktigt och effektivt då det kan leda till direkta resultat för producenterna.
- Det finns en stor potential hos småskaliga producenter och även ett intresse bland speciellt de privata restaurangerna under förutsättning att effektiva logistik- och distributionslösningar kan erbjudas.
- Att aktivt söka, identifiera, utvärdera och kvalitetssäkra samt kapacitetsbestämma småskaliga producenter bör kunna ge en ännu snabbare utveckling mot målen i Matlandet Sverige.

Bakgrund

Kocklandslaget ses som ledande i utvecklingen av den svenska gastronomi och som förebilder för kockar och konditorer i utbildning och utveckling. Vid en marknadsundersökning som gjordes under hösten 2008 fick Kocklandslaget en kunskaps-/igenkännandegrad på 95 %, vilket är exceptionellt högt.

Genom att dela med sig av sina erfarenheter och genom att inspirera andra ökas intresset för god och bra mat med omtanke. Ekologiskt, närodlad, klimatsmart och bevarande av regionala specialiteter genom att sätta dem i moderna sammanhang.

Genom samverkan mellan Kocklandslaget och Svenska Kockars Förening kan vi nå och inspirera många matlagare på ett kunskaps- och kostnadseffektivt sätt.

Syfte och målgrupp

Inspirera till mer ekologisk, närodlad och klimatsmart mat genom föreläsningar, workshops och inspirationsmatlagning tillsammans med unga matlagare i utbildning och etablerade matlagare i utveckling.

Projektets måluppfyllnad

32	st	inspirationstillfällen är organiserade och genomförda
2062	st	kontakter och deltagare vid inspirationsdagarna
14	län	omfattas av projektet
82	st	recept och bilder för inspiration och förnyelse

Genomförandeplan

För detaljerad genomförandeplan, se bifogad projektdagbok. Vi behövde förlängd projekttid då beslut kom sent och speciellt skolorna har lång framförhållning i schemalaggningsen.

Spridning av resultat

EKOnära ambassadörerna inom Svenska Kockars Förening (SKF) sprider kunskapen inom SKF och till intresserade restaurangskolor i distrikten. Där utnyttjas även inspirationsrecepten aktivt.

Kocklandslaget är attraktiva för media och där skrivs artiklar med projektets tema och de utvecklade recepten publiceras och inspirerar både professionella kockar och privatpersoner. Se bifogad mediarapport för en idé om hur många som nås av Kocklandslagets budskap. Se även exempel på mediasamarbete, Kocklandslagets helginspiration i Aftonbladets lördagstidning. Varje vecka, hela året. 52 x 400.000 exemplar i upplaga.

På Kocklandslagets nya web www.kocklandslaget.se som är klar i september 2009 kommer kunskap och recept att finnas tillgängliga.

Finansiering

Projektets kostnader har uppgått till 830 900 kronor. Nedan följer en sammanställning av de finansiärer som har varit med och bidragit.

Jordbruksverket	387 500 kr
Znapshot	268 400 kr
Brand Marketing & Conculting	100 000 kr

Martin Olsson Restauranghandel

75 000 kr

Projektets arbetssätt

Kocklandslaget har stått för projektledning och den kompetensbas som krävs. 10 st utbildade EKONära ambassdörer inom SKF och Kocklandslaget har medverkat i projektet. Vi har samarbetat med Martin Olsson Restauranghandel som har ansvarat för råvaror, logistik och den lokala plattformen samt organisation.

Slutsats och rekommendation

För att åstadkomma förändring gäller det att ha tydliga mål med projekten och ha ett längre perspektiv och uthållighet. Kontinuerlig utveckling och förändring samt lyhördhet för trender och kunskap. Samtidigt som vi arbetar med etablerade kockar i nätverk är det helt avgörande att vi kan inspirera matlagare i utbildning där nyfikenheten på nytt och spännande är stor.

Att aktivt söka och inspirera mindre producenter att utvecklas och hjälpa dem hitta vägen till restaurangerna genom etablerade (eller nya) distributörer. Vi rekommenderar att ett "Food Scout"-projekt med inspiration från USA och Tyskland utvecklas av Kocklandslaget och SKF för 2010. Gärna då i samarbete med Martin Olsson som har kompetensen när det gäller logistik och distribution.

Kontaktperson för projektet

Svenska Kocklandslaget
Evert Bränd
0708-38 48 65
evert.brand@kocklandslaget.se