

Sverige - det nya matlandet

Övergripande positionering och
kommunikationsplattform 1.0

VisitSweden, Exporrådet & Jordbruksverket

En gemensam plattform

- Ett inspirerande styrverktyg för kommunikation:
 - Styra innehåll, verktyg och, partners, kanaler. Grafisk form, visuell identitet, internkommunikation, möten, måltidsupplevelser, butiksupplevelser, presentationer, presskontakter, sociala medier, trycksaker, reklam och annan kommunikation
 - Leda produktutveckling och projekt
- En ledstjärna för att hålla oss på "rätt väg" i alla fokusområden
- Plattform för den övergripande kommunikationsstrategin



Övergripande mål för bilden av Sverige - det nya matlandet

- Attraktiv och triggande för besökare och konsumenter
- Bidra till val av Sverige som destination
- Bidra till val av livsmedel "made in Sweden"
- Bidra till "price premium"
- Synergier i upplevelser/produkter för gemensamma konkurrensfördelar

Bakgrund

- Omvärldstrender pekar på Sverige
- Marknaden, multidimensionella konsumenter söker hälsa/må bra, upplevelser/utveckling och maximering av sina liv
- Konkurrenter positionerar sig kring *innovation*, *ekologiskt*, *hälsosamt* eller *hippt*
- Vår produkt en unik kombination av *natur*, *innovation* och en *stark Sverigebild*
- Vi kan skapa en ny/egen position, en bild som vi med stolthet kan leva upp till, och vidareutveckla

Nyskapande livskvalitet

En unik position.
Ett naturligt och innovativt ledarskap
med höga ambitioner i matvärlden.

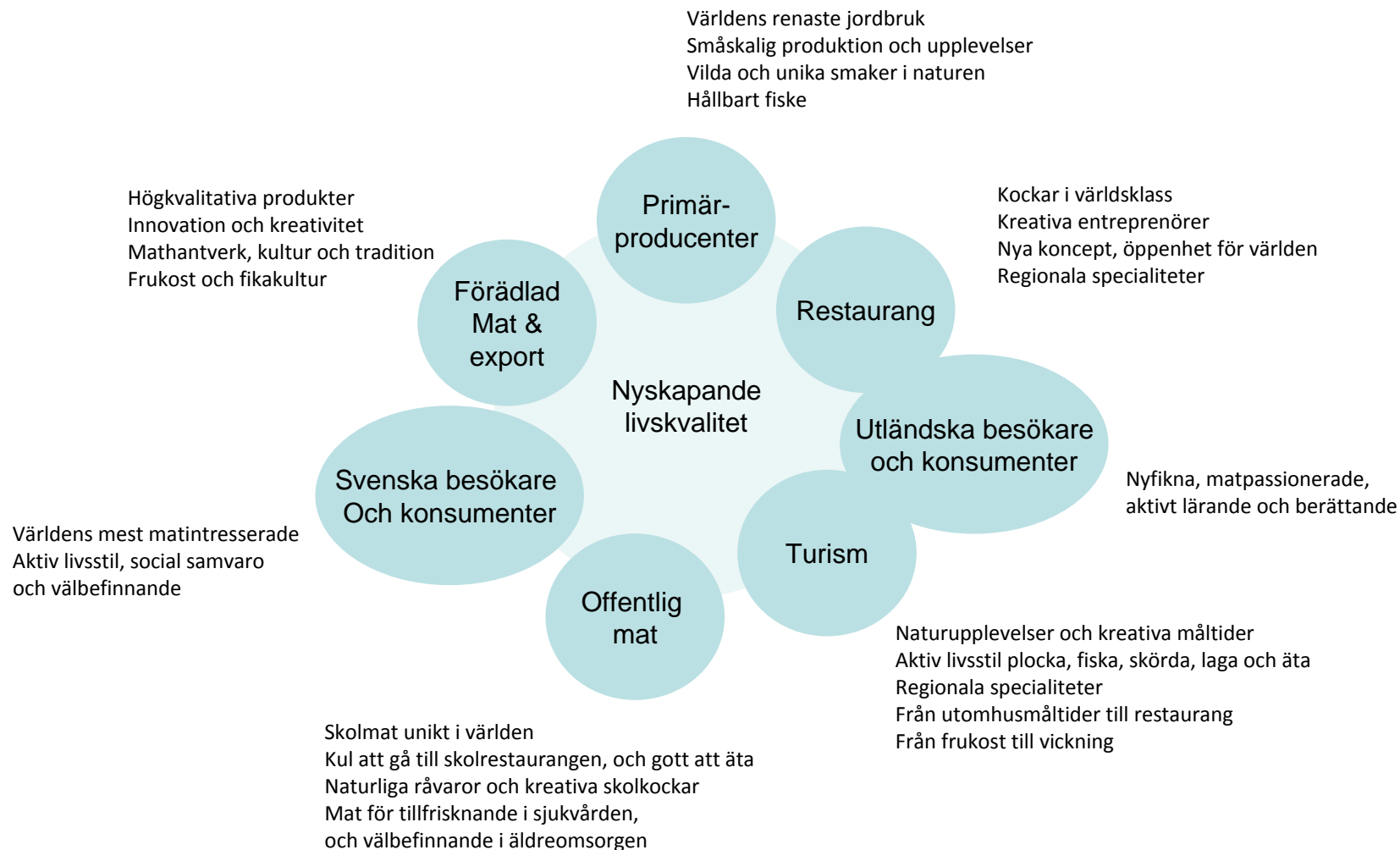
En ledarskapsposition

- Sverige är ett föregångsland.
- Vi är förbi hälsovågen med dieter. Vi njuter av maten och social samvaro i Sverige med en helhetssyn på hälsa och välbefinnande. Maten är god och välgörande.
- Vi är det nya matlandet. Vi är unga, hungriga, öppna och nyfikna på nya idéer och internationella influenser. Vi skapar trender. Vi är innovativa och skapar maträtter, recept, skolmat, livsmedel, förpackningar, halvfabrikat, restauranger och upplevelser. Vi ligger i framkant med hållbarhetsfrågor och miljöteknik. Vi har det vilda i naturen, unika smaker och producerar världens renaste råvaror med omtanke om människor, djur och natur. Kreativa kockar i världsklass tillagar råvarorna med omsorg och värnar om vårt kulinariska matarv. Och vi tar vara på maten och hushållar allt mer med resurserna i köket, både på restaurang och hemma. Ett smartare sätt att leva.
- Ett matland med höga ambitioner i konstant utveckling.

... och en efterfrågad position

- Världens matintresserade konsumenter vill må bättre än bra och vill få ut det mesta av sina liv. De söker upplevelser som förändrar och utvecklar dem.
- Utvecklingen går mot en helhetssyn på hälsa. Ett holistiskt synsätt där en lustfylld måltid likaväl som en skogs promenad, en fika i gott sällskap på stan, ett klimatsmart val eller en leverans av färdiglagat hem är en del av njutning och välbefinnande.
- Jakten på det äkta, lokala smaker och intresset för det nordiska köket är flera tecken på att Sverige har det världen efterfrågar.

Utveckling i alla fokusområden bidrar till den gemensamma bilden



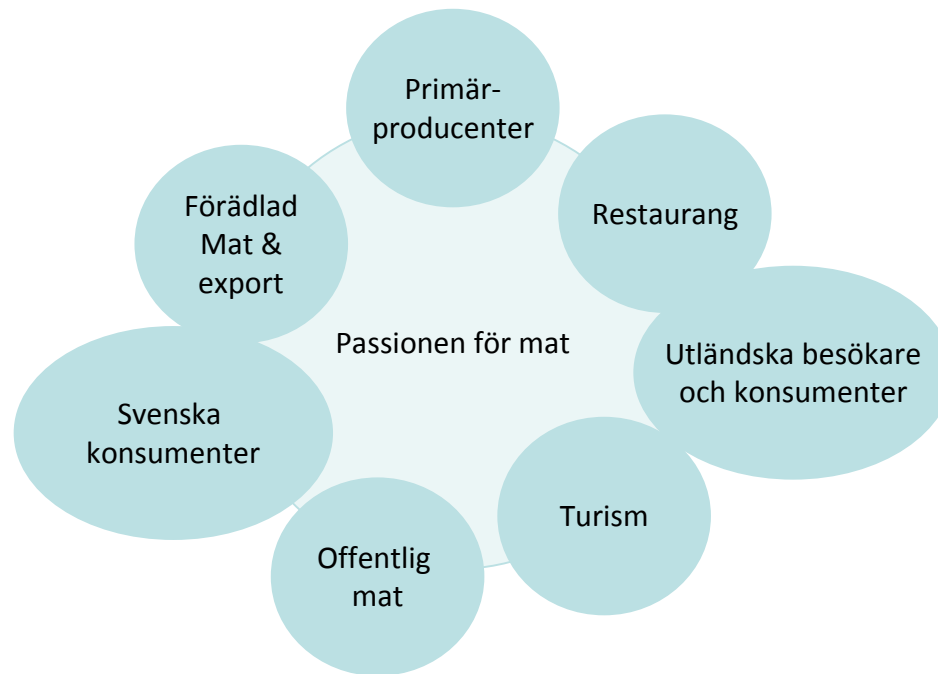
Målgrupp

Globala matintresserade konsumenter och resenärer. I första steget vill vi nå alla nyfikna, öppna och engagerade. Den stora passionen för mat, en omätlig nyfikenhet, kontinuerligt lärande och berättarvärde är gemensamma drivkrafter. De som söker nya upplevelser, de som vill må bättre än bra och maximera sina liv. De som med passion driver på utvecklingen inom matområdet. Och även de som bidrar till vår önskade bild av Sverige - det nya matlandet.

Genom att kommunicera med matintresserade konsumenter och resenärer, kommunicerar vi även med våra intressenter. Alla entreprenörer och eldsjälar - de som delar det gemensamma intresset och passionen för mat, nyfikenhet, lärande och berättarvärde. De engagerade som gör skillnad, de som bygger det nya matlandet. Från bonde till skolkökskock till livsmedelsproducent, restauratör, turistentreprenör eller ambassadör. Och de kommunicerar i sin tur vidare i Sverige - det nya matlandet.

Matintresse och engagemang är den gemensamma nämnaren

både för konsument, och intressent samt nationellt, och internationellt



Produkt

Unika smakupplevelser.

Nyskapande mat, dryck och måltidsupplevelser, baserade på unika smaker och naturliga rena råvaror, producerade med omtanke om människor, djur och natur. Tillagade med vårt kulinariska matarv och inspiration från hela världen. Kreativt presenterad för maximal njutning, hälsa och välbefinnande.

Löfte

För ett godare* liv.

Unika smakupplevelser som ger njutning och näring för själen, och inte bara kroppen. Ökat välbefinnande, en helhetssyn på njutning och hälsa och hållbarhet.

En del av Sveriges nyskapande livsstil/livskvalitet.

*smak, hälsa och hållbarhet

Kärnvärden

- *Nyfikenhet* - utveckling, kreativitet och nyskapande är vår passion, öppenhet för världen och nya idéer
- *Ärlighet* - naturlighet, naturen med våra unika råvaror och smaker, ärlig mat du kan lita på, trygghet.
- *Omtanke* - vi är progressiva men tar ansvar för en balanserad utveckling
- *Kvalitet* - premium, smakupplevelser i världsklass oavsett prislapp

Tonalitet

- *Nyskapande*, vi är det nyfikna, unga och hungriga matlandet i Europa - en uppstickare i världen
- *Ärlig*, naturlig, öppen och personlig, vi står för det vi säger, ordning och reda
- *Lustfylld*, vår passion, engagemang och drivkraft med matlust och kärlek till smaker och upplevelser

Vad gör vi för världen,
förutom att tjäna pengar?
Varför finns vi?

Mission

Vi utvecklar Sveriges matkultur för ett godare liv.

Vision

Sverige är det nya matlandet.

Bäst på mat i Europa.

Ett föregångsland med mat, dryck och upplevelser för ett godare liv.

Kommunikationsplattform 1.0

