

Ny Nordisk Mad II

Indledning:

Ny Nordisk Mad har været på dagsordenen i Nordisk Ministerråd siden 2005, og indsatsen fortsætter nu i en ny fem års periode i et nyt program: Ny Nordisk Mad II 2010-2014.

Ny opmærksomhed på madkultur, produktion, turisme, og forbrug i de nordiske lande har fokus på smag, oprindelse, sundhed og genetisk mangfoldighed. Denne opmærksomhed er blandt andet omsat til en række nordiske og nationale initiativer som fx *'Manifest for Det Ny Nordiske Køkken'* fra 2004, *'Århus-deklarationen'* fra 2005 og 'Ny Nordisk Mad programmet 2007-2009'. og det danske OPUS program fra 2009. I flere af de nordiske lande er der tillige igangsat store nationale programmer for at stimulere erhvervsudviklingen indenfor turisme, mad og oplevelser. Og ligeledes spores en stor interesse for Ny Nordisk Mad blandt private virksomheder, institutioner og andre aktører, som har bidraget til fornyelsen.

Dette program fastlægger rammerne for indholdet og for en organisatorisk model, og tager afsæt i følgende to beslutninger i Nordisk Ministerråd:

- Beslutning af 2. juli 2009 i MR-FJLS om igangsættelse af et nyt Ny Nordisk Mad program i perioden 2010-14 med et årligt indikativt budget på 3,108 MDKK
- Beslutning af 22. oktober 2009 i MR-SAM om igangsættelse af nye globaliseringsinitiativer, som følge heraf afsættes der gennem KreaNord 1 MDKK årligt i tre år til en indsats om Ny Nordisk Mad og branding.

Som følge af, at der ligger to beslutninger til grund for arbejdet med programmet, refererer programmet derfor til to forskellige instanser: MR-FJLS og styregruppen for KreaNord. Det overordnede ansvar for programmet ligger hos MR-FJLS, mens den del af programmet der vedrører KreaNord ansvarsmæssigt er lagt til styregruppen for KreaNord

Baggrund

"Ny nordisk mad er et initiativ til fremme af anvendelsen af de mangfoldige nordiske råvarer i udviklingen af et nyt nordisk køkken der kan skabe en fælles nordisk madkulturel identitet, som er præget af de kvaliteter, der findes i vores region om renhed, enkelhed, sikkerhed og etik".

Med blandt andet disse ord besluttede Nordisk Ministerråd i 2005 at igangsætte et Ny Nordisk Mad program for perioden 2007-09. Ordene stammer fra Århus deklarationen, som blev til med en stor portion inspiration fra det *Manifest for det Ny Nordiske Køkken* som en række nordiske kokke formulerede tilbage i 2004.

Manifest for det Ny Nordiske Køkken er fortsat et centralt dokument og er derfor vedhæftet til programmet som bilag.

Den første programperiode 2007-2009 har resulteret i en mængde handlinger med en stor spændvidde. En evaluering af programmet slår fast, at det begrænsende budget til trods er det lykkedes, at skabe opmærksomhed, netværk og fælles fodslag. En lang række aktiviteter er blevet gennemført og evalueringen peger på, at et fortsat program bør være mere fokuseret på hvad man ønsker at opnå og mere specifik i sit valg af midler til at nå målene. Evalueringen fremhæver flere af de allerede gennemførte elementer som med fordel kunne udvikles og indgå i det fortsatte program.

En lang række aktører er undervejs blevet involveret i hvorledes det nye program skal udformes og det er forhåbningen, at programmet afspejler de udfordringer som er relevante for de aktører som udgør den virkelighed som programmet skal virke i.

Vision

Den bagvedliggende vision for programmet er, at det nordiske køkken skaber og inspirerer til madglæde, smag og mangfoldighed – både nationalt og internationalt.

Det skal være et køkken der:

- Har sin rod i naturen og traditionen, men finder ny kraft i innovationen
- Bidrager til at kombinere velsmag og ernæringsvidenskab
- Bidrager til at styrke en madkultur, som både tager udgangspunkt i det æstetiske og sanselige samt i behovet for bæredygtig udnyttelse af naturressourcerne.

Formål

Programmet er et rammeprogram, hvis formål er at igangsætte en række kampagner der skaber kommunikation og opmærksomhed om arbejdet med at realisere det nye nordiske køkken.

Programmet skal være med til at udbrede kendskabet til best practice og bidrage til at forme morgendagens løsninger. Budgetmæssigt er der tale om et relativt lille program, og det er derfor vigtigt, at fokus skærpes og koncentrerer.

Nordisk Ministerråd lægger vægt på, at indsatsen afspejler, at der er tale om et tværsektorielt samarbejde, som favner mad, kultur, turisme og erhverv, og at det tværsektorielle samarbejde skal stå som en inspiration i landene til at sætte gang i egne aktiviteter eller samordne pågående aktiviteter, som tematisk udnytter potentialet i Ny Nordisk Mad.

Særligt bør der i programmets aktiviteter gives opmærksomhed til nedenstående, som bør indtænkes i programmet, hvor det er relevant:

- At fokusere på, hvordan de genetiske ressourcer, som er grundlaget for udvikling af den nordiske mad, kan give nye muligheder i forhold til produktudvikling, turisme, kultur og maddannelse
- At udnytte de potentialer bedre, der findes i kombinationen af velsmag og ernæringsvidenskab, råvarekendskab og råvarernes sæson. Det handler om at fokusere på helheden omkring maden og måltidet også i forhold til at styrke den sundhedsfremmende indsats i Norden.
- At bruge koblingen til kulturområdet til at formidle værdierne i Ny Nordisk Mad gennem aktiviteter med en stærk æstetisk dimension
- At anvende Ny Nordisk Mad i forbindelse med branding, turisme- og eksportfremme.
- At arbejdet skal virke som en mulig inspirationskilde til at igangsætte innovations- og udviklingsaktiviteter af produkter, tjenester og oplevelser i Norden.

I forhold til brandingdelen, er aktiviteterne forankret i Nordisk Ministerråds globaliseringsinitiativ og programmet bør fokusere på at udnytte sammenhæng til øvrige ministerrådsaktiviteter, som omhandler branding for at sikre bedst mulig synergi.

Med hensyn til fokus på genetiske ressourcer, sundhed og kultur åbner disse for at skabe sammenhæng til andre relevante nordiske indsatser. Ny Nordisk Mad skal dermed agere i det nordiske landskab og være opmærksom på landskabets tværsektorielle potentiale.

Målsætning

Ny Nordisk Mad II - programmet skal videreudvikle og styrke begrebet "Ny Nordisk Mad" og øge kendskabet til og anvendelsen af hvad begrebet kan bruges til.

Målet er at gennemføre en række kampagner, som hver i sær inspirerer til at sætte yderligere gang i innovative tiltag i de berørte sektorer i de nordiske lande. Derudover er det målet, at anvende Ny Nordisk Mad konceptet i branding sammenhænge.

Programmet skal:

- **Kommunikere** hvad Ny Nordisk Mad indebærer og **formidle kendskab og kundskab** om "det nye nordiske køkken" til professionelle og forbrugere
- **Bidrage til at styrke samarbejdet** mellem nordiske myndigheder, nordiske erhvervsorganisationer og andre aktører, som arbejder med landbrug, mad- og turisterhvervene således, at der skabes nordisk merværdi ud fra nationale satsninger på temaet.
- **Opbygge relationer** til og motivere nordiske aktører således at disse udnytter potentialet fra programmet til innovation og erhvervsudvikling.
- **Tydeliggøre hvordan ny nordisk madkultur** hænger sammen med nordiske værdier og nordisk kultur og bidrager til at skabe sammenhængskraft og kulturel identitet på tværs af Norden.
- **Fokusere på** udviklingsmulighederne fra **gen til gaffel**, forstået som udnyttelse af den genetiske mangfoldighed i dagligdagen.
- **Fokusere på** madkulturens udviklingsmuligheder fra **jord/fjord til bord** i forhold til at bedre at udnytte de potentialer der findes i kombinationen af velsmag og ernæringsvidenskab, råvarekendskab og råvarernes sæson, herunder at **styrke** den sundhedsfremmende indsats i Norden.
- **"Gøre som vi siger"**: gennem egne aktiviteter og måltider skal programmet i praksis skabe gode forbilleder for hvordan nordiske aktører kan udnytte Ny Nordisk Mad og madkultur i sit **værtskab**.

Organisatorisk platform

Organiseringen af programmet skal operationalisere programmets mål på en effektiv og involverende vis.

En styregruppe definerer og træffer beslutning om programmet. *En arbejdsgruppe* indstiller forslag til styregruppen og fører programmet ud i livet og *en referencegruppe* sikre forankring af programmet tværsektorielt og nationalt. Med henblik på at sikre gruppernes funktion oprettes en funktion som programkoordinator, som skal forberede møderne i styregruppen og i arbejdsgruppen og koordinere i forhold til referencegruppen.

For at sikre arbejdsgruppens muligheder for bedst at føre programmet ud i livet kan der tilknyttes kampagnekoordinatorer til de enkelte kampagner (se beskrivelse af kampagner i det følgende afsnit)

Sammenhæng til andre relevante initiativer og programmer i Nordisk Ministerråd sikres blandt andet gennem den organisatoriske platform. Det gør sig især gældende i relation til ministerrådets globaliseringsinitiativ *Kultur og Kreativitet*, som overordnet set, er forankret i styregruppen for KreaNord. Men det gør sig også gældende i forhold til andre relevante nordiske institutioner, programmer og initiativer, herunder især NICE, NordGen og Nordens Hus i Reykjavik. Nordisk Ministerråds sekretariatet har i den forbindelse en særlig rolle i forhold til at bidrage hertil.

Styregruppe

Styregruppen er programmets besluttende organ.

Styregruppe består af et medlem fra hvert af de nordiske lande, samt efter ønske et medlem fra hvert af de selvstyrende områder.

Styregruppen ledes af en ordfører, som udpeges af MR-FJLS.

Styregruppens sekretariatsbetjenes af programkoordinatoren.

Styregruppens opgaver er:

1. At initiere nye kampagner og kampagneaktiviteter
2. At træffe beslutning om nye kampagner på indstilling fra arbejdsgruppen
3. At træffe beslutning om kampagnernes aktiviteter og have en styrende funktion i forhold til at sikre, at igangværende kampagner følges op i henhold til godkendte planer
4. At godkende kampagneledere, budgetter og fremdriftsplaner for aktiviteter og kampagner og videreudvikle rammeprogrammets overordnede strategi
5. At godkende arbejdsgruppens forslag til aktiviteter
6. At sikre overensstemmelse med og synergier til nationale initiativer
7. At godkende en kommunikationsstrategi og løbende følge op på denne
8. At godkende årlige kommunikationsplaner
9. At godkende årsrapporteringer til NMR
10. At godkende slutrapportering ved programmets afslutning i 2015.

Til styregruppen tilknyttedes som observatører endvidere repræsentanter fra NMRS og NICes ledelsesgruppe.

Blandt styregruppens medlemmer udpeges endvidere en person, som skal være forbindelsesled til arbejdet i KreaNord.

Styregruppen mødes to gange årligt til fysiske møder og kan efter behov mødes til telefonkonferencer eller træffe beslutning ved skriftlig procedure.

Arbejdsgruppe

Arbejdsgruppen er programmets udførende organ.

Der nedsættes en arbejdsgruppe med to medlemmer fra hvert af landene, samt efter ønske et medlem fra hvert af de selvstyrende områder.

NMRS og NICe deltager i arbejdet, som observatører med indstillingsret. Endvidere tilknyttedes efter relevans og behov repræsentanter Nordens Hus i Reykjavik og NordGen.

Til arbejdsgruppen tilknyttedes kampagneledere, som har overordnet koordinationsansvar i forhold til at skabe aktiviteter inden for kampagnerne. Kampagnelederne kan aflønnes med op til 100.000 DKK årligt. Kampagnelederne tager del i arbejdet i arbejdsgruppen og bidrager til forberedelse af og deltager efter behov i styregruppens møder. Kampagnelederne indstilles af arbejdsgruppen og godkendes af styregruppen. Dette skal ske samtidig med, at styregruppen skal tage stilling til det kommende års kampagnetemaer. De nationale medlemmer i arbejdsgruppen skal koordinere nationalt i forhold til referencegruppen og nationale aktører, myndigheder såvel som private.

Arbejdsgruppen sekretariatsbetjenes af programkoordinatoren.

Arbejdsgruppen arbejder med reference til styregruppen, dels ved at komme med indstillinger til styregruppe og dels ved at føre styregruppens beslutninger ud i livet. Opgaverne er således:

1. At indstille forslag til igangsættelse af nye kampagner
2. At indstille forslag om kampagnernes aktiviteter
3. At forberede og igangsætte aktiviteter efter styregruppens retningslinjer
4. At indstille forslag til kampagneledere, budgetter og fremdriftsplaner for aktiviteter og kampagner og forslag til at videreudvikle rammeprogrammets overordnede strategi
5. At udarbejde forslag til en kommunikationsstrategi
6. At udarbejde forslag til årlige kommunikationsplaner, som korresponderer til en overordnet kommunikationsstrategi for programmet

7. At sikre tværsektoriel forankring i Nordisk Ministerråds sekretariat og i forhold til øvrige relevante ministerråd og embedsmandskomiteer
8. At sikre sammenhæng til arbejdet i KreaNord især i forhold til kommunikationsspørgsmål
9. At udarbejde forslag til årsrapporteringer og slutrapportering til NMR.

Arbejdsgruppen mødes to gange årligt i god tid før styregruppens møder.

Referencegruppe

Referencegruppen er programmets forankrende organ.

Der nedsættes tillige en referencegruppe, som består af en lang række repræsentanter fra offentlige såvel som private interessenter. Gruppen mødes ikke fysisk til egne møder, men træffes på elektroniske mødepladser og inviteres løbende til at deltage i programmets kampagner og aktiviteter.

Referencegruppen skal sørge for national forankring i hvert af de nordiske lande og i de selvstyrende områder og den skal bruges som videreformidlere af kampagnerne i landene via deres nationale og lokale netværk. De skal også tages med på råd under udvikling af kampagner ved at disse lægges ud på referencegruppens elektroniske mødeplads. Det er hvert enkelt land og selvstyrende område, som udnævner medlemmerne til denne referencegruppe. Referencegruppen består af repræsentanter for interesseorganisationer, kulturliv, erhvervsliv, turistoperatører med videre samt gruppen af Ny nordisk mad ambassadører.

Ny Nordisk Mad Kampagner

Programmet skal gennemføre et antal kampagner, der hver i sær fokuserer på specifikke udfordringer eller temaer som ridset op.

Kampagneformatet er velegnet til at køre tidsafgrænsede og koncentrerede indsatser med en høj grad af synlighed. Fokus for kampagnen er knivskarpt og det gør det mere enkelt at måle effekten af indsatsen. Kampagnen har ofte elementer af events i sig og det understøtter målet med at kommunikere budskabet ud til en bred kreds. Aktiviteter under en kampagne kan have forskellig karakter, som workshop, analyse, projekt, publikationer og lignende. De enkelte aktiviteter skal dog samlet set udgøre et hele, og være centrale i forhold til kampagnens budskab.

En gang årligt fastlægges næste års kampagner. En kampagne kan løbe over hele programmets levetid, og indsatsen planlægges fra år til år, for at sikre et fleksibelt og proaktivt program og ikke mindst et program, der løbende tager ved lære af sin egen indsats. Tilrettelæggelse af kampagnerne bør, hvor relevant søge sammenhæng til det aktuelt gældende formandskabsprogram for Nordisk Ministerråd.

Som en årligt tilbagevendende begivenhed arrangeres en konference, der samler årets kampagner og aktiviteter og som folder det kommende års kampagner. Konferencen vil samle de mange aktører og i fællesskab reflektere over resultater og hvilke kommende opgaver, der bør løftes - af hvem, hvor og hvordan. Konferencen finder sted i det land, som i det pågældende år, har formandskabet for Nordisk Ministerråd.

Vedlagt programmet findes to dokumenter til inspiration til fastlæggelse af kampagnerne. Der er tale om henholdsvis et diskussionsoplæg og et dokumentationsdokument, som er udarbejdet i forbindelse med en forberedende workshop, som blev gennemført den 27. november 2009.

Mobilisering

Ny Nordisk Mad II programmet skal arbejde for en ambition, som overstiger det umiddelbare budget der er givet. Derfor er det afgørende, at programmet indrette og opererer i forhold til at skabe sammenhæng og solide relation med beslægtede nordiske og nationale aktiviteter.

I tilrettelæggelse af programmet er der ikke på forhånd anmodet om bidrag fra øvrige ministerråd end MR-FJLS. I løbet af programmets levetid er det hensigten at skabe samarbejde med de øvrige ministerråd på udvalgte områder. Dette kan KreaNord delen siges at være et første eksempel på, ligesom MR-Kultur med deres fokus på Ny Nordisk Mad gennem Nordens Hus i Reykjavik udgør en model for samarbejde. På samme vis bør der gøres en indsats for at skabe relationer til andre potentielle samarbejdspartnere i det nordiske samarbejde. Det kunne være relevant i forhold til øvrige ministerråds arbejde med eksempelvis turisme og regional udvikling.

Føromtalte indsats fra MR-Kultur er fokuseret på, at kulturområdet skal bidrage til at formidle værdierne i Ny Nordisk Mad gennem en række aktiviteter med en tydelig æstetisk dimension. Nordens Hus i Island; Norey udgør en oplagt platform for aktiviteter der forstærker den kulturelle profil på Ny Nordisk Mad. De nordiske kulturministre har derfor også gennem en særlig bevilling til Norey for 2010 -2012 tillagt huset en rolle som et kraftcenter i forhold til at promovere og formidle Ny Nordisk Mad i en kulturel kontekst. Det sker gennem innovative cross overs mellem mad-, design-, og kultursektorerne. Det skal sikres at der er sammenhæng mellem Ny Nordisk Mad programmet og Norey med henblik på synergieffekter mv. Rådgivere med ansvar for kultur og Ny Nordisk Mad programmet på Nordisk Ministerråds Sekretariat medvirker aktivt til at denne kobling sker og at MR-K ser resultaterne af indsatsen og får mulighed for eventuelt at fortsætte deres engagement.

Ny Nordisk Mad II er ikke et forskningsprogram, og skal derfor ikke bidrage til at finansiere forskning. Men derfor er der for programmet ikke desto mindre væsentligt at kunne knytte an til forskningsområdet, og bidrage til at sætte fokus på specifikke forskningsmæssige behov og udfordringer. Høj og unik fødevarekvalitet er centralt for Ny Nordisk Mad i forhold til at skabe en merværdi. Det er ikke nok at noget er oprindeligt eller har en "god historie", det skal naturligvis også være lødigt, godt, velsmagende - og sundt. Derfor bør Ny Nordisk Mad programmet inspirere til relevant forskning i relation til kvalitetstænkningen bredt.

Igangsættelse, budget, rapportering og evaluering

Arbejdet med programmet indledes straks efter dets godkendelse. I marts/april 2010 oprettes styregruppe, arbejdsgruppe og referencegruppe. Styregruppen konstitueres hurtigst muligt herefter.

Ny Nordisk Mad er et åbent program, hvor forskellige aktører kan deltage med aktiviteter, der falder under programmets rammer. Projekterne skal samfinansieres mellem programmets deltagere og Nordisk Ministerråd.

Fra Nordisk Ministerråd budgetteres med ca. 18,54 MDKK i perioden 2010-2014. Medfinansiering kan komme fra forskellige kilder som f.eks. private deltagere, foreninger, ministerier med videre. Midlerne fra nationale bidrag skal ikke indbetales direkte til programmet, men udløses ved deltagernes egne bidrag til de igangsatte aktiviteter.

	2010	2011	2012	2013	2014
MR-FJLS	3,108 MDKK	3,108 MDKK	3,108 MDKK	3,108 MDKK	3,108 MDKK
KreaNord	1 MDKK	1 MDKK	1 MDKK		

Der skal årligt rapporteres om programmets fremdrift til MR-FJLS og styregruppen for KreaNord, som har budgetansvar for Kultur og Kreativitetens delen af programmet.

Inden udgangen af 2012 skal der gennemføres en midtvejsevaluering af programmet, som dels skal identificere eventuelle behov for ændringer i programmet samt vurdere effekten af programmets branding aktiviteter og give anvisninger på eventuelle behov for opfølgende initiativer.

Programmet er gældende i perioden xx. marts 2010 til 31. december 2014. Slutrapportering skal være afsluttet senest 6 måneder programperiodens udløb.

Bilag 1

Manifest for

DET NY NORDISKE KØKKEN

Vi nordiske kokke finder tiden moden til at skabe et Nyt Nordisk Køkken, der i kraft af sin velsmag og egenart kan måle sig med de største køkkener i verden.

Det Ny Nordiske Køkken skal:

1. - udtrykke den renhed, friskhed, enkelhed og etik, som vi gerne vil forbinde med vores region
2. - afspejle de skiftende årstider i sine måltider
3. - bygge på råvarer, som bliver særligt fremragende i vores klimaer, landskaber og vande
4. - forene kravet om velsmag med moderne viden om sundhed og velvære
5. - fremme de nordiske produkters og producenters mangfoldighed og udbrede kendskabet til kulturerne bag dem
6. - fremme dyrenes trivsel og en bæredygtig produktion i havet og i de dyrkede og vilde landskaber
7. - udvikle nye anvendelser af traditionelle nordiske fødevarer
8. - forene de bedste nordiske tilberedningsmetoder og kulinariske traditioner med impulser udefra
9. - kombinere lokal selvforsyning med regional udveksling af varer af høj kvalitet
10. - invitere forbrugere, andre madhåndværkere, landbrug, fiskeri, små og store fødevarerindustrier, detail- og mellemhandlere, forskere, undervisere, politikere og myndigheder til et samarbejde om dette fælles projekt, der skal blive til gavn og glæde for alle i Norden



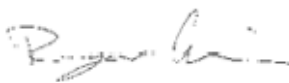
Hans Välimäki
Finland



Leif Sørensen
Færøerne



Mathias Dahlgren
Sverige



Roger Malmin
Norge



René Redzepi
Danmark



Rune Collin
Grønland

Erwin Lauterbach
Danmark

Eyvind Hellstrøm
Norge

Fredrik Sigurdsson
Island

Gunnur Fossdal
Færøerne

Hákan Örvarsson
Island

Michael Björklund
Åland

Uddybning

ad 1

Et køkken udtrykker landets og regionens muligheder, betingelser og værdier og er dermed en vigtig del af indbyggernes identitet.

Arbejdet med at skabe et nyt køkken, omfatter altså også udvikling af værdier og identitet.

Vi ønsker, at Det Ny Nordiske Køkken skal tage sit udgangspunkt i traditionelle nordiske værdier men samtidigt sætte dem til diskussion.

Vi ønsker et nyt nordisk køkken med stærk integritet.

Alt gammelt er ikke lige godt og ikke alle forandringer er fremskridt.

Med **renhed** mener vi:

- Naturlige fødevarer
- Fravær af kunstige ingredienser
- Lav forarbejdningsgrad

Med **friskhed** mener vi:

- den fornemmelse man har når man færdes i Nordens tyndt befolkede områder og kølige klimaer
- en særlig nordisk sanselighed i de lugte, smage og udtryk man skal møde i vores køkken
- den aromatiske intensitet, den saftighed og den smagsmæssige "sprødhed" vi møder for eksempel i kølige klimaers frugter og vine

Med **enkelhed** mener vi:

Ukomplerede tilberedninger som fremhæver råvarernes egen smag – mad der kan fremstå rustik såvel som elegant

Ærlig mad - at maden bliver til uden overflødige anstrengelser, komplikationer, manipulationer og transformationer.

Med **etik** mener vi:

- Ansvarlighed
- Ærlighed
- Vidensdeling
- Hensyn til naturen og dyrenes trivsel
- Brug af lokale produkter
- Retfærdighed i handel ogandel
- Fravalg af GMO og vækstfremmere
- Minimering af spild

ad 2

Lyset og sæsonernes skift er en af kvaliteterne ved livet i Norden. Vi glæder os over de tydelige forskelle fra den ene sæson til den næste og ønsker at årets gang kan opleves i de nordiske retter, drikkevarer og måltider.

ad 3

En række bær, frugter, kornsorter og andre stivelsesholdige afgrøder har særligt fine vækstbetingelser for at vokse og udvikle deres smag her i Norden. Vi vil sikre dem en større og smukkere plads i vores køkken.

Råvarerne fra de nordiske skove, strande, bjerge, fjelde og tundraer – de vilde planter, bær, svampe og dyr - er en af vore fineste ressourcer og bør spille en langt mere fremtrædende rolle i vores madkultur.

Norden er rig på søer og er omgivet af hav, som i sin saltholdighed varierer fra den ferske og brakke Botniske Bugt til det salte Atlanterhav. Lave temperaturer, langsom vækst, større smag i fisk og skaldyr og en stor artsvariation er fælles for de nordiske vande. Fisk og skaldyr bør spille en mere betydelig rolle i det nordiske måltid - og de bør distribueres således, at friskhed og smag bevares

ad 4

Den ensidige men ikke uvæsentlige formidling af fedtstoffers sundhedsskadelige virkning har fortrængt, at sundhed ikke kun er et spørgsmål om fravær af visse ingredienser. Men nok så meget drejer sig om, hvad den mad, vi spiser, så rent faktisk indeholder.

Vi vil udvikle nye former for velsmag, der ikke forudsætter det høje indhold af animalsk fedt vi traditionelt møder i det nordiske køkken. Samtidig beder vi om, at ernæringsvidenskabens opmærksomhed rettes imod de oversete nordiske fødevarer og de ukonventionelle dyrknings- og produktionsformer som, udover at fremme velsmagen, kan have en gunstig indflydelse på menneskets sundhed og immunforsvar.

Vi afviser brugen af fedtstof, hvor der ikke er nogen gastronomisk eller ernæringsmæssig begrundelse for det, og vi tager afstand fra brugen af fedt til at sminke en ret eller et produkt uden selvstændig gastronomisk værdi.

Velvære i forbindelse med mad og måltider omfatter ikke alene fornemmelser i kroppen men også tillid til, at maden er produceret på en måde, der tager de hensyn til natur, arbejdsmiljø, dyreetik m.m., som vi ønsker at fremme i Norden.

ad 5

De nordiske råvarers kvaliteter og mangfoldighed er ukendt område for de fleste. Det ny nordiske køkken skal fremme kendskabet til denne mangfoldighed og dens kulinariske muligheder.

Der findes mindst 50 forskellige vilde, spiselige bær fra de finske skove hvoraf mere end halvdelen handles kommercielt, men hvornår er de senest blevet udbudt i resten af Norden?

Nordisk Genbank har registreret mere end 150 forskellige peberrodssorter med forskellige smagsmæssige egenskaber, men er det den rigtige vi dyrker?

Vi har et utal af glimrende råvarer, men hvorfor er vores forædlingstraditioner i dag præget af en mangel på gastronomiske ambitioner?

Den levende nordiske kulturarvs råvarer skal ikke kun registreres som gener. Den skal også bedømmes kulinarisk og viden om dyrkning/forekomst, egenskaber, kulinariske muligheder, historie, kulturel betydning m.m. bør formidles til såvel professionelle som til offentligheden.

De monopollignende forhold i flere brancher modvirker mangfoldigheden. Vi mener at store virksomheder har en særlig forpligtelse til at sigte højt i deres produktudvikling og derved medvirke til at styrke mangfoldigheden af produkter og producenter. Vi opmuntrer til alle former for samarbejde mellem store og små virksomheder, der virker til fordel for begge parter, og herigennem udvikler det nordiske køkken.

ad 6

Det ny nordiske køkken skal være med til at drive udviklingen i en retning, hvor bæredygtighed, hensyn til den vilde natur og dyrenes trivsel fremmes.

Der eksisterer i dag i alle nordiske lande en omfattende praksis, produktion og forbrug af økologiske fødevarer. Udviklingen er overalt støttet af forskning, undervisning og udviklingsprogrammer, og samtidig er den et led i en klar international tendens som vi agter at bidrage aktivt til.

ad 7

Vi vil udforske og forny de traditionelle nordiske opskrifter og tilberedningsmetoder.

Vi vil lytte til visdommen hos gamle mennesker, i randområderne og hvor den ellers findes.

Saltning, røgning, tørring og syltning af sommerens og efterårets høst, fangst, slagtninger og jagt er en del af vores kulturelle og kulinariske arv og en måde at forædle råvarerne på.

ad 8

Det ny nordiske køkken er åbent over for inspiration udefra, som det altid har været. Det er ikke et indadvendt museumskøkken.

ad 9

Vi vil støtte udviklingen af alternative forsyningslinier (for eksempel torvehandel i byerne og lokale produkter i kædernes butikker) og engagere os i at sikre bedre vilkår for små, innovative fødevarer virksomheder. Vi opfordrer det offentlige til at registrere og sikre bevarelsen af oprindelige produkter og traditionelle produktionsformer.

Det offentlige bør fremme decentral produktion af fødevarer. Den samlede landbrugspolitik skal lægge vægt på, at Norden er selvforsynende med flest mulige landbrugsprodukter i de kategorier hvor vi i vores region har forudsætninger for at opnå en fremragende kvalitet.

ad 10

Vi indbyder landbruget, fiskeriet, store og små fødevarerproducenter, fødevidenskaben, genbankerne samt de store offentlige og private køkkener – hospitaler, plejehjem mv. til et samarbejde om forskning og produktudvikling der højner kvaliteten af de nordiske måltider.

Vi indbyder undervisere og pædagoger til at samarbejde, som skal sikre, at alle børn og unge i Norden lærer at tilberede, respektere og værdsætte maden og måltidet. Børn i vuggestuer, børnehaver og i skoler på alle klassetrin skal have adgang til velsmagende, omsorgsfuldt tilberedte måltider. Det kunne f.eks. foregå ved at dygtige madhåndværkere havde tidsbegrænsede stillinger som f.eks. amts- eller lenskokke, hvor deres opgave var at inspirere og hjælpe de pædagogiske institutioner og andre f.eks. hospitaler og plejehjem til at hæve deres kulinariske niveau. Vi tager afstand fra de forhold som gør at de svageste i samfundet; vores gamle, de syge og børnene får de mindst gode måltider.

Vi indbyder politikere og myndigheder til et samarbejde om, hvorledes love, regler og administration på fødevareområdet kan udformes således, at vi får de bedste mulige vilkår for at producere fødevarer og måltider i Norden af højeste kvalitet, til gavn og glæde for alle.

Vi beder Nordisk Ministerråd om at etablere et sekretariat der forankrer den fremadrettede indsats for at udvikle og udfolde det Nordiske Køkkens potentiale.