

Mathantverk Nordic 2020

Genomförande av projektet

Projektet har genom ett samlat grepp nått ut till mathantverkare och konsumenter i hela Norden. Mathantverkarna har fått ökad kunskap inom direktförsäljning, förutsättningar för nya samarbeten har skapats och kunskap och information om mathantverk har spridits i de nordiska länderna.

Projektet har inneburit en nationell satsning för alla mathantverksföretag där Eldrimner, tillsammans med Slow Food Nordic genom sina samlade kompetenser och nätverk har skapat en manifestation för mathantverket bland den breda allmänheten.

De unika produkter som finns i Sveriges alla regioner har visats upp och tillgängliggjorts på ett enkelt sätt för konsumenter, restauranger, detaljhandel och intresserad allmänhet.

Projektet har bestått av olika delar, en aktivitetsdel och en kommunikationsdel. Aktiviteterna har samlats i ett event för hela Nordens mathantverk; matfestivalen Terra Madre Nordic, TMN. Eventet genomfördes den 1-3 september 2022 på Stora Skuggan på Norra Djurgården i Stockholm. I eventet ingick produkttävlingen Nordiskt mästerskap i Mathantverk (Nordic Artisan Food Awards, NAFA) med syfte att öka synligheten och konkurrenskraften hos företagen.

Under eventet anordnades även en nordisk mathantverksmarknad och det hölls demonstrationer kring tillverkning och förädling av mathantverk på scen. Terra Madre Nordic innehöll också två olika typer av smakaktiviteter, dels prova-på-mathantverk/master class, dels smakverkstäder/taste workshops/smakprovning.

Kommunikationsarbetet har pågått under hela projektperioden med haft störst intensitet i månaderna kring eventet. Kommunikationen har visat upp mathantverkets mervärden, regionala identitet och kvalitet. Fyra artiklar om mathantverksföretag och deras produkter har producerats. Ett riktat kommunikationsarbete har nått ut brett till konsumenter med syfte att öka deras kännedom om mathantverket och knyta mathantverkare och konsumenter till varandra.

Varför genomfördes projektet?

Mathantverksföretag är generellt små och har begränsade resurser till marknadsföring och kunskapsutveckling. Samtidigt efterfrågas deras produkter i ökande grad bland många målgrupper. Projektet genomfördes för att föra mathantverkarna närmare konsumenterna med ett kraftfullt event bestående av aktiviteter, marknad och produkttävling samt strategiska kommunikationsinsatser. Allt för att skapa förutsättningar för ökad efterfrågan på mathantverkets produkter vilket bidrar till att företagen når nya marknader och ökar sin direktförsäljning.

De enskilda företagen kan ha svårt att nå ut och få uppmärksamhet och exponering för sina produkter. Projektet har stöttat företagen i detta genom lyfta hela Nordens mathantverkare. En bred satsning på marknadsföring av mathantverk riktad till konsumenter och intresserad allmänhet har bidragit till att stärka företagens konkurrenskraft i livsmedelskedjan och stöttat dem i att nå nya marknader samtidigt som det gjort det lättare för konsumenter att hitta till företagen och deras produkter.



Genom samarbete med andra aktörer har Eldrimner fört ut budskapet om mathantverkets mervärden och dess unika produkter i många kanaler inom Norden, både i samband med det gemensamma eventet och via kommunikationsaktiviteter före och efter. Samarbetet gör att mathantverket syns mer och når fler.

Genom projektets aktiviteter har mathantverksföretag i hela landet fått massiv marknadsföring och blivit mer synliga. Företagen har kunnat ta del av goda exempel på hur de kan arbeta med direktförsäljning mot såväl konsumenter, restauranger och detaljhandel. Vidare har företagen givits goda möjligheter att nätverka och utveckla sin kunskap genom tävlingen, Nordic artisan food awards som hjälpt dem både i sin produktutveckling och i den egna marknadsföringen.

Nya vägar för att korta försäljningskedjan mellan producent och konsument behövs. Projektet har skapat förutsättningar för företagen att skapa fler vägar för direktförsäljning. Företagen stärks genom Eldrimners kommunikationsarbete och genom tävling och event som utgör ett kraftfullt stöd att nå nya målgrupper, stärka sin konkurrenskraft och skapa samarbeten som kan leda till ökad försäljning.

Utöver ökad ekonomisk nytta för mathantverksföretagen har projektet bidragit till flera av de nationella miljömålen. Många av företagen har koppling till jordbruk, antingen primärt eller genom att de hämtar råvaror därifrån. Jordbruket har en stor påverkan på flera av Sveriges miljömål, framförallt "Ett rikt odlingslandskap" och "Begränsad klimatpåverkan". I den småskaliga odlingen och mathantverksförädlingen finns det oftast en stor mångfald, vilket gynnar artrikedomen och ger en större möjlighet att behålla ett rikt odlingslandskap. Mathantverk bidrar till begränsad klimatpåverkan genom att mindre mängder tillsatssämnen används och att transporterna blir kortare mellan produktion och konsument då maten inte transporterats till och från flera länder innan den konsumeras.

När konsumtionen av mathantverksprodukter ökar efterfrågar de förädlade företagen i ännu högre grad miljömässigt hållbara råvaror, vilket i sin tur bidrar till ökade incitament för råvaruproducenter att tillhandahålla det. Sammantaget leder det till bättre resursnyttjande inom odling, djurhållning, hantering och förädling av råvaror vid livsmedelsframställning samt konsumtion av hållbara produkter till förmån för miljön.

Vad har genomförts i projektet?

Projektet har kombinerat flera delar:

Nordiska Mästerskap i Mathantverk / Nordic artisan food awards

Stockholm, Stora Skuggan 1-2 september, 2022

En produkttävling öppen för mathantverkare från hela Norden. Tävlingen inkluderade produktkategorierna bageri, bär-, frukt- & grönsaksförädling, charkuteri, fiskförädling, hantverksdryck och mejeri. En jury med lekmän och experter från hela Norden bedömde produkterna utifrån specifika kriterier.

Resultat av aktiviteten

Tävlingen ger synlighet åt mathantverksföretagen och ökad efterfrågan på produkterna. Detta sker genom ökad kännedom och kunskap om mathantverk bland konsumenter och den breda allmänheten som ett resultat av det pr-arbete som Eldrimner och även företagen själva gör i anslutning till tävlingen. Tävlingsdeltagarna får konkret och konstruktiv återkoppling på sina produkter från juryns



experter. Återkopplingen är värdefull för mathantverkarna i deras produktutveckling. Tävlingsmomentet är en höjdpunkt för företagen och ger inspiration i företagandet. 177 medaljörer utsågs. Medaljörerna får förutom diplom även medaljetiketter att fästa på produkterna vid försäljning till kund som ett led i att göra produkterna ännu mer attraktiva och därmed öka försäljningen.

Mathantverksmarknad och demonstrationer

Stockholm, Stora Skuggan 2-3 september, 2022.

35 mathantverksföretag från hela Norden deltog på mathantverksmarknaden. Producenterna erbjöd smakprover, produkter till försäljning samt möjlighet för besökare att få kunskap, möta och knyta kontakt med producenterna.

Demonstrationer av tillverkning av mathantverk från olika branscher hölls på en scen mitt i marknadsområdet. Dessa visade upp bland annat produktion av tunnbröd, saltströmming, äppelmust samt mathantverk i matlagning.

Resultat av aktiviteten

Mathantverksmarknaden resulterade i försäljning för företagen samtidigt som den möjliggjorde för företagen att nå ut till nya kunder och målgrupper. Genom att producenter och konsumenter möttes fördjupades dialogen om mathantverk och dess värden. Ökad förståelse hos konsument om mathantverkets betydelse för t ex landsbygden och livsmedelsförsörjningen leder till ökad efterfrågan på mathantverksprodukter. Mathantverksmarknaden fungerade också som en plattform för kontaktskapande och nätverkande mellan producenterna och andra branschaktörer vilket bidrar till nya samarbeten och försäljningskanaler.

Demonstrationerna av tillverkning av mathantverksprodukter gav besökare i alla åldrar kunskap om hur mathantverk blir till genom att de fick lyssna och samtidigt se processen och slutligen smaka på resultatet. Det ger kunskap, förståelse och mersmak som ökar efterfrågan. Totalt genomfördes 5 demonstrationer, Smakupplevelser från marknaden x 2, Baka tunnbröd, Salta och halstra strömming, Pressa äpplen och gör äppelmust.

Totalt ca 4000 besökare över 3 dagar.

Prova på/master class

En aktivitet där deltagarna under ledning av en expert själva fick göra mathantverk. Prova-på-aktiviteter som anordnades var:

Syra grönsaker
Baka tunnbröd
Smaksätta färskost
Tångens möjligheter i mathantverk
Göra färskkorv

Totalt 71 deltagare deltog i aktiviteterna.

Smakverkstäder/taste workshop

En expertledd smakprovning av olika mathantverk där deltagarna smakar, kombinerar och lär sig mer



om olika mathantverk från producenterna själva som finns med i en panel. Sammanlagt anordnades åtta smakverkstäder:

Olika typer av vassleprodukter
Nordiska ostar & affinage
4 ostar möter 4 honungar
Nordisk hantverksglass, 2 tillfällen
Smaka på charkuteriprodukter
Nordisk IPA-provning, 2 tillfällen

Totalt deltog 199 personer i aktiviteterna.

Resultat av aktiviteten

Genom aktiviteterna gavs besökarna en djupare förståelse för produkterna och hantverket bakom. Det skapar också en relation mellan konsumenterna och producenterna vilket sammantaget bidrar till att öka efterfrågan på mathantverksprodukter hos konsumenterna och bidrar till att de hittar till producenternas direkta kanaler.

Artiklar om mathantverksföretag och kommunikationsarbete

Artiklarna som ger kunskap och en ökad förståelse för hantverket, råvaran, kunskapen och drivkraften som utgör mathantverkets grund. Fyra artiklarna har publicerats i Tidningen Mathantverk nr 2-3/2022. En viktig del av projektet har också varit det kommunikationsarbete som visar upp mathantverkets mervärden, regionala identitet och kvalitet, bland annat genom att lyfta fram mathantverksföretag från hela Norden och deras produkter. Kommunikationsarbetet har nått ut brett till konsumenter och allmänhet.

Resultat av arbetet

Svedjan Bröd, TM nr 2-3/2022 s 74-77
Tareq Taylor, TM nr 2-3/2022 s 78-81
Samarbete ger mer lokal mat, TM nr 2-3/2022 s 82-87
Sébastien Boudet, TM nr 2-3/2022 s 4-9

Genom att mathantverket uppmärksammas i media har kunskapen om mathantverket, dess produkter och värden ökat bland konsumenter. Det bidrar till en ökad efterfrågan på produkterna och att konsumenterna lättare hittar mathantverkare där de kan handla direkt, och till övriga kanaler där mathantverk säljs.

Under perioden 15/8 - 15/11 2022 var antal inslag i nationell och internationell media, inkl. sociala medier, där Eldrimner, NAFA, TMN eller mathantverk nämns 1248 st.

Ange vilka målgrupper projektet gynnat och på vilket sätt? 4000 tecken

Projektet gynnar mathantverkare i hela landet och i övriga Norden. De har fått exponering för sina företag och sina produkter genom det kommunikationsarbete som gjorts inom projektet. Genom den nordiska mathantverksmarknaden har producenterna kunnat sälja sina produkter och utöka sin kundgrupp. Producenterna har fått möjlighet att med mathantverkare från övriga Norden utbyta kunskap och erfarenheter kring hur redan etablerade försäljningskanaler och metoder kan användas



på ett ännu mer effektivt sätt för att skapa en nära relation till kunderna och därmed ökade och mer förutsägbara intäkter. Produkttävlingen NAFA har givit mathantverkare från hela Norden en möjlighet att mäta sig med kollegor, inspireras och få värdefull återkoppling på sina produkter.

Detta sammantaget ger dem möjlighet att utveckla och förnya sin försäljning med andra metoder. Det ger även möjlighet att nå nya marknader. Mathantverkarna har även gynnats genom den ökade exponering som företagen och produkterna, genom projektet fått i samband med publicering i digital och fysiska kanaler.

Råvaruproducenter med koppling till mathantverk gynnas av projektet genom den ökade efterfrågan på råvara till följd av den ökade försäljningen av mathantverk.

Konsumenter gynnas av projektet genom ökad kunskap och genom att ha fått tillgång till ett samlat och lättillgängligt mathantverk med fokus på kunskap och relationsskapande. Konsumenter får genom en nära kontakt med mathantverkare ökad kunskap om produkternas ursprung och betydelsen av lokal livsmedelsproduktion och sin möjlighet att påverka livsmedelssystem genom sina egna val.

Vilka var målen för projektet?

450 medieinslag om mathantverk eller eventet ska ha publicerats eller sänts i nationell media

200 medieinslag om eventet eller mathantverk ska ha publicerats eller sänts i nordisk media

200 mathantverksföretag ska ha deltagit i Nordiskt mästerskap i mathantverk med totalt 500 produkter.

Aktiviteter Smakverkstad och Prova på Mathantverk ska ha lockat minst 120 deltagare

Aktiviteter Demonstrationer och Mathantverksmarknad ska ha lockat minst 4 000 besökare

Det övergripande målet är att det svenska mathantverket är synligt, efterfrågat och lättillgängligt för konsumenter i hela landet. Att korta vägarna mellan de producerande mathantverksföretagen och konsumenterna gör att konsumtionen underlättas. En ökad efterfrågan och konsumtion bidrar till att stärka mathantverksföretagen att utvecklas och anställa och därmed bidra till en gynnsam utveckling av Sveriges landsbygd.

Vilka resultat har uppnåtts genom projektet?

-1022 medieinslag om mathantverk, Eldrimner eller eventet har publicerats eller sänts i nationell media under perioden 1/1-15/11 2022. Under perioden i direkt anslutning till eventet 15/8-15/11: 442 inslag

-102 artiklar/inslag samt 881 inlägg i sociala medier om mathantverket eller eventet har publicerats eller sänts i internationell media, inkl. sociala medier under perioden 1/1-15/11 2022, totalt 983 inslag. Under perioden i direkt anslutning till eventet, 15/8-15/11: 806 inslag (inkl sociala medier)

-161 företag anmälde produkter till tävlingen. Av dessa kom 140 till start och tävlade med 375 produkter. Resultatet är färre än uppsatt mål, vilket vi tror har en förklaring i den omvärldssituation som vi befinner oss i. Vi bedömer att det varit svårare att tränga igenom mediebruset och nå ut till mathantverkare, framför allt i övriga Norden på det sätt vi hade önskat inför evenemanget. Ökade



omkostnader för produktion och transporter under året, som härrör till omständigheter vi inte hade vetskap om vid projektansökan (ex krig i närområdet, inflation, ökade kostnader för el och drivmedel etc) tror vi också har påverkat mathantverkarnas möjligheter till deltagande.

-Aktiviteter Smakverkstad och Prova på mathantverk hade 720 deltagare

-Aktiviteter Demonstrationer och mathantverksmarknad hade sammanlagt ca 4000 besökare.

Hur många kvinnor har deltagit i informationsaktiviteter?

192

Hur många män har deltagit i informationsaktiviteter?

78

Har ni samarbetat med andra i ert projekt?

Slow Food Nordic

Stora skuggans värdshus

När projektet inleddes fanns ett samarbete med Foodstock kring deras evenemang på Fjäderholmarna sommaren 2020. Detta kunde aldrig genomföras pga pandemin och projektet gick därför vidare med samarbeten med ovanstående aktörer istället.

Vilka erfarenheter har projektet lett till?

Många mathantverksföretag har visat sig ha en god förmåga att anpassa sig och ställa om sin produktion och sina försäljningskanaler under pandemin. Projektet har tydligt visat på det stora värdet av olika samarbeten, och att det finns ett stort intresse bland mathantverkare att samarbeta över gränserna såväl i Sverige som med sina nordiska kollegor.

Samverkan mellan mathantverkare, samarbeten mellan mathantverkare och aktörer inom andra branscher och mathantverkare och konsumenter som har en nära relation. Alla dessa varianter har på olika sätt visats under projektets gång, och visar på styrkor och mervärden för alla inblandade parter.

Vad händer med verksamheten när projektet avslutats?

Eldrimner kommer att fortsätta anordna aktiviteter för konsumenter med syfte om att sprida kunskap om, och öka efterfrågan på mathantverk.

Möjligheten att NAFA nu lever vidare inom TMN:s arrangörsparaply är stor. Funderingar finns redan på att evenemanget ska arrangeras av annan aktör i annat nordiskt land år 2024.

Eldrimners nätverk i Norden kommer fortsatt att bidra till olika former av utbyte mellan mathantverkare i hela regionen. T ex studieresor och samarbeten kring produktion och försäljning.

Hur har du spridit projektets resultat?

Artiklarna som producerats under projektperioden har publicerats i Eldrimners tidning Mathantverk nr 2-3/2022 med en upplaga på 15 000 exemplar.

Artiklarna finns publicerade på webbsidan eldrimner.com. Webbsidan hade år 2021 106 877 unika sessioner. Perioden 1 januari – 31 juli 2022 hade webbsidan haft 59 100 besökare, statistik för augusti-december 2022 finns ännu ej tillgänglig, men vi gör bedömningen att den bör ligga i samma nivå som 2021.

Delar av resultatet har publicerats och spridits via olika inlägg i Eldrimners sociala medierkanaler:

Facebook: 8100 följare. <https://www.facebook.com/eldrimnermathantverk/>
Instagram: 7313 följare. Eldrimnermathantverk och #eldrimnermathantverk

Vilka rekommendationer skulle du ge till andra som vill genomföra liknande projekt?

Vikten av att även på projektledningsnivå visa på möjliga samarbeten för att gemensamt lyfta målgruppen och dess intresse. Styrkan i att kunna nyttja varandras nätverk för att nå större spridning gynnar målgruppen.

Övriga resultat och effekter

Förväntas några resultat eller effekter utöver de som redovisats ovan?

Eventet Terra Madre Nordic anordnas igen 2024 i Västnyland, Finland. Sannolikt kommer någon form av mathantverksmarknad att anordnas på Stora skuggan i Stockholm runt samma datum 2023 som årets event ägde rum.

Flera samarbeten mellan producenter och har inletts som en direkt följd av projektet. Projektet har också som planerat lett till att mathantverksföretag har fått kontakter som lett till nya försäljningskanaler.

För frågor gällande projektets genomförande:

Aleksandra Ahlgren

aleksandra@eldrimner.com

Tel : 010 225 33 57

