

Luonddu biebmu

Ollislaš sápmelaš biebмокultuvra

Naturens mat

Samisk matkultur utifrån en helhetsyn

Prošeaktačilgehus

Projektbeskrivning

borgemánnu 2012 - geassemánnu 2014

augusti 2012 - juni 2014



Slow Food® Sápmi

Innehåll

Sammanfattning av SAMISK MATVISION	3
1. Bakgrund	4
2. Projektnamn	5
3. Projektidé	5
4. Erfarenheter från tidigare projekt	5
5. Projektansvarig	5
5.1 Projektägare	5
5.2 Projektledning	6
6. Syfte och Målgrupp	6
6.1 Stödriktning	6
6.2 Övergripande syfte	6
6.3 Målgrupp	7
7. Projektets Mål	7
7.1 Mål	7
Resultatmål	
Effektmål	
Aktivitetsmål	
7.2 Strategi	7
Matnätverksutveckling	8
Produkter och marknad utifrån samisk kultur	9
7.3 Jämställdhet	12
7.4 Koppling till andra projekt	12
8. Genomförandeplan	12
8.1 Tids-, Aktivitets- och kostnadsplan	12
8.2 Slututbetalningsplan	13
9. Plan för resultatredovisning	13
10. Kostnadsbudget	13

Sammanfattning av Samisk matvision

Den samiska maten är central för den samiska identiteten och för en levande samisk kultur. Naturens villkor och årstider styr utvecklingen av mattraditionerna. Det är gemensamt för urfolk över hela världen och en källa till inspiration och hållbar utveckling.

Ren natur och samisk livsmiljö

Den samiska matkulturen utmärks av naturliga säsongsvariationer och styrs av den periodvisa tillgången till ren, älg, fisk, fågel och småvilt, bär, örter och växter. Samisk mat har ursprung i ett äldre samhälle av jägare och samlare, som i senare tid har övergått till tamrenskötsel i kombination med jakt, fiske.

Den samiska natursynen tar sig uttryck i varsamma relationer mellan människor, natur och djur. Den genomsyrar all samisk traditionell kunskap och är vägledande för all utveckling av samiska näringar. Om naturen förstörs, skadas också kulturen. Balanserad näringslivsutveckling sker genom småskaliga ekologiskt och socialt hållbara lösningar, iakttagande av biologisk mångfald, lokal förvaltning av naturresurser och ansvarsfull konsumtion. Hållbar ekonomisk tillväxt sker med klimatsmart teknik, effektivt naturbruk och miljövänlig resursförbrukning.

För att stärka den samiska matkulturens ställning är det nödvändigt med en revitalisering av samisk matkultur så att den kan både bevaras och utvecklas för framtiden. En grund för den samiska matens goda kvalitet är ren natur och en livskraftig och hållbar samisk livsmiljö. Maten ska produceras hantverksmässigt och hälsosamt. Nyttjandet av naturresurserna ska anpassas till flexibel balans mellan vad naturen kan ge och vad den kan ta utan att det leder till utarmning av jorden eller negativ förändring av klimatet och ekosystemen. Samisk mat ska finnas med vid varje tillfälle då samiska frågor behandlas. I stora sammanhang såväl som på lokal nivå bildar den kontaktyta i mötet med omvärlden. Samisk matkultur är en grundläggande del i vad som skapar bilden av det samiska. Arbetet med att främja samisk matkultur ska öka möjligheten att skapa samarbete med andra urfolk och bli en förebild för hela världen.

För att behålla kvaliteten ska samiska producenter hålla fast vid traditionellt naturbruk och naturbete och producera mat som är klimatsmart, etisk och hälsosam. En grundförutsättning för produktion av god samisk mat är självbestämmande över marker och naturresurser, som till exempel arealer med renbete, bär och örter, bestånd av vilt och vattendrag med fisk. En revitalisering av samisk mat innebär att makten över markerna, naturbruket, maten och matpriset ska ökas. Det är även innebörden i det globalt använda begreppet matsuveränitet hos urfolk världen över i kampen för rätten att definiera urfolks egen livsmedelspolitik. Den är en mänsklig rättighet byggd på självbestämmande. Slow Food-rörelsen har införlivat begreppet som ett kraftfullt koncept för utveckling av eftersatta regioner i en systemförändring riktad mot massproducerad industrimat och globalisering av vår livsmedelsförsörjning.

Samisk traditionell kunskap, árbediehtu, är vägledande för utveckling av samisk mat. Det är en kunskap, som bygger på en helhetssyn och samverkan mellan människa och natur i kontrast till det marknadsdominerade mekaniska tankesystemet. Urfolk världen över understryker att makten över den kunskap man äger ska bibehållas hos folket självt. Det är innebörden i begreppet kunskapssuveränitet, som används i den globala kampen för rättvis handel. Makten över maten förutsätter erkännande av urfolks omistliga rätt att fritt utöva, anpassa och utveckla sin traditionella kunskap under det att dess identitet och kultur respekteras. Grundläggande är till exempel att företag ska förhindras ta kontroll över den traditionella kunskapen och att den inte ska kunna kopplas samman med otillbörlig makt genom kommersialisering, privatisering eller patentering.

Organisation

Sametinget har tillsammans med Slow Food Sápmi, Renlycka och VisitSápmi vid Samernas Riksförbund samt Samernas utbildningscentrum utarbetat grunden till Samisk matvision. Utifrån Samisk matvision ska konkreta matprojekt förverkliga och utveckla den samiska maten som en viktig näring och kulturbärare. De olika projekten knyts samman med visionens andemening och konkret genom att projektledarna utgör en gemensam ledningsgrupp för Samisk Matvision. Strategiskt bör utrymme finnas för de olika projektens styrgrupper att medverka i den gemensamma utvecklingen.

1. Bakgrund

Slow Food är en världsomspännande ekogastronomisk rörelse där matkultur i vid bemärkelse står i centrum. Gott, rent och rättvist är rörelsens tre ledord.

Gott - för att mat och dryck ska njutas, inte bara vara ett sätt att snabbt få näring.

Rent - för att mat och dryck inte ska innehålla gifter och för att produktionen inte får skada miljön.

Rättvist – för att bra mat är en rättighet för alla och för att de som producerar mat och dryck ska ha drägliga arbets- och livsvillkor.

Internationellt arbetar Slow Food-rörelsen för ekologisk produktion, bevarandet av lokala och regionala matkulturer och utvecklingen av ett bruk av jorden som varken utarmar jorden eller människorna som brukar den.

Terra Madre är ett stort forum som samlar deltagare i hela livsmedelskedjan som tillsammans stödjer idén om ett uthålligt bruk av marken, fiske och matproduktion med målet att bevara den biologiska mångfalden. Indigenous Terra Madre samlar alla ursprungsfolk i hela världen för att bl.a. manifestera den kunskap som finns att leva och producera mat utifrån naturens villkor.

Samerna har samarbetat med Slow Food International sedan 2003 med presidiprojektet Suovas vilket ledde till att det rökta renköttet Suovas blev världskänt som en traditionellt producerad produkt som både är välsmakande och nyttig.

Slow Food Sápmi bildades 2008 för att organisera den alltmer tydliga efterfrågan från samiskt håll på utvecklingsarbete kring samisk mat som helhet, både vad gäller att ta tillvara alla traditionella produkter från naturen samt att arbeta med utveckling med all sorts matföretagande. Slow Foods filosofi om Ren, God och Rättvis mat passar också väl in i samisk filosofi att naturens villkor och helhetssyn ska råda i vårt liv, i vår verksamhet och kultur för att kunna producera ren och nyttig mat.

Behovet av Slow Food Sápmi visade sig omedelbart med en god tillströmning av medlemmar redan det första året. Organisationen har idag över 100 medlemmar från hela Sápmi. De flesta från Sápmi på svensk sida medan medlemsantalet är ökande både på norsk och finsk sida. Kontakter finns också på rysk sida där det finns ett stort behov av organisations- och utvecklingsarbete.

Slow Food Sápmi är med andra ord redan idag en viktig aktör i Sápmi som arbetar med samisk mat utifrån en helhetssyn där kultur, ren miljö, traditionell kunskap, företagande och rätten till vårt land är nyckelbegrepp.

I Sametingets Samisk matvision betonas följande vad gäller utvecklingen av samisk matkultur:

"Samisk traditionell kunskap, árbediehtu, är vägledande för utveckling av samisk mat. Det är en kunskap, som bygger på samverkan mellan människa och natur i kontrast till det marknadsdominerade mekaniska tankesystemet. Ur folk världen över understryker att makten över den kunskap man äger ska bibehållas hos folket självt. Det är innebörden i begreppet kunskapssuveränitet, som används i den globala kampen för rättvis handel. Makten över maten förutsätter erkännande av urfolks omistliga rätt att fritt utöva, anpassa och utveckla sin traditionella kunskap under det att dess identitet och kultur respekteras. Grundläggande är till exempel att företag ska förhindras ta kontroll över den traditionella kunskapen och att den inte ska kunna kopplas samman med otillbörlig makt genom kommersialisering, privatisering eller patentering."

2. Projektnamn

Luonddu biebm, Ollislas Sápmelas biebmokultuvra / **Naturens mat**, Samisk matkultur utifrån en helhetssyn.

3. Projektidé

Projektet ska utveckla en grundläggande samisk matfilosofi genom samiskt traditionell kunskap för att därifrån vidareutveckla produkter och det samiska matföretagandet. Utveckling av fungerande nätverk över hela Sápmi samt internationellt med andra urfolk är en viktig del i detta projekt. Företagsutveckling via sammankoppling av samisk mat och turism är viktig för att bygga upp en ekonomi kring den samiska matkulturen. På det sättet kan också utvecklingen styras av samerna själva utifrån värdena i den samiska kulturen.

4. Erfarenheter från tidigare projekt

Slow Food Sápmi har under 2008-2011 drivit projektet Indigenous Terra Madre i samarbete med Slow Food International och Slow Food i Sverige. Projektet hade inriktningen att skapa ett urfolksnätverk över hela världen utifrån urfolkens matkultur och produktion utifrån naturliga förutsättningar samt matsuveränitet. Konferensen Indigenous Terra Madre i Jokkmokk 17-19 juni 2011 var slutmålet då över 150 urfolksdelegater samt drygt 200 observatörer träffades för att utbyta erfarenheter och skapa en gemensam plattform för vidare arbete mellan urfolken samt andra folk, institutioner, organisationer m.fl. som har samma inställning till naturens mat som urfolken.

Projektet och konferensen visar på vikten av internationella kontakter och samarbete med andra urfolk vilket stärker oss alla i skyddet av vårt land och våra traditioner. Genomförandet visar också på vikten av utvecklingsarbete med den egna matkulturen med tanke på traditionell kunskap, ren natur, marknadsutveckling och kontroll över de egna produktionsresurserna såsom den mark maten produceras på.

5 Projektansvarig

5.1 Projektägare

Projektet kommer att ägas av Slow Food Sápmi som också ska ansvara för drift och organisering av projektet.

5.2 Projektledning

För genomförandet av projektet tillsätts en styrgrupp med uppdrag att på strategisk nivå besluta om projektets inriktning i enlighet med projektets mål, syfte och budget.

För ledningen av projekt tillsätts en projektledare. Projektledaren ska ha uppdraget att leda projektets aktiviteter enligt projektplanens uppställda målsättningar samt budget. Projektledaren rapporterar till styrgruppen samt ansvarar för att planera, administrera samt tillsätta de interna och externa resurser som behövs.

6. Syfte och Målgrupp

6.1 Stödiriktning

Projektet har behov av stöd enligt följande:

- Nätverksutveckling riktad mot samiska mat- och turismföretagare genom information, faktaframtagning och aktivitetsarrangemang samt kompetensutveckling i form av kurser, seminarier och studieresor.
- Produktutveckling via Ark och Presida av traditionella produkter samt utveckling av kvalitetssäkring via restaurangpremiering m.m.
- Företagarutveckling via mat och turism.
- Projektledning i form av projektledare, styrgrupp samt extern kompetens.
- Deltagande på mässor, marknader m.m. både inom och utanför Sápmi.
- Investering i utrustning såsom dator m.m. för kontoret, marknadsföringsmaterial m.m.

6.2 Övergripande syfte

Syftet är:

Att arbeta med idén om Sápmi som matland för att uppmärksamma samiskt matföretagande med utgångspunkt från samisk kultur och förnyelse och bygga nätverk, vidareutveckla och organisera samiskt mathantverk över hela Sápmi samt med andra urfolk.

Att medverka till kompetensutveckling genom kurser, seminarier, workshops och studieresor riktade till samiska mat- och förädlingsföretag samt samiska turismföretag men också till kockar/restauranger, butiker och konsumenter där det finns anknytning till samisk matproduktion.

Att utveckla produkter från traditionell samisk mathantverk och uppmärksamma dem via Slow Foods Ark- samt Presidia-system samt göra utvecklingsarbete kring premiering av restauranger anpassad till samisk matkultur, samiska mat- och turismföretag samt marknad.

Att arbeta med företagsutveckling kring samiska matföretag i kombination med turism gemensamt med samisk besöksnäring.

6.3 Målgrupp

Målgruppen är samiska aktiva och potentiella mat- och turismföretagare.

7. Projektets Mål

7.1 Mål

Resultatmål

(Kortsiktiga resultat)

- Ökad tillvaratagande och förädling av naturliga samiska matprodukter.
- Ökad nyetablering av samiska mathantverksföretag samt besöksnäring.
- Ökat antal arbetstillfällen inom samisk matföretagande samt besöksnäring.

Effektmål

(Långsiktiga effekter)

- Ett etablerat Slow Food Sápmi-nätverk med olika mataktörer inom hela Sápmi.
- Ett påbörjat arbete kring internationellt urfolksnätverk utifrån mat och dess produktionsförutsättningar.
- Att samiskt matföretagande i samarbete med samisk besöksnäring utvecklas till en viktig näring ekonomisk och kulturellt i det samiska samhället.

Aktivitetsmål

(Genomförda aktiviteter)

Projektet har målet att arrangera

- Minst fem kompetensutvecklingsinsatser i form av kurser, seminarier, workshops m.m. med inriktning på traditionell matkunskap, produkter, produktion, marknadsföring samt skapande av företag och affärsmöjligheter.
- Minst tre möten för att skapa nätverk och samarbetsmöjligheter.
- Minst fyra marknadsförings- och studieresor inom Sápmi samt övriga världen för kompetensutveckling samt skapande av kontakter.

7.2 Strategi

Det finns ett behov att utveckla den samiska filosofin kring samiskt matföretagande och en ekologisk hållbar produktion för att etablera Sápmi som matland. Detta ska utgå från värdena i den samiska kulturen, naturen, livskvalitet och den traditionella kunskapen för att uppnå matsuveränitet, långsiktig hållbarhet kulturellt, miljömässigt och näringsmässigt. Slow Foods övergripande filosofi Gott, Rent och Rättvist ger ytterligare en dimension i utvecklingen av den samiska matfilosofin.

Matnätverksutveckling

Sápmi är geografiskt stort men den samiska kulturen och de moderna kommunikationsmöjligheterna stärker de kulturella banden. Detta är en viktig utvecklingspotential tillsammans med den samiska traditionella matkulturen för att bygga ekonomi företagande och nätverk. Ett samarbete stärker oss alla i bevarandet av våra matkulturer med bas utifrån en ren natur och utifrån behovet av matsuveränitet där kontroll över det egna landet är nyckeln till framtida utveckling. Sápmi är också en del av världens urfolk med i princip samma naturfilosofier samt hotade av exploaterande länder och företag. Med anledning av det av Indigenous Terra Madre påbörjade urfolkssamarbetet utifrån urfolkens matkulturer behövs ett aktivt nätverkbyggande och skapande en hållbar organisering kring detta.

Sametingets Samisk matvision skriver följande:

"För revitalisering av samisk matkultur behöver man uppvärdera den traditionella samiska kunskapen ytterligare. Genom omvandlingen av det samiska samhället och anpassningen till modernt kosthåll har den naturliga traditionsöverföringen sviktat. Dokumentation av traditionell kunskap utgör därför en grund för utveckling av samisk mat. "

"För att bredda kompetensen behövs kunskapsutbyte med andra urfolk. I Canada och USA finns universitet och högskolor med urfolksutbildningar i traditionell kunskap. Stora framgångar har uppnåtts genom specialisering på kulinariska upplevelser och resor, vilket är grundläggande för kvalificerad kunskapsutrustning. Kontakter kan också upprättas med universitet och högskolor knutna till Slow Food."

Utveckling av nätverk i Sápmi samt med andra urfolk

Utveckling av nätverk av samiska mat- och turismföretagareföretagare i hela Sápmi på svensk sida samt på norsk, finsk och rysk sida. Nätverksbygget ska utgå från intresse och vikt t.ex. utifrån branschriktningar såsom samiska restauranger, renköttproducenter och samisk mat kopplad till besöksnäring.

Aktiviteter görs för att samla samiska kockar m.fl. samiska matexperter för ett särskilt utvecklingsrådslag kring samisk matutveckling. Utveckling av nätverkbyggande genom seminarier för befintliga och potentiella matföretagare för erfarenheter, skapa affärskontakter med tanke på produkter, produktionsresurser och marknad. Konkret samarbetsutveckling mellan samisk besöksnäring, matförädlare, restauranger m.fl. utifrån kvalitetsmål från Sápmi Experience, Slow Food-premiering av restauranger samt Renlycka certifierat renkött. (Se *Företagande och marknadsföring kring samisk mat och turism/besöksnäring* nedan)

Ett mål är att utse samiska matambassadörer som ska ha en gedigen samisk matkunskap och vara representanter för kompetensutveckling och marknadsföring av samisk matkultur och Sápmi som matland. Uppsökande verksamhet och samarbetsinitiativ t.ex. via sameföreningarna för att öka både kunskapen och engagemanget för samisk matkultur och i förlängningen samiskt matföretagande. Utvecklingsseminarier och kortkurser är lämpliga metoder för att skapa möjligheter för fler samer att bidra med sin kunskap till samisk matföretagarutveckling.

Kompetensutveckling genom seminarier och kurser för företagarna om naturanpassad produktion, naturprodukters egenskaper, hälsosam mat samt tillvaratagande av resurser i naturen, produktion, förädling m.m. både av örter, kryddor, bär, kött, fågel och fiskprodukter m.m. Samarbete med Samernas Utbildningscentrum, samisk besöksnäring samt med andra kursanordnare.

Kompetensutveckling i marknadsföring av naturanpassad produktion, hälsosam och högkvalitativ mat. Marknadsföringen kopplas bl.a. till produkternas unikititet via storytelling. Detta i samarbete med VisitSápmi och Renlycka.

Studiebesök hos andra producenter inom och utom Sápmi är viktigt i ett utvecklingsarbete. Deltagande vid olika mässor och marknader för marknadsföring och kompetensutveckling, t.ex. Jokkmokks marknad, Lopme Naesti i Funäsdalen, Smaklust i Stockholm, Salone del Gusto i Turin m.fl.

Studieresor och deltagande vid internationella sammankomster är viktiga för att utveckla kunskapen kring både dokumentation och självstyrd utveckling.

Indigenous Terra Madre i Jokkmokk i juni 2011 ledde till ett omfattande kontaktskapande kring samsamarbetsmöjligheter mellan urfolken, från övergripande nätverksbyggande till konkreta utvecklingsprojekt. Målet är att konkretisera utbytet av ursprungsfolkens matkulturer och att skapa nya utvecklingsprojekt. Underlag tas fram för att söka finansiering till konkreta samsamarbetsprojekt med andra urfolk. Detta bidrar till en global utveckling av matkulturturism. En naturlig samsamarbetspartner är Visit Sápmi som arbetar med utveckling av samisk besöksnäring med ett långsiktigt hållbart perspektiv. (Se *Företagande och marknadsföring kring samisk mat och turism/besöksnäring* nedan)

Uppdraget från ITM-konferensen är också att arbeta med utveckling av dokumentationsutveckling av urfolkens naturkunskaper och matprodukter- ett Indigenous Ganaries of Memories. (Se *Produktutveckling* nedan) Kontakter tas med Slow Food international samt det urfolknätverk som finns för att påbörja arbetet bl.a. med bildande av ITM Working Group med urfolks-representanter. Det mesta av kontaktskapandet kan ske via elektronisk kommunikation men behov finns även för fysiska möten med både Slow Food International och urfolksrepresentanter. ITM Working Group kan sedan söka egen finansiering för det fortsatta arbetet med urfolksnätverket.

Deltagande vid Terra Madre i Turin 2012 samt ett eventuellt Indigenous Terra Madre är viktigt för att bygga vidare på de urfolks- samt mathantverksnätverk som påbörjats.

Produkter och marknad utifrån samisk kultur

Sametingets Samisk matvision skriver följande:

"Ett framgångsrikt sätt att skapa tillväxt för samiska förädlare av mat är produktutveckling. Inför framtiden är utmaningen att identifiera nya och lönsamma produkter, öka bredden på utbudet och göra produkterna attraktivare."

"En stor potential ligger i samisk mat kopplad till utveckling av samiska turismprodukter. Inom kunskapsturism är maten en del av aktiviteterna som till exempel att lära sig att förstå samisk matlagning, samiska matupplevelser och samisk livsmiljö."

Produktutveckling

Ur Slow Food synpunkt kan särskilt bevarade och/eller produkter med utvecklingsmöjligheter utnämnas som **Presidia eller Ark- produkter**. För vissa produkter kan vidare finansiering sökas för skapande av Presidiaprojekt. Kravet för detta är att de traditionella produkterna har bra kvalitet både som livsmedel och har potential att bidra till ekonomin genom att etableras på marknaden. Ett utvecklingsarbete görs tillsammans med samiska matföretag för produkter och marknad för att utse ARK- och Presidiaprodukter i enlighet med Slow Foods system för att uppmärksamma unika produkter.

Detta kan förutsätta att visst dokumentation- och utvecklingsarbete måste göras kring traditionella naturprodukter och produktionsmetoder, t.ex. genom litteraturstudier och undersökningar angående dokumentation av traditionell kunskap, samiska mattraditioner samt matprodukter.

Slow Food har ett pågående dokumentations- och utvecklingsarbete kring traditionell mat för att skapa en kunskapsbank för framtiden - Granaries of Memories. Efter diskussioner vid ITM, juni 2011 i Jokkmokk framkom behovet av ett Indigenous Granaries of Memories – som dock behöver utvecklas utifrån urfolkens egna villkor så att urfolken själva kan behålla kontrollen mot exploatering från yttre krafter.

Detta passar väl in i utvecklingsarbetet som syftar till att få ekonomi i de små matföretag som finns på olika håll i Sápmi. Det traditionellt rökta renköttet Suovas är Presidia sedan 2004 vilket har lett till att Suovas blivit välkänt som en av världens bästa matprodukter. Ett utvecklingsarbete kring Suovas ska göras både för översyn av kriterierna samt för engagemang av fler Suovas Presidia-producerande samiska förädlingsföretag.

Utvecklingsarbetet med högkvalitativa samiska matprodukter har ett direkt samband med Slow Foods koncept med **premiering av restauranger och andra matföretag** som håller hög matkvalitetsnivå på menyn utifrån äkta och högkvalitativa matråvaror. Ett utvecklingsarbete ska göras med premieringskonceptet kring samisk mat av restauranger både om kraven för Slow Food Sápmi-premiering samt hur arbetet ska genomföras långsiktigt strategiskt.

Premieringen ger en kunskapshöjning hos restaurangerna och bland konsumenterna vilket ger större efterfrågan på högkvalitativ natur- och lokalproducerad mat. Det i sin tur ger större efterfrågan på produkterna hos de samiska förädlingsföretagarna. I samband med det görs ett aktivt arbete med premiering av restauranger inom Sápmi. Samordning med samisk besöksnäring görs med tanke på att samisk mat är en viktig del i turistföretagens produkter.

Om det visar sig finnas behov utifrån utvecklingsarbetet med samiska produkter tas initiativ för att söka produktskydd från EU för samiska speciella produkter genom Skyddad ursprungsbeteckning (SUB), Skyddande geografisk beteckning (SGB) eller Garanterad traditionell specialitet (GTS). Här är ett samarbete med projekt Renlycka och Samernas utbildningscentrum naturligt.

Företagande och marknadsföring kring samisk mat och turism/besöksnäring

För att skapa konkreta samarbeten med nya affärsmöjligheter kring samisk matföretagande kopplas matproduktionsföretagen samman med den samiska turismsatsningen. Utvecklingen kring mat och turism är också helt i samklang med den Matlandet-satsning som görs för en matföretagsutveckling lokalt kopplat till skapande av en marknadsföring globalt.

Utvecklingsarbete kring måltidupplevelser gemensamt med samiska turismföretagare ger både bättre samarbete och marknadsutveckling lokalt och ger möjlighet till både matproducenten och turistföretagaren att komma ut på en större marknad.

Genom att skapa reseupplevelser i Sápmi kring mat, natur och kultur vill vi att turister kommer till Sápmi för att möta samisk matkultur genom förädlare av renkött, samiska restauranger, andra matproducenter och samiska turismföretag. Projektet ska fungera som kvalitetssäkrare och utvecklare av samisk matturism och skapare av försäljningskanaler till turismkonsumenter.

Projektet kommer att arbeta med tre kvalitetssäkringssystem som redan är förankrade i den samiska företagsvärlden. SlowFood Sápmi-premieringen av restauranger säkerställer att de som erbjuder samiska matupplevelser lever upp till kvalitetskrav avseende måltiderna och matprodukterna. Även Presidia- och de eventuella Ark-produkter som utses tillkommer som kvalitetsindikatorer. Sápmi Experience säkerställer att de samiska turismföretagen erbjuder högkvalitativa upplevelser, fungerar med god samisk värdegrund och är långsiktigt hållbara. Renlycka kvalitetssigill säkerställer att renköttet är producerat utifrån god djuromsorg, naturbetad ren samt med hög produktkvalitet från samiska förädlingsföretag.

Alla dessa system kommer också att användas för att utveckla affärsverksamheten mellan de samiska företagen och gemensamt kunna presentera högkvalitativa produkter utåt för att nå rätt marknad.

Arbetsmetod:

1. Identifiera samiska matföretagare som arbetar med eller som vill börja arbeta med besöksnäringen. Identifiera även besöksnäringföretagare som vill börja arbeta med mat.
2. Tillsammans med intresserade företag analyseras: lämpliga produkter, kvalitetssäkring, målmarknader och marknadsaktiviteter.
3. Utbildningsinsatser och annan kompetensutveckling.
4. Ett samiskt matnätverk etableras för produktutveckling, kunskapsöverföring och marknadsaktiviteter med integrering av turismföretagandet för att skapa samverkan.
5. Gemensamma marknadsaktiviteter planeras och genomförs.

Hela denna del genomförs i nära samarbete med Visit Sápmi som ett pilotprojekt där utveckling av samisk matföretagande och samisk turismföretagande kopplas ihop med nätverksbyggande från produktutveckling, näringssamarbete, kvalitetssäkring till marknadsföring och försäljning.

7.3 Jämställdhet

Projektet kommer att aktivt arbeta med lika villkor för kvinnor och män i utformningen av aktiviteter samt i rekryteringen av deltagare och aktiva i projektet.

7.4 Koppling till andra projekt

Samarbete ska utvecklas med Sametinget och dess matvisionssatsning, SSR med olika utvecklingsprojekt, Gaaltije och andra samiska organisationer och institutioner i hela Sápmi. Även olika utbildningar- och forskningsmiljöer såsom Samernas utbildningscentrum, Slow Foods universitet i Braa i Italien, Umeå universitet m.fl. Matresurscentra utanför Sápmi är viktiga samarbetspartners såsom Eldrimner och Slow Food convivier i hela nordnorden samt olika regioner i Sverige med Matlandets satsningar och matprojekt m.m. Samarbete kommer också att sökas internationellt med Slow Food international och dokumentationsprojektet Granaries of Memories samt med olika urfolksprojekt vad gäller utveckling av mat m.m.

8. Genomförandeplan

8.1 Tids-, aktivitets- och kostnadsplan

Tid	Aktivitet	Kostnad
Aug -12 - mars 13	Planering, Investering i utrustning, rekrytering av personal, ledamöter i styrgruppen m.m.	Styrgrupp Investeringar Administration Resor, Arvoden Lokaler
Sept -12 – juni -14	Projektledning, planering och genomförande	Personal, Styrgrupp Resor, Arvoden Extern kompetens Administration Lokaler
Dec -12 - mars 14 Sept -12 – maj -14 Okt -12 – maj -14	Nätverksutveckling, utvecklingsrådslag m.m. Kompetensutveckling, kortkurser ,seminarier studieresor. Uppföljning ITM 2011, matsamarbeten, internationella möten.	Inventeringskostn. Seminarier, kurser Information, tryckning Extern kompetens Konferenskostn. Resor
Dec -12 – april -14 Dec -12 – feb -14 Sept -12 – april -14	Produktutveckl. Presidia och ARK-produkter, översyn Suovas. Konceptutveckling Slow Food Sápmi-premiering. Företagande och marknadsföring kring samisk mat o turism.	Extern kompetens Seminarier, kurser Trycksaker Resor Informationsmaterial Seminarier, kurser

8.2 Slututbetalningsplan

Ansökan om slutbetalning inlämnas senast 2014-11-30.

9. Plan för resultatredovisning

Projektet kommer att ge ut ett elektroniskt nyhetsblad med jämna mellanrum som ska rikta sig till alla intressenter i den samiska matbranschen. Information kommer också att läggas ut på www.slowfood.sapmi.com. Även utgivning av tryckt information, annonsering och pressinformation sker vid speciella arrangemang eller händelser.

10. Kostnadsbudget

Kostnadsbudget i bilaga.

2012-07-14

OI-Johán Sikku
Slow Food Sápmi