

MINISTRY OF FOREIGN AFFAIRS OF DENMARK
 THE TRADE COUNCIL



STATUS PÅ REPRÆSENTATIONERNES PUBLIC DIPLOMACY INDICATOR

For Fødevareklyngen inden for ”Ny Nordisk Mad”

Australien

- November 2012: "State of Green", der afholdtes en "Cook Off"-session med smørrebrød m.m. med deltagelse af HKH Kronprins Frederik og firmaet "Scanpan" (stegepander og køkkenudstyr). TV-indslaget blev vist flere gange på de tre nationale TV-kanaler. Forventet markedsføring/dækning var i millionklassen i danske kroner.
- Oktober: 2011 med deltagelse af "Fine Food Guide"/"Good Food Month"/"Fairfax Media". René Redzepi/"NOMA" præsenterede over for eliten af kokke i Australien. PR/artikler i gourmetmagasin.
- November 2013: Samme tiltag med samme eksponering.
- Marts 2012: "Melbourne Food & Wine Festival – Nordic Culinary Arrangement" med deltagelse af René Redzepi, Christian Henriksen og Rosio Sanchez samt Visit Denmark, hvor målgruppen var restauranter, kokke, bloggere m.m.
- Blogger /Sophie Hansen – "Copenhagen Cooking" august 2013 i Danmark.

Argentina

- Den danske kok Simon Cederholm, som ejer og driver en nordisk restaurant i Brasilien, deltog i april 2012 i "Top Chefs i O. Fournier" med deltagelse af kokke fra hele verden. Simon Cederholm tilberedte mad sammen med den anerkendte spanske kok Nadia Haron. Arrangementet blev afholdt på vingården O. Fournier i Mendozaprovinsen med deltagelse af den danske ambassadør og minister for turisme i provinsen, Javier Espina.
- Ligeledes afholdtes i april 2012 en middag for særligt inviterede på den eksklusive restaurant Chila i Buenos Aires. Simon Cederholm var igen inviteret til at lave nordisk mad med lokale råvarer. Ideen var at synligøre de flotte internationale resultater, som danske kokke og restauranter har modtaget i den seneste tid og promovere konceptet bag "Ny Nordisk Mad".
- Målgruppen for begge events var argentinske kokke, restaurationsbranchen, den gastronomiske elite, fødevarereproducenter, journalister og politikere. Projektet var en del af ambassadens kulturelle aktiviteter i forbindelse med det danske EU-formandskab i første halvår af 2012 og fik betydelig dækning i medierne.

Bolivia

- Den danske ambassade i Bolivia har siden 2012 ydet støtte til den bolivianske madbevægelse "Movimiento de Integración Gastronimico Boliviano" (MIGA), der har som erklæret mål at genopdage og promovere det traditionelle bolivianske køkken samt udbrede kendskabet til innovativ brug af det store udbud af bolivianske råvarer. MIGA bygger på ideologien bag den succesfulde bevægelse bag "ny nordisk mad". MIGA er som bevægelse blevet etableret med moralsk og finansiell støtte fra blandt andet Claus Meyers "Melting Pot Foundation" og den danske NGO Ibis. Claus Meyer har ligeledes ved flere lejligheder deltaget i MIGAs arrangementer, herunder som oplægsholder på den årlige madfestival TAMBO. Den bolivianske afdeling af Meltingpot Foundation er desuden medejer af den bolivianske restaurant Gustu, der som medlem af MIGA arbejder ud fra helt samme principper og idelogi som NOMA – at genopdage stoltheden ved og udforske det uudnyttede potentiale inden for traditionel madkultur og produktion – i denne sammenhæng den bolivianske. Gustu omfatter desuden et udviklingselement, idet de fleste ansatte på Gustu er marginaliserede unge, der ud fra mesterlære-princippet får en basisuddannelse som kok, tjener og/eller bartender.
- Effekt: TAMBO er på nuværende tidspunkt Latinamerikas 5. største madfestival, og festivalen får løbende omtale både i nationale og internationale medier. Gustu er netop blevet udråbt som Sydamerikas bedste restaurant, hvilket har resulteret i stor international eksponering dels af Gustu, dels af MIGA og ideologien bag.

Senest har det bolivianske landbrugsministerium taget ideologien og rationalet bag MIGA til sig. Med assistance fra MIGA og Danida ønsker man at iværksætte et langsigtet, strategisk arbejde med henblik på promovning af bolivianske produkter, madkultur og traditioner.

- Potentiale: MIGA er et utraditionelt, men interessant bud på mulighederne inden for eksport af dansk mad, kultur og værdier. Potentialet inden for denne niche er dog nok begrænset, hvorimod mulighederne inden for eksport af dansk knowhow, teknologi og innovation inden for primær produktion og forarbejdning af fødevarer vurderes at have et vist potentiale. Denne vurdering er baseret på det faktum, at Bolivia fortsat er karakteriseret ved en på nuværende tidspunkt begrænset konkurrencedygtig råvareproduktion med et stort uudnyttet potentiale både hvad angår nationale og internationale markeder.

Brasilien

- September 2012: "Cool Denmark"-arrangement, "Ny Nordisk Mad", med deltagelse af tre danske kokke (Nicolai Tram, Line Storm Hansen, Tommi Kondo Sasaki) i samarbejde med to lokale kokke (fra "Restaurante D.O.M.").
- Effekt: Både en del presseomtale og umiddelbart efter arrangementet en del efterspørgsel på danske fødevarer. Desværre er der et meget begrænset udbud af danske fødevarer i Brasilien. Desuden interesse fra flere lokale medier og kokke for at besøge Danmark.
- Potentiale: Det er umiddelbart vurderingen, at der er et stort uudnyttet eksportpotentiale, og at én af udfordringerne er logistikken og udbuddet af danske fødevarer. Ikke desto mindre formodes der stadig at være stor interesse for "Ny Nordisk Mad" og danske fødevarer.

Frankrig

- Deltagelse med dansk og nordisk stand på "Sirha"-messen i 2011, hvor danskeren Rasmus Kofoed vandt verdensmesterskabet for kokke. Den nordiske stand var et samarbejde mellem Danmark, Sverige og Finland. Ti virksomheder udstillede på den danske stand med servering af "Ny Nordisk Mad", der var besøgt af H.K.H. Prins Joachim og H.K.H. Prinsesse Marie, besøg af fødevareministrene fra Danmark, Sverige, Finland og Norge, og "Copenhagen Drummers" underholdt på standen. Brandingmæssigt var det en stor succes af flere årsager: Rasmus Kofoed vandt, og de andre nordiske lande var alle i top otte, messen besøgte af over 150.000 mennesker, og mange var forbi den danske stand. Der var også et ualmindeligt godt samarbejde de tre nordiske lande imellem. Projektet havde fået støtte af Nordisk Ministerråd.
- Samarbejde med restaurationskoncernen "Groupe Bertrand" i dennes "up-market" sandwichkæde "Bert's", som kørte en kampagne og markedsførte sandwiches og salater, som var udviklet af madskribenten Trine Hahneman og inspireret af nordisk mad.
- Effekt: Den interne vurdering af projektet har været positiv hos "Bert's", som også har beholdt visse af opskrifterne på sin menu.
- Samarbejde med restaurationskoncernen "Groupe Frères Blanc" om "Master Chef-klasser" i virksomhedens restauranter i "Maison du Danemark" på Champs-Élysées. Her har danske kokke været inviteret til Frankrig for at instruere restauranternes kokke i principperne om "Ny Nordisk Mad", således, at menukortet bedre kunne reflektere de seneste tendenser i det danske køkken. "Master-klasserne" fortsætter, og til marts kommer Jasper Kure fra "Orangeriet" til Paris og skal holde "Master Chef-klasser" om smørrebrød.
- Effekt: Menukortet er i højere grad inspireret af det nye nordiske køkken, hvor det tidligere var et mere fransk køkken med lidt nordisk input. Restauranterne ligger på Champs-Élysées og besøges af et stort antal gæster hver dag, som således bliver eksponeret for det nordiske køkken.

- To år i træk har ambassaden arbejdet sammen med de andre nordiske lande om en nordisk stand ved "Planête du Goût" - et arrangement, der arrangeres af landbrugsattachéerne i Paris, hvor hvert land udstiller sine typiske madvarer, og hvortil nøglepersoner inden for den franske fødevarer- og landbrugsverden inviteres. Forrige år deltog den franske fødevarer- og landbrugsminister og sidste år den franske vicefødevarerminister. Arrangementet holdes på skift i forskellige ambassadørboliger – forrige år i den amerikanske, sidste år i den britiske. Det er et ressourcetungt arrangement, som giver en høj branding-effekt, specielt i den diplomatiske og politiske verden. Den nordiske stand har begge år været langt den mest ambitiøse og spændende på grund af et ualmindeligt godt samarbejde mellem de nordiske lande.
- Effekt: Der skal mere end nogle få tiltag til at opbygge et nationalkøkkens brand. Generelt må det siges, at der er et forholdsvist lavt kendskab til "Ny Nordisk Mad" blandt almindelige franskmænd. Ovenstående tiltag har alle en effekt, men der har ikke været meget presse om det nye nordiske køkken i Frankrig. Der er heller ikke franske restauranter, der dyrker "Ny Nordisk Mad" som tema. Det er således begrænset, hvor meget franskmændene har været eksponeret for det nye nordiske køkken. Kendskabsniveauet blandt professionelle franskmænd i kokkeverdenen er imidlertid meget højt
- Der er i Frankrig for øjeblikket en meget stor interesse for Danmark og alt, hvad der er dansk. Missionerne har derfor et 'window of opportunity', der så vidt som muligt udnyttes til at promovere det nye nordiske køkken.

Spanien

- De danske repræsentationer i Spanien etablerede i 2007 et samarbejde med "Meyers Madhus" omkring etablering af kontakt til spanske supermarkeder med henblik på afsætning af særligt udvalgte luksusprodukter udarbejdet af "Meyers Madhus". I forbindelse med en prisoverrækkelse til Claus Meyer i Madrid ønskede man at udnytte den omfattende presseomtale til at igangsætte og promovere et set-up for salg til Spanien. Prisen for bedste kok i Danmark, blandt andet baseret på TV programserien "Smagen af Danmark", blev overrakt Claus Meyer på Spaniens vigtigste internationale konference "Madridfusión", der løb af stablen i januar 2007 i Madrid. Over 600 kokke og 400 journalister fra hele verden var til stede på konferencen. Claus Meyer er en anerkendt kok i Spanien, men har ikke formået at have succes med salg af sine produkter til spanske supermarkeder.
- Repræsentationerne i Spanien har p.t. en dialog med Økologisk Landsforening, der ønsker udarbejdet en undersøgelse om økologi i Spanien. Det spanske marked for afsætning af økologiske produkter er på trods af vækst stadig underudviklet. Men der er et stort potentiale, som danske virksomheder vil kunne udnytte i forhold til at afsætte deres produkter til spanske forbrugere. I forbindelse med det sidstnævnte er repræsentationen også i dialog med organisationen "Danish Farmers Abroad".
- Repræsentationerne i Spanien har markedsført et fremstød i forbindelse med Spaniens vigtigste og Europas tredjestørste fødevaremesse "ALIMENTARIA", som afholdtes i Barcelona den første uge i april 2014. Målgruppen var delikatesser- og gourmetfødevarerproducenter i Danmark.

Indien

- Ambassaden har arbejdet på at få Claus Meyer til Indien i 2013 blandt andet med henblik på at introducere konceptet "Ny Nordisk Mad. Kontakten til Claus Meyer kom i stand som en udløber af Eksportrådets tidligere aktiviteter i Danmark. Besøgsprogrammet indeholdt to "Chef's Table"/donormiddage i henholdsvis New Delhi og Mumbai med en høj kuvertpris, der, udover Claus Meyers honorar, var tiltænkt godgørende formål samt forskellige supplerende aktiviteter, herunder en mulig asiatisk sondering/lancering af den nye kokkeskole, som Claus Meyer

har medvirket til at etablere i Bolivia. Besøget måtte i planlægningsfasen desværre aflyses/udsættes på ubestemt tid.

Japan

- Gentagne visninger af TV-programmet "Scandinavian Cooking" på Japans største satellitkanal BS Fuji med 25 mio. seere (vist gennem hele 2010).
- Fremstød for fødevarer fra "Sammenslutningen af Danske Småøer", som tæller små og mindre virksomheder som Kernegården, Øhavets Syltetøj, Is fra Skarø, Biosynergy, Islands Organic, Læsø Salt, Meyers, Nordhavn Bryggeri og Krenkerup Bryggeri. Arrangementet var ikke lanceret som et fremstød for "Ny Nordisk Mad", men deltagerne faldt alle ind under denne kategori, og arrangementet har i høj grad givet inspiration til repræsentationens efterfølgende tiltag på området og var med til for alvor at skabe interesse for danske høj kvalitetsprodukter blandt de japanske indkøbere.
- Fælles nordisk Public Diplomacy fremstød; "Nordic Star Chefs in Japan" i oktober 2012, der blev gennemført i samarbejde med de fem nordiske ambassader i Tokyo og "Ny Nordisk Mad"-sekretariatet og Nordisk Ministerråd. Projektet blev gennemført med økonomisk støtte fra Nordisk Ministerråd og Public Diplomacy midler fra Udenrigsministeriet. Nordic@Nobu Chefs Collaboration Dinner i februar 2013, kokkesamarbejde mellem ambassadens kok og den verdensberømte Restaurant Nobu i Tokyo.
- Diverse japanske fagpressebesøg i Danmark med fokus på gastronomi og "Ny Nordisk Mad" blev gennemført med støtte fra Pressegruppen.
- For 2014 er der planer om en fælles nordisk opfølgning på "Nordic Star Chefs in Japan"-arrangementet – tovholdere på dette projekt er den norske og danske ambassade i Tokyo. Planen er at gennemføre et fælles nordisk "Ny Nordisk Mad"-arrangement med kommercielt sigte, dvs. direkte rettet mod afsætning af nordiske fødevarer i Japan. Arbejdsetemaet er "folkesundhed" med afsæt i studier, der har vist en sundhedsværdi af "Ny Nordisk Mad". Nordisk Ministerråd støtter ideen men har stillet forslag om at inkludere bæredygtighed også. Blandt andre har Arne Astrup allerede meldt sig som mulig foredragsholder. For at kunne realisere projektet, skal der dog stadig rejses den nødvendige finansiering.
- Effekt: De gennemførte "Ny Nordisk Mad"-aktiviteter har haft en stor positiv brandingværdi, og "Ny Nordisk Mad" har også vist sig at være en god døråbner for kontakt til det japanske detailmarked, hvor flere japanske importører har henvendt sig med interesse i at gennemføre nordiske fremstød og præsentere flere nordiske fødevarer på deres hylder.
- Japans mest eksklusive stormagasin er i dialog med ambassaden om at gennemføre et "Ny Nordisk Mad"-salgsarrangement i 2014, hvilket er direkte afledt af ovenstående aktiviteter.
- FOOD har været meget imødekommende i vores arbejde med skabelse af kontakter etc., men da de primært arbejder "in-bound", dvs. med aktiviteter i Danmark, har FOOD ikke kunnet bidrage til ovenstående aktiviteter i Tokyo. Repræsentationens primære sparringspartner har derfor været Nordisk Ministerråd og "Ny Nordisk Mad"-sekretariatet, der har bidraget med råd og vejledning gennem processen.

Kina

- Gennem samarbejde med "Bocuse d' Or Danmark" fik missionen kontakt til næstformand i bestyrelsen og kok John Kofoed, der i løbet af 2013 var i Kina tre gange og stod for følgende fire aktiviteter, der alle foregik på ambassaden i Beijing:
 - "Open Denmark Day" på ambassaden i Beijing: John Kofoed demonstrerede tilberedning af knap 3.000 smagsprøver til de 3.800 gæster.

- Under et promoveringsarrangement for Fyn arrangeret af bl.a. VisitDenmark serverede John Kofoed en menu, der var en kopi af den menu, der blev serveret til H.C. Andersens 75 års fødselsdag.
- "Danish Cuisine Experience": Mediearrangement som optakt til den danske fødevareministers ankomst til Kina: ca. 50 kinesiske medier – skrevne presse og fjernsyn var inviteret til at deltage i en demonstration af tilberedningen af en fire-retters menu med nordiske ingredienser lavet af John Kofoed.
- "Gourmet Dinner" med Carlsberg: John Kofoed serverede en middag afstemt til fire forskellige slags øl for Carlsberg Kinas øverste chefer og de førende kinesiske medier.
- I Shanghai blev der i november 2013 afholdt en Nordisk Design- og Innovationsuge, hvor der bl.a. også var fokus på "Ny Nordisk Mad". Her blev der afholdt et kokkeshow, og ved flere af arrangementerne havde danske fødevarer virksomheder stillet deres ingredienser til rådighed.
- Til promovering af danske fødevarer, uden alene at have fokus på det "nye nordiske" men i højere grad på kvalitet, fødevarer sikkerhed og bæredygtighed, har ambassaden arrangeret promoveringer på "Open Denmark Day" i Beijing, "Happy Denmark – Hello Guangzhou" i Guangzhou, lancering af internetsalg af danske fødevarer samt aktiv deltagelse ved fødevareministeren i en stor fødevaremesse i Shanghai.
- Alle aktiviteterne blev finansieret ved en kombination af de særlige "BRIK"-midler, betaling fra de deltagende virksomheder, særlige Public Diplomacy-midler samt gratis ydelser fra medarbejderne på ambassaden i Beijing og fødevareteamet i Kina.
- Effekt: Der er ingen tvivl om, at alle aktiviteterne har bidraget væsentligt til at skabe stor opmærksomhed om Danmark som gourmetland, dansk kokkekunst, danske råvarer og dansk fødevarer sikkerhed, idet de kinesiske medier og forbrugere har vist stor interesse herfor. Dette understreges af den massive pressedækning af arrangementerne.
- Det ville være meget nyttigt, hvis der kunne opnås støtte til promovering af flere generelle projekter vedrørende det nye nordiske køkken, som ville bane vejen for de mere konkrete virksomhedsinitiativer. Da kinesiske medier har stor interesse i området, ville det tillige være nyttigt, hvis der kunne opnås støtte til at bringe kinesiske journalister til Danmark.
- Missionerne forventer i 2014 at have arrangementer på alle de destinationer, hvor udenrigstjenesten er repræsenteret i Kina – dvs. Beijing, Shanghai, Chongqing og Guangzhou samt destinationer i tilknytning hertil, f.eks. Hangzhou og Chengdu.

Mexico

- Gallamiddag under D.K.H. Kronprinsparrets besøg til Mexico. Den danske kok Paul Cunningham og den mexicanske kok Enrique Olvera skabte en menu, der kombinerede elementer fra både det nye nordiske køkken og det mexicanske køkken for gallamiddagens 400 gæster. Begivenheden blev nævnt i de mexicanske nyhedsmedier og bidrog positivt til at brande det nye nordiske køkken.

Rusland

- 8-9. oktober 2012: H.K.H. Kronprinsesse Mary besøgte Skt. Petersborg som en del af "Green Denmark – Green Fairytale". I den forbindelse præsenterede H.K.H. Kronprinsessen "Ny Nordisk Mad" ved en reception på Grand Hotel Europe. Grand Hotel Europe serverede i forbindelse hermed mad fra det nordiske køkken, og den danske kok Rasmus Kronborg stod for en særlig dansk menu. Tv-indslag på Kanal 1 om Kronprinsessens besøg og "Ny Nordisk Mad".
- September 2013: Otte sider i Metroavisen dedikeret til Danmark i forbindelse med "Nordic Week". Herunder fokus på dansk økologisk mad og "Ny Nordisk Mad."

Singapore

- Ambassaden gennemførte i samarbejde med "WO-CO" to aktiviteter inden for fødevareresektoren angående det Nordiske Køkken i 2013: Dels invitation af Claus Meyer til Singapore Street Food Festival (juni 2013), hvor flere singaporeanske journalister deltog, dels invitation af singaporeanske journalister til "Copenhagen Food Festival 2013".
- Effekt: flere artikler i singaporeanske aviser og blogs om Danmark og danske restauranter. Konkret resultat af det Nordiske Køkken: Flere rejsegrupper fra Singapore har været i Danmark for at spise på "NOMA" og udforske det danske køkken.
- Delegation fra Singapore bestående af veterinærmyndigheder og importører arrangeret i samarbejde med brancheorganisationen Landbrug & Fødevarer for at møde danske leverandører af fødevarer, primært motiveret af singaporeanske myndigheders forståelse af, at Danmark har fødevarer af høj kvalitet og et højt niveau af fødevarer sikkerhed.
- I løbet af 2014 gennemføres i Singapore et fødevarer fremstød med deltagelse af den danske fødevarer minister med fokus på danske fødevarer samt et fremstød blandt danske fødevarer leverandører for at etablere et samarbejde med den største singaporeanske fødevarer distributør.

Slovenien - Balkan

- Ambassadøren i Ljubljana har givet et længere radiointerview, hvor det nye nordiske køkken blev omtalt som en del af branding af Danmark.

Storbritannien

- "The Embassy's 'New Nordic' Danish Yule Reception" – 2010:
I december 2010 afholdt ambassaden et julearrangement for ambassadens netværk med titlen "The Embassy's 'New Nordic' Danish Yule Reception", der havde til formål at fremhæve dansk design og det nordiske køkken i dets enkelthed og elegance. Den danske kok Trine Hahnemann, der anses for at være én af Skandinaviens mest populære kokke, var inviteret til at tilberede nordiske (danske) delikatesser til arrangementet (en fem-retters menu serveret som kanapéer). Læsø Salt, Tulip, Odense Marcipan og Danish Beer var med til at sponsorere arrangementet. Designeren Nina Tolstrup havde dekoreret ambassadørboligen, og der blev inviteret mad- og designjournalister til en forhåndsvisning af den pyntede residens. Der kom over 300 gæster til arrangementet.
- OL 2012 Fødevarer arrangement:
Under OL i London 2012 arrangerede missionen i samarbejde med "Food Organisation of Denmark" og "VisitDenmark" et fødevarer arrangement på "St. Katharine Docks". Under fødevarer dagene underholdt to hold kokke og kokkelærlinge bestående af "Gastronomisk Undergrund" fra Jylland og et hold kokkelærlinge fra København med spændende og anderledes kokkeshows og workshops. Der var hundredevis af besøgende på pladsen hver dag, og de fik mulighed for at se kokkene lave mad og smage retterne. Kokkene var fra førende danske restauranter, herunder Geranium, Skovshoved Hotel, Alberto K og Nose2Tail i Kødbyen.
- Promovering af "Ny Nordisk Mad" og dansk gastronomi:
Der har generelt været stor interesse for "Ny Nordisk Mad" og dansk gastronomi i Storbritannien, og missionen har gennem de seneste tre år løbende hjulpet med at promovere de tiltag, der har fundet sted i Storbritannien inden for området via ambassadens facebook, twitter, hjemmeside og nyhedsbrev.

Sverige

- Fokus på den almene eksportfremme af fødevarer til Sverige. Herunder blandt andet med assistance til det danske niche-slagteri Grambogård, der blandt andet er leverandør til "NOMA". Der er god interesse for slagteriets produkter i Sverige, og i forbindelse med interviews af køkkenchefer på stockholmske Michelin-restauranter, mærkede man en stor respekt for dansk gastronomi, ligesom referencen til "NOMA" var en tydelig døråbner.

Thailand

- Udsendelse af "NOMA"-artikel til lokale magasiner i Thailand. To førende magasiner valgte at bringe artiklen.
- I forbindelse med årlige basar-arrangementer i Bangkok promoveres det "Nye Nordiske Køkken" som en del af dansk kultur. Dette sker bl.a. ved omtale på nationale TV-stationer.
- Ambassaden arbejder på senere i indeværende år eller i begyndelsen af 2015 at arrangere et fremstød i Thailand. Her vil et af temaerne være fødevarer, og der vil være fokus på det nye nordiske køkken.

Tyskland

- Udgivelse af "Kennzeichen DK" særmagasin om økologi i Danmark.
- Formidling af food-journalister til gastro-events i Danmark.
- Økomesse på ambassaden.
- Bio-uge i kantinen.
- "Bornholm Gourmet" mad til cykelarrangement på ITB, "Bornholm Gourmet" mad til udstillingsåbning af "Bornholm-Messe" for tyske indkøbere.
- Jævnligt Facebook-news om fødevarer-temaer, f.eks. ny bæredygtig restaurant i København.