

## Nordisk Menyspråk

Harald Osa, + 47 90 53 15 14. [ho@norskmatkultur.no](mailto:ho@norskmatkultur.no)

360.000 DKK fra NNM. Sluttrapport: Legges ut etter at prosjektet vil presenteres i Oslo 23 april 2009



Et viktig element i det nordiske kjøkken er et godt menyspråk. Beskrivelsen av nordisk mat er utfordrende, for hvordan kommuniserer man Kalakukka, Jansons fristelse, Raspeballer, Lune Frikadeller og Plokksaltfiskur. Språket blir ofte internasjonalt, noe som fjerner den nordiske identiteten og selvfølelsen.

Gruppen som arbeider med Nordisk Menyspråk er sammensatt av ledende kjøkkensjefer fra alle de nordiske land og det er en stor enighet i gruppen om viktigheten av å finne gode språkformuleringer som bygger Nordisk mat og matkultur som merkevare og ikke minst kommuniserer dette på en slik måte at det fremstår som unikt og ekte. Menyspråket skal bidra til å skape identitet og god kommunikasjon rundt lokale, regionale, nasjonale og nordiske råvarer og retter.

Jeg har blitt overasket over den stoltheten og entusiasmen som de enkelte landsrepresentanter har vist i vårt arbeid. Man kunne forvente seg en viss uenighet men tvert imot har enigheten vært unison i forhold til at vi har særdeles mye å være stolte av og at vi må bruke våre råvarer og matkultur aktivt for å bygge de nordiske lands matkulturelle identitet. Våre fantastiske råvarer og unike matkultur brukes ikke i tilstrekkelig grad som markedsførere av Norden som reiselivsdestinasjon. Et økt fokus på dette over lang tid vil være svært viktig for å bygge Norden som en reiselivsdestinasjon med ekte matopplevelse.

Resultatet vil være en veiledning og inspirasjonskilde til gode menyfortellinger og menyspråk i det enkelte land.

### Policy relaterte resultat og muligheter

- Men våre fantastiske råvarer og unike matkultur brukes ikke i tilstrekkelig grad som markedsførere av Norden som reiselivsdestinasjon. Et økt fokus på dette over lang tid vil være svært viktig for å bygge **stoltheten** rundt Nordisk Mat.
- Vi tror at betydningen av å få et godt språk både skriftlig og muntlig rundt våre råvarer og matkultur er **avgjørende** for å få en troverdig og riktig formidling av Nordisk mat i reiselivsnæringen.
- Norge hadde i 2008 et prosjekt som hadde tittelen ”Jakten på smaken av Norge”. Prosjektet ble særdeles godt mottatt i måltidsnæringen og en tilsvarende satsning skal gjøres i 2009. Det vil falle for langt å gå inn på prosjektets omfang her men det finnes god informasjon på [www.detnorskemaltid.no](http://www.detnorskemaltid.no) En tilsvarende satning vil kunne gjøres i de andre nordiske land etter samme model og vil synnliggjøre og skape stolthet for vår mat og matkultur. Stoltheten, historien, opprinnelsen og fortellingene rund råvarene og matkulturen blir i dette prosjektet synliggjort på en svært god måte.

Kontaktpersoner fra NNM, X mars 2009  
Hilde Helgesen og Magnus Grøntoft (sekr.)



E. Hellström, P. Bocuse, I. Hovig samt H. Osa vid Bocuse d'Or i Stavanger 2008. Foto: T. Haga.