



Slow Food® Sápmi
GOTT, RENT OCH RÄTTVIST

JORRI BIEBMORÁIDU

- *den rullande matrajden*

1 juni 2017 – 30 november 2018





Slow Food® Sápmi

GOTT, RENT OCH RÄTTVIST

1.	PROJEKT NAMN: JORRI BIEBMORÁIDU – DEN RULLANDE MATRAIJDEN	3
2.	PROJEKTÅGARE.....	3
3.	PROJEKTPARTNER.....	3
3.1.	SÁMIID RIIKKASEARVI – SVENSKA SAMERNAS RIKSFÖRBUND.....	3
3.2.	SENSUS STUDIEFÖRBUND	4
3.3.	ÖVRIGA SAMARBETSPARTNERS	5
4.	PILOTPROJEKT – JORRI BIEBMORÁIDU	5
4.1.	BAKGRUND – SAMISKA KULTURHISTORISKA MILJÖER.....	5
4.2.	BEHOV	5
4.3.	PILOTPROJEKT– JORRI BIEBMORÁIDU	6
4.4.	BESKRIVNING AV PILOT PROJEKTAKTIVITETER OCH TIDSPLAN	7
5.	KOMMER PROJEKTET ATT BIDRA TILL EKONOMISK NYTTA FÖR MÅLGRUPPEN ELLER NÄRINGEN?.....	8
6.	MÅLGRUPP	9
7.	SYFTE	9
8.	VISION	10
9.	MÅL.....	10
9.1.	MÅL – KORTSIKTIGT.....	10
9.2.	MÅL – LÅNGSIKTIGT.....	10
10.	AVGRÄNSNING GEOGRAFISK.....	10
11.	VILKEN KUNSKAP OCH ERFARENHET HAR DU ELLER DIN ORGANISATION SOM HAR BETYDELSE FÖR PROJEKTET?.....	10
11.1.	BRANSCHORGANISATION- SLOW FOOD SÁPMI.....	10
11.1.1.	THE ARK OF TASTE – EN SMAKERNAS NOAKS ARK OCH PRESIDAPRODUKTER.....	10
11.1.2.	PREMIERING AV SAMISKA RESTAURANGER OCH ÖVRIGA MATSTÄLLEN.....	11
11.1.3.	GENOMFÖRDA PROJEKT.....	11
11.1.4.	KUNSKAP I STYRELSEN	12
11.1.5.	PROJEKTLEDARENS KUNSKAPER OCH ERFARENHETER	12
12.	HAR PROJEKTET ANDRA DELTAGARE MED RELEVANT KUNSKAP OCH ERFARENHET.....	12
12.1.	SVENSKA SAMERNAS RIKSFÖRBUND.....	12
12.2.	PROJEKTLEDAREASSISTENT	12
12.3.	SENSUS	12
13.	AKTIVT OCH RELEVANT KONTAKTNÄT INOM SAMISK MATKULTUR.	13
14.	HUR SKA PROJEKTET MARKNADSFÖRAS?	13
15.	HUR SKA RESULTATET SPRIDAS.....	13
16.	VAD HÄNDER EFTER PROJEKTET?.....	14
17.	MILJÖ	14
18.	SLOW FOOD SÁPMIS JÄMSTÄLLDHET- OCH JÄMLIKHETS POLICY.....	15
19.	SLOW FOOD SÁPMIS SPRÅKPOLICY.....	15
20.	BUDGET OCH FINANSIERING	16
20.1.	BUDGET	16
20.2.	FINANSIERING	17



Projektbeskrivning Pilot- och samarbetsprojekt för utveckling av regionala rätter på menyn i kulturhistoriska miljöer.

1. Projekt namn: Jorri biebmoráidu – den rullande matraijden

2. Projektägare

Branschorganisation - Slow Food Sápmi

Slow Food Sápmi (SFS), är en ideell organisation som omfattar de samiska områdena i Sverige, Norge, Finland och Ryssland. Slow Food Sápmi bildades 2008 eftersom Slow Foods ideologi om Ren, God och Rättvis mat passar väl in i samisk ideologi där naturens villkor och helhetssyn ska råda i livet, verksamheten och kulturen. SFS samarbetar med Slow Food i Sverige, Slow Food Norden och Slow Food International och har ett starkt naturligt samarbete med övriga urfolk i världen genom Indigenous Terra Madre. SFS Sápmi är en organisation som företräder samiska matföretagare och samer intresserade av samisk mathållning liksom hållbar resursförbrukning.

SF Sápmi är en viktig part i frågor som rör den samiska maten och rätten till att kunna producera sin egen mat. "Tillsammans" – är ledordet för att skapa förändringar.

Samiska vidareförädlare och Svenska Samernas Riksförbund-SSR har samarbetat med Slow Food International sedan 2003 med presidiprojektet Suovas vilket ledde till att det kallrökta renköttet suovas blev världskänt som en traditionellt producerad produkt som både är välsmakande och nyttig. Läs mer: www.slowfood.com

Slow Food Sápmi är en ideell organisation som bildades 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.

Slow Food Sápmi arbetar utifrån antagna deklARATIONER från urfolkskonferenser Indigenous Terra Madre, Jokkmokk 2011 och Shillong 2015. Se bilagor.

Slow Food Sápmi
c/o Anneli Jonsson
Kantatvägen 12
131 40 Nacka
Org.nr: 802445-3949

Kontaktperson/Projektledare:
Ordförande, Anneli Jonsson
E-post: info@slowfoodsapmi.com
Telefon: 070 650 97 93
www.slowfoodsapmi.com

3. Projektpartner

3.1. Sámiid Riikkasearvi – Svenska Samernas Riksförbund

Sámiid Riikkasearvi är en politisk obunden intresseorganisation för rennäringen och samiska näringslivs- och samhällsfrågor som bildades 1950. SSR är den största samiska organisationen i



Sverige med 44 samebyar och 16 sameföreningar som medlemmar. Organisationens syfte är att tillvarata och främja de svenska samernas ekonomiska, sociala, rättsliga, administrativa och kulturella intressen med särskild hänsyn till renskötseln och dess binäringars fortbestånd och sunda utveckling.

Sámiid Riikkasearvi har lång erfarenhet av att arbeta med ursprungsmärkningar och kvalitetssigill genom Renlycka och Sápmi Experience där syftet är att stärka konkurrensen för samiska- renköttproducenter och turismentreprenörer.

Sámiid Riikkasearvi – SSR
Formvägen 16
906 21 Umeå

Tel: 090-14 11 80
E-post: info@sapmi.se
Org.nr: 802006-2868

Kontaktperson:
Kulturhandläggare
Ellacarin Blind
E-post: ellacarin@sapmi.se
Tfn. 090-141182, mobil 070 362 04 78
www.sapmi.se

3.2. Sensus Studieförbund

Sensus studieförbund är en del av folkbildningen och är en folkbildningsaktör som med ett aktivt hållbarhetsarbete gör skillnad i samhället. Sensus bidrar till mötesplatser som belyser och verkar för en helhetssyn omkring en långsiktig och bärkraftig hållbarhet och utgår från ett rättighetsbaserat förhållningssätt. Alla har samma rättigheter, möjligheter och skyldigheter och ska bemötas likvärdigt. Sensus erbjuder verktyg så att människor blir medvetna om sina rättigheter, får kunskap att ifrågasätta och försvara både sina egna och andras rättigheter.

Organisationen har lång erfarenhet av att arbeta med kultur och lärandegrupper i såväl fysiska som webbaserade miljöer.

Sensus har utarbetade nätverk och erfarenheter att skapa mötesplatser och kompetensutveckling för ett hållbart samhälle, och anser att kultur är en upplevelse, ett möte med sig själv och andra, och att kultur är en del av demokratibygandet i samhället.

Inom ramen av projektet kommer Sensus insatser att vara att bidra med pedagogiska kunskaper i upplägg och genomförande kring matworkshop. Att stimulera och skapa förutsättningar för att främja det regionala och lokala berättandet, samt bidra med skapandet av kulturarrangemang. Sensus kommer även att bidra med verktyg för- och framställandet av studiematerial utifrån de aktiviteter som genomförs i projektet. Studiematerialet och ledarhandledningen kommer att vara webbaserad vilket kommer att underlätta användandet av materialet och stimulera till erfarenhetsutbyte och lärande mellan individer som kanske inte har möjlighet att mötas fysiskt. Materialet är inte tidsbundet utan studiecirkeldeltagarna kan gå in i det digitala rummet när det passar dom själva, men alla deltar i samma studiecirkel. Man deltar i diskussioner via studiecirkeln's chattforum. Genom det här verktyget kommer projektet kunna

genomföra digitala utvärderingar när projektet avslutas. Verkyget går att anpassa till dels enbart fysiska träffar, eller digitala träffar via nätet eller en mix av de båda varianterna.

Genom framställandet av studiematerialet kommer projektet att kunna leva vidare efter projekttidens slut.

3.3. Övriga samarbetspartners

Projektet avser även att samarbeta med Samernas Utbildningscentrums nya KYH-utbildning "Samisk mat." Utbildningscentret ligger i Jokkmokk, mitt i det samiska kärnområdet och har lång erfarenhet av undervisning på olika nivåer. Kontakter är tagna med skolan som kommer att delta dels i planeringen av genomförandet men också genom att praktiskt delta i projektets matworkshop när "Jorrid biebmoráidu" gör ett stopp i Jokkmokk.

Projektet ämnar även ta kontakt med framträdande restaurangskolor med fokus på utveckling av mat.

4. Pilotprojekt – Jorri biebmoráidu

4.1. Bakgrund – Samiska kulturhistoriska miljöer.

Unesco antog 2003 en konvention om trygghandet av det immateriella kulturarvet och Sverige har ratificerat konventionen 2011. Immateriellt kulturarv är sedvänjor, och framställningar, uttryck, kunskaper och färdigheter som samhällen och grupper erkänner som en del av sitt kulturarv exempelvis är berättande, sociala sedvänjor, minnen, kunskap om naturen och universum samt händernas kunskap och uttrycksätt med koppling till traditionella hantverk.

Vi hävdar att det samiska mathantverket är ett viktigt kulturarv som måste både bevaras och vidareutvecklas och är en del av det samiska immateriella kulturarvet. Mattraditioner är det sista en person lämnar i en kultur. Traditionella maträtter har starka symbolvärden i en kultur. De samiska mattraditionerna baseras på en unik urfolkskultur som har en stark förankring till naturen, geografiska områden och dess årstider. Olika mattraditioner följer naturens årstidsväxlingar, t.ex. färskt renkött äter man traditionellt på hösten, färsk fisk på sommaren. Det finns ett intresse för naturliga och ekologiska produkter bland konsumenterna både nationellt och internationellt. Samiska mattradition är redan en kulinarisk spjutspets och har en stor potential att växa ännu mer än tidigare. Matställen, vidareförädling och samisk upplevelseturism kan skapa en positiv utveckling i landskap med natur- och matkultur som även är identitetsskapande för regionen och lokalsamhället. Samtidigt behöver utbudet av samiska restauranger öka för att motsvara den alltmer ökade efterfrågan på samisk mat.

4.2. Behov

Den samiska maten är unik och tillhör det svenska kulturarvet, och har därför en självklar plats i "Småskalig traditionell mat". Samisk mattradition är redan en unik kulinarisk spjutspets och har en potential att öka tillväxten och skapa fler arbetstillfällen inom Sápmi (Sameland). Det samiska kärnområdet präglas oftast av glesbygd.

Det ökade intresset för naturlig och ekologisk mat utan tillsatser pekar på att mathantverk och förädling av lokala råvaror har en potential att öka tillväxten och skapa fler jobb inom Sápmi kopplat till kunskapsturism och aktiviteterna där det samiska köket numera har intagit en central plats i upplevelsen. Samiska restauranger och övriga matställen, vidareförädling och samisk upplevelseturism kan skapa en positiv utveckling i landskap med natur- och matkultur som även är identitetsskapande för regionen och det lokala samhället med sin uniktet. Utbudet av samisk mat inom turismen behöver öka, samisk mat och kultur efterfrågas alltmer av

konsumenter/turister och efterfrågan av samiska rätter överstiger utbudet. Befintliga samiska matförädlings/turistföretagare efterfrågar ökad kompetens för egen del och eventuellt anställda inom traditionell samisk matkunskap

Den ökande efterfrågan på hälsosam, hållbar, spårbar och regional mat visar att det är viktigt med regional matkultur, trovärdighet i området och att Sverige bör satsa på att få fler närproducenter. Den samiska maten är *"i sin linda"* och det finns stora behov att öka kunskapen om samisk mat, natur och kultur till individer, främst unga entreprenörer som genom kunskap i traditionell samiska mat är basen för vidareutveckling av produkter. Den är tillsammans med den traditionella kunskapen om djur och natur med en ekologisk och respektfull djurhållning är en tydlig växande trend, som är här för att stanna. För att möta efterfrågan, skapa nya arbetstillfällen och vidareutveckla befintliga företag behöver fler samer mer information och kompetenshöjande insatser liksom en samlad kunskapsbas som är lättillgänglig för den intresserade.

Projektidén är framtagen utifrån ett uttalat behov från främst samerna men även bland premierade restauranger och inköpsställen av samiska livsmedelsprodukter.

4.3. Pilotprojekt- Jorri biebmoráidu

Vår projektidé *"Den rullande matraiden"* bygger på att vi ska besöka samiska kulturhistoriska platser i Sápmis inland. Varje liten ort i Sápmi har en egen samisk kulturhistoria i t.ex. Ammarnäs, en liten fjällby i Västerbottens inland där det finns många samiska små livsmedelsförädlare. I Ammarnäs finns bevarade samiska kulturbyggnader och en traditionell träkåta med sin egen alldeles egna samiska historik kopplad till den geografiska platsen, "Lapplatsen". Där finns en samegård i byn är också centrum för två samebyars verksamhet. Samegården drivs av Ammarnäs sameförening som är en mycket aktiv sameförening. Ammarnäs ingår dessutom inom den samiska förvaltningskommunen, Sorsele kommun.

I rapporten *"Det samiska kulturlandskapet-Program för att bevara, bruka och utveckla samiska kulturlandskapet 2015-2020"* (Åjtte fjäll-och samemuseum.) redogör författarna för olika definitioner av samiska kulturarv. De hänvisar bl. a till Sametingets definition av samiskt kulturarv: *"Med det samiska kulturarvet menas det samiska folkets kultur och historia i en geografisk kontext. Kulturarvet återspeglar en svunnen tid samtidigt som det är basen för ett tankesystem och dagens levande samiska kultur."*

Kulturmiljön och kulturlandskapet är en del av kulturarvet, skriver Åjtte och Gaaltje i sin rapport. Det finns behov och prioriterade områden som ännu inte dokumenterats och det är bl.a. samiska ortnamn, traditionell kunskap, äldre bosättningsmönster m.m. Det samiska kulturlandskapet kan också se olika ut, beroende på var i Sápmi man befinner sig.

Olika samiska orter har sin egen samiska kulturhistoria präglad av människor, renskötsel och det omgivande landskapet. Den samiska kulturmiljön innefattar även det immateriella kulturarvet som inbegriper berättelser, sägner, platser med speciell betydelse och de olika samiska språkvarieteterna samt det biologiska kulturarvet. Alla dessa delar finns med i de platser vi planerar att besöka inom ramen för pilotprojektet. Ett fjäll, en älv eller en bäck kan ha en egen berättelse som vi vill lyfta fram i projektet. Dessa kulturhistoriska berättelser ska ligga till grund för de workshoppar som vi planerar i pilotprojektet. Deltagarna ska lära sig att lyfta fram de unika i den kulturhistoriska miljön kopplat till deras egna traditionella berättelser i sina egna produkter. Ju mer unik en livsmedelsprodukt är desto högre pris kan den enskilde företagaren ta för sin aktuella produkt ut till konsumenten. Det skapas en win-to-win- situation för samtliga

inblandade.

Den samiska mat småföretagaren bor oftast i glesbygden i Norrlands inland, inom det samiska kärnområdet (Sápmi). Genom att använda en Food-truck kan vi geografiskt nå fler samiska matintresserade och företag men också skapa uppmärksamhet och inspiration genom att även koppla mathantverket till nya försäljningstrender inom matsektorn.

Genom sammansättning av lokala nätverksgrupper vill vi finna lokala och regionala marknadsplatser för samiska matprodukter och inspirera nyföretagare genom traditionsbärare, kunskapsöverföring i nätverk och försäljningsmöjligheter.

De äldre samer förtydligar den traditionella kunskapen som ska ligga till grund för utveckling av samisk mat där de lokala vägvisarna (samordnare) ska planera, förankra och skapa relevanta nätverk. Nätverksgrupperna ska, främst utifrån lokala behov, bestå av samiska producenter, mathantverkare, restauranger och yngre matintresserade samiska ungdomar som vill starta verksamheter kopplat till mat lokal/regionala inköpsställen av mat (livsmedelsbutiker, restauranger) samt någon annan aktör inom livsmedelsproduktion som är intresserad av t.ex. legotillverkning och har produktionslinjer för korv, skav eller annan produktionslinje av intresse. En idé kan genom samverkan med andra producenter utvecklas till en reell affärsidé utan att behöva investera i dyra produktionslinjer innan man vet om affärsidén i praktiken är bärande.

Ju fler samiska livsmedelsförädlare som kan leva på sina företag och marknadsföra den kulturhistoriska berättelsen desto mer levande blir glesbygden. Det skapas en win-to-win situation för samtliga.

De samiska vägvisarna tillsammans med de äldre traditionsbärarna ska efter projektets slut fortsätta att vara sammankallande i de bildade nätverksgrupperna för att garantera en fortsatt kunskapsöverföring och utveckling av samisk mat. Dokumentation av matverkstäder ska resultera i ett webinar som ska marknadsföras till samiska matintresserade i Slow Food Sápmi rörelsen, SSRs medlemmar i samebyar och sameföreningar, Samernas utbildningscentrum och övriga samiska organisationer. Sensus studieförbund ska ansvara för inspelningen av webinar.

4.4. Beskrivning av pilot projektaktiviteter och tidsplan

Del 1. Tidsperiod: 1 juni- 31 aug 2017.

Under denna första del av projektet planerar vi att genomföra en kartläggning och dokumentation av receptsamlingar samt intervjuer om lokala samiska mattraditioner samt matintresserade personer och företag i målgrupperna. Planering och genomförande med konsulter och projektledare samt lokala vägvisare. Vi kommer även att göra ett nytryck av broschyren " *Traditionell samisk mat*". Detta traditionella kompendium om traditionell samiska mat ska ligga till grund för den kulturhistoria samt tal om den samiska traditionella maten och tillagningsmetoder. Vi kommer även under denna tidsperiod köpa in dator, telefon samt scanner. Vi kommer även att starta en Facebook-grupp och ett Instagram-konto där vi kontinuerligt lägger upp projektnyheter. Annonsering ska ske i samisk media och information skickas ut till målgrupperna. Personer i ledningsgrupp ska utses.

Del 2. Tidsperiod: 1 sep-30 nov 2017.

Genomförande av workshop i samisk berättarkonst med lokala seniora samer och samiska vägvisare inklusive målgruppen i Sápmi i tre orter i Nord-mellan- och sydsamiskt område. De lokala seniora samerna har stor kunskap om samisk traditionell kunskap och språk. Syftet med att anlita de seniora samerna är att de ska överföra sin traditionella kunskap till de yngre samerna. Dessa workshoppar kommer att dokumenteras noggrant så att de traditionella kunskaperna ej går förlorade.

Del 3. Tidsperiod: 1 dec-31 dec. 2017.

Projektledaren och projektassistenten gör en noggrann planläggning av turnéplanen med Food-truck som även inkluderar samiska kockar, samiska vägvisare och seniora samer. Nätverkande mellan samiska företagare och andra samer kommer att vara en röd tråd genom hela projektet. Lokala representanter för restauranger och livsmedelsbutiker samt matföretagare ska inbjudas att delta i workshops under Food-truck turnén.

Del 4. Tidsperiod: 1 januari 2018 – 15 juni 2018.

Genomförande av turnéplan på sex (6) orter i Sápmi som ska inkludera aktiviteter under 100 års jubileum. 2018 är ett samiskt jubileumsår, då är det etthundra år sedan det första samiska landsmötet hölls i Staare (Östersund). En rad aktiviteter kommer att ske under 2018 för att uppmärksamma den samepolitiska kampen. Den planerade matverkstaden dokumenteras för att skapa webinar, den samiska berättarkonsten ska fördjupas och anpassas till företag samt enskilda individer.

Del 5. 16 juni 2018 – 15 augusti 2018

Uppföljning av genomförda aktiviteter av turnén – Jorri biebmoráidu.

Del 6. Tidsperiod: 16 augusti- projektslut 30 november 2018

Utvärdering och administration av projektet inklusive framtagande av webinar med Sensus, projektledare och assistent, matkonsulter och lokala samiska vägvisare.

Presentation av projektet inklusive webinar tillsammans med Sensus studieförbund, projektledare och projektassistent till samarbetspartners, finansiärer, samiska organisationer och den tilltänkta målgruppen.

Övrigt:

Projektledare och projektassistent kommer att sammankalla ledningsgruppen minst fyra (4) gånger via Skype eller telefonmöte. Nyhetsbrev kommer kontinuerligt att skickas ut till målgrupperna. Pressmeddelanden kommer att skickas vid varje stopp med Jorri Biebmoráidu. Samtidigt kommer det att ske lobbyverksamhet till medierna för att skapa mest möjliga uppmärksamhet om projektet. Projektet kommer att uppmuntra privata idéer och kringaktiviteter som kan sammankopplas till mat under de inplanerade stopp som food-trucken kommer att göra under turnén.

5. Kommer projektet att bidra till ekonomisk nytta för målgruppen eller näringen?

Den ekonomiska nyttan ligger i: Bildande av lokala nätverksgrupperna som ska tillföra kunskap, samarbete, möjliggöra definierade marknadsbehov och marknadsplatser. D.v.s. att företrädare

för lokala/regionala inköpsställen av livsmedel eller restauranger ska stimuleras att samarbeta med de samiska producenterna och vidareförädlarna och tillsammans definiera försäljningspotentialen i tänkta produkter, uppskatta volymer och köpa in matprodukter/rätter.

Detta kan även ses som ekonomisk nytta med minskade marknadsföringskostnader och kostnader knutet till kundbearbetning samt minskade leveranskostnader då nya marknadsplatser ska vara lokala eller regionala.

Behovet av produktionslinjer i vidareförädlingen ska identifieras och personer som företräder ett livsmedelsföretag som uppfyller behovet av en produktionslinje t.ex. renskav, renkorv eller annat kopplat till ev. bär, örter ska bjudas in att delta i nätverksgruppen. Detta ger målgruppen möjlighet att starta tillverkning utan att själv behöva göra stora investeringar innan de vet om affärsidén är lönsam. Uppstartskostnaderna blir då inte oövertvinnliga.

Den personliga och kulturhistoriska berättelsen knutet till produkterna ska skapa ett mervärde i produkterna och generera ett högre pris i kombination med kvalitet.

Kunskapsöverföring mellan individer i nätverksgrupperna, matverkstäder samt att delta i webinar minskar dels kostnader i kursavgifter, övernattningar och milkostnader men även i tid som kan räknas till ekonomisk nytta.

De lokala samiska vägvisarna och nätverksgrupperna kommer att vara en nyckelaktivitet. Samiska företagare inom livsmedelsbranschen är inte vana att nätverka med samiska eller icke samiska företag. Gällande samiska livsmedelsförädlare är det oftast geografiska hinder med långa omvägar i transporter för t.ex. legoproduktion. Genom att även identifiera möjliga icke samiska lokala/regionala livsmedelsproducenter och skapa bra miljöer för förståelse för varandras verksamhetens utmaningar och möjligheter skapas förtroende och möjligheter att samarbeta.

Den traditionella kunskapen om samisk mat ska dels skapa grunden för nya produkter med respekt för den samiska kulturmiljön.

Seniora, äldre samiska berättare ska lägga grunden av traditionell samiska mat och samiska kulturhistoriska platser som utvecklingen ska utgå från och som ska skapa mervärde i produkterna. Detta ska stimulera till att en vara genererar ett mervärde och därmed ett högre pris för produkterna eller en matupplevelse.

6. Målgrupp

Projektets målgrupp är främst samiska ungdomar, samebyar och sameföreningar, samiska-matföretag, råvaruproducenter, vidareförädlare och upplevelseföretag, Slow Food Sápmis premierade restauranger och övriga matställen, inköpsställen av samiska livsmedelsprodukter samt övriga matintresserade med intresse i samisk mat.

7. Syfte

Syftet med det planerade projektet är att genom Food-truck skapa uppmärksamhet och inspiration och att genom nätverksgrupper stärka kunskapsöverföring om traditionella samiska mattraditioner, vidareförädlings- och utvecklingsmetoder metoder med förankring och koppling till den samiska berättar traditionen utifrån den lokala/regionala kulturhistoriska miljön kopplat till årstider och traditionella råvaror såsom, ren, älg, fisk, fågel, bär och örter. Syftet är att också öka efterfrågan på samisk mat och skapa nya marknadsplatser samt bidra till ett ökat intresse för

den samiska kulturhistoriska miljön att skapa nya marknadsplatser

8. Vision

Visionen är att pilotprojektet genom sin modell ska bidra till att skapa nya samiska vidareförädlade produkter och maträtter som ska stimulera till att befintliga matföretag ökar sin omsättning och att nya matföretag etableras med koppling till traditionell samisk mat och till den kulturhistoriska miljön i kombination med traditionell samisk berättarkonst som skapar mervärde till företag, produkter och ort.

9. Mål

9.1. Mål – kortsiktigt

60 personer från målgruppen har deltagit i aktiviteter och matworkshops.
6 lokala nätverksgrupper har bildats.
6 lokala vägvisare (mat ambassadörer) har deltagit och utnämnts.
6 nya produkter/maträtter har tagits fram.
6 lokala traditionella matprodukter ska ha identifierats och skrivits ner utifrån insamlade äldre dokument/receptsamlingar och arkiverade intervjuer.
6 lokala inköpsställen ska erbjuda lokala produkter/maträtter till försäljning.
1 webinar är framtaget utifrån projektets utarbetade modeller och kunskaper.
1 genomfört webinar inkl. projektrapportering till samarbetspartners, nätverksgrupper, finansiärer.
6 lokala/regionala turistbyråer fått kunskap om ortens försäljningsställen av samisk mat och företag.

9.2. Mål – långsiktigt

Ett ökat utbud av samiska lokala matprodukter på 6 orter.
Restauranger eller matställen ska servera minst en samisk maträtt på 6 orter.
Fler nyetablerade samiska företag.
Befintliga samiska livsmedelsproducenter ska öka sin omsättning.
Målgruppen ska kontinuerligt få information om möjlighet att delta i webinar.
Slow Food International ska ha fått information om projektet med möjlighet till spridning till andra urfolk.

10. Avgränsning geografisk

Pilotprojektet ska genomföras i Sápmi på svensk sida och i orter med intresserade Sameföreningar från Stockholm och norrut.

11. Vilken kunskap och erfarenhet har du eller din organisation som har betydelse för projektet?

11.1. Branschorganisation- Slow Food Sápmi

11.1.1. The Ark of Taste – en smakernas Noaks ark och Presidiaprodukter Arken, eller The Ark of Taste som den heter på engelska, kan liknas vid en smakernas Noaks ark, här listas utsökta gastronomiska produkter som hotas av industriell standardisering, stordrift och genetisk manipulation.

I arken samsas samisk suosvas med exempelvis torkad getprosciutto, ursprungligt amerikanskt vildris och fårost från den holländska ön Texel. Ark-kommissioner världen över arbetar för mångfald genom att främja lokala raser och

grödor. I Arken kan alla engagera sig – som konsument genom att konsumera, sprida kunskap om produkternas historia eller genom produktion som producent. I bland kan det innebära att man väljer bort vissa arter, framförallt gällande vilda växter. Om en traditionell produkt har en överlägsen smak, är småskaligt producerad, ekologiskt hållbar och hotad kan Slow Food initiera ett presidiaprojekt vilket säkerställer en livskraftig framtid genom dokumentation och standardisering.

År 2003 startade det första presidiaprojektet i Sverige kring Suovas reninnanlår. Suovas blev Sveriges första "Presidiaprodukt" – en matvärldens k-märkning utfärdad av Slow Food som är avsedd att skydda utrotningshotade produkter för framtiden. Statusen är resultatet av ett samarbete mellan Slow Food Sápmi och Svenska samernas riksförbund. Presidiaprodukter ska hålla utsökt smak och kvalitet och produceras småskaligt efter traditionella metoder. En rad svenska profilrestauranger har "adopterat" suovas, en hyllad satsning som öppnade upp ögonen för dess kvalitet och smak.

SF Sápmi har presenterat en samisk traditionell matprodukt "gurpi" i Arken som ska ansökas för att registreras till Presidiaprodukt. Gurpi är ett nordsamiskt namn på en samisk traditionell matprodukt. Det är malt renkött som lindas in i matfettet som finns runt renmagen. Gurpin kallaröks i en kåta och kan sedan torkas. Den är oerhört fet- och proteinrik och kan lätt stekas i en stekpanna eller över öppen eld när man färdas i naturen eller i renskötsearbetet.

11.1.2. Premiering av samiska restauranger och övriga matställen.
Vissa restauranger personifierar Slow Food Sápmis värderingar. Med stor kunskap om Samisk kultur, noggrannhet med råvaror, kreativ matlagning och matglädje står de i en klass för sig. Det finns idag 7 Slow Food Sápmi premierade restauranger som förbinder sig att köpa in lokala/regionala samiska Ark- eller Presidiaprodukter som ska användas i menyer för att kunna bli premierade av Slow Food Sápmi.

Slow Food Sápmi har premierat samiska restauranger och övriga matställen med vägledning från premieringsstandard från Slow Food International. Slow Food Sápmi har tidigare arbetat med Suovas och år 2004 antogs Suovas som Sveriges första Presidiaprodukt inom Slow Food Internationals program för Ark- och Presidia produkt.

11.1.3. Genomförda projekt
Branschorganisationen har under åren arrangerat den **första urfolkskonferensen Indigenous Terra Madre, 2011** som tillsammans med Slow Food International och andra urfolk belyste hur mattraditioner och matproduktion styrs av naturens och årstidernas villkor.

Projekten Njalle- Rihpestibie(Mat i syd) och **Luonddu Biebmu** arbetade för att stärka den samiska mat- och kunskapstraditionen och utvecklingen av det samiska köket genom matverkstäder tillsammans med producenter, vidareförädlare, samiska vägvisare och kockar som resulterade i en samisk matbok "Smak på Sápmi" som är flertaligt prisad och erhållit utmärkelser som Bäst i världen (Gourmand World Cookbook Awards, 2014 och 2015) och Sveriges bästa Regional måltidslitteratur (Måltidsakademien 2014).

11.1.4. Kunskap i styrelsen

Styrelsemedlemmarna har kunskap i försäljning och vidareförädlingsföretag av renkött, produktutveckling av samisk mat samt erfarenhet av att driva samisk restaurang och företag med samiska upplevelser. Styrelsen har också aktivt deltagit i genomförda matverkstäder

11.1.5. Projektledarens kunskaper och erfarenheter

Anneli Jonsson har utbildning som marknadsekonom inkl. utbildning och mångårig erfarenhet av försäljning, marknadsföring, projektledning samt produkt- och affärsutveckling från nationella och internationella börsnoterade företag i Sverige. I det samiska samhället finns erfarenheter från flera samiska EU-projekt, samiska affärsplaner och som VD i försäljningsbolaget Idre Ren & Vilt AB med ansvar för ekonomi, marknadsföring, försäljning och produktutveckling inkl. erfarenheter av efterfrågan på marknaden, distribution, legostyckning och försäljning och prissättning samt ekonomiska utfallsberäkningar. Genom mitt arbete med Idre Ren och Vilt AB samt Slow Food Sápmi har jag ett gediget nationellt och internationellt nätverk inom området mathantverk och försäljning. Erfarenhet av efterfrågan av samiska upplevelser finns genom delägarskap i Idre Samecentrum samt pågående projekt Idre Sápmi Lodge som är ett samarbete på lika villkor mellan Idre Sameby och investerare i Idre Himmelfjäll AB i Idre.

12. Har projektet andra deltagare med relevant kunskap och erfarenhet

12.1. Svenska Samernas Riksförbund.

Bildades 1950 och har sitt huvudkansli i Umeå. 44 samebyar och 16 sameföreningar är medlemmar i organisationen. SSR har lång och gedigen erfarenhet av att driva en rad olika projekt. SSR har varit ansvarig för framtagandet av kvalitetssigillet Renlycka och Sápmi Experience för samiska turistföretag.

Sámiid Riikkasearvi har lång och väldokumenterad erfarenhet av projektverksamhet i olika former samt samlad kunskap inom uppdragets område. SSR har en gedigen administrativ erfarenhet hos personalen som kommer att knytas till uppdraget och använder sig också av extern bokföring och revisionstjänster. SSR har utöver specialistkompetens inom samiska frågor med fokus på renskötseln också resurser inom det juridiska området, näringslivsutveckling och projektledning. Dessa resurser kommer finnas som stöd för de personer som anställs för att genomföra uppdraget.

SSR har drivit projektverksamhet för målgruppen under många år, varav 10 projekt varit kopplat till samisk mat/turism och kvalitetsmärkningar, och har mycket goda kunskaper, erfarenheter och kontakter med målgruppen och det övriga samhället.

12.2. Projektledareassistent

Ellacarin Blind har utbildning i Etnologi 80 poäng samt skrivit en B uppsats i samisk mat. Ellacarin har genomfört många av SSRs projektsatsningar och ansvarar för kontakter med särskilt sameföreningarna. Ellacarin arbetar som samisk kulturhandläggare på SSR.

12.3. Sensus

Se under punkten samarbetspartners

Organisationen har lång erfarenhet av pedagogik i lärandet och att arbeta med kultur och lärandegrupper i såväl fysiska som webbaserade miljöer. Läs mer: www.sensus.se

13. Aktivt och relevant kontaktnät inom samisk matkultur.

Slow Food Sápmi företräder medlemmar i Sápmi på svensk, finsk och norsk sida inklusive delar av Ryssland och har ca 50 – 60 medlemmar och ca 300 personer som prenumererar på Slow Food Sápmis nyhetsbrev.

Medlemmar i organisationen består av samiska vidareförädlare Renlycka certifierade företag, samiska restauranger vissa med utmärkelser i "The White Guide" och samiska turistföretag som är Sápmi Experience certifierade samt andra matintresserade med gedigen kunskap och utbildning inom samisk mat och marknadens behov och efterfrågan i Sápmi.

Slow Food Sápmi har kontinuerligt samarbete med Sámiij áhpadusguovdásj som är en samisk vuxenutbildningsinstitution i Jokkmokk med gamla anor. Det senaste decenniet har kunskap om samisk mat lärts ut genom utbildningar och projekt. Vid skrivandet av boken Smak på Sápmi bistod skolan genom projektet "Samisk Mat & Kompetenscentrum" med både praktisk och teoretisk kompetens. Sami Doudji räknas som samarbetspart då de handhar bruksföremålen som tillsammans med den samiska måltiden bildar en helhet.

Slow Food Sápmi ingår i ett internationellt kontaktnät med Slow Food International som finns i 150 länder och har ca 100 000 medlemmar. Inom det internationella kontaktnätet finns marknadsföringskanaler genom olika projekt men även applikationen Slow Food Planet riktat mot vidareförädlare av Ark- och Presidiaprodukter samt Slow Food Travel med inriktning av mat som reseanledning.

SF Sápmi är troligtvis den enda samiska organisationen med ett unikt kontaktnät nationellt och internationellt och har tillgång till Slow Food Internationals upparbetade kunskaper om mat (The **University of Gastronomic Sciences (UNISG)** samt brett kontaktnät med andra urbefolkningar genom ITM (Indigenous Terra Madre).

14. Hur ska projektet marknadsföras?

Projektet ska annonsera i Samefolket, FB, Instagram samt genom SF Sápmis Nyhetsbrev och SSRs månadsbrev till Samebyar och Sameföreningar, samiska idrottsföreningar, Nourat, Samernas utbildningscentrum, Sami Doudji, Ávki företagscentrum i Gällivare, Gaaltije, Samiska teatern och övriga samiska organisationer. Projektet ska även annonseras på hemsidan för projektägare och SSR samt övriga samiska organisationer som är intresserade av att sprida information om projektet.

Projektet kommer att arbeta för att skapa media intresse till de orter som besöks samt att branschorganisationer som bjuds in i nätverk ska skriva om projektet.

15. Hur ska resultatet spridas

Vi kommer att sprida resultatet genom att öka kännedom om webinar och uppmuntra till aktivt deltagande genom att: Annonsera under projekttiden i Samefolket, FaceBook, Instagram, Samarbetspartners hemsidor samt elektroniska medlemsbrev till målgrupperna, SSRs och Slow Foods medlemmar samt certifierade och premierade samiska företag. Slow Food International är intresserad av att ta del av resultatet och projektresultatet ska presenteras på ett internationellt möte. Lokala nätverksgrupper och turistbyråer ska ta del av resultatet samt möjlighet att starta egna lokal nätverksgrupper med Webinar som bas och kommunikationsmedel.

Nya matprodukter och maträtter ska marknadsföras med koppling till samiska kulturhistoriska

platser på SF Sápmis hemsida, SSRs hemsida samt respektive företagshemsidor. Pilotprojektet ska även försöka lokala/regionala turismbyråer att ta med matkonceptet o respektive företag på turistbyråns hemsida eller Visit Lapland m.fl.

16. Vad händer efter projektet?

Projektets långsiktiga mål är att de samiska vägvisarna ska när projektet är slut avlönas för att fortsätta hålla i de nätverks som har etablerats under projektiden. Den samiska kulturen är uppbyggd på muntlig kunskapsöverföring, de äldre generationerna har via berättelser, samtal, praktisk pedagogik lärt den yngre generationen. Så har den traditionella kunskapen gått i ar under tusentals år. Vi vill tillämpa den metoden i det här projektet men med viss modern teknik. De äldre, som vi kallar vägvisare ska lära den yngre samiska generationen kunskaper om de samiska mattraditionerna, t.ex. metod vid kallrökning av kött och fisk, tillvaratagande av örter och bär, hantering och tillagning av fisk, förvaring av mat m.m. samt vad naturens årstidsväxlingar innebär för tillvaratagande av de råvaror som behövs för att tillaga samiska maträtter.

Dessa samiska vägvisare kommer att avlönas via det verksamhetsstöd som Slow food sápmi ansöker om varje år. Nätverksträffarna kommer att ske vid behov eller minst 4 ggr/år. Syftet med dessa nätverksträffar är att de som är intresserade av att bevara och utveckla de samiska mattraditionerna träffas, diskuterar, förnyar samiska traditionella recept för att passa den moderna konsumenten. Vi anser det är viktigt att de avlönas, det är ett sätt att visa respekt för den kunskap de inhämtat under sin livstid och som de nu för ut till kommande generationer.

Vi vill under projektiden genom nätverksgrupper skapa lokala convivier i Sápmi för att både bevara och utveckla de samiska mattraditionerna. Convivier är ett etablerat begrepp inom den internationella Slow Food rörelsen. Convivier är lokala sammanslutningar av personer som är intresserade av mat och dryck och som utifrån gruppens eget intresse och att de tillsammans arbetar med idéer och möjligheter utifrån filosofin god, ren och rättvis mat i samarbete med SF Sápmi.

Slow Food International har fått information om detta planerade pilotprojekt och kommer att följa pilotprojektet för att i framtiden kunna ta del av konceptet och ge andra urfolk möjlighet att, genom denna metod, revitalisera och utveckla sin egen matkultur. För att skapa en grund för företagande till främst de yngre i urfolksgrupper som även ska bidra till att de kan stanna kvar i sin kultur och i sin hemort.

Förhoppningarna med projektet är att pilotprojektet ska bli lyckat och att SF Sápmi har möjlighet att söka ytterligare medel för att genomföra modellen i större skala.

17. Miljö

Projektet fokuserar på att skapa lokala/regionala marknadsplatser för nya produkter och maträtter för att på så sätt minska dels långa dyra frysleveranser/transporter vilket gynnar miljön.

Det samiska mathantverket utgår från traditionell produktion som gynnar dels miljö och som vi hoppas även i förlängningen hälsa genom rena produkter utan tillsatser.

En annan aktivitet som besparar vår moder jord är att vi kommer till orten och på så sätt tror vi att vi minskar avgasutsläpp som vi tror är större om alla ska åka i egen bil till ett seminarium/workshop.

18. Slow Food Sápmis Jämställdhet- och Jämlikhets policy.

Se bilaga SSR Jämställdhetspolicy

Jämställdhet

Slow Food Sápmi ska beakta och arbeta för en jämn könsfördelning i organisationen och att både män, kvinnor och ungdomar liksom äldre ges samma status och att alla ges möjligheter att delta/leda våra projekt och aktiviteter.

I arbetet med samisk matsuveränitet tydliggörs kvinnors betydelse för samisk mat. Slow Food Sápmi ska beakta såväl formell som informell makt inom organisationen, projekt och aktiviteter liksom att alla, oberoende av könstillhörighet ges samma möjligheter och skyldigheter samt inflytande inom organisationen, projekt och aktiviteter som omfattas av rörelsen. Projektpartner SSR har en antagen likabehandlingsplan. Se bilaga:

Slow Food Sápmi ska analysera hur organisationen och eventuella projekt skapar balans utifrån könstillhörighet genom att upprätta en könskonsekvensanalys och handlingsplan utifrån regeringens jämställdhetsmål.

Jämlikhet

Slow Food Sápmi ska beakta och arbeta för jämlikhet mellan samebyar, samiska organisationer, rätt att använda sitt samiska språk, respekt för samiska näringar, att få ha sin egen kultur, rätten att kunna producera sin egen mat och att samiska produkter och tjänster ska ges jämlika marknadsmässiga förutsättningar.

19. Slow Food Sápmis Språkpolicy

Se även bilaga SSRs Språkpolicy

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, lång-siktig hållbarhet kulturellt-, språk-, miljö-, och näringsmässigt. Slow Foods övergripande filosofi Gott, Rent och Rättvist ger ytterligare en dimension i utvecklingen av den samiska matfilosofin och i samklang Sametingets *matvision*.

De samiska språkvarieteterna:

Inom den samiska kulturen är de olika samiska språkvarieteterna centrala, speciellt inom de samiska mattraditionerna. Renens samtliga slaktdetaljer, olika storlekar på fisken, ätbara växter, arbetsmetoder kan beskrivas på samiska. Vissa termer saknas på svenska eller norska. Den normala yrkesterminologin är samiska. Ibland har termerna ersatts av svenska eller norska benämningar, men ofta på ett sätt som inte ger rättvisa åt de ursprungliga benämningarna på samiska. Ur språklig synpunkt är det utarmning av det samiska språket, men det sänker också värdet på den turistiska produkten. I Slow Food Sápmis språkpolicy ingår därför arbetet med att revitalisera det samiska språket utifrån näringslivssynpunkt.

Projektet vill också stärka den sydsamiska kulturen och stimulera sydsamisk språkanvändning. Det sydsamiska språket är en de mest hotade språkvarieteterna i världen.

Traditionell samisk kunskap är fortfarande levande hos den samiska befolkningen men samtidigt starkt hotad av t.ex. kommersiella krafter som kräver ökad industriell slakthantering.

Utvecklingen mot allt rationellare råvaruhantering kan uppfattas som ett hot mot den samiska kulturen. En motkraft är att stärka medvetenheten om vilka unika och värdefulla kunskaper som finns i det traditionella mathantverket, värden som annars skulle gå förlorade, om näringen låter utvecklingen ensidigt fortsätta i samma spår. Ökad medvetenhet stärker den samiska kulturen och höjer dess status i majoritetssamhället.

Projektets förhoppning är att de olika samiska språkvarieteterna ska stärkas genom att stimulera användningen av samiska benämningar på råvaror, framställningssätt och maträtter. Samisk mat är nära kopplad till användningen av de samiska språkvarieteterna. Bättre kunskap om och ökad användning av samiska mättermer kommer därmed att stärka både den samiska kulturen och språket. Enligt Slow Food Sápmis språkpolicy ska vi uppmuntra och använda samiska termer och benämningar i den utsträckning som är möjligt.

Att i arbetet med idén om Sápmi som matland utveckla och använda det samiska språkbruket för att uppmärksamma samiskt matföretagande med utgångspunkt från traditionell samisk kultur och förnyelse.

Att i samband med kompetensutveckling uppmuntra och använda de olika samiska språkvarieteterna i kurser, seminarier, workshops riktade till samiska mat- och förädlingsföretag samt samiska turistföretag men också till kockar/restauranger, butiker och konsumenter där det finns anknytning till samisk matproduktion.

Att i utvecklandet av produkter utifrån traditionell samiskt mathantverk uppmuntra och använda samiska termer och språkbruk anpassad till samisk matkultur, samiska mat- och turistföretag samt marknad.

Att i arbetet med företagsutveckling kring samiska matföretag i kombination med turism uppmuntra och använda samiska termer och språkbruk.

Att i allt tryckt material ska språket användas i största möjliga mån dock minst med medföljande lexikon för vissa bransch- specifika samiska uttryck.

20. Budget och Finansiering

20.1. Budget

Se bilaga detaljerad budget

Projektbudget är 2 071 300 SEK inklusive moms.

Indirekta kostnader	50 000
Investeringar	15 000
Övriga utgifter	1 331 000
Utgifter personal	686 700
Summa utgifter	2 082 700 SEK

20.2. Finansiering

Övrigt offentligt stöd från Sametinget	* 501 931
Sökt projektstöd	1 580 769
Summa stöd	2 082 700 SEK

* Sametingets näringslivschef har givit muntligt besked att de kan stödja projektet upp till ca 500 000 kr enligt telefonsamtal april 2017.

2018-05-14

Slow Food Sápmi



Anneli Jonsson
Ordförande