

Jordbruksdepartementet

Visit Sweden
Box 3030
103 61 STOCKHOLM

Uppdrag att ta fram en kommunikationsstrategi för *Sverige – det nya matlandet*

Regeringens beslut

Regeringen ger Sveriges exportråd, Statens jordbruksverk och Visit Sweden i uppdrag att tillsammans ta fram en kommunikationsstrategi och en kommunikationsplattform för att förmedla bilden av *Sverige – det nya matlandet* på ett enhetligt sätt. Exportrådet, Jordbruksverket och Visit Sweden ska bilda en gemensam projektgrupp.

Utgångspunkter för arbetet är handlingsplanen för *Sverige – det nya matlandet* vari syfte och mål för visionen framgår. Uppdraget ska resultera i att berörda aktörer, kanaler och budskap samordnas samt att gemensamma verktyg utformas så att kommunikationen bidrar till att visionens mål uppfylls.

Till projektet ska knytas en styrgrupp till vilken projektgruppen löpande redovisar och förankrar arbetet. I styrgruppen ska ingå representanter för Regeringskansliet (Jordbruksdepartementet och Näringsdepartementet), Exportrådet, Jordbruksverket, Visit Sweden, Svenska Institutet, Sveriges Hotell- och Restaurangföretagare, Lantbrukarnas Riksförbund och Livsmedelsföretagen.

Till projektet ska knytas en referensgrupp med representanter från bland annat regionala och lokala aktörer.

Kommunikationsstrategin ska sträcka sig över fem år. Strategin ska identifiera ett gemensamt angreppssätt, målgrupper och kanaler för kommunikationsarbetet. Strategin ska vidare säkerställa att berörda aktörer kommunicerar de kärnvärden (huvudbudskap) som är viktiga för marknadsföringen av svensk mat både nationellt och internationellt. I uppdraget ingår även att fastställa en positionering för *Sverige – det nya matlandet* liksom att sprida kunskap om visionen till olika målgrupper och involverade aktörer inom och utanför Sverige.

Inom uppdraget med **kommunikationsplattformen** ska en webbplats för *Sverige – det nya matlandet* skapas liksom en grafisk profil med kompletterande bildpolicy och övriga verktyg/aktiviteter som bedöms vara relevanta. Webbplatsens huvudsakliga målgrupp är svenska och utländska konsumenter och turister. Webbplatsen bör förvaltas och drivas på kommersiell basis.

Resultatet av arbetet ska vara tillgängligt för alla aktörer som är involverade i genomförandet av visionen.

Visit Sweden ska ha ett samordningsansvar för uppdragets genomförande och rapportera till Jordbruksdepartementet enligt nedan.

Medel för uppdraget ska belasta anslaget 1:23 *Åtgärder för landsbygdens miljö och struktur*, ap 11, inom utgiftsområde 23 Jord- och skogsbruk, fiske med anslutande näringar, och får högst uppgå till 2 miljoner kronor år 2009. Ersättning för uppdraget betalas i efterskott till Visit Sweden mot kostnadsredovisning. Avsikten är dessutom att 7 miljoner kronor utbetalas till Visit Sweden årligen över fem år, för samma ändamål, med start år 2010 från anslaget 1:21 *Konkurrenskraftig livsmedelssektor*.

Redovisning av uppdraget

En årlig sammanställning av arbetet, med bland annat ekonomisk redovisning, ska redovisas senast den 31 december för Jordbruksdepartementet.

En utvärdering utifrån den framtagna kommunikationsstrategin ska göras vid två tillfällen och avrapporteras till Jordbruksdepartementet, först efter halva projekttiden och därefter vid projektets slut.

En webbplats för *Sverige – det nya matlandet* ska redovisas för Jordbruksdepartementet senast den 31 maj 2010. I samband med redovisningen ska också förslag lämnas på hur webbplatsen ska kunna förvaltas och drivas på kommersiell basis.

På regeringens vägnar

Eskil Erlandsson

Johan Andersson Anell

Likalydande till

Sveriges exportråd
Statens jordbruksverk

Kopia till

Utrikesdepartementet
Näringsdepartementet
Tillväxtverket
Svenska Institutet
Sveriges Hotell- och Restaurangföretagare
Lantbrukarnas Riksförbund
Livsmedelsföretagen