

Kan Bohusläns klippor konkurrera med
Piemontes böljande landskap?



Att marknadsföra regionens mat

Hur gör man för att marknadsföra en regions matkultur? I Västsverige har kockarna gått samman i Kockarnas förening och bildat Gothenburg Culinary Team, restaurangerna samarbetar med Västsvensk Mersmak under parollen Smaka på Göteborg och den matintresserade allmänheten är aktiva i bland annat Akademin vänförening. Det är gott och väl, men hur når vi utanför Västsveriges gränser?

LÅT OSS SNEGLA lite på hur man gör i Italien. Det är troligen det land som lägger ner mest resurser på marknadsföring av mat. I år har man satsat extra mycket på de skandinaviska länderna. Det är Italienska utrikeshandelsbyrån (ICE) som tillsammans med regionerna Emilia Romagna, Lombardiet, Piemonte, Toscana och Venetien bildat Saperi e Sopori della Regioni Italiane (www.italianflavours.org).

Till de olika regionerna har man bjudit ner kockar, sommelierer, mat- och dryckesimportörer och mat- och vinjournalister.

Själv var jag med på en fyradagarsresa till Piemonte och kan intyga att det var ett späckat program. Vi var fyra mat- och vinjournalister, från Danmark, Norge, Finland och Sverige, som visades runt med guide och egen buss. Vi hann med ett antal vinproducenter, vi fick se tillverkning och lagring av ost, vi såg risfält och fick lära oss laga risotto, vi besökte Slow Food-universitetet och deras vinbank och vi besökte det fantastiska mattemplet Eataly. Hela tiden åt vi gott och drack goda

viner därtill. Med andra ord, det gick ingen nöd på oss.

Kockar och sommelierer hade egna program och mat- och dryckesimportörerna hade en speciell B2B-workshop.

Det är inte konstigt om du under hösten hittar italienska maträtter och råvaror på skandinaviska restauranger. Eller att du läser flera reportage om de italienska regionernas mat och vin.

Visst kostar detta pengar, men det lönar sig säkert också. Tänk bara på vad det skulle kosta om man satsade på betalda annonser istället.

Landsbygdsminister Eskil Erlandsson vill satsa på svensk mat som exportvara. Vi får hoppas att det blir så. Tänk att få bjuda italienare på räkfrossa, äggost eller bäver från Dalsland. Så länge det finns resurser, så finns det hopp.

TEXT: TOTTE WIBERG