



NORDNORSK REISELIV AS

---

# Taste the Arctic - Finnmark Edition

Teams, 21. mai 2026

Foto: Marie Louise S. Hætta







# Bakgrunn og forankring

- **Pilot prosjekt - Måltidsturisme i Finnmark**
- Bygger videre på IGW-satsing og regional utviklingsstrategi
- Styrke koblingene mellom mat, reiseliv, kultur og utdanning
- Realisere potensialet i måltidsturisme og lokalmat i nord
- Pilot-/Forprosjekt før mulig nordnorsk hovedprosjekt (2027–2030)

# Taste the Arctic – Finnmark Edition

Bedriftsmøte • avklaringsmøte for deltakelse og påmelding

- Målet i dag er å avklare om vi har godt nok grunnlag til å gå videre med piloten.
- Vi ønsker konkrete tilbakemeldinger på relevans, deltakelse, studietur og kostnadsnivå.
- Etter møtet sender vi ut et kort Forms-skjema som brukes som beslutningsgrunnlag.



## Viktig budskap

Piloten skal bygge videre på det som allerede skjer lokalt, ikke skape en parallell prosess. Samtidig skal den gi regional merverdi for hele Finnmark.

## Piloten bygger videre på det som allerede skjer

- Flere bedrifter deltar allerede i lokale utviklingsprosesser.
- Matnettverk i Øst-Finnmark har allerede samlinger, webinarer og innholdsarbeid.
- Det finnes allerede effekt av samarbeid og koblinger i verdikjeden.
- Taste the Arctic skal gi regional merverdi.
- Målet er å koble lokale initiativ inn i et større Finnmark-løp.

### Hva dette betyr

Piloten skal ikke skape dobbeltarbeid. Den skal koble lokal innsats til et større regionalt løft og gjøre samarbeid mer nyttig på tvers av fylket.

# Hva Matnettverket allerede har på plass

20+

deltakende bedrifter

4–6

fysiske workshops

4–6

webinarer

1

felles matprofil

- Finansiert utviklingsprosjekt 2025–2027
- Felles matprofil med utgangspunkt i “100 % Varanger”
- Nettplattform / webportal med innhold
- Innholdsproduksjon i tekst, historier, bilder og mediefiler

## Poenget

Matnettverket er allerede den lokale motoren i øst. Piloten bør ikke duplisere dette – den bør forsterke det.

# Hvordan vi ser rollefordelingen

## Matnettverk Øst-Finnmark

- lokal utviklingsarena
- mobilisering
- møteplasser
- webinarer
- relasjoner og lokal profil



## Taste the Arctic

- regional metodeplattform
- kriterier og verdisett
- Matunivers-mal
- måling og indikatorer
- skalering til resten av Finnmark

# Hvorfor dette er interessant utover Øst-Finnmark



## Hvorfor satse på måltidsturisme og lokalmat i Finnmark?

- Finnmark har råvarer, historier og tradisjoner med sterk attraksjonskraft.
- Mat og drikke er en viktig del av hvordan gjester opplever et sted.
- Måltidsturisme handler om hele verdikjeden – ikke bare servering.
- Lokalmat kan styrke lønnsomhet, identitet og samarbeid.
- Finnmark har allerede sterke eksempler: sjømat, reinkjøtt, tørrfisk og levende kongekrabbe til internasjonale markeder.
- Alle i rommet kan bidra til hvordan Finnmark oppleves.



### Hvorfor dette er viktig

Mat er ikke bare et tillegg til reisen. Mat er en del av opplevelsen, fortellingen og stedets verdi. Derfor er dette et godt grep for hele fylket.

## Organisering av piloten

- Prosjekteier: Finnmark fylkeskommune
  - Egil Ørjan Thorsen
- Utførende: NordNorsk Reiseliv AS
  - Olga Philippenko & kommunikasjonsteam NNR
  - Håkon Johnsen, kokkefaglig rådgiver & Terje Larsen, kokkelaug
- Styringsgruppe:
  - Siw Sandvik – NordNorsk Reiseliv (styringsgruppe)
  - Alf Emil Paulsen – Sametinget
  - Terje Larsen – Fagopplæringskontoret i Finnmark
  - Linda Tangen – Innovasjon Norge Arktis
  - Liv-Edel Berg – Statsforvalteren i Troms og Finnmark
  - Helga Pedersen – Finnmark Bondelag

# Aktivitetsplan Taste the Arctic – Finnmark Edition

(mars 2026 – aug 2027)

## 1. Forarbeid og forankring - Feb–mars 2026

- Problemaforklaring og analyse (IGW-oppfølging)
- Prosjektutforming og offentlig forankring
- Konstituering av Styringsgruppen
- Kartlegging av bedrifter
- Kartlegging av matprosjekter (Finnmark), matkonferanser og matfestivaler (Norge)
- Kartlegging av interaktive kartløsninger: utarbeide kravspesifikasjon

## Oppstart og mobilisering - mars 2026 – mai 2026

- Rekruttering av ca. 15/25 bedrifter (reiselivsbedrifter, matprodusenter, drikkeprodusenter)
- Etablering av referanse gruppe – Destinasjonsselskaper innen Fokus Finnmark satsningen
- Inngå intensjonsavtaler med bedrifter
- Innsikt:
  - Innsamling av råvare- og historiedata
- Bedriftsbesøk, historiefortelling

## 3. Kompetanse og inspirasjon - Sep-okt 2026

- Prosjekt kickoff & Workshop
- Studietur til Lapland/Inari
- Erfaringsutveksling

## 4. Utvikling okt– des 2026

- Fagsamling 1: Arktisk råvarebank
- Fagsamling 2: Opplevelsesdesign og måltidsturisme
- Utvikling av 5–7 opplevelseskonsepter
- Foto/video og historiefortelling

## 5. Digitalisering og synliggjøring

### Des 2026 – feb 2027

- Kartlegging av digital prototype
- Tematisering – «Matunivers» på nordnorge.com
- Deltagelse på arenaer: Umami Arena 2027 / MATKA 2027???
- Pop-Up kjøkken i Finnmark og/eller andre byer??

## 6. Evaluering og skalering

### Mars – aug 2027

- Måltidsturisme i Finnmark løfter og forsterker verdikjeden og samarbeidet mellom reiseliv, kultur, mat og utdanning
- Sluttrapport og effektvurdering
- Modell for nordnorsk hovedprosjekt (2027–2030)

## Pilotbedrifter

Vi inviterer nå et utvalg bedrifter i Finnmark innen:

- mat og drikke
- reiseliv og opplevelser
- servering og vertskap
- lokal foredling og råvarebaserte konsepter

Vi ser særlig etter bedrifter som:

- har motivasjon til å utvikle egne produkter eller konsepter
- ønsker å samarbeide med andre aktører i regionen
- har en tydelig lokal forankring i råvarer, vertskap, natur, kultur eller historiefortelling
- vil bruke prosjektet aktivt til læring, utvikling og synlighet

## Hva kan dette bety for ulike typer bedrifter?

- Noen vil bruke piloten til å utvikle et konkret produkt eller en opplevelse.
- Noen vil styrke råvareprofil og historiefortelling.
- Noen vil bli bedre koblet til produsenter, kjøkken eller opplevelsesaktører.
- Noen vil teste samarbeid og nye kommersielle koblinger.
- Noen vil først og fremst delta i læring, nettverk og regional utvikling.

### Poenget

Piloten er ikke bygget for at alle skal gjøre det samme. Den er bygget for at ulike typer bedrifter skal kunne finne en rolle som gir verdi.

## Hva mener vi med disse begrepene?

- Pilotcase = et konkret utviklingsløp i en bedrift eller mellom flere aktører.
- Fagsamling = en praktisk samling med faglig innhold og arbeid på tvers.
- Synlighet = innhold og fortellinger som kan løfte fram bedrifter og opplevelser.
- Nettverk = samarbeid mellom produsenter, kjøkken, opplevelsesaktører og andre miljøer.
- Studietur = lærings- og arbeidsarena, ikke bare inspirasjonstur.
- Verdigrunnlag/kriterier – eksempel:

### 1. Smak av sted

Vi skal løfte fram Finnmarks råvarer, tradisjoner, natur og mennesker på en måte som gir gjesten en tydelig opplevelse av sted.

### 2. Fra råvare til opplevelse

Vi skal styrke koblingen mellom råvare, foredling, servering, vertskap og opplevelse, slik at maten blir en aktiv del av reiseopplevelsen.

### 3. Ekthet og kvalitet

Vi skal prioritere løsninger som oppleves ekte, stedeodne og faglig gode, framfor generiske konsepter eller rene profileringsgrep. Dette harmonerer også med prosjektets vekt på tydelige case og konkret nytte framfor bare profilering.

### 4. Samarbeid i verdikjeden

Vi skal bruke piloten til å styrke samarbeid mellom produsenter, foredlere, kjøkken, opplevelsesaktører, overnatting, utdanning og andre relevante miljøer i Finnmark.

### 5. Bedriftseierskap og nytte

Deltakelse skal gi konkret verdi for bedriftene. Piloten skal ikke være en løst merkevareøvelse, men et utviklingsløp som gir tydeligere produkter, sterkere fortellinger, bedre koblinger og økt konkurransekraft.

### 6. Læring og deling

Piloten skal bygge kompetanse og gjøre det lettere å dele erfaringer, lære av hverandre og utvikle en modell som kan brukes videre i resten av Finnmark og senere i Nord-Norge.

# Kriterier for deltakelse i Taste the Arctic

## A. Grunnkriterier for deltakelse

En bedrift bør:

- ha tydelig lokal eller regional forankring i råvarer, vertskap, sted eller historie
- være villig til å delta i felles læringsløp og arbeid med verdisett
- kunne bidra med nødvendig informasjon til kartlegging og innholdsarbeid
- være motivert for å utvikle eller spisse en rett, et produkt, en opplevelse eller en fortelling
- kunne bidra med definert egeninnsats og samarbeid
- stille seg bak prosjektets minimumsforståelse av kvalitet, råvarebruk, historiefortelling og godt vertskap.

## B. Ekstra kriterier for pilotcase / fordypningsbedrifter

- Bedrifter som skal prioriteres som pilotcase eller i fordypningsspor bør i tillegg:
  - ha tydelig potensial for å utvikle en signaturrett, et produkt eller en opplevelse
  - ha kapasitet og vilje til å teste noe konkret i pilotperioden
  - kunne bidra med råstoff til synlighet, for eksempel bilder, tekst, små historier eller annen dokumentasjon
  - være åpne for samarbeid med andre ledd i verdikjeden
  - ha relevans for helårsopplevelse, sesongprofil eller sterk lokal identitet
  - helst kunne fungere som eksempel eller modell for andre bedrifter senere.

Dette passer godt med prosjektets mål om å utvikle noen få tydelige og salgbare pilotcase og med deltakermodellen som prioriterer helårige besøkspunkt, men også åpner for sesongbedrifter og aktører med sterk råvare- eller fortellingsverdi.

## Fra råvare til attraksjon: hvorfor samarbeid kan øke verdien

- Den samme råvaren kan gi verdi i flere ledd.
- Kongekrabben er et godt eksempel i Finnmark.
  - eksportprodukt
  - signaturrett
  - opplevelse
  - stedlig fortelling
  - grunnlag for synlighet og omtale
- Samarbeid gjør at flere kan ta del i verdien.

### Eksempel

Kongekrabben viser hvordan en råvare kan være både næring, opplevelse, identitet og synlighet. Piloten ønsker å teste samme tankegang også på andre råvarer og opplevelser.

# Samme råvare, ulike gjester

## FIT-markedet

- søker det unike og autentiske
- vil høre historien bak råvaren
- verdsetter vertskap, nærhet og særpreg
- kan betale mer for kvalitet og opplevelse

## Gruppe / turbuss

- trenger tydelige stopp og god logistikk
- trenger servering som fungerer i volum og tid
- trenger enkel og tydelig fortelling
- kan gi volum, synlighet og ringvirkninger

## Poenget

Alle bedrifter skal ikke gjøre det samme. Men flere bedrifter sammen kan møte ulike typer gjester bedre og utgjøre et sterkere reisemål.

## Hva deltakelse innebærer

- Deltakelse skjer per bedrift.
- Aktiv deltakelse, egeninnsats og samarbeid.
- Grunnmodell med differensiert inngang.
- Ikke alle trenger å være med på alt.
- Én deltaker per bedrift inngår i studieturgrunnløpet.
- Opptil to deltakere per bedrift på samlinger i Finnmark.
- Ekstra deltaker på studietur mot egen per-person kostnad og kapasitet.

### Kort sagt

Noen vil gå inn i studietur og fagsamlinger. Noen vil også være pilotcase. Andre vil først og fremst være med i læring, nettverk og videre utvikling.

# Hva kan bedriften få igjen?

## Kommersiell verdi

- tydeligere produkter og opplevelser
- bedre kobling mellom råvare og betalingsvilje
- sterkere fortellinger og gjesteverdi
- bedre grunnlag for framtidig synlighet og salg
- utvikling av signaturretter, menyer og pilotcase
- bedre kobling mellom råvare og servering
- sparring med kjøkken og vertskap
- løft av råvarefortelling og måltidsopplevelse
- kobling til kokkelaug, rekruttering og faglig synlighet
- mulig bruk av festivaler og konkurranser som synlighetsarena

## Kompetanse og læring

- fagsamlinger og faglig sparring
- studietur og inspirasjon
- råvareforståelse, vertskap og opplevelsesdesign



## Nettverk og sosial kapital

Nye relasjoner i hele fylket, lettere kontakt mellom produsenter, kjøkken og opplevelsesbedrifter, og mer samarbeid og læringsutveksling.

## Hva piloten faktisk består av

- Kartlegging og utvelgelse av deltakere
- Samlinger, studietur og felles læring
- Utvikling av konkrete pilotcase
- Enkel struktur for synlighet og innhold
  - Nordnorge.com & SoMe
- Evaluering og grunnlag for neste steg



### I praksis

Først finner vi ut hvem som vil delta og hva som er mest relevant. Deretter følger læring, caseutvikling, enkel synlighet og vurdering av hva som kan tas videre.

## Studietur og arbeidsmøte i Inari / Ivalo / Saariselkä Foreløpig: 5.–8. oktober 2026

### Enkel kostnadsmodell

- Pilotmidler til studietur: ca. 150 000 kr
- Bedriftsbidrag samlet: ca. 75 000 kr
- Samlet kontantbudsjett: ca. 225 000 kr
- Ved 20 bedrifter: ca. 4000 kr per bedrift
- I tillegg kommer egeninnsats i tid

- En sentral del av pilotens læringsløp.
- Skal gi inspirasjon, faglig påfyll og konkrete møter.
- Inneholder bedriftsbesøk, felles måltider, faglige innspill og workshops.
- Skal brukes til å bygge felles retning og identifisere pilotcase.
- Én deltaker per bedrift inngår i grunnløpet.
- Ekstra deltaker kan bli mulig mot egen per-person kostnad og kapasitet.

## WILDERNESS HOTEL JUUTUA

IN THE HEART OF SÁMI CULTURE

### Kort forklart

Studieturen er ikke en vanlig inspirasjonstur, men et arbeidsmøte og en læringsarena som skal gi grunnlag for videre caseutvikling i Finnmark.

## Dette trenger vi avklaring på fra dere

- Er piloten relevant for deres bedrift?
- Hvilke aktiviteter er aktuelle for dere?
- Er studietur til Inari aktuell?
- Hvor mange fra bedriften kan være aktuelle?
- Hva er realistisk i tid og kostnad?
- Er dere aktuelle som pilotcase?

### Forms etter møtet

Vi sender ut et kort skjema rett etter møtet. Det skal gi oss konkret grunnlag for å avgjøre pilotutvalg, videre planlegging og om vi kan gå videre med studieturen i planlagt omfang.

## Veien videre etter møtet

Tidspunkt	Hva skjer	Hva er målet
Torsdag 21 mai	Teams-møte og utsending av Forms	Rask og konkret interesseavklaring
Mandag 25 mai	Første gjennomgang av svar og eventuell påminnelse	Se om grunnlaget er sterkt nok
Torsdag 28 mai	Oppsummering av respons og foreløpig pilotutvalg	Avklare omfang, case og studietur
Deretter	Videre planlegging av Inari, samlinger og case	Starte pilotløpet på riktig nivå

### Avslutning

Målet med dette møtet er ikke å lande alt i dag, men å få et godt nok grunnlag til å vite om vi går videre med piloten og studieturen slik den nå er skissert.