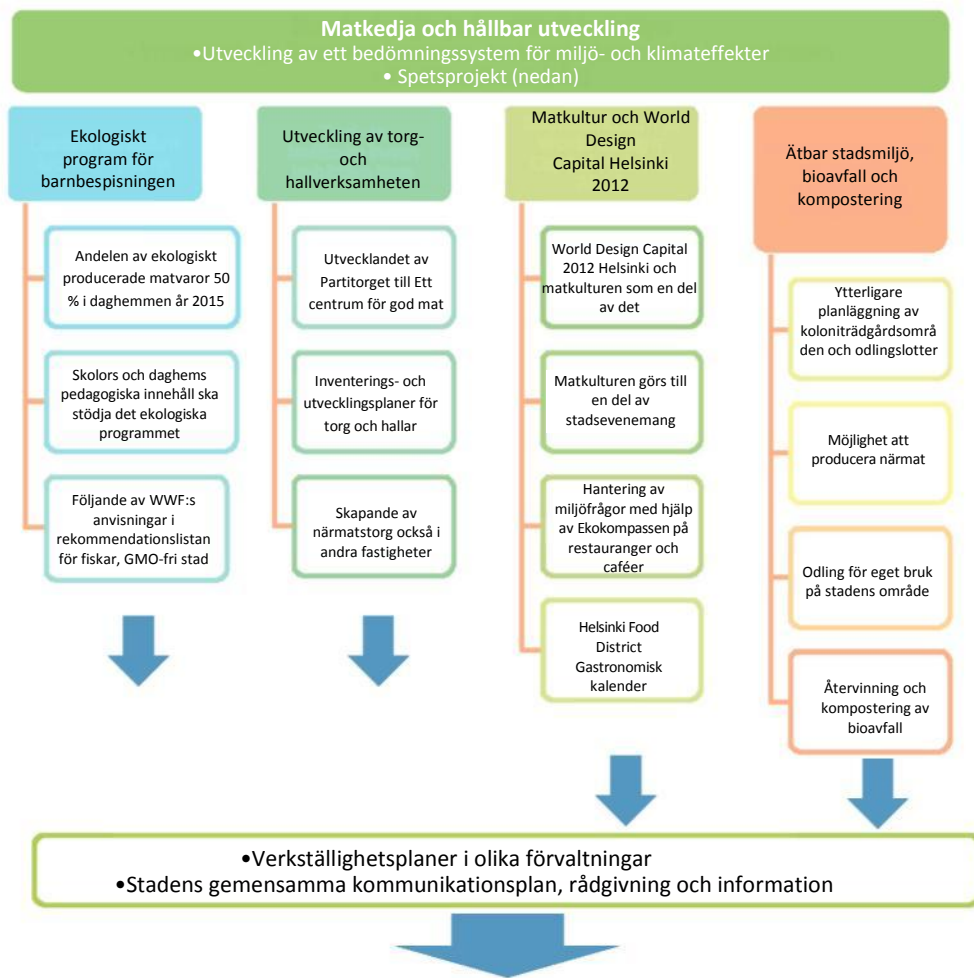


Helsingfors stads matkulturstrategi

1. Inledning

I Helsingfors stads strategiprogram för 2009–2012 har följande mål satts upp: "Helsingfors utvecklas som ett centrum för finländsk mat och gourmetmat av högsta klass genom ett samarbete mellan företag, kommunala läroanstalter, Palmia och Helsingfors Partitorget för att främja näringsverksamheten".¹



Helsingfors – en europeisk matstad av hög klass

I utvecklandet av matkulturen är det fråga om en ny tanke- och verksamhetsmodell där staden strävar efter att handla för matens kvalitet och bättre smak. På samma gång minskar man det ekologiska fotavtrycket av offentliga måltidstjänster och matkedjan i Helsingfors och motarbetar klimatförändringen. Med utvecklingsvalen ökar man samtidigt stadsbornas välfärd och trivsel och förstärker Helsingfors identitet och internationella profil med hjälp av matkulturen. Kärnan i åtgärderna är att i samarbete med innovativa aktörer inom matbranschen utnyttja och förstärka redan befintliga måltidstjänster, evenemangsaktivitet och strukturer som stöder matkulturen. Med dessa medel görs Helsingfors till en europeisk matstad av hög klass.

¹ Helsingfors stads strategiprogram 2009–2012, sida 16.
<http://www.hel2.fi/taske/julkaisut/2009/Strategiaohjelma.pdf>

Spetsprojekt för främjandet av Helsingfors stads matkultur är det ekologiska programmet för barnbispisningen, utveckling av Partitorget, att göra främjandet av matkulturen till en del av World Design Capital Helsinki 2012-projektet och stadsevenemang samt att öka småskalig odling i bostadsområden eller i närheten av dem.

De uppsatta målen är i linje med programmet för främjande av finländsk matkultur (2008–2011) som sattes igång av Finlands regering.²

2. Matkedja och hållbar utveckling

EU har åtagit sig att minska växthusutsläppen som påverkar klimatuppvärmningen med 20–30 procent från 1990 års nivå fram till år 2020. Före år 2050 måste växthusutsläppen minskas betydligt mer; även Finland har redan bundit sig till att minska utsläppen med 80 procent fram till år 2050. Förutom nya direktiv har vi också inhemsk lagstiftning att vänta i syfte att minska det ekologiska fotavtrycket från kol, vatten och industri. Därtill förpliktar deltagandet i "Covenant of Mayors"-avtalet mellan 1 300 städer Helsingfors att också på andra sätt höja energieffektiviteten och minska kolavtrycket mer än de mål som Europeiska kommissionen har satt upp. Hejdandet av klimatförändringen är också ett av målen i strategiprogrammet som Helsingfors stadsfullmäktige har godkänt.

I verksamheten mot klimatförändringen har matkedjan en betydande roll, i och med att matkedjans andel allmänt taget uppskattas vara 10–30 procent, vilket är större än de totala utsläppen från trafiken.

Ekologisk produktion är en produktionsform som belastar miljön mindre och respekterar naturens egna system och kretslopp. Den ekologiska produktionen omfattar växt- och djurproduktion samt insamlingsprodukter från naturen. I ekologisk produktion sköts odlingsmarken genom att följa en mångårig odlingsrotation och utnyttja organiska gödsel. Användningen av kemiska bekämpningsmedel och konstgödsel är förbjuden. Ekologisk produktion övervakas av myndigheterna och regleras av EU:s förordning för ekologisk produktion.

Som Finlands största arbetsgivare, den största arrangören av bispisning för grupper, en betydande aktör inom officiella upphandlingar och utvecklare av verksamhetsmiljön för invånare och företag i huvudstaden har Helsingfors en möjlighet att påverka hur maten produceras och matkedjan. Helsingfors stad kan vara vägvisare i Palmias måltidstjänster och fungera som en katalysator för sina kunder, anställda och HoReCa-företag (hotell-, restaurang- och catering) i Helsingfors – samt påverka internationellt på politisk nivå.

Åtgärder

- Vi ska upprätta en bedömning om miljö- och klimatpåverkan från matkedjan i Helsingfors stad samt en klimaträknare för måltidstjänsterna. Dessa bildar en kunskapsmässig bas för genomförandet av stadens klimatpolitik i måltidstjänsterna (miljöcentralen).
- Vi ska gradvis öka användningen av ekologiskt odlad och närproducerad mat i stadens egna måltidstjänster. I initialskedet ska det ekologiska programmet för barnbispisningen sättas igång (se punkt 3).

² Målet för *Programmet för främjande av finländsk matkultur (2008–2011)* är att öka uppskattningen för mat. Målgrupper är instanser som bestämmer över matfrågor och finländska konsumenter, speciellt ungdomar och barn samt barnfamiljer. Åtgärderna har riktats till att öka uppskattningen för mat och matproducenter, främja närproducerad och ekologiskt odlad mat, bättre kvalitet, styra näringsbeteendet och internationaliseringen av den finländska livsmedelsbranschen. Se www.sre.fi

- Vi ska främja marknaden för närproducerad och ekologiskt odlad mat genom att förbättra handelsplatserna (partitorget, övriga torg, hallar) (se punkt 4).
- Vi ska stärka hanteringen av miljöfrågor i restauranger, inom måltidstjänster och i hotell med Ekokompass-systemet (se punkt 5).

Mätare

- Miljö- och klimatbelastningen i matkedjan för måltiderna som produceras av Palmia minskas (miljöcentralen utför bedömningen)

3. Det ekologiska programmet för barnbespisningen

Åtgärder

- Vi ska starta Det ekologiska programmet för barnbespisningen, inom ramen för vilket andelen av ekologiskt producerade matvaror ska höjas till 50 procent i daghemmen i Helsingfors fram till år 2015. Användningen av ekologiskt odlad mat ska ökas gradvis också i grundskolor och andra läroanstalter. Åtgärderna genomförs inom ramen för budgeten och ekonomiplanen. (Ansvarigt ämbetsverk: Palmia; i samarbete med socialverket, utbildningsverket och anskaffningscentralen).
- Förändringen kopplas till de pedagogiska innehållen i skolor och daghem (utbildningsverket och socialverket).
- Staden binder sig också till WWF:s d.v.s. Världsnaturfondens anvisningar i rekommendationslistan för fiskar och förklarar sig som en GMO-fri zon (Palmia).

Mätare

- Den procentuella andelen av användningen av ekologiska produkter. På daghem nås nivån på 50 procent fram till 2015, i annan matproduktion ökas användningen av ekologiska produkter gradvis.

4. Utveckling av torg- och hallverksamheten

Åtgärder

- Utvecklandet av partitorget till "ett centrum för god mat" (partitorget) Denna helhet omfattar kompetensenheten Matcentrum, där det finns en faktacentral för god mat och information om matens historia, hälsoeffekter, betydelsen av gemenskaplighet samt om upplevelser. Centret för god mat innehåller också inlärningslokaler som kan användas för matlagning, odlingskurser, upplevelser. Dessutom finns det utrymmen för restauranger och utställningar på Centret för god mat. Centret för god mat förenar också etnisk, mångkulturell mat, design och seder och bruk med gemensam inläring och upplevelser i enlighet med färsksäsonger. Partitorgets utbildningskök ska i mån av möjlighet byggas på så sätt att Finlands kocklandslag kan använda det för träning.
- Inventering och utvecklande av de befintliga torgen och hallarna i Helsingfors stad samt profilering av hallar och torg så att de skiljer sig från varandra och är lockande. I idégivningen för hallar och torg används social media som stöd (partitorget, byggnadskontoret).
- Ämbetsverken bildar sig en gemensam syn om förutsättningarna för att inrätta fungerande närmatstorg i andra fastigheter än dem som ägs av staden (miljöcentralen och byggnadstillsynsverket).

Mätare

- Försäljar- och försäljningsutvecklingen samt antalet besökare i hallar och på partitorget och andra torg

5. Matkulturen och World Design Capital Helsingfors 2012

Åtgärder

- Matkulturen tas med som en del av projektet World Design Capital Helsingfors 2012 och evenemang, vi skapar WOW-upplevelser kring matkulturen. Vi skapar också förutsättningar för matkulturen i samband med olika evenemang i centrum, t.ex. på Senatstorget, på partitorget, på Glaspalatstorget, på Narinkens torg o.s.v. (kulturcentret & evenemangsenheten)
- Vi ska främja anslutandet av matkultur till stadsevenemang alltid då det finns naturliga tillfällen för detta (kulturcentret & evenemangsenheten)
- Matkulturen tas till lämpliga delar med i verksamheten av kulturcentret och mångkulturella centra (kulturcentret)
- Matkulturens ställning stärks som en del av stadens internationella image- och turistmarknadsföring och kommunikation (turist- och kongressbyrå, kommunikation)
- EKOKOMPASSEN – det lättare miljösystemet tillämpas mer omfattande på restauranger, mattjänster och hotell (miljöcentralen)
- Vi ska utarbeta kartan "Food District Helsinki" med restauranger, affärer och aktörer, Helsingforsmenyn³ samt etniska butiker på Tavastvägen; en gratis karta i pappersversion att delas ut, en internetversion som kan skrivas ut (jfr Design District Helsinki) (turist- och kongressbyrån, kommunikationen)
- Vi ska utarbeta en gastronomisk kalender som visar hur man kan använda sig av säsongprodukter under olika festsäsonger. Med den gastronomiska kalendern lyfter vi fram råvaror, restauranger och personer samt matkulturen i ett kretslopp som följer säsongerna. Kalendern ska vara i berättelseform och täcka hela året.
- Årsmötet för Délice-nätverket för matstäder arrangeras i Helsingfors 2012

Mätare

- Matkulturens andel i evenemang

6. Ätbar stadsmiljö, bioavfall och kompostering

Åtgärder

- Planläggning av nya koloniträdgårdsområden och odlingslotter Vi ska också göra det möjligt att anlägga köksträdgårdar på bostadshusens (också höghusens) gårdsplan på både nya och gamla bostadsområden (stadsplaneringskontoret)
 - Möjligheten att bedriva odling av närproducerad mat som en näringsgren så nära bostadscentra som möjligt och att möjliggöra direktförsäljning i bosättningskoncentrationer
 - Effektivisering av informering och rådgivning om återvinning och kompostering av bioavfall (Helsingforsregionens miljötjänster, avfallshantering, miljöcentralen)
-

- Vi ska lyfta fram ställen i olika delar av staden där man kan bedriva odling för eget bruk (miljöcentralen)

Mätare

- Mängden av småskalig matodling på gårdar, odlingslotter och i koloniträdgårdar
- Effektiviteten av återvinning av bioavfall