

VERKSAMHETSPLAN

Nordic Taste & Flavour Centre 2014



NORDIC TASTE &
FLAVOUR CENTRE

1. Vision

Att skapa en naturlig mötesplats för forskning, kunskapsbyggnad och utbildning inom smak på internationell nivå.

2. Mission

Att öka livsmedelsföretagens konkurrenskraft både nationellt och internationellt genom att sprida akademisk kunskap kring sensorik och tillgängliggöra den för industrin och näringen.

3. Mötesstruktur

En gång per år, senast den 31 mars, hålls ett årsmöte för samtliga medlemmar i Nordic Taste & Flavour Centre.

Styrelsen sammanträder minst fyra gånger per år enligt fastställd plan eller när minst tre styrelseledamöter begär detta.

4. Aktiviteter

4.1. Seminarier

Minst fyra seminarier med varierande och aktuellt innehåll ska hållas per år. Deltagarantalet uppskattas till mellan 30 - 100 deltagare per tillfälle. Seminarierna ska ha en relativt övergripande karaktär och tilltala deltagare med olika bakgrund och erfarenhet.

Förslag på teman

- Den offentliga maten
- Smak och åldrande, förändring av smaksinnen
- Gott och nyttigt – motsatsförhållande eller synonymt?
- Att sälja smak och bygga koncept kring smak
- Kommunicera smak, hur gör man?
- Exportera eller importera smak, global sensorik
- Smak kopplat till fetma
- Cross cooking, kombination av smaker
- Process och smak – hur påverkar tillagningssättet resultatet?

4.2. Utbildningar

Nischade utbildningar ska genomföras på universitets- och/eller gymnasienivå kopplade till sensorik och smak. Dessa ska ge en fördjupning och spetskompetens som inte är möjligt med nuvarande bredare utbildningar inom aktuella ämnen. Utbildningarna är en dag eller längre.

Förslag på utbildningar

- Kryddskola
- Sensoriskt språk
- Sensorisk marknadsföring
- Smakens kemi
- Smakens fysiologi
- Smakens psykologi
- Ytterligare utbildningar i samregi med olika lärosäten och universitet

4.3. Forskningsprojekt

Två forskningsprojekt pågår:

Innsens, ett EU projekt som till del finansieras via Leonardo da Vinci-programmet

Mål: Att på vetenskaplig bas ta fram en webbaserad sensorikkurs för mindre företag.

Deltagande organisationer: AINIA (Spanien), SSICA (Italien), UCHP (Danmark), SIK (Sverige) och IBA (Rumänien)

Klart 2015.

Robustness drivs och delfinansieras av European Sensoric Network.

Mål: Att identifiera robusta smaker, t ex salt, och se om det finns ersättare till dem, t ex baconsmak för salt. Se om de lever över tid och fungerar i andra kulturer och jämföra kulturell robusthet.

Deltagande organisationer: Forskningsinstitut från Frankrike, Sydafrika, Australien, Italien, Nederländerna och Sverige

Klart 2014.

4.4. Andra aktuella frågor att driva

4.4.1. Kryddkontroll

Behovet är stort av någon form av kvalitetssäkring av kryddor då mycket fusk förekommer. Tanken är att i samarbete med Livsmedelsverket kunna erbjuda en tjänst för kontroll av kryddors äkthet. Arbetet med detta är påbörjat.

4.4.2. LoU

I dagsläget tas ingen hänsyn till ett livsmedels smak vid offentlig upphandling. Många andra aspekter värderas men just smaken kontrolleras inte.

För att kunna påverka något så viktigt och fundamentalt som råvarans smak måste detta bli ett urvalskriterie i lagen om offentlig upphandling.

Arbetet mot detta mål har påbörjats genom att anslag har sökts hos Jordbruksverket. Projektet kommer drivas i samverkan med Livsmedelsakademien, Inköp Gävleborg, Malmö och Göteborgs städer samt ekonomihögskolan vid Lunds Universitet.

5. Kommunikation

5.1.1. Webb sida

Nordic Taste & Flavour Centre ska ha en hemsida som uppdateras kontinuerligt. Här ska det finnas information om kommande seminarier och utbildningar men även aktuella ämnen, forskningsrön etc. ska presenteras på hemsidan. Medlemmar kan genom en individuell inloggning ta del av information som inte är allmänt tillgänglig.

5.1.2. Sociala medier

Nordic Taste & Flavour Centre ska finnas representerat på sociala medier, dels för att vara mer synligt men också för att ha ytterligare kanaler för kommunikation med medlemmar och andra intressenter.

På sikt ska det finnas en blogg med bl.a. intervjuer med kommande föreläsare på seminarier och utbildningar. Där ska även finnas löpande information om arbetet som bedrivs och vad som uppnås.

Nordic Taste & Flavour Centre ska även ha en Facebook sida med information om kommande utbildningar och seminarier. Den ska innehålla länkar till aktuella ämnen knutna till sensorik. Detta ska vara en sluten grupp där medlemmar kan diskutera och interagera med varandra.

Twitter och/eller Instagram kan också bli aktuellt i framtiden.

5.1.3. Mässor

Vid utvalda och aktuella mässor kan finnas anledning för Nordic Taste & Flavour Centre att antingen ställa ut en monter eller besöka mässan. Syftet kan vara att värva medlemmar och göra reklam för verksamheten eller att hämta inspiration och knyta nya kontakter.

6. Medlemsvärvning

Värvning av nya medlemmar kommer ske fortlöpande under året. Det kan t ex ske via mässor, se 5.1.3 Mässor, eller via bearbetning via telefon. Alla i styrgruppen hjälps åt att locka nya medlemmar och informera om verksamheten bland sina relevanta kontakter.

7. Övriga aktiviteter

Diverse aktiviteter inför Pangborn 2015. Ännu ej något fastställt.

8. Uppföljning

Anonyma enkäter för utvärdering och önskemål/förslag kommer att delas ut efter varje seminarie.

Utöver detta kommer en större utvärdering att göras årligen av medlemmarna inom Nordic Taste & Flavour Centre.