



Bilag 1 - Eventvurdering af Taste of Denmark

28-08-2009

Wonderful Copenhagen ønsker at etablere det kulinariske spyspidsprojekt Taste of Denmark under madfestivalen Copenhagen Cooking i årene 2010, 2011 og 2011. Projektet er en videreudvikling af Copenhagen Cooking, som skal manifestere København som den vigtigste kulinariske destination i Nordeuropa og tiltrække udenlandske turister.

Sagsnr.
2009-108190

Dokumentnr.
2009-499711

Sagsbehandler
Mads Elling

Taste of Denmark vil være en markedsplads efter sydeuropæisk inspiration men med fokus på de 40-50 bedste restauranter i København og omegn. Publikum vil møde kokkene, få en snak om råvarer og vil kunne følge tilberedningen af – og ikke mindst smage - mad af den høje kvalitet, som kendetegner de bedste danske restauranter.

<i>Parameter</i>	<i>Vurdering</i>
1. Økonomisk bæredygtighed	3
2. Miljømæssig bæredygtighed	2
3. Faciliteter	3
4. Kulturliv	3
5. Borgere	2

Kunst & Kultur

Nyropsgade 1
1602 København V
Postboks 217
1501 København V

Telefon
33 66 33 66

Telefax
33 66 38 10

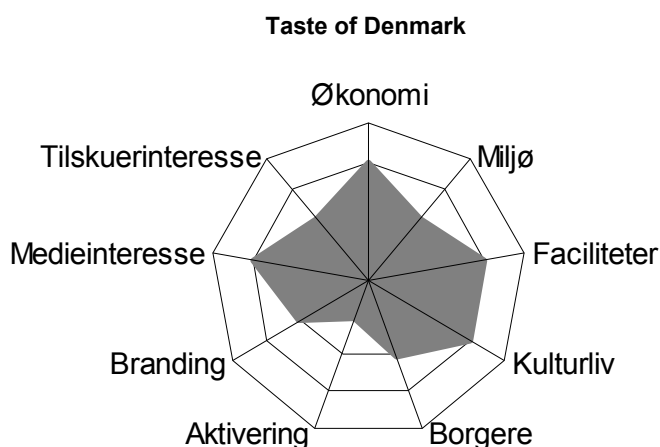
Direkte telefon
33 66 38 18

E-mail
elling@kff.kk.dk

EAN nummer
5798009780386

www.kk.dk

6. Aktivering	1
7. Branding	2
8. Medieinteresse	3
9. Tilskuerinteresse	2
Total	21



1. Økonomisk bæredygtighed

Det samlede budget for Taste of Denmark er 3 mio.kr. Heraf ansøges Københavns Kommune om 1. mio. kr. Det bemærkes, at Københavns Kommune er den primære bidragsyder, men at eventen vil få væsentlige bidrag fra andre interessenter. Budgettet kan endvidere godkendes af kommunen. WoCo har langvarig erfaring på eventområdet og de øvrige involverede partnere anses for at være erfarne og professionelle. Det vurderes derfor, at ansøger har dokumenteret erfaring med eventarbejde.

Udgifter

Sekretariat og projektledelse	300.000
Faciliteter og logistik	1.200.000
Honorarer og konsulentbistand	300.000
Råvarer	300.000
Marketing og PR	750.000
Uforudsete udgifter	100.000
Evaluering	50.000
Total	<u>3.000.000</u>

Indtægter	
Billetindtægter	500.000
Sponsorater	500.000
Københavns Kommune	1.000.000
Region Hovedstaden	250.000
Fonden til markedsføring af Danmark	500.000
Wonderful Copenhagen	250.000
Total	<u>3.000.000</u>

Vurderes at opnå point: 3

2. Miljømæssig bæredygtighed

Taste of Denmark afvikles med fokus på affaldssortering, genbrug og økologi, men en event af denne type har dog et relativt højt energi- og ressourceforbrug.

Vurderes at opnå point: 2

3. Faciliteter

Eventen påtænkes at foregå i Den Hvide Kødby (og dermed i Københavns Kommune) og facilitetsbehovet kan derfor opfyldes uden investeringer fra Københavns Kommune. Taste of Denmark er et projekt under Copenhagen Cooking, som inddrager Hovedstads- og Øresundsregionen, men det vurderes at selve eventen udelukkende omfatter faciliteter i Københavns Kommune.

Vurderes at opnå point: 3

4. Relevans for kulturlivet i København

Kulinariske oplevelser er populære og meget besøgte. Copenhagen Cooking har siden 2005 tiltrukket et stort publikum, som søger den sublime madoplevelse. Taste of Denmark giver københavnere mulighed for billigt at stifte bekendtskab med mad, som normalt ikke ligger indenfor dagligdagsbudgettet for de fleste københavnere. Eventen vurderes at tiltrække både traditionelle og nye kulturbrugere. Endvidere inddrages en lang række danske gastronomer, som profilerer København som Nordeuropas førende gourmetdestination.

Vurderes at opnå point: 3

5. Relevans for borgerne

Konceptet for Taste of Denmark er en markedsplads efter sydeuropæisk forbillede. Der vil være gratis adgang til området og for få penge kan publikum købe smagsprøver mv. Det vurderes, at markedspladsen vil have relevans for madinteresserede borgere. Hvis eventen foregår i Den Hvide Kødby, vil det være med til at understøtte visionen om et område præget af kreative erhverv og fødevareerhverv. Det skal bemærkes at Copenhagen Cooking spreder sig over flere

venues i København, men at Taste of Denmark foregår på en enkelt venue.

Vurderes at opnå point: 2

6. Aktivering

Da Taste of Denmark er en overbygning på Copenhagen Cooking vurderes eventen at have et aktiveringspotentiale. Taste of Copenhagen opfordrer til deltagelse gennem tilknyttede arrangementer under Copenhagen Cooking – alle med mad som fællesnævner. Markedspladsen bidrager til øget brug af byens rum, som Københavns Kommune efterstræber på flere områder (F.eks. udviklingen af Den Hvide Kødby, Gang i København m.fl.).

Vurderes at opnå point: 2

7. Branding

Taste of Denmark vil øge bevidstheden om København som attraktiv by og vil øge den store fokus på det skandinaviske køkken og det store antal restauranter af høj kvalitet i København. Derudover vil eventen også understøtte Københavns brand som kreativ og innovativ. Taste of Denmark er under dette punkt udelukkende blevet vurderet som enkeltstående event og ikke som en del af Copenhagen Cooking.

Vurderes at opnå point: 2

8. Medieinteresse

Tidligere erfaringer fra Copenhagen Cooking viser, at der har været lokal og national mediedækning samt besøg af en gruppe internationale madskribenter. Det påtænkes det at organisere en international pressetur for at sikre udenlandske mediers bevågenhed.

Vurderes at opnå point: 3

9. Tilskuerinteresse

WoCo forventer et publikum i størrelsesordenen mellem 10-20.000 tilskuere. Copenhagen Cooking tiltrak i 2008 et publikum på ca. 20.000 til de ca. 70 arrangementer under madfestivalen.

Vurderes at opnå point: 3