



Roskilde Spiser Grønt i uge 36 (2.-8. september 2024)

Sådan gør vi!

<p>Kampagnen følger mange spor</p> <ul style="list-style-type: none">• Foreninger• Kantiner• Skoleelever• Butikker• Supermarkeder• Restauranter• Smagsevent• Individuel deltagelse via hjemmeside	<p>Man vælger selv hvordan</p> <p>Den gennemgående idé er at de, der vil deltage i Roskilde Spiser Grønt kampagnen, selv vælger hvordan. De organiserer selv deres deltagelse eller arrangementer, og markedsfører selv.</p> <p>Vi hjælper med:</p> <ul style="list-style-type: none">• Inspiration gennem dialog og erfaringer fra sidste år• Materialer/logo/posters om kampagnen som helhed (fysiske og virtuelle), som deltagerne kan bruge til at vise, at de er med i kampagnen, oveni deres eget materiale.• Samlet markedsføring af hele kampagnen og alle de enkelte arrangementer• Råd og vejledning• Rammesætning og organisering af fælles arrangementer (f.eks. afslutning på forløb for skoleelever, smagsevent med nye fødevarer)
--	--

Projektgruppen arbejder fra januar og frem mod kampagnen i uge 36 med at inddrage samarbejds partnere på tværs, at organisere events i kampagneugen, at frembringe lokale opskrifter til den individuelle udfordring samt at skabe opmærksomhed og opbakning via hjemmesiden og SoMe.

Vil du være med?

- Der er mindre og større opgaver – se under hvert spor på de næste sider
- Du bliver en del af et lokalt og givende fællesskab
- Du får støtte og hjælp, når der er brug for det
- Du tilrettelægger i høj grad selv din indsats, så den passer ind i dit liv
- Du gør en forskel
- Få mere at vide hos kampagneansvarlig Helle Boje på tlf. [30228745](tel:30228745) eller info@roskildespisergroent.dk, og se www.roskildespisergroent.dk

Hvem er med?

Foreninger

Hvem er de?

I 2023 var følgende foreninger aktive i kampagnen: Fjordhaven, Fjordglimt, Madoasen, Munksøgård, EduKitchen og KulturCosmos. I 2024 skal vi søge at få flere med, som vi måtte have overset (f.eks. DN Roskilde, Dyrenes Alliance, Skjoldungelandet, aftenskoler).

Hvordan deltager de?

Foreningerne organiserer grøn fællesspisning, serverer grønne retter eller organiserer andre relevante arrangementer i ugen.

Hvad skal vi gøre?	Hvornår?
<ul style="list-style-type: none">• Udarbejde et 1-sides idé-katalog om, hvad forskellige foreninger gjorde sidste år, og hvad der kan overvejes i år, hvad foreningerne får af os (online annoncering + materialer) samt hvad vi gerne vil have af dem (info om deres arrangementer, links og medarrangør på SoMe, opskrifter)	Januar
<ul style="list-style-type: none">• Kontakte de organisationer, der var med sidste år, og nye der måtte være interesserede, med materiale og personligt	Februar
<ul style="list-style-type: none">• Arrangere møde for nye foreninger der vil med, hvis der er interesse herfor, og i modsat fald sørger for en god og kontinuerlig kommunikation til de enkelte organisationer	Marts - september
<ul style="list-style-type: none">• Videreformidle relevant kommunikation om arrangementerne til den kommunikationsansvarlige op til kampagnen	August
<ul style="list-style-type: none">• Sørge for, at foreningerne har bordskilte/posters/plakater, der viser de er en del af RSG 24	August
<ul style="list-style-type: none">• Sørge for dækning (i nogle tilfælde med professionel fotograf) så der er billeddokumentation, der er god til SoMe	Uge 36

Kantiner

Hvem er de?

Roskilde Gymnasiums og Rådhusets kantine er klar på at være med igen i 2024, og vi har allerede kontakt med flere andre om deres medvirken (bl.a. RUC, FORS og Roskilde Bibliotek). Tiden er moden til at få flere med!

Hvordan deltager de?

Konceptet er, at kantinerne serverer grønne(re) retter hele ugen. Dvs. at der er vegetariske eller veganske retter hver dag, og flere end der plejer. Om der derudover er kødretter med lyst kød er op til den enkelte kantine. Fokus er på at udfordre og hjælpe kantine og dens personale til at prøve noget nyt og at opgradere deres færdigheder ud i kødfrie retter.

Hvad skal vi gøre?	Hvornår?
<ul style="list-style-type: none"> • Udarbejde 1-sides invitation til kantiner, inkl. video med "Rådhus-Erik" 	Februar
<ul style="list-style-type: none"> • Kontakte kantiner (personligt og via netværk) og invitere dem med, samt dele information om kampagnen 	Februar - marts
<ul style="list-style-type: none"> • Afklare hvilken slags inspiration (opskrifter, evt. praktisk demonstration¹, tips om f.eks. præsentation, andet) som kantinerne har brug for 	Marts - april
<ul style="list-style-type: none"> • Organisere og/eller levere inspiration til kantinerne 	April - juni
<ul style="list-style-type: none"> • Videreformidle relevant kommunikation om kantinernes tiltag til den kommunikationsansvarlige op til kampagnen 	August
<ul style="list-style-type: none"> • Sørge for at kantinerne har bordskilte/posters/plakater der viser de er en del af RSG 24 	August

Elever i udskoling

Hvem er de?

Vi har i 2023 afholdt konkurrencen "Det Bedste Klimavenlige Måltid" i samarbejde med Lindegårdskolen, Trekroner Skole og Hedegårdens skole. Vi vil gerne have mindst 8 skoler med til RSG 2024.

Hvordan deltager de?

Ved at skolen tilmelder et madkundskabshold som i løbet af uge 36 forbereder et grønt og klimavenligt måltid, som de serverer smagsprøver af om fredagen i uge 36 på Stændertorvet, hvor konkurrencen afholdes.

Hvad skal vi gøre?	Hvornår?
<ul style="list-style-type: none"> • Kontakte folkeskolerne med materiale og invitation til at deltage i RSG 2024 og specifikt konkurrencen "Det Bedste Klimavenlige Måltid" for udskolingens madkundskabshold 	Januar
<ul style="list-style-type: none"> • Via netværk afsøge kontakt til madkundskabslærere i udskoling 	Januar
<ul style="list-style-type: none"> • Udarbejde retningslinjer for konkurrencen 	Februar
<ul style="list-style-type: none"> • Løbende dialog og opfølgning med lærerne 	Februar - august
<ul style="list-style-type: none"> • Organisering af arrangementet (tilladelser, praktiske forhold) 	Februar - september
<ul style="list-style-type: none"> • Sørge for dækning så der er billeddokumentation, der er god til SoMe 	Uge 36

Butikker

Hvem er de?

Lokale butikker, der har et produkt, som på den ene eller anden måde er relevant, når det kommer til mad og klima.

Hvordan deltager de?

¹ Forudsætter at vi, via vores øvrige madaktiviteter, har kapacitet til at tilbyde den slags assistance

Imerco og Bog & Idé lavede i 2023 en butiksudstilling. Imerco lavede også en demonstrering af nogle produkter til at skære grøntsager på gågaden foran butikken og brugte RSG-kampagnen som ramme for dette initiativ. Begge butikkers sponsorater af præmier var også meget kærkomment. Vi leverer skilte og plakater, som de bruger til at lave en udstilling og promovere bestemte produkter, og vi gør reklame for dem ved at sætte deres navn på hjemmesiden og SoMe (evt. både som deltagere og sponsorer af præmier).

Hvad skal vi gøre?	Hvornår?
• Udarbejde en liste over relevante butikker	Februar
• Lave en invitation med info om kampagnen og idéer til deltagelse	Februar
• Kontakte butikkerne personligt og diskutere deltagelse og sponsorat	Marts – april
• Løbende holde kontakten og følge op frem til september samt videreformidle relevant kommunikation til den kommunikationsansvarlige op til kampagnen	April - september
• Aftale sponsorat af præmier og udlevering af disse	April/maj + september
• Sørge for at tage gode billeder af udstillinger m.v. til SoMe	Uge 36

Supermarkeder

Hvem er de?

Supermarkeder i hele kommunen.

Hvordan deltager de?

I 2023 var 7 supermarkeder med og havde grønne opskrifter og info om kampagnen liggende i grøntsagsafdelingen. I 2024 vil vi gerne give dem nogle forslag til deltagelse, som f.eks. tilbud på (økologiske) grøntsager eller på ingredienserne i de opskrifter, vi giver dem, særudstilling med veganske produkter/smagsprøver, nye indkøb (evt. test) af lækre veganske produkter som Planteslagternes rødbedebof, Le Trangs tofu eller andre producenter, der var med på Plant Food Festival 2023.

Hvad skal vi gøre?	Hvornår?
• Udarbejde en liste over relevante supermarkeder	Februar
• Udvikle et koncept, der gør det nemt for dem at være med og samtidig giver dem et lille skub	Marts
• Kontakte butikkerne personligt og diskutere deltagelse	Marts – april
• Løbende holde kontakten og følge op frem til september samt videreformidle relevant kommunikation til kommunikationsmedarbejderen op til kampagnen	April - september
• Sørge for at tage gode billeder af udstillinger m.v. til SoMe	Uge 36

Spisesteder

Hvem er de?

I 2023 deltog Sct Hans Have, Indian Feast, Takitos, An No, Wokshop, Local By Me, Lenes Streetfood.

Hvordan deltager de?

Restauranter, spisesteder og caféer deltager ved at give os en opskrift til de individuelle deltagere i udfordringen, have særlige "Roskilde Spiser Grønt"-tilbud på menuen, og hjælper med at reklamere for kampagnen via bordskilte og A4-skilte. Til gengæld sætter vi deres navn på hjemmesiden og på SoMe og

annoncerer for deres evt. specielle tilbud i kampagneugen, og på den måde hjælper vi til at "få dem på bykortet".

Hvad skal vi gøre?	Hvornår?
<ul style="list-style-type: none">• Lave en invitation til deltagelse med info om kampagnen	Februar
<ul style="list-style-type: none">• Kontakte de spisesteder, vi allerede har en dialog med + nye	Marts
<ul style="list-style-type: none">• Løbende holde kontakten og følge op frem til september samt videreformidle relevant kommunikation til den kommunikationsansvarlige til kampagnen	Marts – september
<ul style="list-style-type: none">• Sørge for at tage gode billeder af udstillinger m.v. til SoMe	Uge 36

Smagsevent

Hvem er de?

En række små fødevarereproducenter af nye veganske fødevarer.

Hvordan deltager de?

Deltagelse foregår ved at sætte en bod op på Stændertorvet (alternativt den gamle rådhus) en (endnu ikke fastlagt) dag i uge 36 og få mulighed her for at fortælle besøgende om deres produkt samt udbrede budskabet om ny mad og smag – samt at uddele smagsprøver og sælge produkter.

Hvad skal vi gøre?	Hvornår?
<ul style="list-style-type: none">• Udarbejde en invitation med info om GO-Roskilde og RSG	Januar
<ul style="list-style-type: none">• Kontakte relevante fødevarereproducenter	Februar
<ul style="list-style-type: none">• Løbende holde kontakten og følge op frem til september samt videreformidle relevant kommunikation til kommunikationsmedarbejderen op til kampagnen	Marts – september
<ul style="list-style-type: none">• Sørge for tilladelser og organisering af det praktiske omkring opsætning	Februar + August/september
<ul style="list-style-type: none">• Sørge for at tage gode billeder af udstillinger m.v. til SoMe	Uge 36