21 september 2011

# PRESSMEDDELANDE

**TV4:s matprofiler kommer till matmässan Mitt kök**

*Tommy Myllymäki och Jens Dolk är några av alla kända matprofiler i tv-rutan som möter besökarna på Nordens största konsumentmässa för mat, dryck och kök i november. Det är ett av resultaten av det nya samarbetet mellan Stockholmsmässan och TV4-Gruppen, som också lett till att mässan byter namn från Det Goda Köket till Mitt kök.*

Den 10-13 november arrangeras Stockholmsmässans stora konsumentmässa för mat, dryck och kök för 13:e gången. Intresset för mässan har ökat stadigt de senaste åren, och förra året blev ett rekordår med 213 utställare och 31 128 matglada besökare.

Årets upplaga bjuder på många nyheter, flera av dem som en direkt följd av det nya samarbetet mellan Stockholmsmässan och TV4-Gruppen. Bland annat kommer Mitt kök-profilerna Tommy Myllymäki och Jens Dolk, samt Jessica Frej och Filip Fasténatt dyka upp och möta besökarna live – exakt på vilket sätt vill projektledaren Daniel Fritzdorf inte avslöja än. En annan bekantskap från TV4 är Paolo Roberto som är med på mässan både som utställare och på scenen.

- Det här är en naturlig utveckling för Det Goda Köket, och det kommer bli en framgångsfaktor att mässan nu får en stark medarrangör som TV4-Gruppen. Det innebär att dörrar öppnas för nya möjligheter. Tanken är att publiken ska få känslan av att bjudas in i tv-rutan när de besöker mässan, säger Daniel Fritzdorf.

TV4-Gruppen har tillsammans med Visit Sweden och LRF utvecklat konceptet Mitt kök. Genom dagliga matprogram och en satsning också på webb, print och event har stort fokus satts på att sprida kunskap kring svenska råvaror och smaker. Under sommaren tog TV4-Gruppen Mitt kök - Sverigeresan ut till åtta olika platser i runtom i landet. Genom tv-sändningarna, en gastronomisk topprestaurang, matmarknader och seminarier lyftes olika regioners speciella råvaror, smaker och livsmedel.

- Sveriges största matmässa känns som en mycket naturlig del av Mitt kök-satsningen. Vi ser stora möjligheter att ytterligare utveckla Mitt kök tillsammans med Stockholmsmässan och . ge både oss och utställare ett ypperligt tillfälle för att möta tv-tittarna på ett nytt sätt, säger Håkan Rossberg, konceptchef på TV4-Gruppen.

Det växande intresset för mat och dryck gör att mässan förlängs från tre till fyra dagar. Den nya dagen, som är torsdagen, fokuserar på områden inom Matlandet Sverige. Bland annat bjuds besökarna på SM i Mathantverk med svensktillverkad ”champagne” gjord av björksav. SM i Mathantverk arrangeras för 15:e gången men det är första gången tävlingen hålls på mässan.

Mattidningen Allt om Mat är kvar som mässans mediepartner även efter namnbytet. Etableringen i Göteborg fortsätter, där Mitt kök än så länge är en avdelning på mässan Hem & Villa den 27-30 oktober. Årets avdelning kommer att ha minst dubbelt så stor yta som i fjol och målet är att den på sikt ska utvecklas till en egen mässa.

TV4-Gruppen och Stockholmsmässan offentliggjorde i månadsskiftet augusti/september att man samlade sina kreativa krafter i det nya bolaget Besöksupplevelser Sverige AB, som ska utveckla nya typer av erbjudanden kring tv och upplevelsebaserade event.

*För mer information kontakta:*

Daniel Fritzdorf, projektledare, [daniel.fritzdorf@stockholmsmassan.se](mailto:daniel.fritzdorf@stockholmsmassan.se) , 08 – 749 41 96

Lotta Signeul, pressansvarig, [lotta.signeul@stockholmsmassan.se](mailto:lotta.signeul@stockholmsmassan.se), 08 – 749 43 79