

## Livsmedelsprogram och riktlinjer

### Inledning

Den halländska livsmedelssektorn betyder mycket för Halland. Den bidrar till njutning och livskvalitet, hälsa, upplevelser och inte minst många jobb! Livsmedelssektorn står för mer än 7% av den totala sysselsättningen i Halland, 2:a i Sverige procentuellt sett.

I Halland finns en stor och bred råvarusektor med allt från en omfattande jordbruksproduktion till fiske och trädgård. Mat och dryck förädlas i en mångfald av mindre företag och några större. Här förenas historia och tradition med nyskapande och framåtanda inom hela kedjan från högkvalitativa råvaror och baslivsmedel till förädlade specialiteter.

Halland har på 200 år gått från att fattigdom och utvandring till en stor producent av baslivsmedel. Halländska kor tillhör de bästa i världen vad det gäller mjölkproduktion. I Halland finns en stor del av landets äggproduktion, kycklinguppfödning samt odling av potatis. Här produceras betydligt mer än vad hallänningen konsumerar, vilket vidareförädlas både i och utanför länet. De halländska livsmedelsentreprenörerna har alltid levat i framkanten. Flexibilitet har skapat stabilitet i livsmedelsproduktionen. Exempelvis så försörjdes i slutet av 1800-talet stora delar av Londons hästdrivna tunnelbana av halländskt havre. När uppodlingen av de amerikanska prärien tog fart och därmed slog undan benen för fortsatt export övergick den halländske livsmedelsentreprenören till animalisk produktion och började exportera smör och bacon till England. Behovet av samverkan har också bidragit till den positiva utvecklingen – det är tex. inte alls märkligt att det första föreningsdrivna storskaliga slakteriet, helt inriktat på export, etablerade sig i Halmstad 1899 och att Stafsinge socken i det tidiga 1900-talet var Sveriges mejeritätaste församling.

Produktionen av baslivsmedel har alla möjligheter att även fortsättningsvis ha en stark position i Halland. Ökad produktion av proteingrödor både till foder och livsmedel är ett exempel på en stor framtidspotential.

Restaurang- och måltidssektorn har vuxit kraftigt och betyder mycket för att skapa attraktivitet, njutning och välbefinnande. Halländska kockar når framgångar både i och utanför Halland både inom privata restauranger som offentliga kök.

Ursprung och upplevelser blir allt viktigare. En kulinarisk resa på den halländska

landsbygden bäddar för unika upplevelser, smaker och chans till möten med engagerade entreprenörer och spännande matprofiler.

Hallands goda logistiska läge skapar utmärkta förutsättningar för handel med livsmedel. En sektor som också vuxit kraftigt.

Halland strävar efter att ligga i framkant för utveckling av bra mat som skapar jobb och som gör att Halland blir en region som lockar allt fler matälskare från både när och fjärran.

## **Livsmedelssektorns utmaningar**

Livsmedelssektorn i stort står inför omfattande utmaningar som ställer stora krav på såväl enskilda företags utveckling som att hitta nya och innovativa systemlösningar mellan företag, stödjande aktörer och omvärld. Här följer några exempel på viktiga omvärldsfaktorer och trender som skapar utmaningar men skapar också nya möjligheter.

### Nya affärsmodeller

Digitalisering, etisk efterfrågan, hållbarhet, cirkulär ekonomi och socialt entreprenörskap öppnar för nya affärsmodeller och värdekedjor. Internet, sociala medier och förändrade strukturer inom detaljhandeln skapar innovativa leveranskedjor som i sin tur öppnar för nya leverantörer. Möjligheten att nå nya konsumenter skapar möjlighet för tillväxt även för nischleverantörer.

### Närhet, ursprung och transparens

Närhet, transparens och ansvar motiverar konsumenter. Platsen som livsmedel kommer från kan ha en fundamental plats i livsmedelskedjan. När det gäller ursprung kan kopplingen vara lokal, regional, nationell eller till och med global - under förutsättning att det finns en koppling tillbaka till ursprunget och en trovärdig berättelse kopplat till konsumentefterfrågade mervärden.

Insikten om exempelvis antibiotikaanvändning och produktionsvillkor i andra delar av världen har öppnat för svenska råvaror och livsmedel. Svenskt kött efterfrågas som aldrig förr och den nya märkningen "Från Sverige" har blivit en succé. Det svenska ursprunget blir ett mervärde.

För de Halländska företagen kan det lokala och regionala ursprunget betyda olika saker beroende på storlek. För småskaliga producenter kan en kundorienterad upplevelsedel vara framgångsrik. Engagemanget för ursprung och viljan att förstå hela kedjan öppnar också upp för ett medskapande hos konsumenten. Medveten

Konsumtion av livsmedel kan bidra till att bygga den egna självbilden och kommunicera livsstil och status. För de större producenterna skapas möjligheter i att bygga och kommunicera hållbara leveranskedjor.

Intresset för ekologiska varor är stort. Idag står begreppet för mer än miljö och är för många kopplat till en uppfattning om småskalighet och lokala producenter. Vi ser en trend att även offentliga kök vill erbjuda sina kunder ekologiska- eller lokala produkter.

Livsmedelsprogrammets arbete med att göra regionen känd som en attraktiv plats för mat, dryck och måltidsupplevelser är ett konkret sätt att hjälpa livsmedels- företagen att ta plats och att nå nya konsumenter som skapar tillväxt.

## **Livsmedelsprogram för Halland och den nationella livsmedelsstrategin**

Regeringen satte i mars 2015 igång ett arbete för att utarbeta ett förslag till en nationell livsmedelsstrategi. Det nationella arbetet har haft sin utgångspunkt i tre strategiska områden nämligen, regler och villkor, konsument och marknad samt kunskap och innovation. Regeringen överlämnade en proposition i januari 2017 och i juni beslutade Riksdagen om den nationella livsmedelsstrategin. Målet med den nationella strategin är att öka sysselsättningen, produktionen, exporten och lönsamheten inom livsmedelsproduktionen samtidigt som relevanta miljömål kan uppnås. Livsmedelsstrategin konstaterar också att en produktionsökning skulle bidra till en ökad självförsörjningsgrad av livsmedel.

Under uppstarten av framtagandet framkom det att det fanns regionala intressen att kunna lyfta fram de regionala aspekterna inom den svenska livsmedelsproduktionen. I samarbete med flera andra organisationer påbörjades arbetet med att utarbeta ett gemensamt halländskt livsmedelsprogram med tonvikt på de halländska behoven.

### **Arbetet med ett halländskt livsmedelsprogram**

Det konstaterades tidigt att utarbetandet av ett halländskt livsmedelsprogram måste ske i en bred och inkluderande process där deltagarnas engagemang och kunskaper skulle tas om hand i det kommande arbetet för att komma fram till ett program som innehöll konkreta gemensamma mål och en tydlig övergripande aktivitetsplan.



Deltagande aktörer i arbetet har varit:

- Region Halland
- Högskolan i Halmstad
- LRF Halland
- Lokalt Ledd Utveckling Halland
- Länsstyrelsen Halland
- Företag i regionen
- Offentliga kök
- Hushållningssällskapet Halland
- Signerat Halland
- Andra myndigheter, aktörer & organisationer

Arbetet bedrevs via öppna workshops och mellan dessa har en arbetsgrupp som bestått av de största aktörerna inom livsmedelsbranschen samt Region Halland och Länsstyrelsen bearbetat och vidareförädlad resultatet. Fokus har legat på att hitta kluster och aktiviteter som går att bedriva på ett lokalt och regionalt plan.

En slutprodukt i form av ett gemensamt livsmedelsprogram presenterades under hösten 2017.

Region Halland har i sin tur valt att vidarebearbeta det gemensamma livsmedelsprogrammet så att detta kan implementeras inom Region Hallands verksamheter och tjäna som underlag för regionens uppdrag inom området.

## **Vårt välsmakande Halland – Livsmedelsprogram för Halland**

Livsmedelsprogrammet innehåller åtta målbilder och fyra tematiska områden. Dessa är tänkt att bilda underlag för konkreta handlings- och aktivitetsplaner för de deltagande parterna.

### **Åtta målbilder**

Livsmedelsprogrammet utgår från åtta gemensamma målbilder som samtliga deltagare har enats kring. Dessa kan betraktas som framtidsvisioner och beskriver en önskad bild av Halland som producent och konsument av livsmedel



Dessa är:

### För Hallands bästa

I Halland äter och lever vi gott. Till Halland reser man för att äta och uppleva. Vi tar vara på och bygger vidare på våra naturtillgångar. Vi är kaxiga med ett välmående som har den längsta livslängden i Sverige. För detta arbetar vi stolt som lokala matambassadörer. Halland är förenat med mat, i Sverige och i världen.

### Allt bra vi gör!

I Halland drar vi nytta av varandra och vi satsar på kommunikation. Besöksnäringen är en viktig kulturbärare och kommunikationskanal för oss. När vi utvecklar produkter och tjänster tar vi vara på vårt historiska arv och använder berättelser för att bygga vår identitet.

### Nytt och innovativt

Halland är matkreatörernas hemvist, vi har fokus på nya trender och det som väntar bakom hörnet. Tillsammans välkomnar, utvecklar, odlar och förädlar vi mat från alla kulturer, vilket ger en grund för nya företag. Vi bygger vidare på det lokala i kombination med det nya och exporterar både kunskap och produkter. Vi kombinerar praktisk och akademisk kunskap.

### Nisch till storskalighet

I Halland satsar vi på nischproduktion såväl som storskalighet. Det som produceras i Halland ska finnas i Halland – på restauranger, i offentliga kök, på konsumentens matbord. Vi tar vara på säsongernas möjligheter och tänker kvalitet och mervärde i allt vi gör. Exempel är lägsta nivå på offentliga måltider till att vi saluför den halländska matkassen.

### Hållbarhet

I Halland ser vi våra kunder som viktiga utvecklingspartners, det är nära mellan konsument och primärproducent. Vi ser till att konsumenterna har kunskap, gör



medvetna val och ställer krav. Att de väljer sunda och bra livsmedel för hälsans och den lokala ekonomins skull. Vi arbetar hållbart och gränslöst och satsar på det cirkulära samhället. I Halland börjar vi med barnen, hela vägen genom förskola och skola, genom att bidra till ökad livsmedelskunskap.

### Flexibelt arbetssätt

I Halland har vi flexibla regelverk, är öppna för förändringar, har tillgängliga system som förenklar och möjliggör. I Halland har vi ett gemensamt och nytänkande arbetssätt för offentlig upphandling som välkomnar det småskaliga i alla kommuner och i hela regionen. Det är lätt att välja bra mat från Halland till de offentliga köken.

### Egna varor

I Halland är våra lokala varor tillgängliga genom välfungerande gemensamma "varuslingor" som spänner över hela Halland, och utanför. Vi utnyttjar existerande kanaler samtidigt som vi utvecklar nya gemensamma distributionskanaler, både digitala och fysiska. Lokala producenter har avtal med halländska handlare och lokala produkter är ett profilsortiment i butikerna.

### Vi arbetar ihop

I Halland skapar vi dynamiska mötesplatser, utvecklar kunskaps- banker tillgängliga för många och lär av varandra. Vi har starka nätverk för nytänkande över branschgränserna, i kombination med tillgängliga, öppna testmiljöer och mötesplatser.

## **Fyra tematiska områden**

De övergripande målbilderna har för att kunna omsättas till konkreta insatser samlats i fyra tematiska områden.

1. Från vara eller tjänst till konsument
2. Samverkan – mötesplatser i nya och etablerade former
3. Offentlig sektor som kund & lokala producenter som leverantörer
4. Kompetens

De tematiska områdena har kompletterats med konkreta insatser som presenteras mer detaljerat nedan.



### Från vara eller tjänst till konsument

Det finns inom detta område behov av insatser längs hela kedjan från råvara till konsument. Viktiga punkter är att:

- Stärka den halländska identiteten och varumärket ytterligare
- Göra det halländska mer synligt och tillgängligt för konsumenten med nya innovativa sätt att nå ut
- Identifiera logistiklösningar som gör det möjligt att nå fler kunder såväl i som utanför Halland
- Organisera innovationsinsatser inom områden som produkt-, tjänste-, affärs- och marknadsutveckling

### Samverkan – i nya eller etablerade former

Det finns ett stort behov av samverkan mellan aktörer inom mat & måltider och besöksnäringen. Viktiga punkter är att:

- Optimera och skapa fler mötesplatser för aktörer och konsumenter, i etablerade former och med nya, innovativa koncept.
- Förmedla inspiration, trender och kunskap för att kunna paketera och marknadsföra det Halland erbjuder på flera ställen parallellt, till exempel ett gemensamt marknadsföringskoncept för regionala skördefester.
- Lära av pilotprojekt som Falkenbergs Skafferier, Kattegattleden och av varandra.
- Gemensamt exponera det halländska i och utanför Halland.

### Offentlig sektor som kund & lokala producenter som leverantörer

Viktiga punkter är att:

- Öka samarbetet med livsmedelsbranschens aktörer vad gäller den offentliga måltiden.
- Åstadkomma en gemensam långsiktig politisk strategi när det gäller ekologiskt, svenskproducerat, närproducerat.
- Att se värdet av goda måltider som i längden ger goda hälsa och förlängningen en effektivare samhällsekonomi.
- Bra offentlig inköpsverksamhet som möjliggöra för lokala producenter.

## Kompetens

Behovet av ökad kompetens löper som en röd tråd genom hela den halländska livsmedelskedjan och anses utgöra en grundläggande faktor för branschens fortsatta utveckling.

Viktiga punkter är att

- Öka kompetensen hos livsmedelsbranschens aktörer genom fortbildning för befintliga företag och anställda.
- Marknadsföringsinsatser med syfte att attrahera unga gymnasieväljare till Livsmedel och gröna näringar
- Utveckla och stötta de satsningar som görs för mindre barn att skapa förståelse från "jord till bord".
- Grön grundskola i framtiden?
- Utveckla nya utbildningsformer t.ex. lärlingsutbildningar, Komvux eller yrkeshögskola.
- Arbetsmarknadsutbildningar.
- Mentorsprogram
- Attrahera unga till att arbeta inom och utveckla livsmedelsbranschen





## Region Hallands arbete med genomförande av livsmedelsprogrammet

Genom ett konkret arbete inom Tillväxtstrategins ramar bidrar Region Halland till att livsmedelsprogrammets visionära målbilder kan realiseras och att aktiviteter inom de tematiska områden realiseras.

### Koppling till Tillväxtstrategin

Livsmedelsprogrammets genomförande har kopplats till genomförandet av Tillväxtstrategin. Detta innebär att Region Hallands egna arbete med programmets övergripande tematiska områdena kopplas till mål, strategiska val och prioriteringar i Tillväxtprogrammet.

Regionstyrelsen beslutar utifrån detta om årliga åtaganden som har valts utifrån ovan beskrivna punkter och som har bäring på Region Hallands uppdrag. Till dessa åtaganden kopplas aktiviteter i styrelsen/nämndens verksamhetsplan.

### Tematiskt område - från vara eller tjänst till konsument

Kopplas till Tillväxtstrategins mål, strategiska val och prioriteringar enligt följande:

Mål	Delmål (strategiskt val)	prioriteringar
Hög attraktivitet	Halland, en region som erbjuder attraktiva och socialt hållbara mötesplatser, boende och livsmiljöer.	Stadsmiljöer med mötesplatser som främjar hälsa, företagsamhet, innovationer och kultur.
		Utveckling av livsmiljön för boende och arbete på landsbygden.
		Kultur för ett socialt hållbart samhälle

Stark konkurrenskraft	Halland en region som stimulerar till innovation, förnyelse och ökat företagande	Entreprenörskap och ökat företagande
-----------------------	--	--------------------------------------

Åtagande inom området:

- Stärka den halländska identiteten och varumärket ytterligare
- Organisera innovationsinsatser inom områden som produkt-, tjänste-, affärs- och marknadsutveckling

Exempel på aktiviteter inom området där Region Halland kan medverka:

- Stimulera fler projektansökningar inom området – exv. livsmedelskluster

Indikatorer

- Antal projektansökningar inom området
- **Antal nya gemensamma regionala initiativ som projekt, evenemang, mötesplatser, och kommunikationsinitiativ för utveckling inom måltidsturism i Halland.**

### **Tematiskt område – Samverkan – mötesplatser i nya och etablerade former.**

Kopplas till Tillväxtstrategins mål, strategiska val och prioriteringar enligt följande:

Mål	Delmål (strategiskt val)	prioriteringar
Hög attraktivitet	Halland, en region som erbjuder attraktiva och socialt hållbara mötesplatser, boende och livsmiljöer.	Stadsmiljöer med mötesplatser som främjar hälsa, företagsamhet, innovationer och kultur.
		Utveckling av livsmiljön för boende och arbete på landsbygden.

Åtagande inom området:



- Förmedla inspiration, trender och kunskap för att kunna paketera och marknadsföra det Halland erbjuder på flera ställen parallellt, till exempel ett gemensamt marknadsföringskoncept för regionala skördefester.
- Lär av pilotprojekt som Falkenbergs skaffereri, Kattegattleden och av varandra.

Exempel på aktiviteter inom området där Region Halland kan medverka:

- Medverka i arbetet med att utveckla en regional strategi kring måltidsturism.
- Arbeta för att en extra resurs på regional nivå tillsätts för att utveckla samverkansformer.

Indikatorer

- Antal besökare som anger matupplevelse som en av besöksanledningarna

### **Tematiska områdena – offentlig sektor som kund och lokala producenter som leverantörer samt från vara eller tjänst till konsument.**

Kopplas till Tillväxtstrategins mål, strategiska val och prioriteringar enligt följande:

Mål	Delmål (strategiskt val)	prioriteringar
Stark konkurrenskraft	Halland en region som stimulerar till innovation, förnyelse och ökat företagande	De halländska styrkeområdena – hälsoinnovation, grön tillväxt och besöksnäring En ökning av offentliga och privata investeringar i forskning och utveckling
		Omställning och förnyelse i existerande företag
		Entreprenörskap och ökat företagande

Åtaganden inom området:



- Gemensam långsiktig politisk strategi i Halland vad gäller: ekologiskt, svenskproducerat, närproducerat.
- Underlätta för verksamheterna att göra bra upphandlingar som också underlättar för lokala producenter att komma in på marknaden.

Exempel på aktiviteter inom området där Region Halland kan medverka:

- Medverka i arbetsgruppen som har fokus på den offentliga måltiden.
- Aktivt utnyttja möjligheterna till partnerskap för kompetensförsörjning, forskning och innovation genom medlemskapet i "Måltid Sverige
- Utveckla kostnätverket i Halland (kommunerna och Region Halland) samt nätverket för upphandlare i Halland.
- Medverka till att arbetsgrupp utvecklas till att kunna agera som ett branschråd
- Kategoristyrning som ett instrument i Region Hallands inköpsarbete.

Indikatorer

- Ökad förädlingsvärde inom de gröna näringarna.
- Andel ekologiska/närproducerat livsmedel i egen verksamhet

Det tematiska området kopplas också till Region Hallands miljöpolicy och inköspolicy.

## Tematiska området – kompetens

Kopplas till Tillväxtstrategins mål, strategiska val och prioriteringar enligt följande:

Mål	Delmål (strategiskt val)	prioriteringar
Fler i arbete	Halland erbjuder god matchning av kompetens som behövs i arbetslivet	En regional struktur för matchning mellan arbetsmarknad och utbildning

Åtaganden inom området

- Fortbildning för befintliga företagare och anställda.
- Medverka i marknadsföringsinsatser med syfte att attrahera unga gymnasieväljare till utbildning inom livsmedel och gröna näringar.
- Utveckla nya utbildningsformer tex lärlingsutbildning, Komvux eller yrkeshögskola

Exempel på aktiviteter inom området där Region Halland kan medverka:

- stödja branschens arbete för att åstadkomma relevant fortbildning för företagare och anställda genom att bidra till kompetensutveckling inom området genom Region Hallands ordinarie kompetensförsörjningsarbete och inom ramen för gymnasiesamverkan.
- Marknadsföringsinsatser med syfte att attrahera till utbildning inom Gröna näringar.
- Medverka till att arbetsgrupp utvecklas till att kunna agera som ett branschråd.

Indikatorer

- Andelen ungdomar som söker till utbildning inom gröna näringar.
- Antal utbildningar/deltagare inom kompetensförsörjning/vuxenutbildning inom området.

## Utvärdering och uppföljning

Region Halland och Länsstyrelsen i Halland ansvarar för att utvärdera hur Livsmedelsprogrammet i Halland bidrar till effektmålen samt till målen för den Nationella Livsmedelsstrategin. Aktörerna utvärderar själva hur man bidrar till de åtta målbilderna.

Uppföljning av livsmedelsprogrammet sker genom att relevanta områden och aktiviteter inom livsmedelsprogrammet kopplas till tillväxtstrategins mål och strategiska prioriteringar. På så sätt blir livsmedelsprogrammet en del av en gemensam genomförandestruktur inom Region Halland.

Indikatorerna för respektive tematiska område är underindikatorer som i sin tur bidrar till Tillväxtstrategins övergripande indikatorer.

