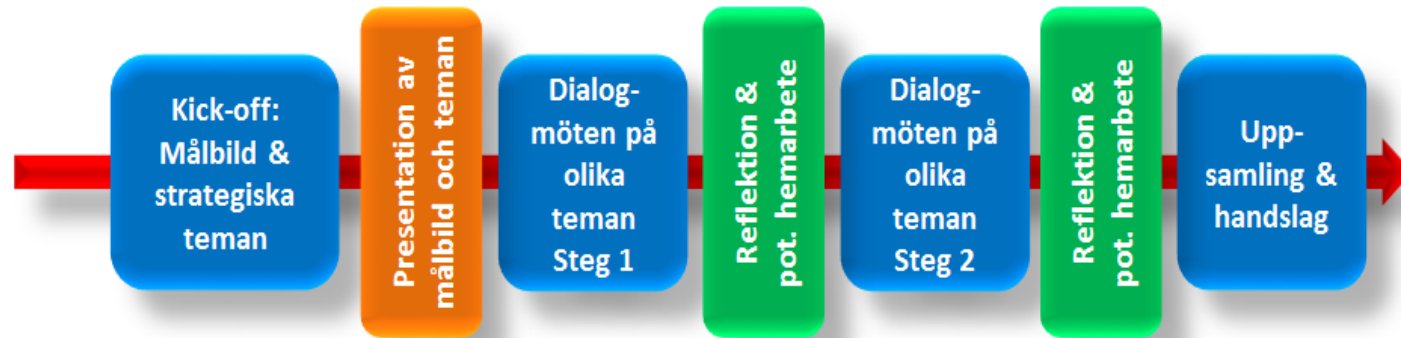


*Vårt välsmakande Halland*

*Livsmedelsprogram  
för Halland*

Hans Bergsten – Regionstyrelsen 2018-04-03

# Arbetsätt



## En process

- med gemensamt formad målbild
- med interaktiva dialogmöten på teman som deltagarna själva är med och formar
- med utrymme för reflektion, förankring och informationsinhämtning i form av "hemläxa" mellan dialogmötena
- som involverar aktörer från flera samhällssektorer; offentliga aktörer, företag, föreningsliv och akademi
- drygt 200 deltagare på fyra träffar!



# LIVSMEDELSPROGRAM HALLAND

## HISTORIK

Historiskt starka på livsmedelsproduktion

Tydlig förankring i Tillväxtstrategin – förstärka denna

## STRATEGIER

Genom detta arbete snabbare nå praktisk effekt

Avstamp gemensamt och för den egna org i gemensam riktning

Strategi är också att avgränsa. Välja och välja bort.

## AVSTAMP TILLSAMMANS

Vara överens om var vi står & vart vi vill

Ett starkt avstamp för utveckling av livsmedelsproduktionen

Ha prioriteringar som avstamp för nästa strategiperiod

Tydlighet kring gemensam agenda och hur vi kan hjälpa varandra

Prioritera odling & livsmedelsprod. för att avgränsa urban expansion

Export "regionalt" kontra internationellt

Haka på livsmedel på existerande exportsatsningar

## UTVECKLINGS- OMRÅDEN

Ta vara på och utveckla lokala "ekosystem"

Få med hela värdekedjan

Skapa arbetstillfällen runt maten; uppleva/bo/konferens/etc

Fånga upp n-livssignaler utan tydlig drivkraft underifrån

Vara en resurs för att lyssna på medlemmarna – stimulera tillväxt

Mellanstora bolag kan gynnas av riktade insatser ex exportsatsningar

Olika grupperingar; små bolag & 10-talet mellanstora

Goda klimatmässiga förutsättningar

Identifiera och växla upp etableringsklimat – ringar på vattnet

Bygga en stolthet – en positiv identitet

Skapa motivation – en "hunger" för förändring

## MEKANIKER (MÖJLIGGÖRA RE)

Digitalisering – stora möjligheter även för de småskaliga

Skapa ett tillåtande klimat, hitta personer som kan driva

Välkomna nya krafter, ex nyanlända

Blicken utåt – inspiration från andra ex Scotland

Tydliga roller och ansvarsområden

Lyssna av olika kompetenser – ha en öppen agenda

Blicken framåt – hitta ambassadörer & föregångsaktörer

## ANGREPPS- SÄTT

Fånga upp behov av regeländringar och skicka dessa vidare

Kontinuitet – mäta och följa upp

Lyfta fram behov för att ändra off roll som n-livsstöd



## 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!

Vi drar nytta av varandra och vi satsar på kommunikation. Besöksnäringen är en viktig kulturbärande 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 storskalitet

I Halland satsar vi på nisch-produktion 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

Vi ser 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

Vi har 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

Våra lokala varor är 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

Vi skapar dynamiska mötesplatser, utvecklar kunskapsbanker tillgängliga för många och lär av varandra. Vi har starka nätverk för nytänkande över branschgränserna, i kombination med tillgängliga, öppna testmiljöer och mötesplatser.

## Prioriterade teman



*Från vara eller tjänst  
till konsument*



*Samverkan – mötesplatser i nya  
och etablerade former*



*Offentlig sektor som kund & lokala  
producenter som leverantörer*



*Kompetens*

# Framsteget

Välkommen till en träff för fortsättningen  
av Livsmedelsprogrammet i Halland

*Nu är det snart dags att ses igen!*

Vårt arbete att tillsammans göra Halland till en  
ännu mer framgångsrik matregion fortsätter.  
Mycket har hänt sedan Handelslaget i januari 2017 för  
engagerade parter i den halländska livsmedelakedjan.

*Boka i  
kalendern*

*14 mars 2018*





# Hallands Matgille

*Från vara eller tjänst till konsument*



Hallands Matgille är ett 3 årigt projekt som ägs av Signerat Halland och som finansieras av Region Halland och Europeiska Regionala utvecklingsfonden. Projektet startade i januari 2018.

## Projektorganisationen

- Anna-Maria Spaniol, Projektledare
- Monica Ledel, Kommunikatör/projektkoordinator
- Daniel Börjesson, Fotograf och rörligmedia
- Andrea Koszo, Projektekonom

## Syfte

- Skapa ett näringslivsdrivet matkluster som stärker och gör skillnad för de halländska livsmedelsföretagen.

## Mål

- Att utveckla hållbara, konkurrenskraftiga små och medelstora livsmedelsföretag i Halland.



# Hallands Matgille

*Från vara eller tjänst till konsument*



## **Vision**

- "Halland, Sveriges mest levande matlän"

## **Hur ska vi jobba mot våra mål?**

- Inventera de faktiska behov ute hos företagen, för att ringa in utmaningar och möjligheterna hos dem.
- Därpå skapa de rätta processerna som gör skillnad för företagen "på riktigt".
- Kommunicera den halländska matens mångfald och mervärde gentemot konsumenten.

## **Vad har vi främst fokuserat på nu?**

- Att sätta vår projektorganisation. Därpå förstå projektet på djupet så att vi kan skapa och driva ett spännande projekt som utvecklar och lyfter företagen.
- Att under våren få igång de 2 första processerna som blir pilot case för projektet.



**”Taste of Halland”** (EU-stöd, Hallands Skaffereri, 3år, 2milj)

**”Korta kedjan”** (förenkla och möjliggöra affärer samt öka tillgängligheten av varor) mellan halländska livsmedelsproducenter och dess kunder genom utveckling av digitala verktyg och fysisk logistik

- 3 år – EU-Landsbygdsprogrammet
- Projektägare Olsegården AB
- Fysisk logistik (Upphämtning av varor och distribution till 300 potentiella kunder)
- 50 livsmedelsproducenter (små, medelstora, hantverk)
- Oms 2017: 1,4miljoner. Prognos för 2018 är c:a 10 miljoner

# Mål, utmaningar & framtid



- Fler producenter (150st) och kunder
- Få slutanvändaren att efterfråga och ställa krav på matserveringar och handel
- Öka intresset av "Hållbar handel" och minska matsvinn
- Få restauranger att erbjuda Halländska menyer & butiker att lyfta fram Halländskt
- Intäkter: Ökade volymer (fler måste handla)
- Direktförsäljning via "App" till konsument via utlämningsställen



## Syfte och bakgrund

*Offentlig sektor som kund &  
lokala producenter som leverantörer*



- Syfte
  - Öka samarbetet runt den offentliga måltiden.
  - Gemensam långsiktig politisk strategi i Halland - val av livsmedel till den offentliga måltiden.
  - Se värdet av goda måltider - god hälsa och effektivare samhällsekonomi.
  - Livsmedelsupphandlingar – underlätta att genomföra bra upphandlingar som också underlättar för lokala producenter att komma in på marknaden.
  - RH, samtliga kommuner, LRF, företag
- Parallella arbetsgrupper – Livsmedelsprogram för Halland, Halländska livsmedelsnätverket, Måltid Sverige

## Positiva resultat och utmaningar

*Offentlig sektor som kund & lokala producenter som leverantörer*



- Aktuellt just nu:
  - Nätverk - ett för Halland gemensamt upphandlingsdokument.
  - Inriktning – hållbarhet, innovation, öka produkter från mindre producenter, sociala krav, logistiklösningar, utvärderingsmetoder, dialog, uppföljning
  - Upphandlingsmyndigheten – branschdialog 26 april
- Fokus framåt:
  - Halländsk Livsmedelspolicy- ekologiskt, svensk-producerat, närproducerat?

## Kompetens på alla nivåer



*Kompetens*

- Tidigt väcka barns intresse
- Attrahera gymnasieväljare
- Vuxenutbildning för karriärväxlare:
  - Yrkesvux
  - Yrkeshögskola
  - Universitet/Högskola
- Fortbildning
- RH, Munkagårdsgymnasiet, Högskolan Halmstad, Laholms Kommun, LRF, LLUH, College Väst



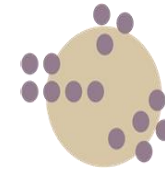
## Aktiviteter



*Kompetens*

- Plönninge , Naturskola - tidigt väcka barn och ungas intresse för naturbruk och naturvetenskap?
- Samverkan Skola-näringsliv lokalt/regionalt/nationellt
- Utveckling av vuxenutbildning – Naturbruk och Restaurangutbildning inom Yrkesvux
- Fortsatt fokus på livsmedelskedjans attraktionskraft

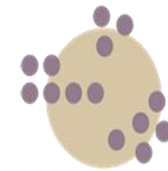
# Måltidsturism



*Måltidsturism*

- **Arbetsgruppen** Företag inom livsmedel/besöksnäring, LRF, Signerat Halland, Hallands Matgille, Hushållningssällskapet och representanter från alla halländska destinationer samt Region Halland.
- **Syfte** **Ta tillvara den stora potentialen inom måltidsturism**
  - öka konkurrenskraften för aktörer
  - höja Hallands attraktionskraft som resmål
- **Mål** **En attraktiv måltidsdestination Halland**
  - skapa tillväxt för företagen genom ökat antal besökare
  - stimulera utvecklingen och tillkomsten av nya företag

# Måltidsturism



*Måltidsturism*

## • Fokusområden framåt:



Förmedla inspiration, trender och kunskap för paketering och marknadsföring



Skapa fler mötesplatser för aktörer och konsumenter (nya, innovativa koncept )



Gemensamma marknadsföringskoncept, sökta projekt t.ex. 'Skördetider i Halland'



Gemensam exponering av det halländska i och utanför Halland



## Nationella strategin på regional nivå

- 2018 – max 2 miljoner/region + Ytterligare medel till Länsstyrelserna!

### Regionmedlen

- Bidra till samverkan aktörer på regional-lokal-mellanregional nivå.  
Speciellt samverkan länsstyrelser och regionalt utv.ansvariga
- Stärka samverkan mellan regionala insatser för livsmedelskedjan och den nationella strategin
- Stärka konkurrenskraften i livsmedelssektorn, främja exporten och utveckling av livsmedelsförädling
- Öka kompetens, utveckla produkter, teknik och logistiklösningar med anknytning till livsmedelsförädling
- Hela kedjan ska jobba i samma riktning

## På gång

- Länsstyrelsen förstärker personellt
- Affärsutveckling livsmedel för utlandsfödda – Almi Halland
- Eldrimner – Nationellt Resurscentrum för Mathantverk – Halland Fokuslän 2018. Inspirationsdag 19 april i Halmstad
- Branschdialog med Upphandlingsmyndigheten 26 april i Halmstad
- Egen hemsida på gång
- Nationell samverkan regioner – ERFA-utbyte
- ....