

Livsmedelsprogram för Halland

Livsmedelsprogram för Halland har tagits fram i ett dialogarbete som startade 2016. Region Halland och Länsstyrelsen i Halland har varit huvudansvariga för processen. Ett flertal parter i och med anknytning till den halländska livsmedelskedjan har deltagit i processen och i programmets arbetsgrupp. Arbetsgruppen har utöver Region Halland och Länsstyrelsen i Halland bestått av: Högskolan i Halmstad, LRF Halland, Lokalt Ledd Utveckling Halland, Hushållningssällskapet Halland samt Signerat Halland.

Utgångspunkten för programmet har varit Tillväxtstrategi för Halland där Grön Tillväxt, som inkluderar livsmedel, ingår som utpekat styrkeområde. Dialogen mellan de medverkande parterna har resulterat i ett handlingsorienterat Livsmedelsprogram för Halland.

Halland som matregion

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 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. Redan i slutet av 1800-talet exporterades halländskt smör och havre till England.

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.

Livsmedelsbranschens utmaningar

Livsmedelsbranschen 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 och öppnar för 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

Vi ser att de trender som gynnar 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 efter-



frågas 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.

Workshops, hemläxor och utvärdering – så har arbetet gått till

I en inkluderande arbetsprocess med högt i tak har deltagarna kunnat dela med sig, utmana varandra under vänliga former och i gemenskap värdeförädla mål och aktiviteter. Syftet med detta arbetssätt har varit att skapa energi, gemensamt ägarskap och ambassadörskap.

För att ta tillvara på möjligheter och möta utmaningar krävs ett brett engagemang och olika slags initiativtagare. Därför är det extra glädjande att så många har deltagit och fortsätter att bidra i arbetet med att utveckla livsmedel i Halland.

Gemensamma mål och tydlig aktivitetsplan

Livsmedel i Halland är en stark sektor som länge varit i fokus. Det har inte saknats mål, strategier och verksamheter under gångna år, men nu var det dags att återigen sätta extra fokus på just denna näring. Vi ville inventera och lyfta upp det som görs idag samtidigt som vi ville formulera gemensamma mål och en tydlig aktivitetsplan för framtiden.

En inkluderande arbetsprocess

Utvecklingsarbetet har bestått av öppna workshops med en bred inbjudan och ett brett deltagande från hela livsmedelskedjan. Olika representanter har ibland löst av



varandra under arbetets gång, men de allra flesta perspektiv och aktörer har hela tiden varit representerade.

Arbetet har haft som mål att lyfta upp och ta vara på det som redan är tänkt, synliggöra detta och dela med fler. Samtidigt har programmet vidareutvecklat och kompletterat, allt för att göra handlingsplanen aktiv och fullständig med input från alla olika perspektiv.

Mellan dessa öppna workshops har arbete pågått i en arbetsgrupp med representanter för de största aktörerna inom livsmedelsbranschen i Halland. Här har workshopresultaten bearbetats och vidareförädlats. Även workshopdeltagarna har fått arbetsuppgifter mellan gångerna, detta i form av hemläxor, bl.a. med att vidareutveckla handlingsplaner för de fyra prioriterade tematiska insatsområdena.

Arbetande aktörer i programmet

Region Halland

Högskolan i Halmstad

LRF Halland

Lokalt Ledd Utveckling Halland

Länsstyrelsen Halland

Företag i regionen

Offentliga kök

Hushållningssällskapet Halland

Signerat Halland

Under alla möten och samtal och ända fram till "Handslaget", har fortsatt arbete skett för att finslipa målbilderna utifrån inkomna synpunkter.

Intresset för de fyra programträffarna som hållits mellan augusti 2016 och januari 2017 ute hos halländska företag med livsmedelsanknytning, har varit stort med sammanlagt ca 200 deltagare.

Resultat – 8 definierade målbilder

Potentialen i och drivkraften för att utveckla livsmedel i Halland är stor. Den första träffen, "Kickoffen", ägnades till allra största delen åt att var och en fick bidra med sina målbilder. Individuella önskemål i kombination med gemensamma utmaningar och en önskan om att bidra till ett större sammanhang har kunnat sammanfattas i åtta olika målbilder, alla med sin egen speciella tematik.



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 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

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 arbets- sätt 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 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.

Från ord till handling

Nästa steg i processen blev att jobba med hur de övergripande målbilderna skulle kunna omsättas till konkreta insatser.

Alla deltagare identifierade gemensamt viktiga behov och insatser som prioriterades och klustrades till 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

Områdena processades sedan vidare under två dialogmöten och fylldes på med förslag på konkreta insatser. Inom varje område bildades öppna arbetsgrupper som träffades mellan dialogmötena för att fortsätta driva insatserna ytterligare framåt.

För att säkerställa en bra framdrift i dessa arbetsgrupper, tillsatte Region Halland en resursperson och sammankallande för varje grupp. Representationen i de fyra olika grupperna avgjordes av omfattning och inriktning på temat.

Arbetet i grupperna fortlöper och har på kort tid redan genererat flera samarbeten, konkreta initiativ och förslag. Vissa av dessa bygger på koordinering och samarbeten kring redan pågående aktiviteter och verksamheter, medan andra är helt nya initiativ. Insatserna sker längs olika tidsaxlar med såväl snabba initiativ som snabbt ger synliga resultat och ett brett engagemang och dels mer långsiktiga insatser som kräver större bearbetning och ytterligare resurser.

Från vara eller tjänst till konsument

Inom detta område identifierades behov och insatser längs hela kedjan från råvara till konsument. Flera av de föreslagna insatserna har gemensamma värden och intressen som bidrar till att koppla de olika leden längs kedjan närmre varandra:

- Stärk den halländska identiteten och varumärket ytterligare
- Gör 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

Aktuella initiativ inom området

Flera initiativ och ansökningar med koppling till området har gjorts.

Med Livsmedelsprogrammet som avstamp har näringslivet genom föreningen Signerat Halland beviljats medel för ett treårigt projekt för att bilda ett livsmedelskluster i Halland.

Samverkan – i nya eller etablerade former

Behovet av samverkan mellan aktörer inom mat & måltider och besöksnäringen har uttalats som stort. Det är också på mötesplatser som konsumenternas personliga engagemang skapas och kunskapen om det lokala och halländska sprids. Detta kan ske genom 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.
- Lär av pilotprojekt som Falkenbergs Skafferi, Kattegattleden och av varandra.
- Gemensam exponering av det halländska i och utanför Halland.

Aktuella initiativ inom området

Livsmedelsprogrammets arbetsgrupp inom detta område ska utökas och kommer att bjuda in fler aktörer och destinationer. Från och med hösten 2017 ska denna arbetsgrupp utveckla en regional strategi runt måltidsturism. En extra resurs har tillsatts på regional nivå för att kunna skynda på processen.



Offentlig sektor som kund & lokala producenter som leverantörer

Området har synliggjort tre prioriterade områden och har bildat en arbetsgrupp som arbetar vidare med fokus på den offentliga måltiden i Halland:

Ökat samarbete hos Livsmedelsbranschens aktörer vad gäller den offentliga måltiden

- Samarbete och information.

Gemensam långsiktig politisk strategi i Halland vad gäller:

- Ekologiskt
- Svenskproducerat
- Närproducerat
- Att se värdet av goda måltider som i längden ger god hälsa och i förlängningen en effektivare samhällsekonomi.

Livsmedelsupphandlingar

- Hur kan vi underlätta för verksamheterna att göra bra upphandlingar som också underlättar för lokala producenter att komma in på marknaden.

Aktuella initiativ inom området

Region Halland och kommunerna i Halland har gått in i "Måltid Sverige", ett partnerskap för att samordna den offentliga måltiden vad gäller bl.a. kompetensförsörjning, forskning och innovation.

Temaområdets frågor är också kopplade till ett kostnätverk i Halland där kommunerna och Region Halland samarbetar kring gemensamma frågor om den offentliga måltiden i Halland. Nätverket samarbetar även med ett motsvarande nätverk för upphandlare i Halland.

Arbetsgruppen utökas eller omformas utifrån prioriterade områden med ambitionen att kunna agera branschråd på en övergripande nivå, och ingå i andra nätverk när behov finns.

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. Inom detta område har fyra prioriterade

Ökad kompetens hos Livsmedelsbranschens aktörer



- Fortbildning för befintliga företagare och anställda

Kompetensförsörjning – attrahera unga

- Marknadsföringsinsatser med syfte att attrahera unga gymnasieväljare till Livsmedel och Gröna näringar.
- Utveckla och stötta de satsningar som görs för mindre barn att skapa förståelsen från "jord till bord"
- Grön Grundskola i framtiden?

Påverkansstruktur och lobbyverksamhet

- Utveckla nya utbildningsformer.

Kompetensförsörjning – karriärbytare

- Utveckla nya utbildningsformer t.ex. lärlingsutbildningar, Komvux eller yrkeshögskola.
- Arbetsmarknadsutbildningar.
- Mentorsprogram.

Aktuella initiativ inom området

Områdets arbetsgrupp arbetar vidare med fokus på kompetensförsörjningen inom primärproduktionen och livsmedelsförädlingen i livsmedelskedjan.

Arbetsgruppen kommer att utökas eller omformas utifrån prioriterade områden med ambitionen att kunna agera branschråd på en övergripande nivå och ingå i andra nätverk när behov av stark påverkansstruktur finns.

Effektmål finns i Tillväxtstrategi för Halland

Tillväxtstrategi för Halland är en värdefull kompass och ett viktigt verktyg för Hallands framtida utveckling och tillväxt. Här samlas olika aktörers krafter mot gemensamma mål. I arbetet med en nationell livsmedelsstrategi är målet att öka sysselsättningen, produktionen, exporten, innovationskraften och lönsamheten i livsmedelsproduktionen, samtidigt som de relevanta nationella miljömålen nås.

Effektmål i Livsmedelsprogram för Halland

- Hög attraktivitet, mäts bl.a. i inflyttning
- Stärkt konkurrenskraft, mäts bl.a. i tillväxt, utveckling och förnyelse i existerande företag samt i ett ökat företagande
- Fler i arbete, mäts bl.a. sysselsättningsgrad samt i utveckling inom skola och utbildning

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.

För att koppla dessa långsiktiga och generella effekt- mål till just vårt arbete inom Livsmedelsprogrammet i Halland, behöver vi bryta ner dem och se vilka föränd- rade beteenden och beteendemål som bidrar till respektive effektmål. Till varje beteendemål kan vi knyta ett antal aktiviteter och aktivitetsmål som bidrar till att förändra utvalda beteenden.

I Halland finns många aktörer i Halland som på olika sätt bidrar med aktiviteter och beteendeförändring. Tillsammans kan dessa fläta ihop en matta av aktivitetsmål och beteendemål som bygger upp och levererar till de effektmål om finns angivna i Tillväxtstrategin. Varje aktör och organisation bidrar genom att själva identifiera vilka aktiviteter och beteendeförändringar man själv bidrar med för en förflyttning mot de gemensamt satta målbilderna och därmed också mot effektmålen i Tillväxtstrategin.

Vi vill här bjuda på ett par inspirationsexempel i form av utvecklingsidéer med aktivitetsmål, beteendemål och effektmål. Vart och ett med tydlig koppling till någon av de åtta definierade målbilderna.

Exempel på utvecklingsidéer

Halländsk frukost

Ett antal "Halländsk frukost" som serveras på hotell leder till att hallänningar och besökare uppmärksammar och väljer det halländska vilket leder till en ökad efterfrågan, vilket leder till stärkt konkurrenskraft.

Från målbilden: "Nisch till storskalighet". Det som produceras i Halland ska finnas i Halland – på restauranger, i offentliga kök, på konsumentens matbord.

Gemensamma dialogmöten

Ett antal gemensamma dialogmöten mellan lokala producenter och upphandlare leder till upphandlingsunderlag med öppningar för lokala leverantörer, vilket leder till ökade volymer, vilket leder till stärkt konkurrenskraft.

Från målbilden: "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.



Falkenbergs matdagar

Ett antal möten för att sprida lärdomar från Falkenbergs matdagar leder till ökat engagemang för lokala producenter och besöksnäring i övriga kommuner, vilket leder till stärkt konkurrenskraft plus fler i arbete, vilket leder till hög attraktivitet.

Från målbilden: "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.

Utbildningsdagar

Ett antal utbildningsdagar för anställda i livsmedeltillverkning med fokus på nya trender, nya recept och nya kompetenser leder till innovation, kvalitet och lojalitet på arbetsplatsen plus nya produkter plus nya företag, vilket leder till stärkt konkurrenskraft.

Från målbilden: 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.

Den nationella livsmedelsstrategin

Med vetskap om en kommande nationell livsmedelsstrategi ville flera organisationer, Länsstyrelsen i Halland och Region Halland lyfta fram de regionala intressena i ett halländskt handlingsprogram, med inriktning på de halländska behoven. Det som ursprungligen fanns att förhålla sig till nationellt var tre strategiska områden i propositionen 2015; regler och villkor, konsument och marknad samt kunskap och innovation. Målet för arbetet med en nationell livsmedelsstrategi var att öka sysselsättningen, produktionen, exporten, innovationskraften och lönsamheten i livsmedelsproduktionen, samtidigt som de relevanta nationella miljömålen nås. Det visade sig att man också kunde enas om detta, den 30 januari 2017 överlämnades regeringens proposition till riksdagen för behandling.

Regeringens proposition

"Det övergripande målet för den nationella livsmedelsstrategin ska vara en konkurrenskraftig livsmedelskedja där den totala livsmedelsproduktionen ökar, samtidigt som relevanta nationella miljömål nås, i syfte att skapa tillväxt och sysselsättning och bidra till hållbar utveckling i hela landet.

Produktionsökningen, både konventionell och ekologisk, bör svara mot konsumenternas efterfrågan. En produktionsökning skulle kunna bidra till en ökad

självförsörjningsgrad av livsmedel. Sårbarheten i livsmedelskedjan ska minska.” Livsmedelsstrategin innehåller tre strategiska områden:

Regler och Villkor

Målet för det strategiska området ”Regler och villkor” ska vara att utformningen av regler och villkor ska stödja målet om en konkurrenskraftig och hållbar livsmedelskedja där produktionen ökar. Detta genom ändamålsenliga skatter och avgifter, regelförenklingar, administrativa lättnader och andra åtgärder för att stärka konkurrenskraften och lönsamheten.

Konsument och marknad

Målet för det strategiska området ”Konsument och marknad” ska vara att konsumenterna ska ha ett högt förtroende för livsmedlen och kunna göra medvetna och hållbara val, exempelvis av närproducerat och ekologiskt. Marknaden för livsmedel ska kännetecknas av en väl fungerande konkurrens. Den svenska livsmedelsexporten ska ges förutsättningar att öka för att möta efterfrågan på relevanta marknader.

Kunskap och innovation

Målet för det strategiska området ”Kunskap och innovation” ska vara att stödja kunskaps- och innovationssystemet för att bidra till ökad produktivitet och innovation i livsmedelskedjan samt hållbar produktion och konsumtion av livsmedel.

Nationell handlingsplan och nationellt råd

Strategin omfattar även en handlingsplan med åtgärder som regeringen genomför. Handlingsplanen omfattar bland annat ett inriktningsmål om att 30 procent av den svenska jordbruksmarken ska utgöras av certifierad ekologisk jordbruksmark år 2030 och 60 procent av den offentliga livsmedelskonsumtionen ska utgöras av certifierade ekologiska produkter år 2030. För att bistå arbetet tillsätter regeringen ett Nationellt råd för livsmedelsstrategin, med livsmedelskedjans aktörer, för att stärka samarbetet och utbytet mellan det offentliga och olika aktörer.

