



Stolt mat i Sörmland

- en matstrategi
för 2014 – 2020

innehåll

Förord.....	3
Mat som gynnar attraktivitet, hälsa och välmående	5
Det sörmländska skafferiet som utvecklingskraft och livskraft.....	7
Bakgrund - Sverige det nya matlandet	9
Matens betydelse för Södermanland.....	10
Södermanlands framgångsfaktorer.....	11
Stolt mat i Sörmland – matstrategi 2012-2020.....	12
- Passion, Mission, Vision	
- Syfte	
- Övergripande mål	
Målgrupper	14
Strategin ska arbeta inom fem områden.....	15
1 Vi arbetar för hållbar matutveckling...	15
2 Vi arbetar tillsammans och unnar varandra framgång.....	15
3 Vi arbetar för kvalitet.....	16
4 Vi arbetar för framtiden.....	17
5 Vi arbetar i samtiden	18
Styrgrupp	19

Titel: Stolt mat i Sörmland – En matstrategi för Södermanland 2014- 2020

Utgiven av: Länsstyrelsen i Södermanlands län

Utgivningsår: 2013

Författare: Ulrika Lundberg, Jonas Hammar och Peter Eklund Länsstyrelsen i Södermanlands län tillsammans med matambassadören för Södermanland Hans Naess. Slutlig redigering Peter Eklund.

Foto: Mikael Reijmar, Gettyimages,

Diarenr; 303-5922-2013

Rapportnr: 2013:20

ISSN-nr: 1400-0792

ISBN-nr: 978-91-88044-42-6

Peter Eklund

Omvärldsanalytiker

Länsstyrelsen i Södermanlands län/ County administrative board of Södermanland

611 86 Nyköping

Sweden

Phone (+46) 0155-26 40 21, mobil (+46)070- 275 01 68

E-mail: peter eklund@lansstyrelsen.se



Maten en strategisk utvecklingskraft för länet

Både sörmlänningar och människor som besöker vårt län ska ges möjlighet att smaka på Sörmland och att få starka matupplevelser. Strategin syftar till att inspirera och lyfta mat som en viktig utvecklingskraft för länet.

I många år har länet arbetat med mat i projektform. Landets första matkluster kom till för närmare 10 år sedan. På initiativ av Sörmlands matkluster samlades för drygt två år sedan en mängd aktörer för att se om länet kunde ta ett mer samlat grepp över matarbetet i länet. En av anledningarna var landsbygdsminister Eskil Erlandssons satsning på "Sverige – det nya matlandet". Under drygt två år har vi nu arbetat med att ta fram en samlande matstrategi.

Uppmärksammade matupplevelser

I Södermanland finns gott om fantastiska matupplevelser. Jag vill uppmana dem som ännu inte har gjort en "matresa" att göra utflykter och pröva på plats!

Sörmländska matupplevelser har fått priser och uppmärksammas i flera olika sammanhang. Till exempel blev bryggjarbrödet från Stallarholmen tvåa i Matverks stora produktävling 2012 bland mer än 200 produktförslag och sörmländsk must prisades av Dagens industri sommaren 2012. I sju av länets kommuner har vi, enligt White Guide möjlighet att pröva på fantastiska matupplevelser. De säsongsbaserade matfesterna i länet blir allt fler. Från primörernas rabarberfestival, till höstens aptittrunda med äppeltestning, "tack för maten" och viltveckan till vinterns bröd och korvfestival i Stallarholmen. På fyra platser i länet finns nu också Bondens marknad och flera platser försöker etablera liknade marknader

Det sörmländska matundret, tycker jag man kan kalla det, det bidrar till ökad turism. Här bjuds möjligheter att äta hos Sverige kockelit i Strängnäs, Mariefred, Trosa och Julita. Ett annat besöksmål är Jürss mejeri i Flen, vars ostbutik är ett av kommunens största turistmål.

En viktig utvecklingskraft

I Södermanland har vi enats om att mat är en av länets viktiga utvecklingskrafter. Tanken med

strategin är att använda mat och gastronomi som utvecklingskraft genom att ta fasta på regionens förutsättningar. Vi vill bidra till att skapa en unik profil där mat och gastronomi är en naturlig del för att addera värden till produkter och tjänster, för ökad attraktionskraft till länet och ökad tillväxt för länets företag

Sörmländsk gastronomi

Vår sörmländska mat och våra matvanor är sprungna ur de villkor som klimatet dikterade. Historiskt sett var vi en del av ett fattigt och glest befolkat land, så ser det inte ut idag. Idag bor människor till största delen i städer. Många kommer från andra delar av världen, med helt andra mat- och smakreferenser.

I denna strategi fokuseras insatserna på områden och aktiviteter som behöver utvecklas, samt på aktiviteter som lyfter fram de gastronomiska styrkor som kännetecknar länet.

Något håller på att hända i Sörmland, strategin är ett första steg för att tydliggöra framtidens möjligheter - tillsammans!

I min roll som landshövding vill jag på olika sätt synliggöra maten som ett av de prioriterade insatsområdena, där utvecklingskraft finns i länet.

Under våren har arbetet med matstrategin slutförts, samtidigt som en mindre grupp med representanter från Länsstyrelsen i Södermanlands län, Sörmlands sparbank, Sparbanken Rekarne, Regionförbundet Sörmland, Sörmlands matkluster och Gastronomiska Samtal har arbetat med att operativt driva arbetet vidare utifrån strategins anda.

Stolt mat i Sörmland vill informera, inspirera och aktivera alla som ser mat som en viktig utvecklingskraft för länet.

Möjligheterna är våra - låt oss göra det tillsammans.

Liselott Hagberg

Landshövding i Södermanlands län



Mat som gynnar attraktion, hälsa och välbefinnande

Mat har varit en självklarhet i alla tider. Efter andra världskriget var det stor nöd, det gällde att snabbt få fram stora mängder mat. På 50- till 80-talet var diskussionen i Sverige, såväl som i Södermanland att mat främst var ett sätt att få föda på ett rationellt, effektivt sätt. Vi räknade kalorier- och energiintag. Variationen var liten, bara fick mat i magen. i bästa fall, tre sorters potatis i butiken, mjölig, fast och bakpotatis. På den tiden använde vi nästan hälften av ett hushålls inkomster till mat.

Idag, i Sörmland precis som i resten av den utvecklade delen av världen, är det länge sedan mat enbart handlade om att äta sig mätt. Mat handlar om att må bra, ha kontroll på sin hälsa och sitt utseende, om att uppleva och njuta och i allt högre grad om att ta ansvar. Det är mage, hjärta och hjärna – kropp och själ. Samvete men också upplevelse, flärd och social status. Mat har blivit en central utvecklings- och attraktionskraft i all lokal, regional och nationell utveckling. Antalet potatissorter i en butik eller på en matmarknad ökar år från år allt beroende på säsong. Vi har matprogram varje dag i televisionen. Mer än en ny bok om mat kommer ut varje dag i Sverige. Det är därför den nationella satsningen Sverige – Det nya matlandet har vuxit fram.

God och vacker mat

På 90-talet lade vi till hjärtat. Vi ville ha god och vacker mat. Måltiden är en möjlighet för samtal, reflektion och inspiration. Men trots att mat är en central del av vårt vardagliga liv, använder vi mindre än någonsin av våra inkomster till mat. 2013 är det enbart 12 procent av våra hushållsinkomster som används till våra matinköp, mot närmare 50 procent på 1950-talet. Och tiden till att laga mat och sitta till bords gemensamt är en femtedel mot den tid vi använde för 40 år sedan. Trots detta är mantrat i den allmänna debatten att vi söker billig mat. Maten har aldrig varit så billig samtidigt som kunskapen om mat blir allt mer begränsad.

Måltiden hör till vårt kanske viktigaste kulturarv men vi behöver inte längre följa årstidens växlingar när vi planerar vad vi ska laga och äta. Globaliseringen har gett oss möjlighet att äta i stort sett vad som helst, när som helst under året.

Allt eftersom våra matbutikers diskar fylls av vackert staplade råvaror från när och fjärran så tilltar dock ett missutnyttjande av naturens resurser. Varor transporteras längre än vad de mår bra av, grönsaker och djur drivs upp under onormala omständigheter, vi köper allt fler råvaror vi inte behöver och vid fel tid på året. Kopplat till denna onda cirkel kan vi också konstatera att allt fler konsumenter tappar kontroll och kunskap kring hur våra råvaror produceras, var de kommer ifrån och när de är som godast att äta.

Ren, rättvis och säker mat

Denna negativa kunskapsutveckling kommer att drabba oss hårt. För att vända på denna cykel måste vi ändra våra matvanor och återerövra kunskapen om den mat vi lagar och stoppar i oss. Vi måste lära oss att välja matbutik, restaurang, snabbköp, bageri, kafé etc efter nya premisser. Vi måste våga välja att äta efter omgivning, årstid och utbud.

Vi har själva möjligheten att återta kunskapen och makten över vår framtida kulinariska utveckling. Var och under vilka villkor kommer råvarorna fram och på vad sätt förädlas de? Det är du själv som väljer vad du vill stoppa i dig.

Nu växer det fram ett annat mer medvetet förhållningssätt till mat. Sakta, sakta förändras vårt beteende. Något håller på att hända. För den enorma välståndsutvecklingen som världen och i synnerhet västvärlden har genomgått sedan andra världskrigets slut har nu lett till välfärdssjukdomar och en planet där ohälsa har utvecklats i en ohygglig hastighet, påskyndat av allt fler världen över lyfts ur fattigdom, vilket vi alla vill. De senaste 30 åren ökar medvetenheten om att bruka vår jord utan att förbruka den.



Vi börjar även använda vårt huvud i jakten på ren, rättvis och säker mat. Miljö och hälsa hänger intimt ihop, men även miljö och gastronomi. Medvetenheten om vad vi äter ökar.

Ren och naturlig mat är en styrkeposition i den sörmländska maten. Sveriges främsta kockar handlar sina råvaror i Sörmland. Framtiden är ren och säker mat. Mat som i stor del produceras nära och äts efter säsong. Det behöver inte bli ett högre pris eftersom 40 procent av all vår mat som vi handlar kastas. Framtiden leder till att huvudet och hjärtat går hand i hand för att alla sörmlänningar ska kunna få ett gott liv. Det skapar möjligheter för nya affärsmöjligheter och nya prioriteringar i den offentliga maten såväl i butik som på restaurang.

Mat är en växande basnäring Sörmland och dess kommuner är en av landets högst profilerade regioner när det

gäller mat. Trea i landet 2012 när det gäller att uppnå riksdagens mål att servera ekologisk offentligt finansierad mat. Etta i landet när det gäller produktion av ekologiska produkter. Ett av tre län som har högst renommé när det gäller mat som attraktion och utvecklingskraft. År 2011 arbetade drygt 10 000 personer med mat i länet och i matbranschen, från jord till bord, Branschen omsatte drygt 5 miljarder kronor. Mat är en av Sörmlands växande basnäringar

Denna Matstrategi har som ambition att såväl fler sörmlänningar ska ha möjlighet att smaka på Sörmland som att öka attraktiviteten för gäster som besöker vårt län. Att få starka matupplevelser. Denna strategi syftar till att inspirera och lyfta mat som en strategisk utvecklingskraft för länet. Stolt mat i Sörmland går nu ut i en bred dialog för alla som är intresserade att utveckla maten.

Det sörmländska skafferiet som utvecklingskraft och livskraft

Södermanland är en viktig pusselbit i den gemensamma bilden av vårt land. Från Södermanland kommer influenser som har påverkat och som påverkar bilden av Sverige både inom- och utomlands. Inte minst gäller detta maten. I vårt län finns alla möjligheter att samla goda krafter i matbranschen för att stärka vår position som kulinarisk region. Resultatet ska bli växande affärer och nya arbetstillfällen.

Denna ambition delar vi i Södermanland med övriga landet. Sverige ska nämligen bli det nya matlandet. Bäst i Europa på mat. Så lyder visionen när hela riket spänner bågen och siktar mot den gastronomiska världens himmel. Landsbygdsminister Eskil Erlandssons uppdrag till landets regioner och matambassadörer och till hela den matorienterade branschen är: sänd en tydligare bild av Sverige som matland och hjälp oss att gemensamt leva upp till vår position som det naturliga, vackra, innovativa Sverige med rena råvaror som ger unika smakupplevelser.

En del av Matlandet Sverige

Visionen om det nya matlandet gäller i högsta grad rikets provinser, där matkulturen växer genom nya livsmedelsföretag, kulinarisk turism och projekt inom offentlig sektor. Att Södermanland ska ta en aktiv del i detta arbete är en självklarhet, med tanke på vår inflytelserika historia som ett av Sveriges kulturella centra.

Länet har under lång tid arbetat med mat. Länet har under många år i projektform arbetat med matutveckling. I mitten av 90-talet samlades de ledande restaurangerna/hotellen i länet till en satsning kring lustgårdshotell. Sörmland initierade ett av Sveriges första matkluster i slutet av 90-talet. Länet har fungerat som en testbädd och experimentarena för nya innovationer och nya former för matutveckling i snart hundra år. Ett av de senaste experimenten var Sörmlands Matklassiker som sedan 2013 är en nationell tävling – Gastronomiska Matverk som drivs av föreningen Gastronomiska Samtal. Det var i Sörmland som det nordiska manifestet gick från manifest till praktisk utvecklingskraft när producenter och nordens

bästa kockar förverkligade det nordiska köket.

Vårt län uppmärksammas ständigt när det gäller mat och anses som en av de spännande matregionerna i landet. Det finns ett starkt engagemang för den goda maten. Men koordinering mellan olika aktörer i länet har haft svårt att få fäste. Med anledning av regeringens satsningar på Sverige det nya matlandet startade länet, i matlandets anda, ett arbete med att ta fram en matstrategi för länet. Mer än 40 olika personer och aktörer från matlandskapet Södermanland samlades på Hedenlunda våren 2011 för att tydliggöra vilken roll Södermanland skulle ha i den nationella satsningen Sverige det nya matlandet.

En gemensam matstrategi

Med huvudfrågeställningen; Kan vi kraftsamla mot gemensamma mål för att tillsammans bygga och profilera matlandet Sörmland?" Utmaningen var att formulera en målbild och skapa en långsiktig, övergripande process för att stärka Södermanland som matlandskap.

Stolta, smarta, passionerade var de nyckelord som mötet ställde sig bakom, samt att en strategi skulle arbetas fram.

Projektet arbetar i de fokusområden som ingår i regeringens vision och satsning, och som omfattar följande områden: Offentlig mat, Primärproduktion, Förädling av mat, Restaurangverksamhet och Turism.

Det var utifrån detta samtal som en långsiktig matstrategi för Södermanland växte fram, där utgångspunkten var det arbete som har pågått i Södermanland de senaste 10 åren, främst av arbetet inom Sörmlands matkluster. Strategin ska vara ett sätt att



synliggöra, manifestera och etablera regionen som en av landets mest dynamiska matregioner, och se mat som ett av länets strategiska utvecklingsområden. Att skapa en långsiktig strategi för utveckling av gastronomi i länet för åren 2014 – 2020.

Ekonomisk men också hållbar tillväxt

Syftet är att sätta ramar för hur länet tar tillvara nuvarande styrkor och visa riktningen för det fortsatta arbetet med tillväxt inom näringen. Vi använder gastronomi, mat och kultur i samverkan som utvecklingskraft, där gastronomi inte enbart handlar om god mat utan också om hur vi kan skapa hållbar tillväxt. Den regionala matstrategin ska ha utgångspunkt i regeringens vision och satsning på Matlandet Sverige. De nationella trenderna för mat som utvecklingskraft motsvaras av internationella trender där mat kopplat till kultur, gastronomi, identifierats som en viktig potential för ekonomisk utveckling. Det behövs även resurser för att jobba med strategins mål och för att kommunicera ut den i länet.

Under projektets gång har en vision av länet som en av Sveriges tre mest attraktiva matregioner vuxit fram. För att kunna förverkliga denna målbild och regeringens vision om Sverige – det nya matlandet är det nödvändigt att det fortsatta arbetet

bygger på en bred samverkan i hela länet. Enligt de projektdirektiv som är fastslagna kan inte Länsstyrelsen på egen hand driva och genomföra alla de insatser och åtgärder som krävs för att uppnå dessa mål. Det behövs ett brett förankrat partnerskap som på olika sätt är beredda att ta ansvar och driva matutvecklingen i länet, samt riktlinjer för det mera långsiktiga arbetet som främst kommer att genomföras inom ramen för nästa landsbygdsprogram 2014 – 2020.

Ansvarig projektgrupp tillsätts

Under 2013 har en mindre grupp av potentiella finansiärer bestående av Länsstyrelsen i Södermanland, Sörmlands sparbank, Sparbanken Rekarne, Regionförbundet Sörmland tillsammans med Sörmlands Matkluster och Gastronomiska Samtal arbetat med att finna en form för hur strategin ska hållas ihop, drivas vidare och följas upp. En strategisk och operativ projektgrupp är på väg att ta ansvar för strategins genomförande.

Matstrategin vill ge underlag för regionens prioritering och inriktning på kommande satsningar för ökad tillväxt inom mat och gastronomi. Tanken är att strategin ska vara en del av den regionala partneröverenskommelsen i Södermanland och finansieras av landsbygdsprogrammet, regionalfonden samt privata och offentliga aktörer i Södermanland.

Bakgrund - Sverige det nya matlandet

År 2008 lanserade regeringen visionen att Sverige ska bli bäst på mat i Europa. Sedan 2009 konkretiserades visionen i en nationell handlingsplan för hur målet, att Sverige ska bli Europas bästa matland, ska nås. En vision om god mat ska skapa fler jobb och tillväxt i hela Sverige. Ett omfattande arbete som involverar mängder med aktörer, entreprenörer och intressenter i alla delar av livsmedelsbranschen i hela landet. Potentialen för ökad tillväxt och utveckling är enorm och den nationella målsättningen är att fördubbla exporten till 100 miljarder 2020.

NATIONELLA MÅL

- 10 000 nya jobb
- + 20% matföretag
- Fördubblad export
- + 20% gästnätter landsbygd
- Fler högklassiga restauranger
- Kvalitet och matglädje i offentlig mat
- Enkelt, roligt och lönsamt för bonden

På Matlandets officiella hemsida, www.matlandet.se kan du följa vad som händer runtom om i Mat-Sverige – och själv bidra med nyheter från vårt län.

Det nordiska manifestet för mat

1. Uttrycka den renhet, friskhet, enkelhet och etik som vi gärna vill förbindas med i vår region
2. Avspegla de skiftande årstiderna i sina måltider
3. Bygga på råvaror som blir särskilt utsökta i vårt klimat, landskap och vatten
4. Företräda kravet på mat som är välsmakande med modern kunskap om sundhet och välbefinnande
5. Främja nordiska produkters och producenternas mångfaldighet och sprida kännedom om kulturerna bakom dem
6. Främja djurens trivsel och en hållbar produktion i havet samt i de odlade och vilda landskapen
7. Utveckla nya användningsområden för traditionella nordiska livsmedel
8. Företräda de bästa nordiska tillredningsmetoderna och de kulinariska traditionerna med impulser utifrån
9. Kombinera lokal självförsörjning med regionalt utbyte av varor med hög kvalitet
10. Bjud in konsumenter, andra mathantverkare, lantbruk, fiskerier, små och stora livsmedelsproducenter, handeln, undervisare samt politiker till samarbete för att gagna och vara till glädje för hela Norden

Matens betydelse för Södermanland

Att producera mat har alltid varit en strategisk resurs för Södermanland, dels genom sin närhet till Stockholm har länet alltid varit produktionsort till en stor del av stockholmarna, dels på grund av att en stor del av gårdarna ägdes av adeln som försörjde både sig själva och andra med sin mat.

I Sörmland sysselsattes år 2010 knappt 10 000 personer inom matproduktion i mer än 3000 företag och hade en omsättning som var närmare 5 miljarder kronor. Sysselsättningen har de senaste åren gått ner i primärproduktionen och ökat inom de andra sektorerna, inte minst för kvinnor, personer med utländsk härkomst och unga människor. Sektorn genererar högt attraktionsvärde för länet och de totala skatteintäkterna för landsting och kommunerna i Sörmland var 2009, ca 900 miljoner. Likaså är potentialen stor att öka den genom kommunernas egen offentliga upphandling av mat som är över 1,3 miljarder per år.

Sätter vi in Södermanland i sitt naturliga geografiska omland, Stockholm Mälarenregionen så blir volymen omfattande.

Stockholm Mälarenregionen 2013:

- 2013: Omsättning i offentligt finansierad mat ca 5 miljarder kronor (490 miljoner portioner) och i restaurangbranschen ca 12 miljarder kr

Stockholm Mälarenregionen 2050:

- 2050 är motsvarande i offentlig sektor ca 9 miljarder kronor och inom restaurang ca 24 miljarder.
- Mälarenregionen är motor i matutvecklingen i landet för såväl ekologiska som svenska premiumprodukter. 60 % av alla ekologiska produkter handlas här.

- Turismen fokuserar mer och mer på mat, större inkomster från restauranger än boende, större andel handlar nu mat av den samlade shoppingen. Totalt omsatte maten av turisminkomsterna 66,5 miljarder i Sverige, varav ca 40 miljarder i Mälarenregionen.

För närvarande ökar matrelaterade aktiviteter inom besöksnäringen snabbast med över 8 procent inom restaurangbranschen och tar alltmer andelar av shoppingen. Bland utländska besökare är maten den största inkomstkällan. Restaurangbesök gick under 2012 om hotellnätter i konsumtion. Mönstret är samma globalt.

De senaste åren är det främst i förädling och måltidsutveckling som det skett en snabb utveckling av matnäringen i Sörmland. Enligt en av världens främsta turistforskare så är det just kopplingen mat och turism som står för det stora mervärdet framöver. Även i Sörmland ser vi detta, då lilla Jürss Mejeri i Flen för tre år sedan var Flens främsta turistattraktion beräknat på antalet besökare.

Södermanlands framgångsfaktorer

I Sörmland tar vi avstamp i den nationella strategin och utvecklar och anpassar den till våra förutsättningar och unika fördelar. Sörmland bidrar på sitt sätt till bilden av Matlandets vision om nyskapande livskvalitet, genom en sörmländsk vision för mat som utvecklingskraft som ger Södermanland en egen, unik position i Sverige och i världen. Samtidigt som vi ger mervärden till den nationella strategin.

Det här är våra framgångsfaktorer:

- Stora värden och tillväxtpotential
- Gott rykte
- Råvarurikt och hög förädlingspotential
- Stark förankring hos Sveriges kockelit
- Tillgång till stor närmarknad (Stockholm Mälarenregionen med ca 3,9 miljoner människor, som handlar råvaror till offentlig sektor och restauranger för 17 miljarder/år)
- Omfattande offentlig sektor som ställer högre och högre krav på råvaror och mat
- Stort inflöde av besökare, både turister och boende, som vill äta och uppleva.

Enligt en studie som livsmedelsverket presenterades våren 2013 över hur den svenska befolkningens matvanor fram till år 2020 utvecklas kan fyra olika grupper skönjas;

1. Den dominerande gruppen är, precis som idag, de som ser på "priset". Inte i första hand av skälet att mat är dyrt utan snarare bristen på kunskap, tid och intresse för mat. Denna grupp är troligen också, den som främst konsumerar mat i halvfabrikat.
2. En allt mer ökande grupp är medvetne matätaren. De kan indelas i följande inriktningar
 - Matlaget hållbart, etiskt och nära
 - Hälsan först – nyttigt och naturligt
 - Karriärister – mat som bränsle
 - Gourmeterna – söker nya upplevelser

Platsens mat

Våra högst meriterade kockar och restauranger i Stockholmsområdet tar en stor del av sina råvaror från producenter i vårt län eller har egna odlingar här. Det som är intressant är att många av dessa kockar har en stark förankring i det sörmländska landskapet och sätter ett högt värde på dess goda förutsättningar för matproduktion.

Detta är inte en slump, utan kan snarare ses som en följd av systematisk utveckling av mathantverket utifrån de rena smakerna i Norden och producenter som utifrån våra förutsättningar skapat och förädlat fantastiska råvaror.

Kulten kring den fantastiska råvaran och den unika råvarukvaliteten rullar vidare. Det började med ursprungsdeklaration – varifrån kom fågeln, grisen, löken eller tomaten? Vilket land, vilken landsända, vilken by, vilken gård, vilken jordplätt? Snart gled intresset över också på uppfödare och odlare, deras metoder att driva fram djuret eller grödan och förmåga att lyfta fram och förädla råvarans smakprofiler.

Terroir – fånga jordens själ

Inom gastronomin har terroir blivit ett lite bredare begrepp. Begreppet, lånat från vinets värld, handlar om den enskilda växtplatsen och dess unika egenskaper. Carpe genium terrae – fånga jordplättens själ.

Den sätter avtryck i allt som växer och vegeterar där. Det handlar om specifikt lokala förutsättningar i jordmån och mikroklimat. De hyllade trädgårdarna i delar av Sörmland är ett exempel. Vi pratar mer och mer om gastronomiska regioner och försöker definiera vad som utmärker vår plats på jorden, Södermanland.

Idag kan vi se en ökad medvetenhet där rättvisemärkt, ekologisk och lokalproducerad mat och dryck står i fokus. Allt fler söker sig till bondens marknad och fler vill veta hur och vem som tillverkat råvaran. Aldrig tidigare har intresset varit större för vad vi får i oss än idag.

Stolt mat i Sörmland – matstrategi 2013- 2020

Passion – Mission – Vision



PASSION – VILJA ATT SKAPA

Vårt förhållningssätt är att vi är hängivna det vi gör, vi tror på det vi gör och är stolta. Vi provar, utvecklar och skapar nya matupplevelser och affärer. Glädje och lust i måltiden, inspiration och medvetna val genomsyrar det sörmländska förhållningssättet

MISSION – STOLT OCH SMART MAT FÖR ETT GOTT LIV.

Vi är övertygade om att framtiden för oss ligger i att utveckla och hylla vår egen sörmländska matkultur.

VISION

I Södermanland tar vi på ett medvetet sätt tillvara på matens möjligheter. Vi producerar, förädlar, säljer och äter allt mer sörmländsk mat. Vi är stolta över vår matkultur som bidrar till ett godare liv för länets invånare och våra besökare.

SYFTE MED MATSTRATEGIN:

- att koordinera olika insatser i länet och se till att det sker ytterligare insatser, vilka till stora delar skall drivas och genomföras av olika mataktörer i länet.
- att samla till en gemensam agenda kring den sörmländska maten för att öka länets attraktionskraft.
- att skapa innovativa, produktiva mötesplatser för hela matbranschen

Övergripande mål för Stolt mat i Sörmland

DET HÄR HAR VI UPPNÅTT ÅR 2020

- Södermanland är ett av de tre ledande matlänen i Sverige
- Södermanlands konsumenter har god tillgång till sörmländska råvaror och mat
- Sörmland självklar hemvist för Gastronomiska Samtal
- Flera lönsamma företag som arbetar med livsmedelsproduktion och matutveckling i länet
- Ökad förädling av sörmländska råvaror
- Den offentligt finansierade måltiden är av hög kvalitet
- Sörmländska mataktörer samverkar för att utveckla matbranschen.
- Besökare har lätt att hitta mat av god kvalitet

	2009	2017	2020
Omsättning (milj kr)	5 000	5 500	6 500
Antal årsanställda	9 500	10 000	11 000
Företag	3 000	3 200	3 400
Gästnätter på landsbygd		+ 10%	+20%
Offentlig mat nytt mål ex	2009	2017	2020
Ekologiskt	12%	25%	50%
Professionella matlagare	?	40%	60 %
Produkter av hög kvalitet nära	?	45%	70 %



Målgrupper

Målgrupperna för Stolt mat i Sörmland är alla som arbetar med mat, som njuter av mat och som ser mat som en viktig beståndsdel för ett gott liv och som en strategisk utvecklingsresurs för Sörmland.

- Företagare
- Anställda i privat och offentlig verksamhet
- Beslutsfattare och tjänstemän i offentligt finansierad verksamhet
- Personer i regionala organisationer och intresseorganisationer

Vad innebär stolt mat för ett gott liv för oss sörmlänningar:

- God tillgång av lokalproducerat i handeln och på restauranger
- Ren, vällagad och rättvis offentlig mat
- Smak och lust
- Hälsa
- Njutning
- Medvetenhet
- Upplevelse
- Stolthet över vår matkultur, vårt matarv
- God djuromsorg
- Produktion & konsumtion på ett resurseffektivt sätt

Strategin ska verka inom fem områden

1 VI ARBETAR FÖR HÅLLBAR MATUTVECKLING

Maten är av central betydelse för utvecklingen mot ett mer hållbart samhälle. Därför är det naturligt att i den sörmländska strategin för mat ska visionen om en långsiktigt hållbar matproduktion väga tungt.

Södermanland präglas av ett landskap som är varierande och erbjuder ett stort antal olika biotoper, vilka alla på olika sätt skapar förutsättningar för mångsidigt brukande. I strategin för en hållbar utveckling blir det centralt att finna varje biotops potential för hållbart brukande. Ett brukande där matproduktionen förenas med stor biologisk mångfald och effektiv resursanvändning.

En hållbar matutveckling är en bärande strategi i vår sörmländska matvision. Och vi har goda förutsättningar. I Södermanland startade för drygt 20 år sedan KRAV och 2011 hade vårt län högst andel ekologisk odlad åkermark och bland landets främsta län när det gäller offentligt finansierad mat där Södermanland är en av tre län i topp i landet. Många av de nya producenterna som nu växer fram har en tydlig hållbarhetsprincip i all sin produktion och profilering.

Vad göra:

- Forma en strategisk organisation som styr och håller ihop det långsiktiga arbetet med strategin.
- Arbetar med omvärldsanalyser och att följa upp strategin och olika insatser
- Formar, prioriterar och ser till att operativa strategier och identifierande av "bra lägen" i form av arbetsmetoden Tuss genomförs.

2 VI ARBETAR TILLSAMMANS OCH UNNAR VARANDRA FRAMGÅNG

I Sörmland finns den rika mångfald som behövs för en spännande utveckling av den mat vi producerar och äter. I Sörmland bär vi alla på ett engagemang för maten. För årstidernas mat. Varje dag arbetar vi för att den ska bli bättre och godare och att det ska bli

roligare att äta. Vi arbetar på olika sätt. En del av oss blir uppmärksammade. Andra verkar i det tysta. Vi synliggör de aktörer som engagerar sig, utvecklar nya produkter och tjänster och bidrar därmed till att utveckla vårt samarbete. Vår gemensamma ambition är att göra Sörmland till en av Sveriges tre främsta matregioner. Vi unnar varandra framgång.

Vi vet vad vi säljer

På den sörmländska menyn finns starka smakupplevelser med naturliga råvaror. Kreativt tillagade med inspiration av både vårt matarv och världen för njutning, hälsa och välbefinnande.

Matupplevelsena kopplas ihop med redan kända och attraktiva Södermanlandsbudskap, inspiration hämtar vi från naturen, våra traditioner, vårt sätt att leva på 2000-talet och korsbefruktar det influenser från världens alla hörn. Influenser som redan idag finns här i vårt län genom att länet är ett av Sveriges mest mångkulturella län. Resultatet blir upplevelser kryddade med njutning, hälsa och välbefinnande.

Detta är formeln - det attraktiva utbudet som Sörmlands matakörer ska sälja till sina egna målgrupper.

Det redan kända och attraktiva Sörmland
Det naturliga, det sköna, det trygga och det coola **d** som i sörmland

Matrelaterade budskap, aktiviteter och upplevelser **b** som i budskap

$d + b =$ Stolt mat i Sörmland

Det är tillsammans vi kan förverkliga "Stolt mat i Södermanland". Det är inte en länk i kedjan från "gröda till föda" som sitter inne med den avgörande insatsen. Det är när alla tillsammans bidrar med sin del som en verklig förändringskraft kan skapats. Konsumenten väljer sörmländskt producerad mat, producenterna erbjuder ett rikt utbud av högkvalitativa produkter, myndigheter underlättar företagande, offentlig upphandling med krav på hållbar produktion och energieffektivitet. Det är några exempel på olika aktörers möjlighet att aktivt bidra till förverkligande av visionen. En avgörande faktor är att skapa mötesplatser där olika aktörer kan mötas och

3 VI ARBETAR FÖR KVALITET

tillsammans skapa ömsesidig förståelse och gemensam handling. I Sörmland är vi lyckligt lottade. Här finns den rika mångfald som behövs för en spännande utveckling av den mat vi producerar och äter. En stor utmaning för företagen är att bli mer framgångsrika och lönsamma. Affärsnyttan för företagen är en bärande budskap i denna strategi.

Centralt i det sörmländska matarbetet är att arbeta tillsammans. Samhandling och samarbete i olika former är en viktig utvecklingsfaktor, i län som dras åt olika håll och där det inget tydligt centrum finns. Att skapa en djupare samverkan i länet, samt med våra grannlän och internationellt är viktigt för länets profilering inom Mat/gastronomi. Kommunikation och mötesplatser är centrala verktyg.

En central mötesplats är den nationella satsningen Gastronomisk Samtal och Gastronomiska Matverk, som har vuxit fram utifrån det sörmländska matarbetet

Vad göra:

- Gastronomiska Samtal
Sörmland ska vara en självklar hemvist för Gastronomiska Samtal
- Gastronomisk kommunikation
En gemensam kommunikationsplattform ska tas fram som tjänar som ramverk och inspirationskälla till alla aktörer som är med och bygger matlandskapet Sörmland.
- Mottagning av media
- Nationellt och internationellt nätverksarbete
- Det ska vara enkelt att nå den sörmländska maten genom ständig uppdatering av alla matprojekt och mataktörer i länet
- Mötesplatser
En årlig omvärlds- och lägesdag om var vi står och håller ihop arbetet – Den stora matdagen.

Allt vi gör och allt vi säger skapar bilden av matlandskapet Sörmland och därmed vårt gemensamma varumärke.

Framgångsrika företag utmärks av vikten av affärsutveckling inom marknadens olika områden. Denna kunskap finns både inom företaget och externt. Hela tiden förändras omvärlden och förutsättningarna. Det är nödvändigt med en löpande kompetensutveckling och omvärldsbevakning. Sörmlands små matföretag måste också arbeta tillsammans för att utveckla denna kompetens. Att hänga med sin tid och konsumenternas förändrade beteende är centralt. Utveckling och innovationer är viktiga för såväl företagen som hela branschen. Oftast finns det ett avstånd mellan marknadsutveckling, forskning och företag, på grund av okunskap. Matnäringen är också en av de näringar som är mycket sammankopplad med offentliga regleringar på olika nivåer som bör föras ut och få praktiska tillämpningar. Det ska vara enkelt att driva matproduktion i Sörmland

Matkvalité är ett svårfångat begrepp där värdet i hög grad formuleras av kunden och hennes värderingar. Det får inte stå i vägen för att "Stolt mat i Södermanland" blir frågan om kvalité viktigt. Producerat med tydlig ursprung, smak och identitet, gott, vackert, ekologiskt, hälsosamt, resurssmart, prisvärt, mm. Listan kan göras lång. I Södermanland har vi inte bara en uppfattning om vad som är kvalité. Här finns hela spektret av uppfattningar. Vår uppgift är att ständigt hålla frågan levande och stimulera till en dynamisk och levande dialog.

Vad göra :

- Affärs- och produktutveckling, stötta innovation
- Vi utvecklar nya sörmländska produkter genom högt deltagande i Matverk Sörmland varje år med produkter som hela tiden ska vara i topp i den nationella tävlingen Gastronomiska Matverk
 - Innovativ produkt- och tjänsteutveckling med fokus på kompetens- och marknadsarena.
 - Satsa på vissa nischområden ex Sörmland dryckeslänet och Sörmland centrum för vilt. Sörmland – Äppellänet som en del av satsningen att synliggöra gastronomiska regioner.

- Satsa på att öka förädlingskedjan, brist på slakteri-kapacitet
- Analysera områden där efterfrågan av produkter kommer att öka de närmaste tio åren och möjlighet att tillgodose behoven, exempelvis basgrönsaker

Varuförmedling och tillgänglighet

- Fokusera på sälj och marknad, samt distribution

Vi hittar lösningar på hur vår sörmländska mat ska nå den sörmländska konsumenten och besökaren. Företag inom mat/gastromi ges förutsättningar att öka sin omsättning genom att logistiken mellan företagen förbättras. Att råvaror som produceras när förädlingsföretagen, att handeln och restauranger får tillgång till jämna leveranser, att restauranger inom offentlig sektor får tillgång till produkter och råvaror från länet etc.

Mötesarenor

- krockplats mellan förädlare, krögare producenter grossister, marknadskommunikatörer mfl
- Den offentliga arenan krockplats mellan leverantörer
- Tillgång till marknad, Smaka på producerat och Noga utvalt certifiering

4^{VI} ARBETAR FÖR FRAMTIDEN

Sörmland ska ha Sveriges främsta kvalitativa offentligt finansierad mat

Maten är och kommer att vara viktig i vårt samhälles utveckling. Det gäller så väl miljö, resursanvändning, hälsa, kultur, och företagande. I Södermanland ska alla dessa aspekter aktivt finnas med i samhällsplaneringen. Att leva rikt och njutningsfullt, utan att minska förutsättningarna för framtida generationer att göra detsamma, är en angelägen och vital strävan.

Tillsammans vill vi skapa utrymme för fler att arbeta med mat. Maten vi äter är en väg att göra detta möjligt. Maten och måltiden blir också ett naturligt tillfälle för det goda samtalet och för att umgås över generationsgränserna. För att utveckla framtidens "ätare" är satsningen på ökad kunskap i tidig ålder

oerhört centralt. Det skapar förutsättningar för större välmående och ökad hälsa både som ung och som äldre. Bättre måltidskultur ger sannolikt lägra vårdkostnader, men kommer att ställa högra krav på kvalitén i den offentligt finansierade måltiden. Varje år produceras nästan 3,5 miljoner måltider i Södermanland, finansierade av offentliga medel inom förskolan, skolan och äldreomsorgen bland annat. Potentialen är omfattande för att intensivare samhandling mellan den offentliga sektorn och näringen för att skapa starka matupplevelser. En tydlig möjlighet i förverkligandet av "Stolt mat i Södermanland"

Vad göra

- Vi ökar kvaliteten inom den offentliga sektorn genom att se till att mer och mer av produkterna i den offentliga maten sker genom upphandling genom sörmländska ekologiska och smakfulla produkter.
- En dag om offentlig upphandling och den offentligt finansierade måltiden sker varje år

Sörmland ska ha en hög kompetensförsörjning inom yrkesutbildning kopplad till mat.

Att se till att vi ger förutsättning för framtidens matlagare och matproducenter genom bra och dynamisk kompetensförsörjning är av central betydelse. Sörmland är gynnat genom att ha en erkänt bra utbildning inom såväl restaurang som lantbruk. Utbildning som genom sitt nära samspel med näringarna hela tiden är stadd i förändring. Fler mer specialiserade utbildningar bör utvecklas i den takt som matarbetet utvecklas och specialiseras.

En samverkan mellan näringen som framtida arbetsgivare och utbildningssystemet är av vikt. Utbildningarna måste hela tiden motsvara behoven hos dessa arbetsgivare. Utbildningarna inom mat har ett starkt samspel med branschen och några av landets ledande matutbildningar sker i vårt län. Dessa ska inspirera och höja kvaliteten i alla utbildningar. En förutsättning för att företagen ska bli framgångsrika och lönsamma är att de har personal med rätt kompetens och rätt entreprenörskap, kreativitet och påhittighet.

Vad göra

- Vi utvecklar restaurangs- och hotellskolorna mot framtidens matlagare
- Vi utvecklar framtidens naturbruks och entreprenörskapsutbildningar
- Vi utvecklar kvalificerade YH-utbildningar där brist på kompetens saknas, exempelvis trädgård

Kapitalförsörjning

Vad göra:

- Att finna former att underlätta kapitalförsörjning anpassade till matbranschens specifika behov

5 VI ARBETAR I SAMTIDEN

Samhället är i stark förändring. Ny teknik öppnar för helt nya möjligheter för kommunikation och informationsutbyte. Vi har ett levande och allt intensivare utbyte med andra kulturer. Vi reser och vårt land berikas med människor som har helt andra kulturella erfarenheter. Detta ska vi aktivt ta tillvara inom "Stolt mat i Södermanland".

I Sörmland vill skapa tillfällena och händelser som sätter måltiden och samtalet i fokus. Det är väl känt att sådana tillfällen är den främsta källan till utveckling. För att göra Sörmland till en spännande matregion arbetar vi både med årligen säsongsbaserade regionala och lokala evenemang som Rabarberfestivalen, Bröd & korvfestivalen Aptitrundan och Bondens Egen Marknad och alla andra lokala skördefester och med möten kring mat.

Vad göra:

- arbeta med årligen säsongsbaserade återkommande evenemang, både mot nationell som regional och lokal marknad genom att
- skapa fler och starkare matupplevelser
- Vårda och utveckla årliga regionala arrangemang som Rabarberfestivalen, Aptitrundan, Bröd -& korvfestivalen, Viltveckor och Matens vänner
- Många lokala arrangemang som ex Bondens egen marknad och andra matmarknader



Styrgrupp och Projektorganisation

De centrala finansiärerna av Matstrategin bildar en styrgrupp och formar en projektorganisation för att driva arbetet. Det operativa arbetet sker sedan i olika projektgrupper med tydliga mål, finansiering och tid. Dessa grupper kan ledas av olika aktörer. Matstrategiarbetet har en verksamhetsledare som håller ihop processen tillsammans med kommunikationsarbetet.

Vårt äppelträd som symbol



Äppelträdet är det klassiska Sörmländska trädet kommen av ett arv, förädlad till goda frukter som hela tiden måste vårdas i sitt rotsystem för att ge oss morgondagens intjäningsförmåga.

Äppelträdet som finns i stor omfattning i Södermanland. Flest unika äppelsorter i landet 30 stycken.



Sex av de 10 ledande musterna i Sverige kommer från länet. 10-tusentals träd kan ses som en gemensam symbol för vår satsning på mat.

Vackert, energirikt, friskt, sött, surt, nya intjäningsmöjligheter och produkter mm.



LÄNSSTYRELSEN
Södermanlands län

www.lansstyrelsen.se/sodermanland