



Länsstyrelsen
i Jönköpings län

Meddelande nr 2019:17

Regional livsmedelsstrategi för Jönköpings län 2030

I Jönköpings län har vi nära till bra mat



- Regional livsmedelsstrategi
för Jönköpings län 2030
I Jönköpings län har vi nära till bra mat

Meddelande	nummer 2019:17
Referens	Nina Elmsjö, Landsbygdsavdelningen
Kontaktperson	Nina Elmsjö, Länsstyrelsen i Jönköpings län, 010-223 62 50, e-post: nina.elmsjo@lansstyrelsen.se
Webbplats	www.lansstyrelsen.se/jonkoping
ISSN	1101-9425
ISRN	LSTY-F-M—19/17--SE
Tryckt på	Länsstyrelsen i Jönköpings län, 2019
Miljö och återvinning	Rapporten är tryckt på miljömärkt papper

© Länsstyrelsen i Jönköpings län 2019

Förord – I Jönköpings län har vi nära till bra mat

I Jönköpings län har vi goda förutsättningar för att både kunna äta och producera hållbar och regional mat. Trots det är Sveriges självförsörjningsgrad lägst i Europa samtidigt som den globala livsmedelsproduktionen måste öka med 60 procent till år 2050 för att alla ska kunna äta sig mätta.

Därför har vi i Jönköpings län tagit fram en regional livsmedelsstrategi med syfte att öka och bredda matproduktionen. Målet är att länets livsmedelsföretagare genom ökad konkurrenskraft och bättre affärssystem ska kunna bidra till ökad produktion för både inhemsk konsumtion och export av svenska livsmedel. Allt detta på ett långsiktigt hållbart sätt inom ramen för Agenda 2030.

Vår regionala livsmedelsstrategi är framtagen i samverkan med många aktörer – LRF, Hushållningssällskapet, Smålands Turism, Elmia, Jönköpings kommun, Jönköping University, Region Jönköpings län och Länsstyrelsen i Jönköpings län – och i dialog med länets kommuner, företagare och regionala livsmedelsaktörer. Det är vi tillsammans som ska göra verklighet av strategin.

Förhoppningen är att strategin ska bidra till att sysselsättningen och kompetensen inom branschen ökar samtidigt som miljömålen nås.

För att lyckas med det har vi valt att fokusera på fem olika områden: produktion, innovation, göra affärer, attityder och självförsörjningsgrad.

Jönköpings län har en lång historia av att producera livsmedel och vi är övertygade om att den regionala matproduktionen är en framtidsbransch!



Helena Jonsson
Landshövding i Jönköpings län



Kristina Athlei
Regional utvecklingsdirektör

Innehållsförteckning

Förord – I Jönköpings län har vi nära till bra mat	5
1 En strategi i samverkan	7
En regional strategi med nationell utgångspunkt.....	7
Fem fokusområden för en regional strategi	9
Vems är strategin?.....	10
Med sikte på 2030	10
Ansvar för det långsiktiga genomförandet	10
2 Nära till bra mat	11
I Jönköpings län har vi nära till bra mat	11
3 Livsmedelskedjan i länet	13
En korrfattad och övergripande nulägesbeskrivning.....	13
En klimatsäkrad livsmedelskedja	23
4 Fokusområde Produktion	25
Förutsättningar för primärproduktionen i länet	25
Utmaningar för primärproduktionen i länet.....	26
Utvecklingsmöjligheter för primärproduktionen i länet	26
Förutsättningar för förädlingsledet i länet	27
Utmaningar för förädlingsledet i länet	27
Utvecklingsmöjligheter för förädlingsledet i länet	27
5 Fokusområde Innovation	28
Förutsättningar	28
Utmaningar.....	29
Utvecklingsmöjligheter	29
6 Fokusområde Göra affärer	33
Förutsättningar	33
Utmaningar.....	35
Utvecklingsmöjligheter	36
7 Attityder.....	38
Förutsättningar	38
Utmaningar.....	39
Utvecklingsmöjligheter	41
8 Självförsörjningsgrad	44
Förutsättningar	44
Utmaningar.....	45
Utvecklingsmöjligheter	46
9 Förankring och genomförande	47
Vad gör vi nu?.....	47
Lärdomar från strategiarbetet.....	47
Nästa steg är handlingsplaner.....	48



1 En strategi i samverkan

Jönköpings län utmärker sig genom att flera företag, myndigheter och organisationer inom livsmedelsbranschen är lokaliserade här. Området har unika möjligheter och förutsättningar med produktion och kompetens kring livsmedel och företagande på landsbygden. Baserat på länets förutsättningar och livsmedelsbranschens nyckelroll i framtidens hållbara samhälle har ett samarbete etablerats – Grönt kluster.

Framtagandet av en regional livsmedelsstrategi för Jönköpings län är ett initiativ från styrgruppen för Grönt kluster. I klustret ingår Lantbrukarnas Riksförbund (LRF), Hushållningssällskapet, Smålands Turism, Elmia, Jönköpings kommun, Jönköping University, Region Jönköpings län och Länsstyrelsen i Jönköpings län. Grönt kluster har också fungerat som styrgrupp för arbetet med den regionala livsmedelsstrategin. En arbetsgrupp med representanter från Länsstyrelsen, Region Jönköpings län och LRF har tillsammans med en projektledare ansvarat för det operativa arbetet med att ta fram livsmedelsstrategin.

I arbetet har två större regionala träffar ägt rum. På en dialogträff har arbetsgruppen träffat regionpolitiker, företagare, inköpare samt representanter från länets två naturbruksgymnasier. På denna träff utkristalliserades fem fokusområden som ligger till grund för det fortsatta arbetet. Under framtagandet har även en större branschträff genomförts där företagare från länets olika livsmedelsbranscher diskuterade hela livsmedelskedjan. Dessa träffar, tillsammans med ett antal personliga möten med företrädare för länets kommuner, branschernas intresseorganisationer, livsmedelsföretagare samt konsumenter, har lagt grunden för den strategi som nu är framtagen.

Den regionala livsmedelsstrategin är tänkt att vara ett inriktningsdokument som ska användas som vägledning vid strategiska beslut.

En regional strategi med nationell utgångspunkt

Målsättningen med framtagandet av en regional livsmedelsstrategi är att bryta ner den nationella livsmedelsstrategin på regional nivå genom att se till länets unika förutsättningar. Därför tar det regionala arbetet sin utgångspunkt i den nationella strategins tre strategiska områden.

- regler och villkor
- konsument och marknad
- kunskap och innovation

I den nationella strategin betonas helheten för att få en konkurrenskraftig livsmedelskedja. Till livsmedelskedjan räknas primärproduktionen, livsmedelsindustrin, livsmedelshandeln, restaurangnäringen, måltidsturismen och konsumenten. Enligt strategin ska en konkurrenskraftig livsmedelskedja skapas genom en produktionsökning som bidrar till en ökad självförsörjningsgrad av livsmedel. Effekten av detta blir att sårbarheten i livsmedelskedjan minskar. I den nationella strategin framgår tydligt att produktionsökningen ska ske på ett hållbart sätt och bidra till att uppfylla relevanta miljömål.

Den regionala strategin och dess insatser ska leda till att länet får en:

- ökad hållbar livsmedelsproduktion
- ökad kompetens inom livsmedelsbranschernas alla led
- högre sysselsättningsgrad inom livsmedelsbranscherna
- högre förädlingsgrad av länet egna råvaror

I kommande handlingsplaner kan och bör fokus sättas på hållbarhet för alla, alltifrån primärproducenter till konsumenter och leden där emellan.



Fem fokusområden för en regional strategi

I arbetet med den regionala livsmedelsstrategin har fem fokusområden tagits fram. Det är genom dessa fokusområden länet ska nå syftet med den regionala livsmedelsstrategin. Fokusområdena är framtagna i samverkan med länets aktörer och producenter. I arbetet har inspiration, underlag och erfarenheter tagits från bland annat arbetet med den regionala utvecklingsstrategin (RUS), Regional skogsstrategi Småland, SWOT-analys för länet, Förvaltningsplan fisk och fiske Vättern 2017–2022, Nationella handlingsplanen exportprogram måltidsturism, Åtgärdsprogrammen för miljökvalitetsmålen, Agenda 2030 samt miljömålsbedömningar för länet. Fokusområdena knyter även an till den nationella livsmedelsstrategin. Fokusområdena är följande.

- Produktion
- Innovation
- Göra affärer
- Attityder
- Självförsörjningsgrad

Syftet med de fem fokusområdena är att konkretisera det regionala arbetet. Samtidigt ska fokusområdena beskriva de utmaningar och den utvecklingspotential som finns på regional nivå. I arbetet med att ta fram den regionala strategin har dessa områden också framstått som de områden där insatser kan ge störst effekt för att nå syftet för den regionala livsmedelsstrategin. Det finns ingen inbördes rangordning mellan de fem områdena utan alla fem är på olika sätt viktiga för det fortsatta arbetet. I handlingsplanerna kommer konkreta mål sättas för varje fokusområde.

PRODUKTION

Fokusområdet Produktion ska säkerställa ökad lönsamhet och konkurrenskraft inom livsmedelsföretagen och hela den regionala livsmedelskedjan. Fokusområdet ska också fokusera på att öka självförsörjningsgraden och produktionen av mat i Jönköpings län. Genom att producera det som efterfrågas ska företagens lönsamhet och konkurrenskraft öka.

INNOVATION

Fokusområdet Innovation är det område som troligtvis utvecklas snabbast av dessa fem områden. Därför är det viktigt att hitta innovativa lösningar inom hela livsmedelskedjan. Innovativa lösningar är en förutsättning för det fortsatta arbetet med att genomföra en regional livsmedelsstrategi.

GÖRA AFFÄRER

Fokusområdet Göra affärer är det område som under arbetets gång har varit det mest självklara. Det är också inom detta fokusområde de största insatserna bör göras. Inom hela livsmedelskedjan är det viktigt att producera, förädla och sälja efterfrågestyrt. Detta kräver att alla i livsmedelskedjan gör medvetna kompetensbaserade val i syfte att göra lönsamma affärer.

ATTITYDER

Fokusområdet Attityder är det som kan vara svårast att mäta och att se effekter av. Samtidigt är det inom detta fokusområde förändringar kan få störst effekt i det långsiktiga arbetet. Genom att förstå de trender och attityder som finns i köpmönster, bemötande och förändringsvilja kan insatser inom övriga fokusområden nå längre.

SJÄLVFÖRSÖRJNINGSGRAD

I länet finns goda förutsättningar att producera mer och fler typer av livsmedel än vad som görs idag. Ambitionsnivån är därför att länet som helhet inte bara ökar sin livsmedelsproduktion och sin egen självförsörjningsgrad, utan också bidrar till det nationella målet genom att, där det är lämpligt, producera mer än länets konsumtion. Detta leder också till ökad lönsamhet förutsatt att det som produceras efterfrågas i eller utanför Sveriges gränser.

Vems är strategin?

Mat berör oss alla. Alla länsbor, vare sig de är företagare, inköpare, konsumenter eller besökare, har ett intresse av att den regionala maten utvecklas och att mer livsmedel produceras i länet. Strategin är därför till för oss alla.

Målsättningen är att dokumentet ska vara vägledande för myndigheter och kommuner vid strategiska beslut som handlar om livsmedel. Det ska också underlätta för livsmedelsföretagare att göra smarta och hållbara val och lönsamma affärer samt göra det möjligt för konsumenter att välja rätt livsmedel. Dessutom är målet att sätta Jönköpings län på kartan när det gäller smakupplevelser för våra besökare. Målsättningen är också att vi som län och som land ska stå bättre rustade vid en eventuell kris.

Genom att ta ett strategiskt helhetsgrepp för livsmedelskedjan i länet är målsättningen att strategin ska få oss alla i länet att göra medvetna val som sammantaget bidrar till en ökad hållbar livsmedelsproduktion.

Med sikte på 2030

Arbetet med en regional livsmedelsstrategi kommer genomföras fram till 2030 och följer den nationella strategins tidsplan. 2030 är också året då världen ska ha nått de globala målen i Agenda 2030.

Nästa led i arbetet är att ta fram handlingsplaner som kommer att inkludera konkreta mätbara mål för att nå det långsiktiga syftet. Handlingsplanernas tidsplan sätts i samband med att dessa tas fram. Arbetet med handlingsplaner kommer att starta under 2018. Uppföljning kommer att ske kontinuerligt och arbetet kommer att intensifieras efter att strategin är beslutad.

Ansvar för det långsiktiga genomförandet

För att den regionala livsmedelsstrategin ska vara långsiktigt genomförbar måste det finnas ett tydligt mandat för genomförandet. Det är också viktigt att det tydligt framgår vem som ansvarar för implementeringen. Det underlättar även för ansvarsfördelningen att det finns en finansiering för aktiviteterna som ska utföras. Region Jönköpings län och Länsstyrelsen i Jönköpings län kommer att få pengar för att utföra regionala insatser som implementerar den nationella livsmedelsstrategin i Jönköpings län. Det innebär att dessa två aktörer kommer att samordna de insatser som ska genomföras. Syftet med samordningen är att det ska finnas en tydlig koppling mellan strategins implementering, de aktiviteter som behövs för att nå målen och finansieringen av insatser. Ansvarsfördelningen hindrar dock inte att andra insatser genomförs och finansieras av andra aktörer. Tvärtom är det viktigt att länet kraftsamlar kring insatser som gör att vi når visionen till 2030. Att fler aktörer utför och finansierar aktiviteter visar att länet är handlingskraftigt och prioriterar den regionala livsmedelskedjan. Alla insatser välkomnas men de måste samverka och samordnas för att vi ska nå syftet med den regionala livsmedelsstrategin och de mål som sätts upp i handlingsplanerna.



2 Nära till bra mat

Visionen för arbetet med den regionala livsmedelsstrategin i Jönköpings län visar på vår önskan och våra långsiktiga mål. *Nära till bra mat* innebär att det ska vara enkelt att producera, sälja och välja mat som är bra för miljön, klimatet och hälsan samt ger sysselsättning och tillväxt i länet. Vi ska känna trygghet i tillgång till säkra livsmedel som bidrar till en ekonomisk, social och miljömässigt hållbar utveckling.

Vår gemensamma vision för livsmedelskedjan kompletteras med fem fokusområden som gör denna tydligare och som ska bidra till syftet om ökad hållbar livsmedelsproduktion, ökad kompetens inom livsmedelsbranscherna och högre sysselsättning inom livsmedelsbranscherna samt högre förädlingsgrad av länets egna råvaror.

Inom varje fokusområde finns det även en målbild vilka följer nedan.

I Jönköpings län har vi nära till bra mat

PRODUKTION

Företag i livsmedelskedjan i Jönköpings län producerar säker mat av hög kvalitet med modern teknik på ett hållbart sätt.

INNOVATION

Marknadsinriktad livsmedelsproduktion i världsklass från Sveriges mest innovativa matregion.

GÖRA AFFÄRER

I Jönköpings län skapas förutsättningar för lönsamma affärer genom att stimulera till hållbara affärsmodeller, distributionskanaler och nya marknader inom och utom Sveriges gränser.

ATTITYDER

Samtliga aktörer i hela livsmedelskedjan gör medvetna och kunskapsbaserade val som leder till ökad tillväxt och lönsamhet, god miljö och bra folkhälsa.

SJÄLVFÖRSÖRJNING

Länets livsmedelsförsörjning är tryggad vid en kris genom ökad självförsörjningsgrad, minskat beroende av insatsvaror och stärkt beredskap.



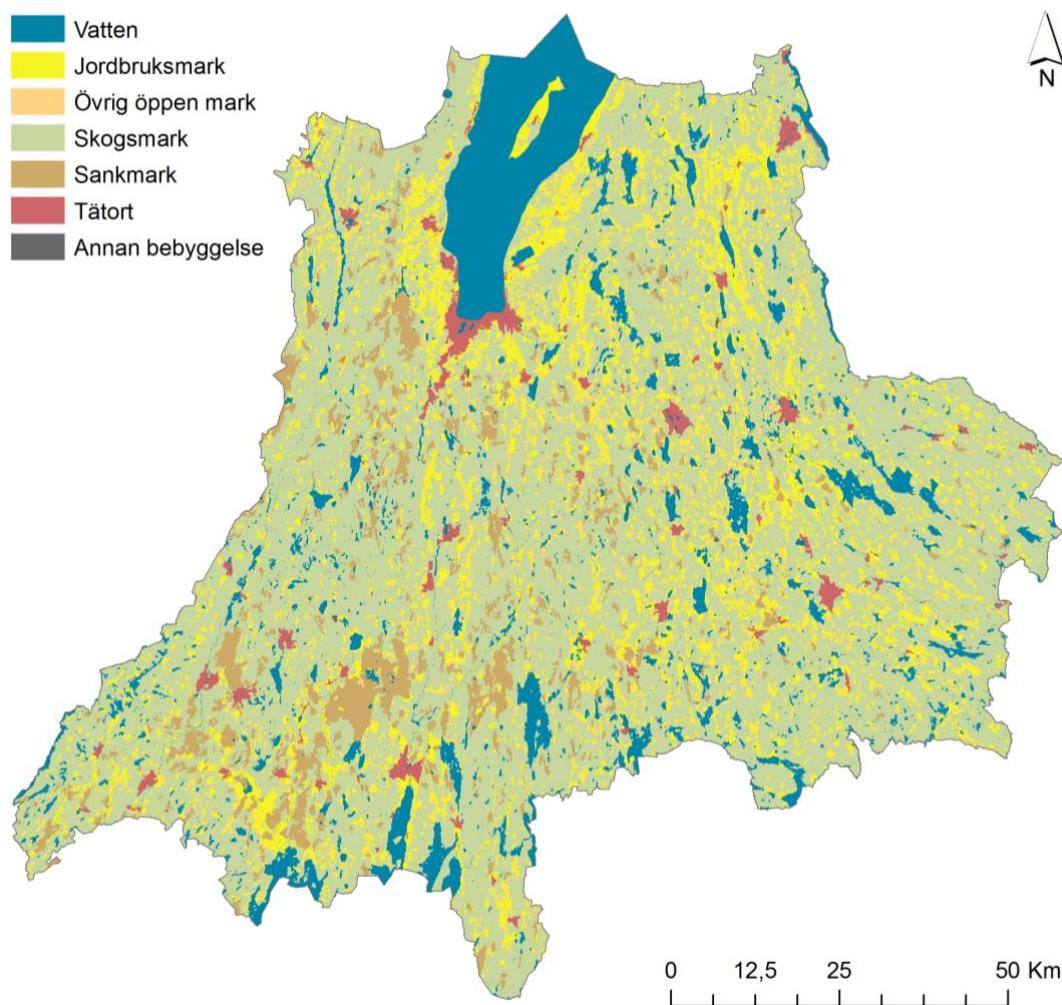
3 Livsmedelskedjan i länet

En kortfattad och övergripande nulägesbeskrivning

FYSISKA FÖRUTSÄTTNINGAR OCH PRODUKTIONSRESURSER

Jönköpings län har ett strategiskt mycket intressant läge, både ur ett besöksnäringssperspektiv och ur ett transportperspektiv, med närhet till och bra kommunikationer med storstadsregionerna och E4-an som går rakt genom länet. Länet ligger beläget i södra delen av Vättern, Sveriges näst största sjö med en unik artsammansättning. Jönköpings län täcker till ytan 2,5 procent av Sveriges totala landareal. 12 procent av länets landareal är jordbruksmark, 11 procent är vattenareal och 77 procent är skogsmark¹.

Figur 1. Markanvändningen i Jönköpings län



Ett av Smålands karaktärsdrag är det småbrutna odlingslandskapet, som kännetecknas av

¹ SCB

naturbetesmarker, små åkerlappar och många stenslämningar. I Jönköpings län finns mycket av detta kvar. Av arealen åkermark som brukades år 2 000 var 94 procent ännu i bruk år 2017. Vall är dandominerande grödan och arealen har ökat i flera år på spannmålsodlingens bekostnad. Arealen naturbetesmarker som det söks miljöersättning för i länet har legat på en relativt jämn nivå sedan år 2000 även om den ökat något de senaste åren.² I dagsläget utgör åkermarken cirka 90 000 hektar och betesarealen cirka 40 000 hektar. Länet har en något högre andel åkermark och betydligt högre andel betesmark än rikets genomsnitt. Ängs- och betesmarker finns spritt över hela länet, men koncentrerat framför allt kring Vättern och i de östra delarna.

Jönköpings län är ett inlandslän utan kust som är rikt på sjöar och vattendrag. Bland sjöarna återfinns både små och stora vatten, som Sveriges näst största sjö, Vättern. Vattnen i länet är relativt lågproduktiva och artfattiga jämfört med övriga län i södra Sverige. Länet karaktäriseras av många skogsvatten och påverkan på länets vatten är relativt låg med sydsvenska mått.

DRICKSVATTEN

Jönköpings län är självförsörjande av dricksvatten som är lokalproducerat, gott och hälsosamt. Vatten som härstammar från Jönköpings län leds till både Skåne och Västergötland. På så vis dricker flera 100 000 människor utöver de som bor i Jönköpings län vatten från länet. Det finns även potential i länets dricksvattenförekomster för att exportera än mer vatten. Dricksvatten som produceras i Jönköpings län kommer från sjöar och vattendrag (ytvatten) och från brunnar i marken (grundvatten). Länets större tätorter samt flera mindre orter har kommunalt vatten. Boende utanför dessa orter har egna brunnar. Andelen av befolkningen som använder kommunalt dricksvatten är mellan 55 procent och 90 procent.³ Dricksvatten är en livsviktig resurs och i EU:s vattendirektiv står det ”Vatten är ingen vara vilken som helst utan ett arv som måste skyddas, försvaras och behandlas som ett sådant”. Samtliga dricksvattenförekomster i Jönköpings län av både yt- och grundvatten behöver vi därför vara rädda om och skydda så att även framtida generationer har tillgång till ett bra dricksvatten. I Jönköpings län finns omkring 90 utpekade dricksvattenförekomster. Utöver dricksvatten för människor är vatten också av stor betydelse för övrig livsmedelsproduktion. För att nå till exempel en bra mjölkvalité krävs god kvalité på det vatten korna dricker.

MER INFORMATION: se fokusområde produktion för mer om markanvändningen i länet.

² Miljömålsbedömningar för Jönköpings län 2018, Länsstyrelsen i Jönköpings län 501-5575-17. (Även www.statistik.sjv.se, "Betesarealens användning efter län/riket och gröda. År 2003–2017")

³ Regional vattenförsörjningsplan för Jönköpings län. Meddelande nr 2015:31.

PRIMÄRPRODUKTIONEN SOM GRUND I EN STARK LIVSMEDELSKEDJA

Den dominerande primärproduktionen i länet består av mjölk och kött men även frukt, fisk, ägg och honung. En stor andel betesmarker och vallodling ger Jönköpings län goda förutsättningar för mjölk- och köttproduktion och länet hamnar på kartan som en del av Sveriges mjölkbälte. Mjölken står för drygt hälften av det regionala produktionsvärdet i primärledet (1475 miljoner kronor år 2016).

Naturen ger också goda förutsättningar för klimatmässigt hållbar köttproduktion. Länet har dessutom ett geografiskt bra läge med nära till flera slakterier vilket ger köttproducenterna möjligheter att förhandla med flera olika aktörer som till exempel KLS Ugglarps Dalsjöfors, Scan och Skövde slakteri.

KORT FAKTA OM PRIMÄRPRODUKTIONEN I LÄNET

- Jönköpings län har fler än 3 500 lantbruksföretag.
- Det finns 900 företag som har mindre än 5 hektar odlad mark.
- I Jönköpings län fanns det år 2016 totalt knappt 130 000 nötkreatur, mer än 5 200 slaktsvin, över 900 suggor för avel, knappt 30 000 får och över 105 000 höns och slaktkycklingar.
- Cirka 400 mjölkföretag med strax under 30 000 mjölkkor och en årsproduktion på 250 000 ton (2016) gör Jönköpings län mer än självförsörjande på mjölk. Mest mjölk produceras i Jönköpings kommun, mer än 43 000 ton, följt av Vetlanda med 29 000 ton.
- Cirka 1 200 företag producerar tillsammans 9 000 ton nötkött i länet. Dessa 1 200 nötköttproducenter producerar mer än den totala konsumtionen av nötköttprodukter i länet.
- Under år 2016 producerades 1 100 ton ägg, cirka 1 900 ton griskött, 62 000 ton spannmål, 200 ton får- och getkött och 2 700 ton potatis i länet.
- Jönköpings läns biodlardistrikt består av cirka 20 föreningar med sammanlagt cirka 800 medlemmar som tillsammans producerade knappt 73 ton honung år 2017. 93 företag i länet sysslar med biodling (2016).
- I Jönköpings län finns 46 företag som producerar trädgårdsprodukter och som sysselsätter 357 personer varav 89 personer arbetar halvtid eller mer. I Vätterbygden produceras 1 100 ton äpplen, 6 ton vita och 12 ton svarta vinbär.
- Länets 7 yrkesfiskare levererade 2017 totalt 45 ton fisk och kräfflor, och länets 3 vattenbruksföretag producerar drygt 50 ton matfisk
- Det fälls årligen uppemot 3 000 älgar, cirka 10 000 rådjur och cirka 5 500 vildsvin i länet, exklusive de djur som fälls i vilthägn.
- Produktion av svamp och vilda bär är inte mätbart men finns också i länet

Utgångspunkten för den regionala livsmedelsstrategin är att öka produktionen av lönsamma livsmedel där stärkt konkurrenskraft ska gå hand i hand med att nå miljömålen. Nya produktions- och förädlingsmetoder, nya växtsorter och hälsosamma livsmedel är av stor vikt för en framtida konkurrenskraftig och hållbar livsmedelskedja. De starka basnäringarna är dessutom en nödvändig grund för utveckling av hela livsmedelskedjan i länet.

Det finns många sätt att driva och finansiera sin verksamhet. Den mångfald av företag och företagare som finns i länet gör att det också finns många olika behov. En förutsättning för en stark livsmedelsproduktion är att den som är, eller vill bli, företagare i de gröna- eller blå näringarna, hittar finansieringslösningar och affärsmodeller som passar det specifika företaget. Inspiration och tips kring detta finns, men måste också tillgängliggöras.⁴

MER INFORMATION: se bilaga 1 för volym- och värdeutveckling för primärproduktionen, bilaga 3 för sysselsättning och bilaga 2 för branschspecifik information.

⁴ <https://www.lrf.se/foretagande/kapitalforsorjning/exempel-pa-externa-finansieringskallor/>



POTENTIAL I FÖRÄDLINGSLEDET

Jönköpings län har jämförelsevis få förädlingsföretag i relation till antalet jordbruksföretag. Fiskenäringen skiljer sig då förädlingsgraden är relativt hög i relation till antalet utövare i länet. I den kartläggning som gjorts av förädlingsledets aktörer inom köttproduktionen i Jönköpings län⁵ konstateras bland annat att de svenska mervärdena framstår som en outnyttjad resurs, att försäljningen är en nyckelfråga och att nya former för samarbeten krävs. Det finns inget som tyder på att detta inte fortfarande är giltigt eller att det inte skulle gälla för flera branscher. Därför kan åtgärder riktas mot bland annat dessa områden.

KORT FAKTA OM LIVSMEDELSFÖRÄDLINGEN I LÄNET

- Ett av Europas modernaste färskvarumejerier finns i länet. Mejeriets cirka 480 medarbetare hanterar årligen cirka 200 miljoner kilo mjölkkråvara och producerar bland annat över 100 olika artiklar av mjölk från småländska bönder.
- Det finns 81 produktions- och processanläggningar i länet som bearbetar eller processar råvaror till produkter som ost, chark, fiskprodukter, grönsaker, bröd och olja. Drygt 30 av dessa är större anläggningar för förädling av livsmedel registrerade för kontroll hos Livsmedelsverket. Det är mestadels anläggningar för kött och beredning av köttprodukter.
- Inom länet finns fyra slakterier. Ett av dem är godkänt av Livsmedelsverket för slakt av nöt, gris, får och lamm medan två är godkända för slakt av får och lamm och det fjärde tar hand om fäلت storvilt.
- Det finns 98 företag i länet med gårdsnära livsmedelsproduktion med egen förädling.
- I Jönköpings län finns fem anläggningar som levererar kött från vilthägn (totalt cirka 500 djur per år) och sex anläggningar som fungerar som uppsamlingscentral för vilt (totalt cirka 1 000 djur per år).
- Det finns också 8 företag som förädlar fisk- och kräftprodukter. 2 av dessa drivs av yrkesfiskare som är verksamma i Vättern och som använder sin fångst till förädlingsverksamheten. 2 företag med förädling bedriver även fiskodling.

MER INFORMATION: Se bilaga 3 för information om sysselsättning.

⁵ Köttet i Jönköpings län – Kartläggning av förädlingsledets aktörer. Scenarier för nya samarbeten som ökar värdet till producenterna (utgåva 2011, intern rapport för LRF av Karin Lindow

EN EKONOMI SOM DELAR MED SIG

Det finns stora möjligheter att skapa nya jobb och tillväxt i och genom livsmedelskedjan i länet. Jordbruket tillhör de delar i näringslivet där det skapas flest nya jobb när omsättningen stiger. Det beror på att gårdarna är så integrerade med sin omgivning att när försäljningen från en gård ökar sprider sig framgången och gynnar inte bara de som säljer produkter och tjänster direkt till gården utan också företag, genom hela kedjan av förädling och i slutändan handeln.⁶

En miljon kronor i ökad omsättning i ett livsmedelsproducerande jordbruksföretag ger 2,51 nya arbetstillfällen. Genomsnittet för hela det svenska näringslivet är 1,42 nya arbetstillfällen. Det gröna näringslivet har helt enkelt potential att ge så många nya jobb att det märkbart skulle kunna minska arbetslösheten i Sverige.⁷

Värdet av primärproduktionen i länet beräknades till 1 475 miljoner kronor år 2016. Det innebär en ökning med cirka 30 procent sedan år 2005. För en stor del av värdeökningen står nötköttsproduktionen.⁸

MER INFORMATION: se bilaga 1 för mer information om produktionsvärdets utveckling och volymutvecklingen i Jönköpings län.

MAT SOM SKAPAR JOBB

I Jönköpings län bor cirka 350 000 personer, vilket motsvarar 3,5 procent av Sveriges befolkning. 17 procent av befolkningen i länet bor utanför tätorter, vilket är något fler än riksgenomsnittet (15 procent). I länet arbetar 2,2 procent av de förvärvsarbetande med någon form av livsmedelsproduktion. 1,3 procent arbetar i jordbrukssektorns primärproduktion medan 0,9 procent arbetar i livsmedelsindustrin. Detta är något färre än riksgenomsnittets 1,4 respektive 1,2 procent.⁹

I länet är nästan 11 000 personer förvärvsarbetande inom de olika branscherna som rör livsmedelsproduktionen, varav cirka 3 500 är jordbruksföretagare. En fjärdedel av länets jordbrukare bedriver företag på heltid. Nära en fjärdedel av dessa är över 65 år och mer än hälften är över 50 år. Endast 4,5 procent är under 35 år, vilket kan jämföras med år 2 000 då 8,3 procent var under 35 år. Andelen kvinnor inom jordbruket är färre än andelen män som är sysselsatta inom jordbruket. Bland egenföretagare inom jordbruk, skogsbruk och fiske är knappt en tredjedel kvinnor. Samtidigt är trenden en ökad sysselsättning inom näringen för kvinnor.¹⁰

Svensk livsmedelsindustri är den industrigren där flest nya företag startas. Dessa skapar många nya spännande jobb, inte minst åt ungdomar och nya svenskar i alla landets regioner.¹¹ I Jönköpings län spår Arbetsförmedlingen att bland annat kockar, kallskänkor och bagare kommer ha gott om jobb att söka det närmaste året, medan till exempel slaktare möter en mer balanserad arbetsmarknad.¹²

MER INFORMATION: se bilaga 3 för mer information om sysselsättningsstatistik för Jönköpings län.

⁶ LRF och det gröna näringslivet (<https://www.lrf.se/om-lrf/mer-om-lrf/lrf--det-grona-naringslivet/>)

⁷ SCB

⁸ Se bilaga 1

⁹ LRF och det gröna näringslivet (<https://www.lrf.se/om-lrf/mer-om-lrf/lrf--det-grona-naringslivet/>)

¹⁰ SCB

¹¹ <https://www.livsmedelsforetagen.se/app/uploads/2017/05/startuprapporten-2017.pdf>

¹²

https://www.arbetsformedlingen.se/etjanst/yrkesprognoser/assets/prognosfiles/Restaurang_och_livsmedelsutbildning_TP.pdf

GOD STRUKTUR FÖR KOMPETENSUTVECKLING OCH KOMPETENSFÖRSÖRJNING

Kompetensutveckling och kompetensförsörjning är en av nycklarna till att öka produktionen.¹³ I länet finns två naturbruksgymnasier, Tenhults naturbruksgymnasium och Stora Segerstad naturbrukscentrum. Dessa skolor bidrar även till kompetensförsörjning genom kurser och program på eftergymnasial nivå. I länet finns också flera skolor med inriktning hotell och restaurang samt en högskola. Det finns även ytterligare skolor som inriktar sig på vidareutbildningar, exempelvis YH-utbildningar, som bidrar till det regionala näringslivet. Dessa har en viktig roll i hur länets framtida livsmedelsproduktion kommer att se ut. Det behövs bra och hög kompetensnivå samt kvalitet på utbildningarna för att möta näringarnas behov av kompetent personal och kompetensutveckling. Det finns därmed en god struktur i länet för kompetensutveckling och kompetensförsörjning.

Det finns idag mycket kompetens i länet, både hos akademi och hos företagen, men mer kan göras för att nyttja potentialen i den samlade kompetensen. I arbetet med strategin och även i andra kontakter visar det sig att få företag inom livsmedelsbranschen olika led har använt eller känner till vad Science Park, ALMI eller Jönköping University kan bidra med i just deras verksamhet. Dessutom finns Jordbruksverket i länet, vilket attraherar och samlar en mängd personer med expertkompetens inom livsmedelsbranschen.

MER INFORMATION: se bilaga 4 och 5 för mer information om utbildningsnivå och intag till gymnasieutbildningarna i länet. Se bilaga 8 för producenternas behov av bland annat kompetensförsörjning.



¹³ Se bilaga 12: Sammanställning av intervjuer med livsmedelsföretagare

EN BESÖKSNÄRING MED MATEN SOM BAS

Mat är en betydande del av turismkonsumtionen och enligt världsturismorganisationen (UNWTO) lägger turister en tredjedel av sin resebudget på mat. All besöksnäring är måltidsturism, alla besökare äter och dricker, och värderar platsen och destinationen efter dess utbud. Med en ökad leverans av regional mat- och dryckesproduktion till den regionala turismkonsumtionen kan de så tydliga, positiva samhällsekonomiska effekterna av platsbunden produktion och konsumtion stärkas ytterligare i Jönköpings län.

Sveriges framtidspotential som matdestination ligger till grund för Exportprogrammet för måltidsturism, som är en del av den nationella livsmedelsstrategin. Smålands Turism har ett regionalt samordningsuppdrag för besöksnäringens frågor och säkerställer att Jönköpings län med dess företag använder och driver på den nationella kraftsamlingen. Syftet är att öka länets konkurrenskraft som måltidsdestination, öka konsumtionen av restaurangtjänster och livsmedel, skapa nya marknader för måltidsintresserade resenärer och att måltidsupplevelser ska bli en av de främsta reseanledningarna till länet.

Att stärka länets attraktionskraft ur ett livsmedelsperspektiv ger positiva földeffekter. Livsmedel med ursprung från länet är lättare att sälja då det finns flera undersökningar som visar att turister efterfrågar det unika och det lokala. Detta kan då öka företagets konkurrenskraft som i en förlängning kan leda till fler arbetstillfällen. Det blir därmed enklare att attrahera personer med kompetens och arbetskraft till branschen och till livsmedelsrelaterade utbildningar.

MER INFORMATION: se bilaga 5 för mer information om besöksnäringen i Jönköpings län.

KLIMATSMART, MILJÖVÄNLIG OCH SÄKER MAT¹⁴

Svensk mjölkproduktion ger 44 procent lägre utsläpp av växthusgaser och svensk nötköttsproduktion ger 70 procent lägre jämfört med världssnittet.¹⁵ Samtidigt arbetar svenska bönder kontinuerligt med att öka resurseffektiviteten vilket minskar klimatpåverkan. Exempelvis har energiförbrukningen i växthusodlingen mer än halverats sedan början av 2 000-talet samtidigt som användningen av fossila bränslen har minskat med mer än 80 procent.¹⁶

Det svenska lantbruket har successivt minskat sin användning av vatten. I dag står svenskt jordbruk för endast 3 procent av den totala vattenanvändningen i landet. En minskning med 30 procent sedan 1990.¹⁷ Vi har dessutom en djuromsorg i världsklass som ger friska djur, låg antibiotikaanvändning och säkra livsmedel.

Svenska livsmedel håller hög klass när det gäller exempelvis bekämpningsmedelsrester, bland annat tack vare långsiktigt miljöarbete och tuffa miljöregler för växtodlingen. Det svenska jordbruket har dessutom låga överskott av kväve i odlingen, något som är viktigt för att minimera övergödningen. Svensk mat är också klimatsmart och bidrar till den biologiska mångfalden. Många hotade arter i jordbrukslandskapet gynnas genom att marker hävdas, till exempel genom att betande djur hindrar igenväxning. Betesmarker och slätterängar hyser många natur- och kulturvärden som kräver skötsel för att de ska finnas kvar. Även om svensk livsmedelsindustri är förhållandevis klimatsmart ur ett internationellt perspektiv står den svenska livsmedelshandlingen för 20–25¹⁸ procent av vår totala klimatpåverkan.

¹⁴ <https://www.lrf.se/politikochpaverkan/marknad-och-mervarden/mervarden/>

¹⁵ FAO respektive Gerber, P.J. et al. Tackling the Climate through Livestock, FAO och J.P. Lesschen et al. Animal Feed Science and Technology,

¹⁶ Jordbruksverket 2015:4

¹⁷ SCB

¹⁸ <https://www.naturvardsverket.se/Miljoarbete-i-samhallet/Miljoarbete-i-Sverige/Uppdelat-efter-omrade/Avfall/Avfallsforebyggande-program/Matsvinn/>

MER INFORMATION: se bilaga 8, för mer information om attityder och göra affärer och bilaga 6 för mer info om folkhälsa.

HÅLLBAR PRODUKTION

En hållbar livsmedelskedja behöver vara ekonomiskt, miljömässigt och socialt hållbar, där de tre dimensionerna förstärker varandra.¹⁹ En hållbar produktion är miljöanpassad och resurseffektiv, så att påverkan på miljön har en så låg belastning att både nuvarande och kommande generationer kan fortsätta producera svensk mat. Eftersom de naturliga resurserna och markens bördighet är förutsättningar för livsmedelsproduktionen är det av stor vikt att bevara dessa och undvika överexploatering och negativ påverkan på miljön och den biologiska mångfalden.

En hållbar produktion innebär inte lägre produktion, utan en anpassad produktion där resurser används mer effektivt och genom metoder som förbättrar miljön istället för tvärtom. Ett konkurrenskraftigt jordbruk där konsumenternas efterfrågan kan styra produktion och förädling gynnar jordbruket och dess positiva effekter i landskapet. Även livsmedelsindustrin kan underlätta för konsumenter att göra medvetna val som bidrar till en hållbar utveckling. En ökad svensk livsmedelsproduktion leder också till en minskad andel importerad mat, vilket även gynnar miljö och klimat.

För att nå en hållbar utveckling i livsmedelskedjan måste däremot svinnet minska, i kedjans alla olika led. Kretsloppen behöver också säkerställas, exempelvis genom återanvändning av restprodukter, för att undvika en negativ miljöpåverkan. Genom att samordna de olika delarna i livsmedelskedjan och samverka med olika aktörer kan vi nå en gemensam utvecklingsriktning som är långsiktigt hållbar för nuvarande och kommande generationer.

NÅGRA UTMANINGAR IDAG OCH I FRAMTIDEN

Tillgången till ett snabbt och välfungerade bredband

Möjligheterna till digitalisering av livsmedelskedjans olika led har stor inverkan på en ökad livsmedelsproduktion. En förutsättning för digitala tjänster och utveckling av sådana är en väl utbyggd IT-kommunikation i hela länet. Bredbandsutbyggnad sker i länets alla kommuner och är en prioriterad fråga, men målet att 100 procent av länets invånare ska ha tillgång till ett snabbt bredband år 2025²⁰ är långt ifrån uppnått. 69 procent av länet har idag tillgång till en snabb uppkoppling men skillnaden är fortfarande stor mellan stad och landsbygd. På landsbygden har idag cirka 37 procent tillgång till snabbt bredband i jämförelse med 75 procent i tätorterna.²¹ Bredbandsutbyggnaden är en förutsättning för att kunna leverera digitala tjänster men framförallt för att kunna driva sitt företag. Det är också viktigt för att kunna säkerställa en grundläggande service på landsbygden. Minskad tillgång till kontanta medel gör också att kraven på digitala lösningar ännu viktigare.

En åldrande yrkeskår inom primärproduktionen

För att behålla ett brukat odlingslandskap krävs fler yngre lantbrukare. Personal- och kompetensförsörjningsfrågor blir viktiga att hantera eftersom länet har en yrkeskår inom livsmedelsproduktionen där nära en fjärdedel är över 65 år, mer än hälften är över 50 år och bara 4,5 procent är under 35 år. Yrkeskåren är inte bara äldre utan också mansdominerad. Däremot kan detta komma att förändras eftersom 61 procent av de som går på Naturbruksprogrammet är 61. Dock skiljer det sig åt mellan inriktningarna. På inriktningen mot djur är 92 procent kvinnor men på inriktningen mot lantbruk är det 40 procent kvinnor och på inriktningen skog inga kvinnor alls.²²

¹⁹ Jordbruksverket (2012): Hållbar samhällsutveckling – vad innebär det? Rapport 2012:40

²⁰ Sverige helt uppkopplat 2025 - en bredbandsstrategi

²¹ <http://bredbandskartan.pts.se/> 2018 års siffror.

²² Skolverket

För att fortsatt skapa tillväxt, sysselsättning och hållbar utveckling inom näringslivet i Jönköpings län måste frågor som rör verksamhetsutövarna lyftas på ett tydligt sätt. Exempelvis kan arbete med attityder till lantbruk, kvinnors företagande, integrationsåtgärder och generationsskifte vara viktigt för att på sikt få en förändring när det gäller åldersstrukturen och könssammansättningen inom branschen.

Exploatering och igenväxning

Jordbruksverket skriver i sin rapport om exploatering av jordbruksmark²³ att ”En åker är en resurs som i princip kan ge livsmedel och andra råvaror i hundratusentals år framåt, men om den bebyggs med till exempel vägar, parkeringsplatser och lagerlokaler är det i det närmaste omöjligt att återställa den. Framtida generationer måste också ha förutsättningar för att producera mat. En växande befolkning och en pågående klimatförändring pekar mot att Sverige framöver behöver ta ett större ansvar för livsmedelsproduktion. Att exploateringen är oåterkallelig gör att långsiktiga avvägningar behövs innan god mark exploateras.”

Jordbruksmarken minskar i länet, se figur 3. Ofta rör det sig om exploateringar för bebyggelse eller infrastruktur, men också igenväxning av jordbruksmark är ett problem i delar av länet. För en fortsatt hållbar och ökad livsmedelsproduktion måste jordbruksmarken värnas bättre. I Miljöbalken framgår att jordbruksnäringen är av nationell betydelse och där förordas en mycket restriktiv hållning till att upplåta jordbruksmark för exploatering. I ett långsiktigt och globalt perspektiv ska det anses att all jordbruksmark är brukningsvärd och i största möjliga mån ska annan mark användas. Detta ska också gälla jordbruksmark som brukats tidigare. Om jordbruksmark ska exploateras ska det ske efter noga övervägande kring markens brukningsvärde och efter en bedömning om väsentligt samhällsintresse.

Ökad efterfrågan på livsmedel samt förnyelsebar energi ökar dessutom jordbruksmarkens värde både ut ett ekonomisk och livsmedelsförsörjningsperspektiv. Jordbrukslandskapen rymmer även andra värden som levande kulturlandskap, arbetstillfällen, energiproduktion, värdefulla biotoper, ekosystemtjänster och kulturmiljövärden – värden som ska tas med i bedömningen.

Klimatförändringen riskerar dessutom att minska andra länders möjlighet att producera livsmedel, eftersom både ökad värme och brist på vatten innebär att det inte kommer gå att odla på platser där det odlas idag. På sikt kan därför den svenska jordbruksmarken komma att bli ännu mer värdefull.

Figur 3. Ägoslagsareal i hektar efter län/riket. År 1999, 2003 – 2016²⁴

	1999	2003	2004	2005	2007	2010	2013	2016
Jönköpings län								
Åkermark	94 767	91 329	90 577	91 926	90 317	89 779	88 684	87 546
Betesmark	42 847	42 829	43 460	43 849	42 518	39 446	39 341	40 526

Bilden av producenten och produkten

Alla har vi en relation till mat. Men vår attityd till maten och hur den produceras skiljer sig åt beroende på vår kunskap och våra känslor kring den. Attityden till och bilden av producenten och produkten varierar dessutom över tid. Ungdomsbarometerns rapport för 2017²⁵ visar till exempel en tydlig trend där fler unga i någon utsträckning väljer bort kött och animaliska produkter och att andelen som anser att maten bör vara ekologisk ökar men att unga fortfarande väljer svenskt framför ekologiskt.²⁶

²³ [Exploatering av jordbruksmark 2006 – 2010, rapport 2013:3](#)

²⁴ Ur Projektplan för *Jordbruksmarkens framtid*, Länsstyrelsen i Jönköpings län.

²⁵ Ungdomsbarometern är en studie som sedan 1991 genomförs årligen med 15 000 till 25 000 respondenter mellan 15 till 24 år. Denna studie genomfördes den 4 oktober till 15 november 2017 och bygger på 23 132 online-intervjuer.

<http://www.ungdomsbarometern.se/>

²⁶ <http://www.landlantbruk.se/lantbruk/unga-valjer-svenskproducerat-och-fler-kallar-sig-vegetarianer/> och <https://www.skovdenheter.se/article/en-av-tre-unga-undviker-kott-stor-forandring-i-ungdomsbarometern/>

Regler och villkor har också betydelse för attityder kring livsmedelsproduktionen. En osäkerhet kring tillämpningen och bilden av onödig byråkrati bidrar idag till att vissa producenter upplever en negativ inställning till deras företagande. Ett glapp mellan krav, mervärden och betalningsvilja bidrar också till detta. Frågor om bilden av producenten och produkten måste belysas för att skapa bättre förutsättningar för ökad produktion. Inte minst är detta viktigt för att stimulera unga som kan tänka sig en framtid i branschen.

I miljömålsbedömningarna för Jönköpings län 2017 när det gäller målet ”ett rikt odlingslandskap”, som är i linje med målen för strategin, konstateras också att ”höja lantbrukarens status och på olika sätt uppmuntra de som aktivt sköter landskapet är [...] viktigt. Ett sätt är att äta småländskt kött från naturbetesdjur istället för importerat kött. Inte minst den offentliga sektorn kan göra en insats här genom att upphandla regional mat.” Att livsmedelsproduktion och livsmedelsförsörjning inte bättre framhålls som en samhällsviktig verksamhet i regionala åtgärdsprogram och planer är en svaghet i detta avseende. Livsmedelsproduktionens många samhällsnyttor skulle också kunna förtydligas i dessa sammanhang.

Attityder och bemötande speglas i den allmänna bilden av producenten och produkten. Insatser på detta område kan förväntas bidra till målen om ökad hållbar livsmedelsproduktion. Åtgärder måste dessutom anpassas till attitydförändringar och förväntade konsumtionsmönster.

SAMMANTAGET MYCKET GODA FÖRUTSÄTTNINGAR FÖR LÄNET

Den regionala livsmedelsstrategin skapar, förutom förutsättningar för livsmedelskedjan att bidra till sysselsättning och hållbar tillväxt, även möjligheter till att Sverige ska ha en livsmedelsproduktion av tillräcklig omfattning. Sammantaget finns mycket goda förutsättningar för ökad hållbar livsmedelsproduktion och en starkare livsmedelskedja i länet. Den skapar även förutsättningar för att tillgodose länsinvånarnas rätt till en tillfredsställande levnadsstandard genom att uppmärksamma vikten av bra mat till alla.



En klimatsäkrad livsmedelskedja

Syftet med den nationella livsmedelsstrategin är att öka den svenska livsmedelsproduktionen. Insatserna ska genomföras på ett hållbart sätt och ökningen av livsmedelsproduktionen ska bidra till att relevanta miljömål nås. I ett förändrat klimat gynnas livsmedelsproduktionen i huvudsak av ett förändrat klimat, men medför även utmaningar och omställningsbehov. Genom ökad kunskap om förutsättningarna och en vilja till omställning kan länets livsmedelsproduktion vinna på ett förändrat klimat.

ETT VARMARE KLIMAT

I Jönköpings län har lufttemperaturen stigit med cirka 1 grad jämfört med referensperioden 1961–1990, och beräknas stiga ytterligare 4 grader till år 2100. Framförallt sker ökningen på vintern och sommaren. Detta sker jämnt över hela länet. Vinterns snö faller som regn med betydligt högre vattenflöden under hela vintern som följd. Regnet som faller kommer att samlas i kraftiga skurar och därmed skapas fler och större översvämningar än idag. Här finns regionala skillnader, och i den sydvästra delen av länet antas regnmängden på vintern öka med nästan 50 procent. Värmeböljor förväntas hålla i sig längre period från dagens 2 dagar per år upp till två veckor. Markfuktigheten och vattenflödena minskar därmed på sommaren, men ökar på vintern. Växtsäsongen förlängs ca 2 månader fram till år 2100.²⁷ På grund av att luften blir varmare ökar avdunstningen från marken och vattenytor, och vegetation behöver mer vatten. Därför minskar tillgången på vatten i åar, bäckar, sjöar och i marken och grundvattennivåerna sjunker.

EN LIVSMEDELSPRODUKTION SOM DELVIS GYNNAS

Med längre växtsäsonger och snabbare tillväxt gynnas växtodlingen av klimatförändringen. Tillväxten gynnas främst av ökande temperaturer, mer nederbörd och ökande koldioxidhalter i atmosfären.²⁸ Ökande skördar och kortare omloppstider förväntas, dock kan det krävas ändrad odlingsteknik och nya grödval. Användningen av gödsel kan öka i takt med större skördar liksom användningen av växtskyddsmedel. I takt med att det blir varmare kommer fuktigheten i marken spela en allt större roll, främst på våren. Höstsådda grödor gynnas i förhållande till vårsådda och förutsättningarna för exempelvis majs, quinoa och bönor förbättras. Även frukt- och bärodlingen gynnas.

Genom framförallt längre betessäsongen och ökande vallskördar gynnas även animalieproduktionen av klimatförändringen. Tillgången av importerade råvaror väntas minska i och med ett förändrat klimat vilket kommer leda till en större efterfrågan på svenska livsmedel.

UTMANINGAR ATT TA STÄLLNING TILL

Extremväder kan skapa problem i form av sämre tillgång på vatten, försämrad vattenkvalitet, vattensjuka beten samt ökad förekomst av föroreningar i betesmarker. Varmare klimat kan skapa värmestress hos djuren samt utsätta dem för ett högre smittryck. Fodergrödorna utsätts för ett högre angrepp av skadegörare. För jakt, vilt, fiske och vattenbruket väntas stora förändringar i ekosystemen, främst avseende nya sjukdomar och förändrad vegetation. Till exempel väntas vissa arter så som abborre och gädda få ett större livsutrymme, på bekostnad av andra arter så som röding. Fiskodlingar och vattenbruk missgynnas av ökad nederbörd och ökad avrinning, samt en lägre vattenföring i sjöar och vattendrag.

²⁷

https://www.smhi.se/polopoly_fs/1.95714!/Menu/general/extGroup/attachmentColHold/mainCol1/file/Framtidsklimat_i_J%C3%B6nk%C3%B6pings_l%C3%A4n_Klimatologi_nr_25.pdf

²⁸ <http://www.lansstyrelsen.se/uppala/SiteCollectionDocuments/Sv/publikationer/2017/06-2017-klimat-livsmedelsstrategi.pdf>

Dricksvattensframställningen påverkas negativt av klimatförändringen. En ökad temperatur i vattnet bidrar till ökad biologisk tillväxt. Riskerna för vattenburen smitta kommer troligtvis att öka. Torra somrar leder till minskad vattentillgång, vilket länet redan fått uppleva. Enskilda brunnar, mindre vattentäkter och små grundvattenmagasin är särskilt utsatta för långa torrperioder. Konkurrensen om vattnet förväntas öka och prioriteringsbehov och målkonflikter förväntas uppstå mellan människor, boskap, grödor, fisk och naturvärden.

KLIMATANPASSNING OCH OMSTÄLLNING ÄR LÖSNINGEN

Inom livsmedelsproduktion blir trender och effekter av klimatet tydligare i ett längre tidsperspektiv. Vissa effekter av klimatförändringar behöver man anpassa sig till redan idag. Andra effekter kan få en effekt på livsmedelsproduktionen först i slutet av seklet, men en nödvändig anpassning innebär att en omställning i produktionen behöver göras redan inom 25 år. Klimatförändringen ställer högre krav på byggnader, transporter och installationer för transport, förvaring, hantering, och förädlingsprocesser för livsmedel. Särskilt för livsmedel som ska förvaras eller processas kylda eller frysta. Förädlingsindustrin samt handel och slutkonsumtion innebär långsiktiga investeringar och utvecklingen inom detta område kan gynnas av att välja långsiktigt hållbara råvaror och processer.

Det är därför mycket viktigt att fortsätta arbeta aktivt för långsiktigt hållbar drift, växtföljd och hantering av växtskadegörare. Klimatförändringen gör det än viktigare att arbeta mot hållbara odlingsregimer för att hålla nere miljöpåverkan. Anpassa driften och exempelvis möjliggöra för skugga och solskydd under betesdriften kan också bli en del av lösningen.

Det svenska lantbruket blir alltmer hållbart och håller en hög internationell klass, men klimatarbetet behöver öka ytterligare. I Jönköpings län finns en långsiktig vision om att 2050 vara ett plusenergilän. Detta innebär en ökad förnybar energiproduktion, en minskad energianvändning och reducerade koldioxidutsläpp.



4 Fokusområde Produktion

Primärproduktionen och livsmedelsförädlingen är regionalt och lokalt en viktig del av ekonomin, näringslivsutvecklingen och sysselsättningen, inte minst på landsbygden.

Citat ut den nationella livsmedelsstrategin

Målbild för fokusområdet

Företag i livsmedelskedjan i Jönköpings län producerar säker mat av hög kvalitet med modern teknik på ett hållbart sätt.

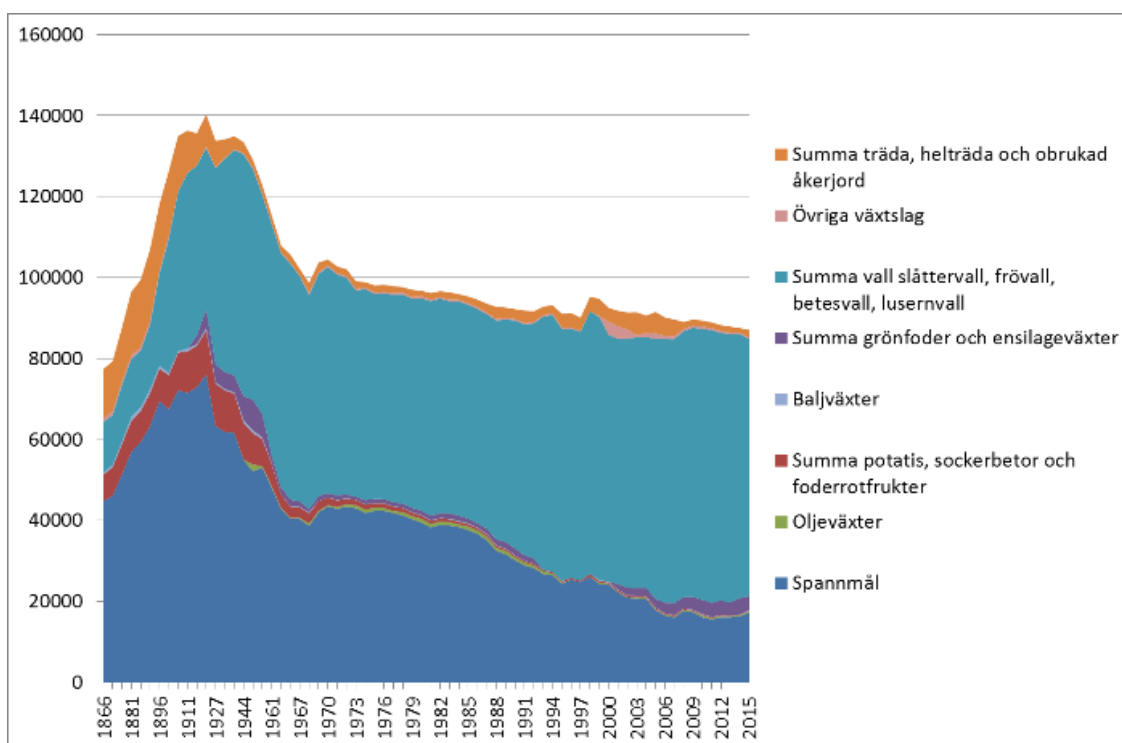
Förutsättningar för primärproduktionen i länet

I Jönköpings län har vi goda förutsättning för livsmedelsproduktion. Här finns cirka 90 000 hektar åkermark som är lämplig att använda till växtodling. Det vilket motsvarar cirka 3,4 procent av rikets åkerareal.

Betesarealen har legat stabilt runt 40 000 hektar under perioden 2003–2015 och motsvarar 8,9 procent av Sveriges betesmark. Länet har en något högre andel åkermark och betydligt högre andel betesmark än rikets genomsnitt. Men sett över lite längre tid har arealen brukad åkermark i länet minskat drastiskt (se figur 4).

I stort sett all åkermarksareal används till att producera foder till länets djur. Drygt 20 procent av arealen används till att odla foderspannmål och den största delen används till att odla grovfoder, så kallad slåttervall eller vallodling.

En betydande del av slåttervallarna används till bete för djuren, framför allt de mindre produktiva markerna. Omkring 4 000 hektar åkermark används idag inte till någon produktion på grund av låg avkastning och dålig lönsamhet.

Figur 4. Åkermarkens användning i Jönköpings län 1876-2015, hektar (Källa: Jordbruksverket)

Utmaningar för primärproduktionen i länet

För att behålla och öka länets livsmedelsproduktion måste det finnas tillgång till odlingsbar mark.²⁹ Inom de blå näringarna är det viktigt att det finns hållbara fiskbestånd. Lantbruksföretagarna konkurrerar för närvarande om jordbruksmarken i länet och detta lyfts fram som ett av de stora hindren för att öka produktionen. Länet odlingsbara jordbruksmark bör värnas för att även i framtiden kunna användas för livsmedelsproduktion. Detta bör beaktas när olika värden vägs samman vid beslut om exploatering.

Utvecklingsmöjligheter för primärproduktionen i länet

De naturliga förutsättningarna i länet ger goda möjligheter till ökad hållbar livsmedelsproduktion. Andelen betesmarker och idag outnyttjade betesmarker³⁰, tyder på potential för till exempel ökad betesdrift inom framförallt köttproduktionen. Utvecklingspotentialen borde vara god också inom mindre arealkrävande produktionsinriktningar (ägg, fjäderfå, honung och fiskodling m.m.).

Det finns en stor utvecklingspotential för produktion av trädgårdsgrödor i Sverige. Tillväxten i trädgårdsnäringen ökar. Den svenska trädgårdsproduktionens totala värde 2016 är cirka 5,0 miljarder kronor, tre procent högre än året innan och drygt fem procent högre än genomsnittet för de fem närmast föregående åren.³¹ Sett till produktion och markanvändning över tid är potatisodlingen en produktionsgren där länet tappat mycket i jämförelse med andra grenar och i förhållande till övriga landet. Detta borde innebära att det kan finnas potential att öka produktionen.

²⁹ Se kapitel 6. Tröskelvärden för framtida produktion i *Jordbruksmarkens värde i Jönköpings kommun – Kartläggning och värdering av ekosystemtjänster*

³⁰ Se Uppföljning av åtgärdsprogram för djurens och växternas miljömål 2012–2016, Länsstyrelsen i Jönköpings län

³¹ Se bilaga 2, branschinformation Trädgårdsodling

Det faktum att konsumenter, framförallt unga, i allt större utsträckning föredrar svenskproducerat borde stödja ökad produktion av livsmedel i allmänhet. Trenden att allt fler i någon utsträckning väljer bort kött borde stödja utveckling av produktion av trädgårdsgrödor i länet.

Många företagare har en ambition att öka verksamheten och att anställa, men svårigheter att rekrytera den personal företaget behöver hindrar detta. Kompetensutveckling och kompetensförsörjning är därför en nyckelfaktor för att ökad produktion.

Förutsättningar för förädlingsledet i länet

I Jönköpings län finns ett antal större förädlingsföretag. Till exempel har Arla en av Europas största mejerier beläget i länet och inom chark och fiskenäringen finns flera relativt stora företag inom branschen. Intresset för småskalig förädling har ökat i takt med konsumenternas efterfrågan på regional mat. Produkterna kan bidra till att förstärka länets regionala identitet och inte minst förstärka besöksnäringens erbjudanden från länet. Ett antal primärproducenter arbetar redan i dag med förädling av sina råvaror.

Utmaningar för förädlingsledet i länet

Många livsmedelsföretagare har en ambition att öka verksamheten och att anställa, men upplever det svårt att rekrytera den personal företaget behöver. Kompetensutveckling och kompetensförsörjning är en nyckelfaktor för att göra detta.³² Inom bland annat charkuteri- och slaktbranschen lyfter flera producenter bristen på kompetens och tillgång till ett förädlingsled som ett hinder för ökad produktion.

Utvecklingsmöjligheter för förädlingsledet i länet

I Jönköpings län har arbetstillfällena inom primärproduktion och förädling av livsmedel potential att växa. 2,2 procent av de förvärvsarbetande i länet är idag sysselsatta i någon form av livsmedelsproduktion. Primärproduktion och livsmedelsförädling har stor potential att bidra till regional tillväxt.

Dessutom är de svenska mervärdena, som närproducerat, en resurs som kan tas tillvara på ett bättre sätt på regional nivå. Försäljning och nya former för samarbeten är också nyckelfrågor i förädlingsledet. I länet finns 98 företag med egen förädling och 49 gårdsbutiker. Det är jämförelsevis få förädlingsföretag och gårdsbutiker i relation till antalet jordbruksföretag och indikerar att det finns utveckling och tillväxtpotential. Många efterlyser nätverk för samarbeten i förädlingsledet då det skapar nya utmaningar på en ny marknad. I Jönköpings län kan detta inriktas mot framförallt mindre företag som med rätt stimulans kan skapa många nya jobb i länet.

³² Se bilaga 12.



5 Fokusområde Innovation

Innovation handlar om nya eller bättre sätt att skapa värden för samhälle, företag och individer. Innovationer är nya lösningar som svarar mot behov och efterfrågan i vardagen och omvärlden. Värdet uppstår i nyttiggörandet och tillämpningen av en idé. Värdet som skapas kan ta många former - ekonomiska, sociala eller miljömässiga värden.

Den nationella innovationsstrategin

Målbild för fokusområdet

Marknadsinriktad livsmedelsproduktion i världsklass från Sveriges mest innovativa matregion.

Förutsättningar

För att stimulera och stärka länets förmåga att introducera innovation i näringslivet, hos akademi och i offentlig sektor har Region Jönköpings län antagit en innovationsstrategi.³³ Strategin handlar om hur förbättringsåtgärder kan stärka länets innovationsklimat och hur aktörer i länet tillsammans gör Jönköpings län till en plats där det är enkelt att förverkliga och kommersialisera idéer.

Innovation har stor betydelse för att skapa tillväxt och ekonomisk utveckling. Flertalet forskningsprojekt har ägnat tid och resurser till att identifiera innovation och vilka avgörande faktorer som skapar långsiktig tillväxt. Inom ramen för TIPT-projektet³⁴ vid Jönköping University har forskning genomförts i syfte att studera hur företag och andra lokala aktörer samverkar för att nyttja lokala och regionala resurser för innovation och kunskapsbyggande. Betydelsen av mångfald³⁵ i länets näringsliv, arbetskraft och kunskapsutbud har varit av särskilt intresse. Mångfalden ökar förmågan och benägenheten till nytänkande och innovation genom att det finns en variationsrikedom i kunskap, kompetenser och erfarenhet.

³³ <https://utveckling.jl.se/strategier-handlingsplaner/regionala-innovationsstrategin-ris/>

³⁴ <http://center.hi.se/cense/projects/tipt.html>

³⁵ Mångfald i termer av anställda/företagare med utländsk bakgrund, med högre utbildning och i olika åldrar

På kort sikt handlar det om att hålla hög sysselsättningsgrad och god investeringsnivå. På lång sikt har förnyelse och strukturell omvandling stor betydelse för ekonomisk tillväxt genom att anpassas till strukturella förändringar i omvärlden och att kunna ta fram nya produkter och processer som skapar ett rikare utbud av kunskap och erfarenhet. Kopplat till ekonomisk tillväxt i företag finns behov av att öka möjligheter att nå riskkapital i branschen samt nya finansieringsmodeller som möjliggör och förenklar ägarskiftet och/eller tillför branschen resurser för utveckling. Samverkan med affärspartners eller sharefarming är två kända och innovativa metoder.³⁶ Food tech, som handlar om hur vi med hjälp av IT-teknik utvecklar framtidens ekosystem för mat och livsmedel med fokus på hållbarhet, hälsa och ny teknolog, är ett annat ämne som har potential att utveckla bland annat innovativa affärsmodeller.

I länet är Science Park Jönköpings län väl etablerade och affärsutvecklare samarbetar med företag och entreprenörer. Science Park har stor vana att knyta ihop rätt personer med rätt kompetens när det gäller innovativa lösningar och affärsidéer. De har också program för att stärka innovationer inom befintliga företag och jobbar med att skapa en företagskultur som främjar innovationer.

Almi har ett uppdrag att bidra till utveckling av företag och att stimulera företagare att gå vidare med affärsidéer som har potential. De erbjuder rådgivning, lån och riskkapital i företagandets anda. Almi har under många år arbetat med utveckling av innovationer i länet. Genom rådgivning och stöd kan Almi påskynda innovationstakten bland privatpersoner och företag.

Utmaningar

UTBILDNING MED KOPPLING TILL INNOVATION

Idag anses det finnas ett smalt utbud av kompetensutveckling inom livsmedelskedjan vilket försvårar utvecklingen. Det innebär att arbetskraftens utbildningsnivå hämmas av det begränsade utbildningsutbudet. Det kan också bromsa och försvåra innovation, produktivitet och tillväxt inom befintliga företag. En av länets stora utmaningar är därför att öka arbetskraftens utbildningsnivå och tillgängligheten till kunskapsintensiva tjänster inom och utom länet för att stimulera att kunskapsintensiv tillverknings- och tjänsteföretag etablerar sig. Genom att utveckla den plattform som beskrivs i den regionala innovationsstrategin för Jönköpings län samt ha en hög målsättning att involvera länets företagare i livsmedelskedjan kan nya kontaktytor och nätverk skapas.

SKAPA FÖRUTSÄTTNINGAR FÖR ETT GYNNSAMT INNOVATIONSKLIMAT

Jönköping University konstaterar genom sina forskningsprojekt inom TIPT att det finns behov av mer mångfald för att skapa gynnsamt innovationsklimat. Det gäller alltså att bryta mönster och våga testa nytt. Det mest vanliga är att företagare i livsmedelskedjan vänder sig till aktörer som av tradition brukar utbilda och till rådgivare inom branscherna. Exempelvis finns det ingen vana att delta på aktiviteter, kurser och utbildningar på högskola och universitet. I och med detta missar branschens företagare många initiativ kring innovation och nås inte heller då det arrangeras möten som på sikt skapar värdefulla nätverk och kontakter. Genom att öka utbildningsnivån på arbetskraften, ta tillvara på den mångfald som finns i länet samt öka tillgängligheten till extern kunskap och kompetens ökar också möjligheten till ett gynnsamt innovationsklimat.

Utvecklingsmöjligheter

Livsmedelssektorn har en central roll i att möta flera av de stora globala utmaningar som världen,

³⁶ <https://www.lf.se/foretagande/kapitalforsoring/exempel-pa-externa-finansieringskallor/>

Sverige och länet står inför; klimatförändringar, folkhälsa och livsmedelsförsörjning. Forskning och innovation är en del av lösningen. Forskning och innovation är också avgörande för en långsiktig konkurrenskraftig svensk livsmedelsindustri som skapar ökade exportintäkter och fler arbetstillfällen.³⁷

INNOVATION INOM PRODUKTIONEN

IoT-baserade lösningar är på uppgång inom jordbruket.³⁸ IoT står för Internet of Things vilket innebär att en stor mängd kunskap, som tidigare antingen fanns i bondens huvud eller inte mättes alls, görs tillgängligt digitalt. Detta skapar helt nya förutsättningar och möjligheter för både lantbruket och andra delar av livsmedelskedjan. Mjök och kött är länets två största produktionsinriktningar på livsmedelsområdet och de har stor utvecklingspotential i allt ifrån nischade produkter som olika typer av ostar och smaksatta fermenterade mjölkprodukter till nya charkprodukter. Det finns också en stor potential och en växande marknad inom växtodling. Flera spännande försök pågår i och med det ökade intresset för växtprodukter. Svenskproducerade ärtor och bönor är exempel på växter som används i nya sammanhang och som har potential att odlas i länet.

Fler markägare bor idag i städer och äger jordbruksfastigheter där man inte bor permanent. Detta medför att gårdarnas ägarbild kan komma att förändras över sikt, och det i sin tur kan förändra hur jordbruken kommer att bedrivas framöver. Även nya företagare kan ha erfarenheter, kunskaper, kontakter och energi för utveckling och innovation. Exempelvis genomförs ägarbyten numera i större utsträckning med nya ägare från en helt annan bransch.

Innovation ur ett miljö- och klimatperspektiv

Innovation kan också göra nytta ur ett miljö- och klimatperspektiv. Att ta tillvara på restprodukter i livsmedelskedjan är en utmaning och utgör en potential för nya innovativa lösningar som bidrar till effektivisering och resurseffektivitet. Innovation innebär inte endast att hitta nya produkter utan också att hitta nya effektivare arbetssätt. Exempelvis kan bristen på åkermark inom länet leda till både nya tekniska lösningar och men också utveckling av nya produkter.

Metoder som Akvaponisk odling,³⁹ vertikalodling, containerodling och andra sätt att odla på liten yta är ytterligare exempel på hållbar odling. Stads- eller tätortsnära livsmedelsproduktion möjliggör i hög grad en samverkan mellan livsmedelsproduktion och arbete med social hållbarhet. Grönsaksproduktion i tätorter och städer leder till en bättre folkhälsa genom grönare miljöer.

Även inom energiproduktion, energilagring och elektrifiering kan en satsning på innovation vara av vikt. Längre har arbetsmaskiner i länets jordbruk drivits av fossila bränslen som producerats långt från länet. I dag finns ett urval av helelektriska arbetsmaskiner på marknaden och även möjlighet för lantbrukare i länet att producera, konsumera och lagra sin egen elektricitet. Detta skapar dels förutsättningar för att stärka självförsörjandegraden samtidigt som det ökar konkurrenskraften och möjligheten att nå länets vision om ett plusenergilän 2050. Sverige är en förebild i sättet att använda skog och mark för hållbar produktion av livsmedel, virke, förnybar energi och biobränslen. Nästa steg är att göra oss oberoende av importerad fossil olja. En biobaserad ekonomi utgår ifrån biologiska produkter och processer. Till den biobaserade ekonomin brukar därför räknas uppfinningar, utveckling, produktion och användning kopplade till dessa produkter.

³⁷ www.livsmedelsforetagen.se

³⁸ http://www.macklean.se/siteassets/insikter/Insikter_9.pdf

³⁹ <http://www.svenskvattenbruk.se/amnesomraden/omvattenbruk/avelochodlingssatt/landbaseratvattenbruk.4.103f7b5a14cf721162be32c5.html>

Innovation för att ny nya målgrupper

Länet har 16 procent utrikes födda vilket är något lägre än riket. De flesta av dessa har bott i Sverige minst 5 år. Inom hotell och restaurangbranschen är 38 procent födda utomlands och även när det gäller vilka som driver och arbetar i livsmedelsbutiker finns många nya svenskar.⁴⁰ Utbudet av restauranger med mat från andra delar av världen har ökat i Sverige och vilka matvaror som finns i butikerna har förändrats. Detta har också lett till att även infödda svenskers matvanor har ändrats och behovet av nya varor kan ses som en utmaning och en utvecklingsmöjlighet. Klimatförändringar påverkar också vad som kan odlas i vårt land. Försök att odla exotiska livsmedel görs och kan antagligen utvecklas till att matcha det som efterfrågas av konsumenterna.

INNOVATION GENOM ÖKAD PROFESSIONALISM

Innovation handlar om nya sätt att skapa värde men har historiskt sett främst förknippats med teknologisk innovation och mäts i antal patent. Även processer kan vara innovation. Branschöverskridande samverkan kan utveckla nya måldsupplevelser och skapa affärsmöjligheter för länets företagare inom mat, dryck, måltid och besöksnäring och ge fler reseanledningar till länet. Nya innovativa samverkansformer med fokus på professionalism skapar tillväxt i och mellan livsmedelsbranschen och besöksnäringen och därigenom ökas attraktionskraften för platser och hållbara upplevelser skapas.

GRUNDUTBILDNING FÖR ÖKAD KUNSKAP I LIVSMEDELSKEDJAN

I länet finns två naturbruksgymnasier med god kompetens, här erbjuds en bredd av utbildningar som alla har en tydlig förankring i det gröna näringslivet. För den blåa näringen finns inget motsvarande men det finns ett flertal restaurangutbildningar i länet med olika inriktningar. Länet gymnasier erbjuder inriktningarna kök och servering, färskvaror, delikatess och catering samt bageri och konditori. Tillsammans med Jönköping University är dessa grunden för länets kompetensförsörjning inom livsmedelsbranschen. Jönköping University har inom flera olika projekt forskat inom regional utveckling med fokus entreprenörskap och familjeföretagande/ägarskifte.

ÖKAD TILLGÄNGLIGHET TILL EXTERN KUNSKAP OCH KOMPETENS

Länets livsmedelsförädling är en väg till ökad produktion där teknisk innovation och nätverkande kan bidra. För att få tillgång till kunskap och kompetens samt mångfald är samverkan och nätverk av stor betydelse. Inom primärproduktionen finns innovationssystem⁴¹ att tillgå, exempelvis Lantmännens Växthus som består av tre huvudelement: Forskning och utbildning, Brobyggande organisationer samt Aktörer och organisationer i jordbrukets värdekedja.⁴²

Många av problemen i livsmedelskedjan löses bäst genom gemensamma forsknings- och innovationssatsningar. För att bidra till lösningar på de stora samhälleliga utmaningarna krävs ett tvärvetenskapligt arbetssätt där olika vetenskapliga discipliner samt företagare och företrädare för branscher möts och samverkar.

ÖKAD UTBILDNINGSNIVÅ FÖR ATT NÅ NYA INNOVATIONSNIVÅER

Det finns idag en ökad efterfrågan på naturliga smaker och ren mat och det finns därmed potential att öka vår livsmedelsproduktion i länet. Kompetensutveckling är en nyckelfaktor för utveckling. Tillgång till välutbildad arbetskraft är en nödvändig förutsättning för att företagare i

⁴⁰ SCB

⁴¹ Nätverk av företag, organisationer och individer som kan bidra till att sprida kunskap och använda ny och ekonomisk användbar kunskap.

⁴² Forsknings- och utbildningssystem: Tillgång till välutbildad arbetskraft är en nödvändig förutsättning för att det moderna biologiska-tekniskt avancerade jordbruket ska utvecklas och ta till sig innovationer. Dels genom att enskilda forskningsframsteg kommersialiseras och ger upphov till framgångsrika företag och dels genom att forskningen bidrar till att utveckla produktionen.

livsmedelskedjan ska utvecklas och ta till sig innovationer. Dels genom att enskilda forskningsframsteg kommersialiseras och ger upphov till framgångsrika företag, och dels bidrar forskningen i samverkan med näringslivet till möjligheter att utveckla produkter och tjänster. För att utveckla livsmedelsproduktionen i länet måste nya innovationssatsningar göras. För att främja innovationer behövs mångfald vad gäller bland annat kön, ålder och ursprung. Erfarenheter från genomförda, pågående och planerade innovationsprojekt måste tas tillvara och spridas till fler. Ett exempel är att som företag vara försöksgård.



6 Fokusområde Göra affärer

Jönköpings län har alltid varit en mötesplats och ett centrum för kreativitet och skaparkraft.

Duktiga entreprenörer och driftiga företagsledare har gjort att regionen har utvecklats till en av landets mest dynamiska småföretagarregioner.

Regional utvecklingsstrategi för Jönköpings län

Målbild för fokusområdet

I Jönköpings län skapas förutsättningar för lönsamma affärer genom att stimulera till hållbara affärsmodeller, distributionskanaler och nya marknader inom och utom Sveriges gränser.

Förutsättningar

Den regionala livsmedelsproduktionen och företagare i hela livsmedelskedjan bidrar till länets utveckling genom att skapa ekonomisk tillväxt och ökad attraktivitet. Det ska vara lätt att starta, driva och utveckla framgångsrika företag i länet. Det ska också vara lätt men framförallt lönsamt att göra affärer i etablerade och nya marknadskanaler.

Hela livsmedelskedjan består av en mängd olika företagsinriktningar från primärproducenter via förädlingsled och grossister till företag som möter konsumenten, till exempel livsmedelsbutiker, turismföretagare, gårdsbutiker och restauranger. Företagare i livsmedelskedjan bidrar till jobb och affärer i andra branscher som transport, rådgivning, myndighetskontroll och utbildning. Primärproducenter levererar råvaror som exempelvis mjölk, kött, ägg, fisk, kräftor, frukt och grönsaker. Förädlingsledet sträcker sig från slakterier, mejerier, kräftkokerier, kvarnar och rensier till företag som bearbetar råvaran till produkter som chark, bröd, drycker, sylt och marmelad. Besöksnäringen växer stadigt och den efterfrågar mer av autentiska smaker, lokalt och regionalt producerande och förädlade produkter. Likaså efterfrågas matlagning tillsammans med natur- och kulturupplevelser samt boende. Allt för att skapa en helhetsupplevelse och öka möjligheten till tillväxt inom besöksnäringen.

MER INFORMATION: bilaga 2 samt bilaga 5 för branschöversikt.

MARKNADSKANALER FÖR REGIONAL MAT

Det finns många olika marknadskanaler för livsmedelsproduktionen i länet. För primärproducenter av mjölk är ofta Arla som bondeägt företag en affärspartner, och för spannmål är det bondeägda Lantmännen. Nöt- gris, och lammköttproducenter förhandlar i dag sitt pris med slakterierna och en del väljer att själva sälja sitt kött direkt till konsument. Det finns också exempel på lokala mejerier som producerar mjölk för egenförädlad grädde, ost av olika slag och glass som sedan säljs i gårdsbutik, torghandel eller i lokal handel.

MER INFORMATION: bilaga 7 för gårdsnära livsmedel

I Jönköpings län har tre stora butikskedjor ICA,⁴³ Axfood⁴⁴ och Coop⁴⁵ valt att introducera lokala och regionala produkter i butikerna. Vad som menas med lokal mat kan dock variera mellan kedjorna och är inte heller tydligt definierat. Vid intervjuer med ett antal lokala handlare uppger de att de har önskemål om att sälja till exempel lokalt producerat kött i butiken, samma gäller för frukt, grönsaker och ägg.⁴⁶ Samarbete pågår med olika branschföreträdare. I länet finns också ett 50-tal gårdsbutiker som på senare år har ökat i antal och popularitet hos konsumenten. Dessa är, förutom handelsplatser för regional mat, också viktiga för att öka attraktiviteten i besöksnäringen. Ett viktigt marknadsled för försäljning av regionala produkter är de matvarugrossister som är etablerade i länet. Idag finns det några som inriktar sig på ett utbud av regionala råvaror och förädlade produkter, men det finns stor potential i att skapa nya samarbeten för fler affärer.

På restauranger och caféer finns det flera som profilerar sig i att erbjuda mat och dryck med regionalt ursprung och särart på menyn, och det går också se en trend där kockar har ett tätt samarbete med producenter för att säkerställa råvaror med en speciell kvalitet.

Elmia är en av nordens ledande mäss- och eventarrangörer och en viktig mötesplats för länets lantbruks- och livsmedelsföretagare. På Elmia skapas möten som leder till nya kontakter, kunskapsöverföring och affärer som bidrar till utvecklingen av den regionala livsmedelsproduktionen. Elmia är också ett skyltfönster och kan bidra till att besökare, nationella såväl som internationella, kan komma i kontakt med och avnjuta den regionala maten.

MAT SOM EN DEL AV UPPLEVELSEN

Mat är en betydande del av turismkonsumtionen och enligt världsturismorganisationen (UNWTO) lägger turister en tredjedel av sin resebudget på mat. Med en ökad leverans av regional mat- och dryckesproduktion till den regionala turismkonsumtionen kan de så tydliga, positiva samhällsekonomiska effekterna av platsbunden produktion och konsumtion stärkas ytterligare i Jönköpings län. I länet finns det ett flertal företag som erbjuder upplevelser som inkluderar mat, dryck och smak. Besökande kan uppleva allt ifrån kräftfiske, jakt, ystning, bakning, mustning, bärplockning med mera.

Måltidsturism är ett marginellt fenomen utan grund för betydande företagande och sysselsättning, såväl i de större städerna som på landsbygderna. Det handlar om en relativt ung sektor då de flesta företag inom måltidsturism vuxit fram under de senaste 20 åren. Kännetecknande är att de tillhandahåller mat och dryck med hög kvalitet, men det är i synnerhet upplevelser och kunskapsöverföring som särskiljer företagen inom måltidsturism från andra mat- och dryckesproducenter. Aspekter som transparens kring produkters ursprung och tillverkning, behov av kontinuerliga innovationer och evenemang samt att leverera unicitet – är viktiga komponenter för denna typ av företagande. Måltidsturism bygger på lokala traditioner och lokal förankring och bidrar därför tydligt till den sociala hållbarheten.

MER INFORMATION: bilaga 5 besöksnäringen

⁴³ <https://www.ica.se/icas-egna-varor/sortiment/kott/vi-gillar-svenskt-kott/samarbete-med-lrf/>

⁴⁴ https://www.axfood.se/globalassets/startside/mat-med-omsorg/publikationer-och-rapporter/mat2030_axfood_2017.pdf

⁴⁵ <https://www.coop.se/Globala-sidor/om-coop/Nyhetsarkiv/Mer-lokal-mat-hos-Coop/>

⁴⁶ Konkurrensverket Rapport 2015:1

OFFENTLIG KONSUMTION

Den offentliga konsumtionen i länet utgör cirka fyra procent av den totala konsumtionen i landet⁴⁷. De offentliga upphandlingarna har på senare år genomgått en positiv förändring ur svenska livsmedelsproducenters synvinkel. Många kommuner i länet har riktlinjer för sin upphandling och ett flertal väljer att ställa krav på hur råvarorna har producerats. Krav ställs även genom att sätta gränser i nivå med svenskt regelverk för djuromsorg och produktion av grönsaker, mjölk och andra basvaror. Effekten kan långsiktigt bli att fler nya produktionsföretag startar verksamhet och att befintliga företag kan öka sin produktion.

Exempelvis har Region Jönköpings län i sitt program för hållbar utveckling satt mål för sina inköp.⁴⁸ 2020 ska minst 95 procent av livsmedelsgrupperna kött från nöt, gris lamm och kyckling, samt kyckling, mjölk och ägg vara producerade i enlighet med krav motsvarande svensk lagstiftning inom djuromsorg. Dessutom ska minst 20 procent av livsmedelsgrupperna färsk frukt och grönt vara producerade i enlighet med svenska krav på livsmedelsproduktion. Minst 70 procent av färsk och fryst fisk vara märkta med MSC⁴⁹ eller motsvarande hållbart fiske/fiskodling. Minst 60 procent av Region Jönköpings läns totala inköpta livsmedel ska vara ekologiska.

Utmaningar

Traditionellt är livsmedelsproducenter och förädlare mycket duktiga i sin produktion. Tiden för att ta till sig kunskap kring affärsmannaskap, marknad och försäljning är ofta bristfällig och kommer i andra hand. Detta gäller också tid för att ta till sig kunskap i förhandlingsteknik vilket är viktigt, både för att hålla kostnaderna nere i produktionen och för att förhandla kring bästa pris för att sälja sin produkt. En stabil marknadskanal för produkten är också en förutsättning för att våga ta risken att utveckla nya idéer och utöka sin verksamhet.

Kvinnorna är överrepresenterade inom restaurangnäringen, dock inte när det gäller chefsyrken – där dominerar männen i grupper som kockar och köksmästare. Kvinnor dominerar inom gruppen snabbmatpersonal och köks- och restaurangbiträden.⁵⁰ Detta speglas i utbildningarna inom branschen. På exempelvis restaurang- och livsmedelsprogrammet är 63 procent kvinnor.⁵¹ Ökad jämställdhet är alltid något att eftersträva eftersom det är bra för våra företag, enskilda individer, samhället i stort och länets regionala utveckling och tillväxt.

Nya affärsmodeller för drift av företaget har dykt upp de senaste åren. Alltifrån nya metoder för ägarskifte av stora mjölkgårdar till andelsbiodling och möjlighet att redan vid sådd köpa sina framtida grönsaker. Stimulansåtgärder för att visa på nya kreativa idéer för lönsamma affärer borde vara mycket intressant för länets livsmedelsföretagare.

⁴⁷ Konkurrensverket Rapport 2015:1 och <http://www.landsbygdsnatverket.se/5.4b052a0915ea09fa7658469.html>

⁴⁸ https://www.rjl.se/globalassets/rjl/tillvaxt-och-utveckling/miljo-och-hallbar-utveckling/program-for-hallbar-utveckling-2017-2020_webb2.pdf

⁴⁹ MSC är omfattande certifierings- och miljömärkningsprogram med målet att främja hållbara fiskemetoder och bidra till levande hav

⁵⁰ SCB

⁵¹ Skolverket



Utvecklingsmöjligheter

MAT MED MERVÄRDEN

Råvaror och livsmedel som är producerade efter svensk lagstiftning, har goda förutsättningar att kunna marknadsföras med ett mervärde. Svårigheten är att marknadsföra vad dessa mervärden består av så att det tilltalar kunden. Skyddad ursprungsbeteckning (SUB) är ett namn som får registreras för en produkt som kommer från en viss ort eller län eller, i undantagsfall, ett land. Produkten ska ha en kvalitet eller egenskaper som helt eller till största del beror på en viss geografisk omgivning.⁵²

Exempel på svenska skyddade ursprungsbeteckningar är Kalix löjrom och Upplandskubb. Gastronomisk identitet används också för att skapa en unikitet kring en produkt och tar också avstamp i den lokala produktionen där odlingsförutsättningarna sätter en unik prägel på produkten. Traditioner och kulturarv bidrar också. ”Smak, identitet, upplevelse, det är vad den kulinariska regionen handlar om.” I länet finns potential för att hitta produkter att märka med SUB.

Lokal mat är också en central del av utländska besökarens och konsumenters totala upplevelse av en semester i ett land. Efterfrågan av autentiska måltidsupplevelser i Jönköpings län är idag större än utbudet. Länet har få leverantörer av måltidsupplevelser och av dessa är ännu färre exportmogna. Att paketera och utveckla måltider som upplevelse finns redan i länet men har ännu inte nått sin fulla potential och kan därför vidareutvecklas.

EXPORT

Idag exporteras livsmedel till ett värde om 45 miljarder kr/år (exklusive fisk) medan importvärdet motsvarar 95 miljarder kr/år. Möjligheterna att öka exporten finns på flera varuområden. Främst inom förädlade produkter av hög kvalitet och med ett lågt miljö- och klimatavtryck. Det finns även ett ökat intresse på olika marknader (som Kina) för köttprodukter/slaktdetaljer som tidigare setts som biprodukter på den svenska marknaden.

Målet att öka den svenska livsmedelsproduktionen både nationellt och regionalt skapar förutsättningar för att också exporten av livsmedel kan öka. Det finns en god samsyn kring detta i

⁵² www.smakasverige.se

den svenska livsmedelssektorn och många aktörer verkar aktivt för att bidra med kunskap och nätverk för en ökad export.

Exportprogrammet för måltidsturism skall öka utländska besökarens konsumtion av mat och dryck och måltidsupplevelser i Sverige till 50 miljarder till år 2020. Till år 2030 ska hela Sverige vara en attraktiv matdestination och Sverige ska ha skapat en möjlig exportmarknad för mikro- och småföretag genom att öka andelen lokalproducerat på restaurangerna och i butikerna samt gett företagen en mer differentierad verksamhet även som besöksmål.

OFFENTLIG UPPHANDLING

Inom offentlig sektor finns en potential att använda upphandling som styrmedel. Region Jönköpings län är tillsammans med kommunerna stora inköpare av livsmedel. Det finns stor potential att jobba mer strategiskt med inköpen vilket på rätt sätt skapar större förutsättningar för regionala produkter att komma in i de offentliga avtalen. Det kan på sikt bidra till att fler företagare ser möjligheter att utöka produktionen när efterfrågan ökar. Lagen om offentlig upphandling kan utgöra ett hinder för att kunna styra mot regionala råvaror men djupare kunskap om marknaden eller inom kravställning kan främja lokala och regionala upphandlingar. Ökad kunskap kan leda till bättre förståelse för både produktion, distribution och upphandling. Fördjupat samarbete mellan inköp och kök kan också göra skillnad vilka menyer köken väljer att ha. Exempelvis kan säsongsbetonade menyer öka andelen svenska produkter, då sannolikheten för att köpa svenska/regionala/lokala produkter till större volymer ökar.

FLER OCH NYA DISTRIBUTIONSKANALER

Att jobba med distributionscentraler kan vara en lösning för att samordna regional mat med offentlig aktör som kund. Detta används redan i dag på flera platser. Möjligheterna för inköp från flera mindre aktörer ökar, något som annars kan vara ett problem då logistiken blir kostsam. Flera nya nätverk öppnar för nya sätt att sälja sina produkter, till exempelvis REKO-ringar. Även e-handel har stor potential inom livsmedelskedjan.

MARKNADSSAMARBETEN

För att fler regionala produkter ska finnas på hyllorna i butiker, på restauranger eller i andra företag i till exempel besöksnäringen kan fler samarbeten etableras mellan producenter, grossister och marknadsaktörer. Regionalt finns till exempel ett etablerat samarbete mellan ICA och LRF som heter ”Redig mat från trakten”. Liknande samverkan kan utvecklas mellan andra och nya aktörer för lönsamma och långsiktiga affärer.

SMÅ OCH STORA FÖRPACKNING

I länet och i Sverige finns det en ny generation av konsumenter. Fler hushåll än tidigare är enmanshushåll. Många som flyttar hemifrån för första gången har andra förutsättningar och bor i andra konstellationer än tidigare. Detta kräver en ny typ av paketering av varor. Större efterfrågan av mindre förpackningar istället för de tidigare storförpackningarna, gör att marknaden förändras och målgruppsanpassningen blir allt viktigare. Det är en stor utmaning att paketera och sälja varor på en differentierad marknad men har stor utvecklingspotential. Matkassarna är ett exempel på hur paketering av produkter kan påverka efterfrågan. Genom att placera regional mat i en matkasse kan fler regionala produkter spridas och distribueras samt att olika producenter och leverantörer kan samverka.



7 Attityder

”Utbildning är en viktig hörnsten. Genom utbildning kan människor förvärva värderingar, kunskaper och färdigheter som möjliggör för dem att bidra till en hållbar utveckling. En annan hörnsten är information. Tydlig och lättillgänglig information i form av bland annat miljömärkning, konsumentupplysningstjänster, produktinformation i butiker samt webbaserad information etc. möjliggör för konsumenterna och andra aktörer att göra ansvarsfulla och hållbara val av produkter och tjänster och att ställa om till mer hållbara livsstilar.”

Citat ur Agenda 2030 mål 12

Målbild för fokusområdet

Samtliga aktörer i hela livsmedelskedjan gör medvetna och kunskapsbaserade val som leder till ökad tillväxt och lönsamhet, god miljö och bra folkhälsa.

Förutsättningar

Fokusområdet tar sikte på bland annat konsumtionsmönster, bemötande och förändringsvilja samt insatser inom området som syftar till att skapa gynnsamma förutsättningar för övriga fokusområden.

PRODUKTION OCH ATTITYDER

Som nämnts tidigare består länets dominerade livsmedelsproduktion av mjölk och kött. Länets förädlingsgrad är låg och producenterna är av tradition mycket duktiga på att producera bulk. Företagarna har hittills i stor utsträckning producerat mjölk och kött utan att förädla råvarorna. Inom nötköttsproduktionen har flera under senare år förädlat sina produkter genom att stycka och vakuumpförpacka sina produkter och sålt dem vidare via egna gårdsbutiker. Inom mjölkproduktionen har förädlingsgraden varit lägre. Detta håller nu på att förändras och länet har flera exempel på gårdar som producerar exempelvis ost och glass eller levererar mjölk direkt till närliggande butiker av den egna mjölkråvaran. Det finns en förändringsvilja hos länets producenter även om andelen som gör andra affärer än rena ”bulkförsäljningar” är relativt låg än så länge.

KONSUMTION OCH ATTITYDER

Intresset för hälsa och en hållbar utveckling ökar och en del av dagens livsmedelskonsumenter har ofta stor kunskap och krav på konsumtionens effekter på hälsa, miljö, djurvälstånd med mera. En del

vill köpa ekologiskt, närproducerat, rättvisemärkt och miljömärkt. Fortfarande är denna del av befolkningen i minoritet även om den ökar. Enligt Jordbruksverkets konsumentundersökning⁵³ om svenskarnas matvanor och attityder till mat är det allt fler svenska konsumenter som väljer svensk och närproducerad mat.⁵⁴

Lokalbefolkningens attityder till restauranger med genuint svensk och lokal mat behöver förändras. Restauranger behöver i högre grad kunna utgå från den småländska gastronomiska identiteten och tillhandahålla och rekommendera lokala produkter. Det finns ett behov av att utveckla flera regionala varumärken för mat och livsmedel samt stärka de varumärken som finns. Traditionell småländsk mat är känd och kan förankras ännu tydligare hos den lokala konsumenten i en stark gastronomisk identitet.

Konsumtionstrenden visar att allt fler söker råvaror som har ett tydligt ursprung och som representerar värden man kan stå för och identifiera sig med. Sju av tio konsumenter letar efter svenskt kött i matbutiken. Det gör de för att anser att den svenska djuruppfödningen är ett bättre alternativ.⁵⁵

En annan tydlig trend är att fler unga i viss utsträckning väljer bort kött och animaliska produkter, att intresset för ekologisk mat ökar och att svenskproducerat väger tungt när man väljer livsmedel.⁵⁶ Också branschens aktörer märker av en trend där konsumtionen går från kött till förmån för andra proteinkällor från både växt-och djurriket.⁵⁷

REGLER, VILLKOR, ATTITYDER OCH BEMÖTANDE

I den nationella livsmedelsstrategin finns ett uttalat mål inom området villkor och regler som innebär att man ska arbeta med information om relevanta bestämmelser och tillhörande stöd som kan utvecklas för att möta företagens behov. Det finns flera exempel både i och utanför länet där hantering, tolkning och bedömning av regelverk skiljer sig både mellan kommuner och regionala instanser. Genom att inte ha tydliga regelverk uppstår det tolkningsutrymme som leder till olika bedömningar i en annars lika hantering. Det kan då uppstå både en osäkerhet hos företag och myndighetsutövare vilket innebär ställtider som försenar eller riskerar att försvåra beslut.

Hanteringen av regelverk är också trög och framtagandet av nya metoder, produkter och tjänster går snabbt. Detta riskerar att försvåra processen då regelverken inte alltid kan anpassas tillräckligt snabbt för de nya metoderna. Det är därför viktigt att det finns kunskap och förståelse hos både företagare och myndighetsutövare för att minimera dessa risker. En tydlighet och dialog mellan företag och tjänstemän är viktig för att skapa bättre förutsättningar för en ökad produktion och innovativa lösningar. Detta gäller också för arbetet med genomförandet av den regionala livsmedelsstrategin.

Utmaningar

PRODUKTION OCH ATTITYDER

Företagarnas vilja att producera det som efterfrågas och i snabbare takt ställa om till nya marknader och nya produkter är en förutsättning för att finnas på livsmedelsmarknaden framöver. En ökad vilja att utveckla och att utvecklas är alltså en viktig framgångsfaktor för företagen i branschen.

⁵³ Jordbruksverket (2014e).

⁵⁴ Livsmedelskonsumtionen i siffror – Hur har konsumtionen utvecklats de senaste femtio åren och varför? Jordbruksverket 2015:15

⁵⁵ <https://www.lrf.se/nyheter/riks/2017/07/konsumenterna-har-hogt-fortroende-for-sveriges-bonder/>

⁵⁶ <http://www.lantlantbruk.se/landbruk/unga-valjer-svenskproducerat-och-fler-kallar-sig-vegetarianer/> och <https://www.skovdenheter.se/article/en-av-tre-unga-undviker-kott-stor-forandring-i-ungdomsbarometern/> samt https://www.ica.se/Global/ICA_100_ar_och_framat.pdf?epslanguage=sv

⁵⁷ <http://www.macklean.se/siteassets/insikter/macklean-insikter-8---proteinskiftet.pdf>

Matkasse är ett exempel på affärsmodell som har skapat möjlighet att påverka och till viss del styra trender. Detta då den har utvecklats från att leverera ett standardutbud till att erbjuda ett flertal varianter anpassade efter en specifik kundgrupp, exempelvis vegetarisk kasse, barnkasse, snabbkasse med flera.

Konsumtionen påverkas av trender som tenderar att svänga fortare än vad enskilda primärproducenter och förädlingsföretag har möjlighet att ställa om sin produktion. Detta riskerar att skapa en otakt mellan tillgång och efterfrågan. En risk som måste hanteras.

KONSUMTION OCH ATTITYDER

Det finns studier som visar att människor inom EU har bristande kunskaper om jordbrukets viktiga roll i samhället.⁵⁸ För att öka konsumtionen av livsmedel producerad i länet, och därmed skapa förutsättningar för en ökad produktion och starkare livsmedelskedja, måste den allmänna kunskapsnivån om svensk livsmedelsproduktion och alla de mervärden som följer av denna höjas.

Sedan 50-talet har andelen av den disponibla inkomsten i ett hushåll som läggs på inköp av mat halverats. Idag går ca 10 procent av lönen till inköp av mat samtidigt som det är stora skillnader i vilken typ av hushåll som köper viss typ av mat. Det är därför en utmaning kopplat till hur mycket som konsumenten vill lägga på inköp av mat. Betalningsviljan skiljer mellan olika grupper inte minst socioekonomiskt. Det finns exempelvis stora glapp mellan att de som lägger mycket pengar på råvaror, att äta ute och att köpa lokalproducerat medan andra i större utsträckning köper snabbmat och halvfabrikat. De ekonomiska val som görs påverkar också folkhälsan.

ATTITYDER PÅVERKAR FOLKHÄLSAN

Maten och våra matvanor påverkar vår hälsa, men fungerar också som kulturbärare, mötesplats och en källa till njutning. En väl sammansatt kost har en stor betydelse för hälsan, både genom att främja och bevara god hälsa och genom att förebygga sjukdomar.⁵⁹

Ohälsosamma matvanor är idag den enskilt största riskfaktorn för utveckling av ohälsa i Sverige, förlorade friska levnadsår.⁶⁰ Hälsosam kost kan bidra till flera år med hälsa för den enskilde och det finns likaså stora vinster att göra på samhällsnivå. Det behöver bli enklare att äta hälsosamt. För att nå närmare det målet behöver flera olika samhällsaktörer samarbeta och samverka. Både offentliga och privata måltider behöver få stöd i att utvecklas. Goda matvanor grundläggs tidigt och det är värdefullt att måltiderna inom förskola och skola prioriteras. Måltiden har betydelse för hälsan, men är också en förutsättning för trivsel och lärande.

⁵⁸ https://ec.europa.eu/agriculture/teachers-pack/index_sv

⁵⁹ Ur folkhälsomål 10: Goda matvanor, HFS

⁶⁰ www.healthdata.org/sweden



REGLER, VILLKOR, ATTITYDER OCH BEMÖTANDE

Det ska vara lätt att göra rätt, det är alla överens om. Men så tycks inte alltid vara fallet.⁶¹ Livsmedelsbranschen är komplex, med ett stort och viktigt regelverk som sätter ramarna. Det är i detta sammanhang viktigt att jobba med hur dessa ramar hanteras och hur regler och villkor tillämpas. Kompetens och ledarskap är två centrala framgångsfaktorer i detta arbete, samverkan och dialog är två andra.⁶²

Sammantaget ger dialogmöte, branschträff och enskilda möten med livsmedelsföretagare i länet en bild av att det finns mycket att göra när det handlar om information, stöd och dialog mellan myndigheter och företagare.

Utvecklingsmöjligheter

PRODUKTION OCH ATTITYDER

Företagarnas inställning till och öppenhet inför omställningar som digitalisering, införande av nya affärsmöjligheter och marknadsvängningar, är avgörande för länets utvecklingspotential. Utvecklingsfrågor och planering av främjandeinsatser har många fördelar av att hanteras i nära anslutning till marknaden och kunskapen om marknaderna.

Engagerad omvärldsbevakning, benchmarking och relevanta kunskaper och kompetenser är avgörande för att länet ska öka sin livsmedelsproduktion och öka lönsamheten i hela livsmedelskedjan. Genom insatser som skapar trygghet för företagen i en utvecklingsfas eller möjliggöra för företagare att ta insatskrävande utvecklingsbeslut är därför mycket viktigt. Förändringsviljan påverkar till exempel förmågan att ställa om sin produktion eller våga producera mer efterfrågestyrt. I samband med företagarnas förändringsvilja måste även de stödjande funktionernas förändringsvilja utvecklas. Både konsultföretag, myndighetsutövare samt exempelvis upphandlingsledet måste också vilja förändras och ställa om sin rådgivning och tjänsteutövning för att kunna matcha företagarnas nya produkter och tjänster och deras förändringsvilja.

⁶¹ Branschträff med livsmedelsföretagare 23 november 2017

⁶² Branschträff med livsmedelsföretagare 23 november 2017

KONSUMTION OCH ATTITYDER

Allmänheten har stort förtroende för Sveriges bönder. Exempelvis anser 74 procent att Sveriges bönder har mycket eller ganska stor betydelse för Sveriges ekonomi och välbefinnande. Vidare är det 71 procent, som anser att Sveriges bönder bidrar till ett mer hållbart samhälle och lägre klimatpåverkan. Av de tillfrågade, är det 88 procent som värderar råvaror och mat från Sveriges bönder mycket eller ganska högt.⁶³ En utmaning är därmed att följa utvecklingen och förändra när efterfrågan svänger. Länet har emellertid en stark primärproduktion som har erfarenhet av att ställa om produktionen efter marknadens efterfrågan. Mjolkbranschens arbete med ökad ekologisk produktion är ett exempel på detta.⁶⁴

Konsumentens inställning till regionalt producerad mat och förståelse för alla de mervärden som finns i en ökad livsmedelsproduktion är central. Till detta måste också fråga om pris och betalningsvilja kopplas. Det finns över 350 000 invånare i Jönköpings län. Att få fler att välja regionalt producerad mat är en förutsättning för att nå en ökad hållbar livsmedelsproduktion i länet. Av flera anledningar är det därför viktigt att ge konsumenter mer kunskap och information om hela livsmedelskedjan för att skapa hållbara konsumentmönster.

⁶³ <https://www.lrf.se/nyheter/riks/2017/07/konsumenterna-har-hogt-fortroende-for-sveriges-bonder/>

⁶⁴ <http://www.ja.se/artikel/55883/fler-och-mer-eko.html>

Genom att skapa förutsättningar för privatpersoner att odla grönsaker, frukt och bär i allmän stadsmiljö kan förståelsen för livsmedelsproduktion öka. Stadsnära odling och stadsbruk bidrar till ökad biologisk mångfald och integration men framförallt en ökad kunskap och förståelse om var livsmedel kommer ifrån. Detta kan också öka efterfrågan på regional mat när förståelse för odling och livsmedelsproduktion ökar.

Att paketera produkter efterfrågestyrt eller leverera matkassar på ett specifikt sammansatt sätt har gett branschen och producenterna möjlighet att påverka konsumenternas val och konsumtion. Redan idag är exempelvis matkassen väletablerad men det finns en större potential inom denna typ av tjänst. Matkassekonceptet visar också på hur företag med nya innovationer kan bidra till att jämna ut ojämlikhet. Mer kunskap om skillnader i förutsättningar mellan kvinnor och män, olika familjekonstellationer, singelhushåll, socioekonomiska förutsättningar, tradition och kultur innebär att företagen kan förenkla och påverka människors förutsättningar att göra medvetna val.

Matavfall är sådant som räknas som oätligt, exempelvis skal, kärnor och kaffesump, medan matsvinn är mat som slängs i onödan.⁶⁵ Matsvinn förekommer i hela produktions-, försäljnings- och konsumtionskedjan för livsmedel och innebär att miljöbelastningen från livsmedelsproduktionen blir onödigt stor.⁶⁶ I livsmedelsindustrin kan svinn uppstå vid fel i produktionen eller leverans av skadade varor, medan det i butiker ofta handlar om passerade bäst-före-datum. Detta kan bero på felbedömningar vid beställning, ofördelaktig produktplacering eller konsumenters oregelbundna köpmönster. I restauranger och storkök uppstår svinn främst på grund av svårigheter att förbereda rätt mängd mat, medan det i hushållen ofta handlar om konsumtionsmönster, beteende och attityder. Hushållen står för störst del då det slängs 100 kilo matavfall, varav 45 kilo räknas som matsvinn, per person och år. Beroende på produkt varierar svinet mellan 10 och 50 procent i hela kedjan. Miljönyttan av att vi återanvänder eller återvinner mat kan inte uppväga den miljöbelastning som uppstått vid produktionen, då detta förbrukar resurser och medför utsläpp till miljön.⁶⁷ Cirka 386 000 ton klimatgaser släpps ut varje år i Norden på grund av produktion av produktionssvinn. För att minska den påverkan som livsmedelsproduktionen och konsumtionen har är det viktigt att minska matsvinn, vilket även bidrar till miljö kvalitetsmålet Begränsad klimatpåverkan.

REGLER, VILLKOR, ATTITYDER OCH BEMÖTANDE

Att genomföra kompetensutvecklingsinsatser för producenter, tjänstemän och beslutsfattare inom offentlig verksamhet kan skapa förutsättningar för ökad förståelse och dialog mellan aktörer i hela livsmedelskedjan. Myndighetsutövningen kan i större utsträckning präglas av stöd till och dialog med verksamhetsutövarna, och på ett tydligare sätt vara ett kvalitetssäkringssystem för de säkra livsmedel konsumenten. Kommuner och länsstyrelser kan i samverkan med livsmedelsaktörer arbeta för ett regelverk som är anpassat för nya innovativa produktionsmetoder.

⁶⁵ Matsvinnet.se (2018): Fakta – Vad är inte matsvinn?

⁶⁶ Naturvårdsverket (2017): Matsvinn www.naturvardsverket.se/Miljoarbete-i-samhallet/Miljoarbete-i-Sverige/Uppdelat-efter-omrade/Avfall/Avfallsforebyggande-program/Matsvinn/

⁶⁷ Jordbruksverket (2017): Matsvinn

www.jordbruksverket.se/amnesomraden/miljoklimat/begransadklimatpaverkan/matsvinn.4.4b00b7db11efe58e66b8000996.htm



8 Självförsörjningsgrad

”Fram till början av 1990-talet var Sverige i princip självförsörjande på baslivsmedel som spannmål, potatis, mjölk, kött och ost (...). Idag ligger Sveriges självförsörjningsgrad runt 50 procent, det vill säga hälften av det vi äter importeras. Vissa produkter har vi naturligtvis aldrig varit självförsörjande på, som kaffe och avokado. Men i stort har vi gått från 85–90 procent till 50 procent på 25 år”

Citat från Anders Wästfelt kulturgeograf vid Stockholms Universitet.⁶⁸

Målbild för fokusområdet

Länets livsmedelsförsörjning är tryggad vid en kris genom ökad självförsörjningsgrad, minskat beroende av insatsvaror och stärkt beredskap.

Förutsättningar

Livsmedelsförsörjningen är vital för mänsklig överlevnad. Allmänheten är beroende av att butikerna kan tillhandahålla mat och att producenter kan producera livsmedel. Samhället som helhet och individen behöver ställa sig frågan – Vad händer om butikerna inte har några livsmedel att sälja? Vad kan jag själv göra för att bidra och förebygga? Vilka beredskapsplaner måste till för att kunna hantera ett avbrott?

Det behöver finnas parallellt fokus på det förebyggande arbetet som handlar om att säkerställa kontinuitet i hela livsmedelskedjan. Exempelvis saknas det en strategisk plan för hur man kan säkerställa att människor med speciella behov inom exempelvis sjukvård, skola och äldreomsorg får tillgång till mat och grundläggande service vid en eventuell kris. Det finns planer för samhällsstörningar på en övergripande samhällsnivå. De bygger på att stötta samhället så att samhället kan fungera så likt normalläge som möjligt, eftersom den som bedriver en verksamhet till vardags är den som har bäst kunskap att bedriva sin verksamhet.

Krisberedskapen är därför uppbyggd kring något som kallas ansvarsprincipen. Den innebär att den som i vardagen har ansvar för en verksamhet har i första hand kvar sitt ansvar även under kris. För enskilda handlar det om ett ansvar att kunna försörja sig själv vid störningar i samhället. Det gör att samhällets hjälpresurser kan gå till de mest behövande för stunden. Det innebär därmed att

⁶⁸ <https://sverigesradio.se/sida/avsnitt/855383?programid=950>

livsmedelskedjan behöver vara stark i normalläge för att kunna fortgå i en kris så långt som möjligt. Därför behöver livsmedelsstrategin förstärka de områden som rör livsmedel och livsmedelsproduktion.

Import av mat har ökat snabbt de senaste decennierna vilket lett till en minskande självförsörjningsgrad. Att ange en exakt siffra generellt är svårt eftersom vissa råvaror, som kött och mjölk, produceras i sådan mängd att vi kan sälja utanför länsgränsen och till och med exportera, samtidigt som vissa produkter, som till exempel kaffe och bananer, inte tillverkas alls. Även det som faktiskt produceras i Sverige är till stor del beroende av import som drivmedel och viss typ av djurfoder. För att öka vår möjlighet till en höjd självförsörjningsgrad behöver frågor om möjlighet till ökad inhemsk produktion av biobränsle som till exempel biogas och bränsleprodukter på skogsråvaror lyftas.

Utmaningar

Utmaningen är att skapa kontinuitet i en kedja som består av många komplexa beroenden, där det är svårt att skapa en helhetsbild. Ansvarsfördelningen mellan olika myndigheter och privata aktörer behöver redas ut, samt nationella mål och utgångspunkter ligga till grund för arbetet för att den nationella tryggheten skall hänga samman.

Ambitionsnivån för länet behöver också stämma överens med landets ambitioner som helhet. Jönköpings län är en del i ett större nationellt pussel när det gäller beredskapsnivå. I olika delar av landet lämpar sig olika typer av livsmedelsproduktion. Ambitionen till högre självförsörjningsgrad behöver anpassas till detta. Klimatet och karaktären i Jönköpings län – med stora vallskördar och rikligt med betesmarker – lämpar sig väl för produktion av mjölk och kött. Vättern kan förse konsumenter med lokalfångad fisk och kräftor. I branterna öster om Vättern finns goda förutsättningar för odling av bär och frukt, med fokus på äpple. För dessa livsmedel har länet därför en hög försörjningsgrad. Produktion av exempelvis gris, fågel, ägg, spannmål, fisk och grönsaker har däremot en låg försörjningsgrad i länet. Dessa produktionsgrenar har också en, relativt sett, lägre sårbarhet än många andra inom svenskt jordbruk vid händelse av en avspärrning. Att öka produktionen är en nyckelfaktor till en ökad självförsörjningsgrad. Produktionen kan ökas på ett hållbart sätt genom odling och vattenbruk både i stadsmiljöer och på landsbygd.

För att ändå kunna gynna den regionala självförsörjningsgraden är det exempelvis möjligt att arbeta för att de offentliga upphandlingar som sker delas upp i fler delar som gör att lokala producenter kan vinna upphandling för endast en produkt, där annars stora grossister är de enda som kan leverera allt. Det finns flera lyckade exempel som inneburit att mindre lokala producenter har haft möjlighet att vara med i upphandlingar tack vare detta. Intresset av att handla svenskt och lokalt har under senare år ökat. Även en växande turism ställer ökande krav på matupplevelser med lokala råvaror och rätter. Olika typer av märkningar och nya distributionskanaler är sätt att möta denna efterfrågan, vilket kan gynna den regionala självförsörjningen.

KRISBEREDSKAP OCH TOTALFÖRSVAR

Det finns inte längre beredskapslager för livsmedel som det fanns under kalla kriget. Krisberedskapen har istället arbetat för att stärka kedjans ordinarie system. Utvecklingen av krisberedskapen behöver följa med i utvecklingen av omvärldsläget. Därför är det viktigt att fortsätta det påbörjade arbetet med att identifiera nyckelfunktioner i livsmedelskedjan, samt dess kritiska beroenden för att kunna arbeta för en trygg livsmedelsförsörjning. Här har livsmedelskedjans olika aktörer samma mål – att konsumenterna ska få trygga leveranser av säker mat. Samverkan mellan länets livsmedelsaktörer behövs för att skapa robusthet i hela livsmedelskedjan och skapa en trygg livsmedelsförsörjning.

Utvecklingsmöjligheter

För att maten ska passera inom hela livsmedelskedjan är det många delar som behöver fungera och samspela. Om butiken ska hålla öppet och sälja mat behövs exempelvis grundläggande resurser som el, it och personal, både för att driftsätta betalsystemen, kylanläggningar, men också för att säkerställa beställningssystem. Utan leveranser töms hyllorna fort. Handel är en konkurrensutsatt bransch och har små om ens några lager. Leveranserna är beroende av bland annat diesel och farbara vägar. Från producenten till butiken är det många delar av förädling och distribution. Producenterna är beroende av allt från reservdelar och diesel till traktorn, till el och it. Tungt it-system som robotdrift och ordersystem förenklar vår vardag, men leder också till starkare och fler beroenden mellan olika funktioner. Därtill kommer utmaningar i vårt moderna samhälle med exempelvis just-in-time-kulturen som medfört att vi har allt mindre marginaler och lager i alla led. Idag har Sverige också ett stort beroende av import av bland annat råvaror och insatsvaror för produktionen av livsmedel. Reservdelar kanske tillverkas i en helt annan del av världen.

Utvecklingen av det moderna samhället med allt mer internationalisering, centralisering, större enheter, teknikutveckling, med mera har lett till många fördelar, men också till att livsmedelskedjan i sin helhet blivit allt mer komplex och i vissa fall mer sårbar. I kombination med förändringar i omvärlden och klimatförändringar är det nödvändigt att utreda och utveckla försörjningstryggheten i landet som är anpassad till rådande omständigheter. Detta kommer även stärka den befintliga krisberedskapen som de senaste 15 åren fokuserat på fredstida kriser.

ÖKAD FÖRSÖRJNINGSTRYGGHET

Sjunkande självförsörjning medför ökande importberoende. Importberoende medför att livsmedelsförsörjningen kan påverkas om förbindelserna till Sverige hotas. Inom landet finns större rådhighet över livsmedelskedjan och därmed också över tryggheten i den. Ökad självförsörjningsgrad kan därför gynna både länet som helhet, tryggheten i livsmedelskedjan och även miljömässigt då det innebär att transporter minskar.

Utän nationella inriktningsmål är det svårt att veta vilka regionala mål som bör eftersträvas. Ett mål bör dock vara att utgöra en viktig pusselbit i det nationella pusslet och arbeta för att synkronisera det regionala utvecklingsarbetet med nationella mål allt eftersom de tas fram för att länets resurser ska kunna användas så bra som möjligt både regionalt och nationellt.



9 Förankring och genomförande

Vad gör vi nu?

Med en grund i mjölkproduktionen och dess mejerier tillsammans med en hög andel köttproducenter, tillgången till högprisprodukter inom fiske och Sveriges näst största äppelodlingar har Jönköpings län enormt goda förutsättningar att vara i toppen av utvecklingen inom råvaruproduktionen 2030. Primärproduktion inom alla livsmedelssektorer har stora möjligheter att öka sina verksamheter när efterfrågan stadigt ökar.

Länets primärproducenter, förädlingsföretagare, handel och restauratörer är goda entreprenörer med en stark drivkraft att öka tillväxt och lönsamhet i respektive företag och har en stark tro på en positiv framtida utveckling inom livsmedelsbranschen. Länets aktörer verkar dessutom i ett geografiskt område, Småland, som är väl känt även utanför Sveriges rikets gränser vilket stärker utvecklingspotentialen även som en matdestination. Att vi genom den regionala livsmedelsstrategin tar ett samlat grepp om hela livsmedelskedjan är också en styrka.

Lärdomar från strategiarbetet

I arbetet med att ta fram en regional livsmedelsstrategi har det framgått att länet har en stark livsmedelsproduktion med flera intresseorganisationer, nätverk och plattformar för samverkan och dialog. Dock har leden efter produktion och förädling inte samma förutsättningar. Detta speglas bland annat genom att det har varit relativt lätt att få fram statistik som rör primärproduktion men svårare att få fram statistik som rör grossister, restauranger samt konsumenter och dess köpmönster. Ett annat exempel är representationen vid de träffar som har genomförts under hösten där det har varit en övervikt av deltagare från primärproducenter och organisationer som arbetar mot denna del av livsmedelsbranschen.

I det fortsatta arbetet med handlingsplaner behöver mer information och inspel om till exempel restauranger och grossister på livsmedelsområdet tas fram. Då syftet med en regional livsmedelsstrategi är att hela livsmedelskedjan ska inkluderas i arbetet och stärkas, är övervikten gällande produktion en utmaning för den kommande processen

Nästa steg är handlingsplaner

I det fortsatta arbetet kommer arbetet fokusera på att ta fram handlingsplaner och tydliga mål för länet. För att strategin ska fungera som ett styrdokument och ha riktning mot vårt syfte; ökad hållbar livsmedelsproduktion, ökad kompetens inom livsmedelsbranscherna i alla led och högre sysselsättning inom livsmedelsbranscherna samt högre förädlingsgrad av länet egna råvaror, kommer stor vikt att läggas på mätbara resultat. Dessa mål sätts i handlingsplanerna och detta arbete kommer att påbörjas så snart livsmedelsstrategin är beslutad. Länet kommer sedan att arbeta strategiskt fram till 2030.



Foto

Framsida: Smålands Turism AB, Kunskapsdagen om autentiska måltidsupplevelser i Äppledalen, 5/6 2018

Joacim Törnblom, s 4, s 10, s 11, s 15, s 21, s 31, s 34, s 36, s 39, s 41, s 45

Johan Avby Werner, s 24, s 17

Lars Sundström, s 7

Arla Food AB, s 27

Symbolbilder.se, s 44