



Rapport från Gotlands mat- och livsmedelskonferens 2018

Detta är en summering av vad som kom fram under den omfattande konferensen. Du som var med, tack för ditt engagemang! Oavsett om du var med eller inte, här får du tips för hur vi tillsammans kan öka värdet av mat från Gotland.

Var/när: Suderbys Herrgård den 13 november 2018
Tema: hållbar tillväxt och varumärkesarbete – i praktiken
Syfte: ge kunskaper, inspirera varandra och skapa nya kontakter
Deltagare: ca 80 personer, från alla led i Gotlands mat- och livsmedelssystem

Övergripande - tre viktiga resultat från konferensen

- Potential för mer gotländska livsmedel på fastlandet finns, både i butik och på restaurang, i synnerhet i Stockholm (2,3 miljoner konsumenter)
- Mer samarbete krävs för att ta vara på potentialen och samarbetsviljan är stor!
- Engagemanget för närproducerat ökar efter torkan, men "konsumentens minne är kort" (Johannes Cullberg, vd butikskedjan Paradiset i Stockholm)

1. Introduktion av Peter Lindvall, regiondirektör, Region Gotland

- Mat och livsmedel är tillsammans med besöksnäringen styrkeområden för Gotland
- Region Gotland är med och skapar ännu bättre förutsättningar för hållbar tillväxt, i dialog med näringarna
- Region Gotland arbetar nu konsekvent med platsvarumärket Gotland, vår gemensamma tillgång

2. Gotlands mat- och livsmedelsstrategi – hur går det?

- Det övergripande målet är att öka värdet av mat och livsmedel från Gotland och strategins kärna är samarbete, nytänkande och affärsmässighet
- Enligt en enkel undersökning kommer 8 av 11 undersökta gotländska företag inom primärproduktion och förädling öka sin försäljning 2018 jämfört med 2017
- Vi är alla en del av Gotlands mat- och livsmedelssystem och om vi förstår varandras drivkrafter i systemet, ökar möjligheterna till hållbar tillväxt

De tre största utmaningarna för de gotländska mat- och livsmedelsnäringarna

- Få fram mer råvaror och hantera kostnadsökningarna efter sommarens torka
- Få in mer personal, med rätt kompetens
- Logistiken till fastlandet

Om närproducerat och hållbar tillväxt

- För många konsumenter är närproducerade livsmedel ett mer hållbart val, eftersom man upplever att man stödjer lokala producenter (Sustainable Brand Insight, Nordens största konsumentundersökningar inom hållbarhet)



- Enligt ICA Sverige vill 7 av 10 svenskar välja mer hållbara livsmedel och nästan 40% av de upplever närproducerat som mer hållbart (eftersom man stödjer lokala producenter)
- Alla inom mat- och livsmedelssystemet har ett ansvar för att bidra till en hållbar tillväxt, i de tre dimensionerna – miljömässig, ekonomisk och social hållbarhet

3. Presentation av Samarbetsforum för mat och livsmedel Gotland

- Grunden i Gotlands regionala mat- och livsmedelsstrategi är mat- och livsmedelssystemet. Företagen inom primärproduktion, förädling, handel och kund kan tillsammans med akademi och offentliga aktörer utveckla Gotlands potential.
- Alla som bidrar till att konsumenter kan köpa mat i butik och på restaurang (privat/offentlig) ingår i systemet och det är viktigt att förstå de olika aktörernas drivkrafter
- Området för mat och livsmedel har en tydlig och utvecklingsbar koppling till besöksnäringens område
- I det uppstartande Samarbetsforum finns representanter för hela mat- och livsmedelssystemet och dess roll kan handla om att prioritera och söka synergieffekter för insatser som ska stärka näringarna ytterligare, exempelvis för att nå marknader utanför Gotland

4. Hur ser potentialen ut för mer närproducerat till fastlandet?

- Potentialen för mer gotländska livsmedel på fastlandet, både i butik och på restaurang, bekräftades, även om den inte kvantifierades

Tre tips för att sälja mer gotländska livsmedel i fastlandets butiker

(från ICA Sverige, Coop Sverige och butikskedjan Paradiset i Stockholm)

- Anmäl er till orderportaler och mässor för lokala leverantörer (Gisela Pinto, ICA Sverige, 08-561 51 690 och Johannes Cullberg, Paradiset, 070-022 80 55)
- Skapa bra historier bakom era varumärken/produkter och dema tillsammans i butik
- Samarbeta med andra gotländska leverantörer kring logistiken

Tre tips för att sälja mer gotländska råvaror till restauranger på fastlandet

(från Martin & Servera Restauranghandel)

- Kontakta dotterbolagen Grönsakshallen Sorunda och Fällmans Kött och diskutera deltagande i konceptet "Smakriket" (eller ring vd Irené Waldermarsson, 08-672 86 50)
- Utveckla rätt kvalitet för den tilltänkta målgruppen
- Skapa bra historier bakom era varumärken/produkter

Om möjligheterna att ta mer betalt med anledning av torkan

- Förståelse finns hos dagligvaru- respektive restauranghandeln, men det krävs genomtänkta argument och noggranna kalkyler i förhandlingarna
- 7 av 10 kunder hos Coop Sverige är beredda att betala mer, "men inte hur mycket som helst" (Tobias Rydegren, presschef Coop Sverige, 010-743 43 83)
- Många krögare anpassar menyerna för att hålla slutpriset till gästerna nere, när kostnaderna för de efterfrågade närproducerade råvarorna ökar



5. Vad görs idag för att ta vara på potentialen?

- Det görs mycket redan idag och samarbetsviljan för att göra mer imorgon är stor. Goda exempel redovisas under punkterna 6-8.

6. Hållbar tillväxt kräver mer av ditt varumärke. Vad görs idag?

- Vi fick flera exempel på framgångsrikt varumärkesarbete som bidrar till hela Gotland - "Smak av Gotland" (Gotlands Slakteri), Stora Tollby Gård, "Allt för ön" (Gotlands Bryggeri) och Gotland Whisky
- "Gotland Gastronomy" är ett exempel på samarbete kring måltidsturism och ska nu utökas (25-28 april och 3-6 oktober 2019)
- Märkning med gotländska gårdar under varumärket Rydbergs har varit framgångsrikt och ska utökas
- Genomlysning av platsvarumärket Gotland pågår, bland annat för att inkludera hållbarhet, och en metod utvecklas för ökad samverkan med företag och organisationer

7. Hållbar tillväxt kräver mer samarbete. Vad görs idag?

- Vi fick flera exempel på framgångsrikt samarbete som bidrar till hela Gotland - Överstekvarn Chili/Gotlandsknäcke/Halfvede Musteri/Gute Rosteri och Tryffel of Sweden (exponering i butiker) och Coop Gotland (stor satsning på "extremt närproducerat")
- Ny upphandling genomförd, efter lång process, som resulterat i 100% svenskt kött, rotfrukter och grönsaker (med så mycket gotländskt som möjligt)
- Annorlunda samarbete mellan primärproducent (Nyplings Gård) och lokal krögare (Mikael Nypelius)

8. Hållbar tillväxt kräver kompetent personal. Vad görs idag?

- Vi fick flera exempel på framgångsrikt samarbete inom kompetensförsörjning som bidrar till hela Gotland
- McDonald's/Arbetsförmedlingen (anställning av nyanlända)
- Utbildningar för att tillgodose mat- och livsmedelsnäringarnas behov (exempelvis den ettåriga kockutbildningen för vuxna, YH-utbildning för drifts- och underhållstekniker och det växande naturbruksgymnasiet på Gotland Grönt Centrum)

9. Vad görs idag för att våra varumärken ska bli mer hållbara imorgon?

- Vi fick två exempel på aktörer som går före och leder utvecklingen mot ökad hållbarhet
- Heart of Sweden berättade om sitt arbete utifrån FN:s 17 globala hållbarhetsmål, där alla medarbetare är engagerade och där nästa mål är palmoljefritt margarin under 2019
- LRF Gotland berättade om sitt projekt "Fossilfritt kött", där de tillsammans med Gotlands Slakteri och 13 pilotgårdar ska arbeta med omställning i allt från drivmedel till förpackningar



10. Ett urval tankar och förslag från deltagarna

- Fler gotländska presentprodukter på öns restauranger för försäljning till gästerna
- Samordna satsningar på måltidsturism
- 95% av "Smak av Gotland" går till fastlandet – kan fler hänga med i distribution/logistik?
- En "gotländsk" butik i Stockholm
- Etablera e-handelstjänst för gotländsk mat

11. Utvärdering av konferensen och förslag på utveckling inför 2019

- Alla (35) som fyllde i enkäten hade fått kunskaper de hade nytta av och blev inspirerade!
- Alla som fyllde i enkäten upplevde sig som en del av Gotlands mat- och livsmedelssystem!
- Många upplevde en positiv energi under dagen, mycket tack vare moderatorn!

Deltagarnas förslag inför Gotlands mat- och livsmedelskonferens 2019

- Något kortare konferens men mer tid för interaktivitet (workshop och diskussioner)
- Inslag om fiske och fiskodling
- Mer om marknadsföringssamarbete i butik
- Fler representanter för grossister, primärproducenter och hotell
- Fler unga representanter, exempelvis studenter
- Bifoga programmet redan i inbjudan

Synpunkter och förslag? Gärna!

Lars Nellmer, processledare Gotlands mat- och livsmedelsstrategi (010-223 93 80)

Karin Farinder, näringslivsstrateg Region Gotland

Gunilla Lexell, landsbygdsstrateg Länsstyrelsen