



Handlingsplan för fokusområde: göra affärer

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

Den regionala livsmedelsstrategin ska förankras i hela livsmedelskedjan genom att stärka befintliga nätverk och bygga upp nya kontaktnät, skapa förutsättningar för bredare samverkan och kompetensutveckling och mer affärer mellan olika delar av den regionala livsmedelskedjan. Här är det viktigt att möjliggöra dialog och kunskapsutbyte kring hur vi tillsammans skapar en positiv utveckling för alla som hanterar livsmedel i länet samt hur vi stärker konkurrenskraften och samverkansmöjligheterna för att bli en mer attraktiv matregion och en destination med tydlig matidentitet.

Regionen tillsammans med kommunerna är stora inköpare av livsmedel. Här finns utrymme att jobba mer strategiskt för att fler livsmedel från länet ska omfattas av avtalen. För att detta ska bli möjligt krävs nya och mer flexibla distributionslösningar, men framför allt kunskapsutveckling och erfarenhetspridning kring kravställning i offentlig upphandling.

På väg mot 2030 - långsiktiga satsningar inom fokusområdet: göra affärer

Vi ska

- möjliggöra för fler att starta, driva och utveckla robusta företag med hållbara affärsmodeller
- göra kontinuerliga satsningar för att öka andelen närproducerat och kunskapen om säsong i restauranger och butiker
- sprida och stärka kunskapen kring krav på lokalproducerad mat och cirkulär ekonomi i offentlig upphandling
- främja en hållbar utveckling av regional turismkonsumtion kopplat till livsmedelproduktion och förädling
- skapa samverkansmöjligheter både inom länet och utanför de regionala strukturerna
- bidra till att underlätta för regionala livsmedelsproducenter hitta nya distributionskanaler



Mål 1 - Fler av länets livsmedelsföretag använder råvaror som produceras i länet

Mål 2 – Stärkt kompetens, kompetensförsörjning och attraktivitet inom de gröna näringarna

Mål 3 - Framtagning av ett varumärke för regional mat kopplat till en informationsplattform

Prioriterade åtgärder 2019-2022:

- Öka kunskapen hos restauranger och grossister om råvaror som kommer från länet/svenska råvaror och hur attraktiva erbjudanden kring dessa kan skapas
- Kända kokkar i länet profilerar länets mat utifrån säsong och vikten av att välja närproducerat och regionala livsmedel.
- Verka för att höja status för livsmedelsrelaterade yrken och göra lantbruk mer attraktivt för unga och svenskar med ursprung i andra kulturer
- Planera inspirationsutbildningar av kokkar för att väcka nyfikenheten och stärka kunskapen om regionala produkter, hanteringen och presentationen av dessa
- Verka för att öka kompetensen hos kommunernas upphandlingsansvariga kring upphandling av regionala produkter
- Synliggör de goda exemplen – både lantbrukare som vinner kontrakt som delar med sig av sina erfarenheter, men även upphandlare som delar med sig kunskaper och erfarenheter kring kravställande för en högre andel svenskproducerat och fler livsmedel från länet
- Skapa en plattform för gemensam kommunikation kring kunskap, aktiviteter och erbjudanden kring regional mat under eget varumärke

Prioriterad åtgärd	Planerade aktiviteter	Status	Genomförda insatser	Målgrupp	Genomförande och finansiering		Tidsram	Ansvar	Indikator
					Koppling till pågående projekt	Finansieringsbehov			
11. Öka kunskapen hos restauranger och grossister om råvaror som kommer från länet/svenska råvaror och hur attraktiva erbjudanden kring dessa kan skapas.	11.1 Fyra kreativa workshops med besöksnäringen restauranger och producenter.	Pågår	Koncept tas fram tillsammans med Länsstyrelsen inom "Nya jobb"-proj. Speeddating testas 24/2 2021 Regional kunskapsdag om måltidsturism diskuteras.	Restauranger grossister producenter	Länsstyrelsens "Nya jobb"-proj. Kopplas ihop med åtgärd 1.6 Smålands Turism Måltidsprog.	Ev. lokal och inspiratör finansieras med medel från strategin	2020-2021	Projektledaren tillsammans med LRF, FC-gruppen,	Genomförda workshops och mätning av långtidseffekter



	11.2 Föreläsning Superfoods från Småland	Klart	Aktiviteten genomfördes i oktober, i samarbete med Elmia Matbruk.	Restauranger, Livsmedelsföretag konsumenter	Samarbete med Linnéuniversitetet och Elmia Matbruk	Ev. lokalhyra och arvode täcks med medel från strategin	Jan 2021	Projektledaren bokar in föreläsning.	genomförd aktivitet
	11.3 Gemensamma studiebesök till mässor – t.ex. pizzabagare bjuds in till GastroNord och till småländskt pizzamästerskap	Ej påbörjat	Inga mässor är aktuella 2020. Kontakt etablerat med Elmia matbruk	Restauranger (framför allt pizzerior)	Samarbete med Kronoberg och Kalmar och andra regionala aktörer	Finansiering behövs för genomförande att ett småländskt pizzamästerskap	Årligt studiebesök och årligt mästerskap i de tre länen	Projektledaren tillsammans med Kalmars och Kronobergs projektledare	Fler restauranger använder råvaror från Sverige och länet
Prioriterad åtgärd	Planerade aktiviteter	Status	Genomförda insatser	Målgrupp	Genomförande och finansiering		Tidsram	Ansvar	Indikator
					Koppling till pågående projekt	Finansieringsbehov			
12. Kända kokar i länet profilerar länets mat utifrån säsong och vikten av att välja närproducerat och regionala livsmedel.	12.1 Besöksnäringen tillfrågas om att vara med och planera gemensam kampanj.	Ej påbörjat	Filmmaterial har skapats	Restauranger konsumenter	Smålands Turism nätverk Autentiska måltidsupplevelser LRF:s ”jag bryr mig” FC-Gruppen	Marknadsföring med medel från strategin	Under projekttid er 2020-2021	Projektledaren tillsammans med LRF, FC-gruppen, VISITA	Ett utökat kunskap hos länets inv. gällande vad som produceras i närområdet och vad som är i säsong.
Prioriterad åtgärd	Planerade aktiviteter	Status	Genomförda insatser	Målgrupp	Genomförande och finansiering		Tidsram	Ansvar	Indikator
					Koppling till pågående projekt	Finansieringsbehov			
13. Planera inspirationsutbildningar av kokar för att väcka nyfikenheten och stärka kunskapen om regionala produkter, hanteringen och presentationen av dessa.	13:1 Minst två kreativa workshops	Ej påbörjat	Förslag på genomförande finns men finansiering saknas. Hör ihop med åtgärd 11.1 och 1.6 Planering och diskussioner pågår med Jkpg kommun	Kockar runt om i länet	LRF:s projekt om kött	Lokaler och marknadsföring finansieras med medel från strategin	2020-2021	Projektledaren tillsammans med LRF, FC-gruppen, VISITA	Genomförda workshops Högre andel regionala produkter på respektive restaurang



Prioriterad åtgärd	Planerade aktiviteter	Status	Genomförda insatser	Målgrupp	Genomförande och finansiering		Tidsram	Ansvar	Indikator
					Koppling till pågående projekt	Finansieringsbehov			
14. Verka för att öka kompetensen hos kommunernas upphandlingsansvariga kring upphandling av regionala produkter.	14.1 Årlig inspirationsdag med lyckade exempel och utmaningar på nationell och regional nivå.	Pågår	Medverkan på konferensen hållbara affärer (punkt kopplat till möjligheter och utmaningar kring offentlig upphandling av livsmedel) 15/10 2020 Förslag på åtgärd i klimat- och energistrategin.	Upphandlare	CSR Smålands årliga konferens om hållbara affärer	Arvode för föreläsare, lokaler kan täckas med medel från livsmedelsstrategin.	Årligt event	Projektledaren	Långtidseffekter mäts via utvärdering till deltagande upphandlare
15. Synliggör de goda exemplen – både lantbrukare som vinner kontrakt som delar med sig av sina erfarenheter, men även upphandlare som delar med sig kunskaper och erfarenheter kring kravställande för en högre andel svenskproducerat och fler livsmedel från länet.	15.1 Lyckade och mindre lyckade samarbeten, intervjuer, tips kring upphandling av lokal mat samlas och sprids via styrgruppens medlemmars kanaler och temanummer inför event.	Pågår	Artikel i Förvetet som belyser goda exempel. Möten med upphandlarnätverket i länet.	Producenter och upphandlare	LRF HS	Ett ev. projekt för att tillhandahålla plattform för kunskap kring lokal mat.	Start hösten 2020	Projektledaren tillsammans med parter som har exempel på lyckade samarbeten pushar för att kommunerna synliggör informationen på sina sidor och att info sprids i styrgruppens kanaler.	Antal kommuner som synliggör informationen på sin hemsida. Antal lokalproducenter som haft hjälp av insatsen
Prioriterad åtgärd	Planerade aktiviteter	Status	Genomförda insatser	Målgrupp	Genomförande och finansiering		Tidsram	Ansvar	Indikator
					Koppling till pågående projekt	Finansieringsbehov			
16. Skapa en plattform för kommunikation kring kunskap, aktiviteter och erbjudanden	16.1 Ta fram en "röd tråd" kring mervärden kopplade till regional mat och profilerar det genuina kring mat från regionen.	Ej påbörjat		Främst konsumenter, men även andra delar av	Inom Smålands Turism arbete med måltidsturism	Ett eget projekt	Under 2021	Arbetsgrupp etableras	Lansering av plattform



Europeiska jordbruksfonden
för landsbygdsutveckling, Europeiska
investerar i landsbygdsområden

s. 5(5)

kopplat till regional mat under ett eget varumärke				livsmedelsked jan	HS:s proj. Gör affärer lokalt"				
--	--	--	--	----------------------	-----------------------------------	--	--	--	--