



## Handlingsplan för fokusområde: attityder

**Målbild:** samtliga aktörer i livsmedelskedjan gör medvetna och kunskapsbaserade val som leder till ökad tillväxt och lönsamhet, god miljö och bra folkhälsa.

Fokusområdet tar sikte på konsumtionsmönster, bemötande och förändringsvilja. Insatser inom detta fokusområde är svåra att mäta av, men samtidigt är det just inom detta område som förändringar kan få störst effekt. Intresset för hälsa och hållbar utveckling har ökat på senare år, likaså intresset för svensk och lokalproducerad mat och de mervärden som finns i svensk livsmedelsproduktion i form av god smak, hög kvalitet, säkra livsmedel, djuromsorg och miljöhänsyn. Dessa mervärden tillsammans med hälsoaspekter och kunskap om matens ursprung behöver uppmärksammas och förankras ännu tydligare hos butiker, restauranger och konsumenter - något som kan bidra till både ökad konkurrenskraft och utjämning av hälsoskillnader mellan olika socioekonomiska grupper.

### På väg mot 2030 - långsiktiga satsningar inom fokusområdet: attityder

Vi ska

- Främja ökad samverkan och samarbete mellan olika samhällsaktörer för att underlätta för länsinvånare att äta hälsosamt
- Öka kunskapen hos konsumenter/länets invånare om var och hur mat och dryck produceras i Jönköpings län
- Förmedla mervärden kring hälsosam svensk mat och dryck till alla länsinvånare
- Inspirera aktörer i livsmedelskedjan och konsumenter att välja regionalt producerad mat i säsong
- Skapa förutsättningar för ökad dialog med myndigheter kring regler och villkor Mål 1 - Ökning av utbudet av regionala råvaror och förädlade produkter i butiker och restauranger och hos grossister

**Mål 2 - Fler konsumenter i Jönköpings län, oavsett socioekonomisk tillhörighet, har kunskap att göra medvetna livsmedelsval ur hälso- och miljöperspektiv**

**Mål 3 – Ökad samverkan och förståelse mellan myndigheter och andra delar av livsmedelskedjan**

**Mål 4 – Ökad medvetenhet om svenska mervärden hos alla delar av livsmedelskedjan**

**Mål 5 – konsumenterna i regionen är stolta ambassadörer för regionens livsmedel**



### Prioriterade åtgärder 2019-2022:

- Erbjud restauranger, grossister och butiker att besöka närliggande bondgårdar
- Förmedla kunskap om matens ursprung på tidigt stadium, genom gårdsbesök, Face a Farmer, skoldagar och föreläsningar.
- Fortsätta med insatser kring serviceinriktad myndighetsutövning
- Sammanställ material som synliggör miljö- och hälsofördelar kring svensk mat, i synnerhet mat från länet. Materialet kan användas i interna utbildningar inom vård – och omsorg, skola och besöksnäring.
- Sprid kunskap om den svenska säsongen och inspirera konsumenter, butiker, restauranger kring hur olika råvaror kan odlas och användas på ett hälsosamt sätt.

Prioriterad åtgärd	Planerade aktiviteter	Status	Genomförda insatser	Målgrupp	Genomförande och finansiering		Tidsram	Ansvar	Indikator
					Koppling till pågående projekt	Finansieringsbehov			
17. Erbjud restauranger, grossister och butiker att besöka närliggande bondgårdar	17:1 Möjliggör att ännu fler får möjlighet att besöka gårdar runt om i länet (gårdarna väljs ut i samarbete med LRF)	Pågår	Diskussioner kring matrunda för hela länet pågår.  Speed-dating för målgruppen under planering - 24/2	Personal inom restauranger, grossister, butiker	LRF: mer svenskt på restaurang, Redig mat och bonden i skolan ev. Östra Vätterbranterna biosfäromr. och FC-gruppen VISITA	Marknadsföring av event och ev. lokalhyra/fika täcks av livsmedelsstrategin Kommunikation av resultatet skulle kunna läggas på extern part.	2020-2021	Projektledaren tillsammans med parter som vill driva samarbetet väljer ut restauranger och bjuder in dessa	Minst 10 gårdsbesök under projektiden
Prioriterad åtgärd	Planerade aktiviteter	Status	Genomförda insatser	Målgrupp	Genomförande och finansiering		Tidsram	Ansvar	Indikator
					Koppling till pågående projekt	Finansieringsbehov			
18. Förmedla kunskap om matens ursprung på tidigt stadium, genom gårdsbesök, Farmertime,	17.2 Sprida info HS:s och LRF:s koncept bredare i länet Ev. konferens om svenskproducerad	Pågår	Marknadsföring av HS:s koncept Farmer Time på seminarier, i Förvetet och i andra artiklar.	Skolor i länet, både elever och pedagoger	LRF:s bonden i skolan och Arlas miniorprogram läroprojekt och HS:s projekt – skoldagar och Farmer Time	Hitta finansiering för ev. transporter	Under projektiden	Projektledaren tillsammans med LRF och HS	20% fler gårdsbesök jämfört mot 2019 Genomförd konferens



skoldagar och föreläsningar.	mat och pedagogik								
	17.3 Ta fram ett schema för antal gårdsbesök i varje kommun	Pågår	LRF skissat på upplägg med öppna gårdar inför ev. Matrunda 13-15/5	konsumenter	LRF:s kommun-grupper	Finansiering behövs för ersättning till gårdarna och transporter Marknadsföring kan täckas med medel från strategin.	Påbörjas tidigast hösten 2020	Projektledaren tillsammans med LRF och HS	Antal genomförda gårdsbesök Ökad konsumentkännedom om närproducerat.
Prioriterad åtgärd	Planerade aktiviteter	Status	Genomförda insatser	Målgrupp	Genomförande och finansiering		Tidsram	Ansvar	Indikator
					Koppling till pågående projekt	Finansieringsbehov			
19. Fortsatta med insatser kring serviceinriktad myndighetsutövning	19.1 Planering och genomförande av två kunskapsträffar i samarbete kring Länsstyrelsen, Jordbruksverket, Livsmedelsverket och kommunerna	Ej påbörjat	En kunskapsdag genomfördes sep 2019, ingenting är ännu planerat för 2020 eller 2021.	Anställda inom länets kommuner och regionala och centrala myndigheter	Länsstyrelsen – förenkla för företag LRF-träffar för tillsyn, på producent/kommunnivå	Lokal/fika kan täckas med medel från livsmedelsstrategin	2019 2021	Projektledaren i samarbete med Länsstyrelsen	3 genomförda träffar (varav 1 har genomförts)  Upplevd förbättrad dialog och kontakt med myndigheter.

Prioriterad åtgärd	Planerade aktiviteter	Status	Genomförda insatser	Målgrupp	Genomförande och finansiering		Ansvar	Indikator	
					Koppling till pågående projekt	Finansieringsbehov			
						Tidsram			
20. Sammanställ material som synliggör miljö- och hälsofördelar kring svensk mat, i synnerhet mat från länet. Materialet kan användas i interna utbildningar inom vård – och omsorg, skola, besöksnäring	20.1 Kartlägg material kring regional mat och anpassa mot målgrupperna.	Pågår	Grundmaterial finns framtaget av <a href="#">Kalmar region</a> och diskuteras med folkhälsoavd.  Kokbok med lokala producenter – ges ut av UF-företag våren 2021.	Personal inom vård- och omsorg, skolor och besöksnäringen.	HS LRF Länsstyrelsens antibiotikaarbete	ett eget projekt, beroende på omfattningen	2020-2021	Ev. extern part som anlitas för uppdraget	Framtaget material och användningsgrad



Prioriterad åtgärd	Planerade aktiviteter	Status	Genomförda insatser	Målgrupp	Genomförande och finansiering		Tidsram	Ansvar	Indikator
					Koppling till pågående projekt	Finansieringsbehov			
21. Sprid kunskap om den svenska säsongen och inspirera kring hur olika råvaror kan odlas och användas på ett mer hälsosamt sätt.	21.1 Enkätundersökning om önskemål och kunskapsbehov kring lokal/regional mat hos restauranger och konsumenter i länet	Ej påbörjat	enkätundersökning kring restaurangernas kunskapsbehov är ännu inte genomförd.	Restauranger	Projekt hos andra parter som inte ingår i samarbetet	Finansieringsformerna har ännu inte hittats.	Hösten 2020- hösten 2021	Projektledaren	Ökad -kunskap hos restaurangerna om säsongstänk och regional mat  Genomförd undersökning
	21.2 Undersökning om önskemål och kunskapsbehov kring regional mat - målgrupp konsumenter	Klar	Attityd- och kunskapsundersökning gällande konsumenter -klar	konsumenter	Folkhälso-proj. Ev. fortsättning på LRF:s "Jag bryr mig"-kampanj	Marknadsföring och genomförande via medel från livsmedelsstrategin	Våren 2020	Projektledaren	Ökad konsument-kunskap om säsongstänk regional mat
	21.3 Involvera butiker och restauranger i att kommunicera säsongstänk i gemensam kampanj.	Ej påbörjat		Restauranger och livsmedelsbutiker	Smålands Turism Måltidsprogrammet		Våren 2021	Projektledaren	Fler butiker och restauranger som erbjuder och använder livsmedel från närområdet.