



Europeiska jordbruksfonden för
landsbygdsutveckling: Europa
investerar i landsbygdsområden



Vägen TILL marknaden

En förstudie om förutsättningarna för lokalt och medvetet
producerade livsmedel inom Ystad-Österlenregionen

Juni 2012

NÄRPRODUCERAT YSTAD-ÖSTERLEN

Det här är kort en sammanfattning av Leaderprojektet *Förstudie Närproducerat Ystad-Österlen*. Syftet har varit att kartlägga förutsättningarna för den lokalt och medvetet producerade maten på en regional marknad.

Den närproducerade maten står i ramp-ljuset. Aldrig förr har så stora förhoppningar vilat på de gröna näringarna som nu. Det är landsbygden, upplevelserna och maten som är Sveriges framtid och det är många som vill vara med och visa vägen.

Vår förstudie har varit en kapplöpning med utvecklingen och alla de projekt som drivs för att stimulera de gröna näringarna. Vi har lärt oss en hel del som vi hoppas vi kan förmedla. Denna broschyr är en kortfattad presentation av vad vi kommit fram till. Hela rapporten finns att hämta på projektets hemsida.

Syftet med förstudien är att kartlägga och förstå, men också att föreslå åtgärder och projekt som kan skapa konkret och direkt nytta för de som arbetar med främst småskalig livsmedelsproduktion inom Ystad-Österlenregionen. Rapporten inleds med ett avsnitt som beskriver omvärlden, intressenterna, marknaden i stort och vilka förutsättning som påverkar de gröna näringarnas framtid - där livsmedelsproduktionen är en av de tyngsta grenarna. Sista delen är mer inriktad på rekommendationer, avgränsningar och åtgärdsförslag.

Dagens mantra är samverkan, samordning och kunskapsutbyte och det är också ditåt

våra slutsatser pekar. För att skapa sann utveckling behövs effektivare och mer lönsamma företag, och för att överleva som liten företagare krävs samarbete med andra. Konkurrensen kommer inte i första hand från granngården utan ifrån en global, prisfokuserad livsmedelsindustri som slagit undan benen för en mångfacetterad och bärkraftig lokal marknad.

Det här projektet har försökt ta till vara på de slutsatser som redan dragits av andra och kompletterat med åsikter och behov i vår egen region. I vissa fall är slutsatserna motstridiga, i de flesta fall stämmer de dock överens.

Vår målsättning har varit att hitta en sund och framgångsrik väg framåt för den lokalt och medvetet producerade maten, och vi känner att vi är en god bit på väg.

Vi vill också passa på att tacka alla engagerade företagare som avsatt sin dyrbara tid till att hjälpa oss i projektet.

Eva Norrsell
Ordf Regional Matkultur Skåne

Petter Gustafson
Projektledare



HUR SKAPAR VI UTVECKLING

De senaste åren har tusentals projekt och undersökningar genomförts kring den småskaliga livsmedelsproduktionen. Många företagare tycker att det är bortkastade pengar och allt mer fokus läggs nu på att nå längre ut i verksamheterna. Konkreta åtgärder som sänkt restaurangmoms, sänkta slaktavgifter och förenklad upphandling ger resultat samtidigt som högre krav ställs på de projekt som startas.

Vi som har genomfört den här studien vill se fler innovativa, bärkraftiga och framgångsrika livsmedelsföretag i sydöstra Skåne. Här finns redan många men det finns plats för fler. Vi vet att efterfrågan på lokalt och medvetet producerade livsmedel ökar, att allt fler kanaler till marknaden öppnar sig och att konsumenten är beredd att betala lite mer för varor där de känner till ursprunget. Samtidigt tror vi att näringen måste få växa och utvecklas på eget initiativ, sina egna villkor och i en hållbar takt.

Här är några av de slutsatser och rekommendationer vi utgår ifrån i våra förslag på projekt och åtgärder:

Entreprenördriven utveckling

Målsättningen måste vara att näringen själv utvecklar lösningar och affärsidéer som fyller de behov som marknaden har. Detta gäller inte minst för t ex marknadsförings- och distributionsprojekt av småskaliga och närproducerade livsmedel som sällan blir bärkraftiga när de drivs i projektform. Det är också stor risk att offentligt finansierade projekt fokuserar på problemområden där privata initiativ hade kunnat finna en marknad, t ex inom rådgivning till småskaliga

livsmedelsproducenter eller hemsidor som presenterar olika närproducerade produkter.

Utbud och volym

De flesta verkar överens om att det behövs både fler produkter och större volymer för att möta en ökad efterfrågan på närproducerade livsmedel, både småskaliga och rationellt producerade. Samtidigt måste utvecklingen vara balanserad och ske på producenternas och marknadens villkor för att bli långsiktigt bärkraftig.

Kunskapsutbyte

Låt företagare lära sig av andra företagare. Fokusera på att lära av andras misstag och försök inte kopiera andras framgång. Skapa förutsättningar för de verksamma i näringen att träffas och utbyta erfarenheter samt att skapa affärssamarbeten och strategiska allianser.

Samarbete

Inom både råvaruproduktion och förädling behövs både volymökning och fler unika mervärdesprodukter för att möta en ökad efterfrågan, men det är svårt att satsa om inte verksamheten är tillräckligt lönsam. Samarbete mellan företagare är ett framgångsrikt sätt att effektivisera, skapa leveranssäkerhet, förbättra lönsamhet och

konkurrenskraft. Det går inte att tvinga fram bra samarbeten men det är möjligt att inspirera till och skapa förutsättningar för dem.

Regional resurssamordning

Det krävs ökad samordning och samverkan mellan de organisationer och myndigheter som har till uppgift att stödja näringen. I Skåne finns Producentgruppen med representanter från bland annat LRF, Hushållningssällskapet, Smakplats Skåne, Regional Matkultur Skåne och Skånes Livsmedelsakademi. Det samarbetet är en bra plattform för en

övergripande skånsk strategi, gärna i samarbete med Leaderområdena i Skåne.

Gemensam utveckling

Utnyttja de etablerade nätverken och organisationerna för projekt och åtgärder som inte har en naturlig ägare i näringslivet. Samtidigt är det viktigt med transparens och samarbete mellan organisationerna så att inte nyttan begränsas till de egna medlemmarna. Projekt bör alltid utformas och genomföras med stort inflytande av företagarna själva.



Idéer för framtiden

Målsättningen med denna förstudie är att presentera ett antal förslag som förbättrar förutsättningarna för närproducerade livsmedel från Ystad-Österlenregionen att nå en regional marknad. Vår förhoppning är att dessa idéer finner grogrund och slår rot nu när förstudien är avslutad. Är du intresserad av att gå vidare med något av följande förslag är du välkommen att kontakta oss i projektgruppen för en diskussion.

Här beskriver vi i korthet de förslag som presenteras i förstudierapporten.

Sälj där kunderna finns

Att få ut mer lokala produkter i butikerna skulle snabbt kunna få stor effekt på tillgängligheten. Det känns också angeläget att fler producenter ser butikerna som en möjlighet till exponering och merförsäljning.

Flera butikcherfer inom Ystad-Österlen-regionen arbetar aktivt med att få in mer närproducerat i sortimentet, vi vill att de blir fler och att det blir enklare för både producenterna och handlarna. Genom att fortsätta etablera t ex butikskonceptet "Smaka på Skåne - närproducerat och noga utvalt" i sydöstra Skåne så öppnas åtminstone en ny kanal ut i dagligvaruhandeln. Ett 40-tal skånska butiker är idag anslutna och arbetar med konceptet, varav tre i sydöstra Skåne.

Kunden i fokus - att känna sin marknad

Ett vanligt problem är att livsmedelsproducenter inte känner sina kunder och inte har

någon erfarenhet av marknadsföring och försäljning. Utan förståelse för konsumenternas behov och önskemål är det svårt att leverera rätt produkter och utveckla sitt varumärke med rätt kärnvärden. Det råder ingen brist på kompetens inom detta område men en producent har oftast varken erfarenhet eller resurser att anlita konsulter, även om det kanske hade varit den bästa lösningen.

Det finns dock ganska goda förutsättningar att söka utvecklingsstöd via t ex Jordbruksverket eller få hjälp via t ex Smakplats Skåne. I förlängningen tror vi dock att den här typen av tjänster inte ska subventioneras eftersom det skapar indirekt konkurrens med det privata näringslivet.

Kanske konsultcheckar är en lösning, det har fungerat i andra sammanhang.

Österlenboxen

Det finns många exempel på framgångsrika varulådor och prenumerationstjänster. Gröna Gårdar, Mossagården och Årstiderna är några. Ett sydostskånskt koncept där flera producenter samverkar skulle fylla en funk-

tion. Då kan man få variation över året och en intressant mix av produkter. Här har man ju också möjlighet att arbeta med förbeställning och direktkontakt mellan producent och konsument. Distributionen kan lösas genom utlämningsställen i huvudorterna eller en lokal grossist eller distributör.

Torghandel

Det finns utrymme för en mer livlig torghandel i Ystad-Österlenregionen, det är också ett bra sätt för producenterna att möta och lära känna nya konsumenter. Under förutsättning att man inte konkurrerar ut befintliga torghandlare skulle ett mer genomarbetat torghandelsprojekt kunna bli en etablerad marknadsplats för närproducerade livsmedel. En lösning hade varit en ambulering matmarknad med fast veckoschema under högsäsong. Det har funkat på andra ställen.

Logistik och distribution

Smarta distributionslösningar är efterfrågade och flera nya initiativ har varit framgångsrika, t ex Bondens Skafferi. Varje företag har sina unika behov av transportlösningar och vi tror inte det finns en universallösning som kommer att lösa alla logistikproblem. En väg är att utnyttja befintliga distributionsresurser bättre än idag och skapa förutsättningar för samarbeten producenter emellan så att de kan investera i miljövänligare, anpassade och resurseffektiva fordon.

Kommunernas stora satsning på samordnad varudistribution i Ystad-Österlenregionen är

ett viktigt projekt. Förhoppningsvis kommer det att öppna upp för fler distributionstjänster även på den privata sidan.

Kunskapsutbyte och kontaktytor

Att möta och skapa relationer med sina kollegor, kunder och leverantörer är viktigt - det vet vi. Ett förslag är ett permanent, skånskt, affärsfokuserat forum för kunskapsutbyte och kontaktskapande - från primärproducent och förädlare till försäljningsstället, t ex butik och restaurang. Det kan vara en mässa eller konferens kring småskalig livsmedelsproduktion, gärna med specialiserade undertema/workshops och gärna i kombination med ett befintligt etablerat evenemang. Detta kan vara ett bra uppgift för Producentgruppen som skulle gagnas av ett konkret uppdrag. Detta forum kunde också ha sina geografiska undergrupper, kanske uppdelade efter Leaderområdena, där man arbetar mer fokuserat med t ex entreprenörsdrivna samverkansprojekt i respektive region.

Entreprenörskap och affärsutveckling

Ett lokalt projekt som fått positiva omdömen är Tillväxtskolan, ett initiativ från Sparbanken Syd och Ystad kommun. Tillväxtskolan är en specialanpassad utbildning riktad mot etablerade små och medelstora företag, 2-50 anställda, som vill växa och bli mer lönsamma.

Ett förslag är en liknande satsning riktad till livsmedelsföretag.



Producentsamverkan

Det finns många goda exempel på att samarbete lönar sig. Gröna Lammet, Äppelriket och Bondens Bästa är bara några lokala exempel. Samverkansprojekt brukar omfatta gemensamma investeringar, utveckling, personalresurser, försäljning, marknadsföring och distribution.

De bästa samarbetena är de som byggs upp på företagarnas egna initiativ. Det är viktigt att om möjligt stödja de formationer som uppstår, inte minst med finansieringsmöjligheter och rådgivning kring t ex utvecklingsstöd för samverkansprojekt.

Här skulle Leader Ystad-Österlenregionen kunna fylla en viktig roll genom att stödja små, konkreta samverkansinitiativ där man ser att det ökar konkurrenskraften för små företag inom regionen.

Konsumentpåverkan

En viktig del av den närproducerade maten är förstås närheten och relationerna mellan producent och konsument. Att förändra konsumentbeteende är dyrt och går långsamt. Kanske är det något för t ex kommunerna att arbeta för i samband med att allt fler lokala produkter används i de offentliga köken. Det kunde också vara en uppgift för en producentförening att tag i.

Konsumentförening

Engagemanget är stort hos konsumenterna, det vet vi. Många vill ha tydligare märkning av ursprung och klimatpåverkan, konsumenten upplever det som viktigt att stödja lokal livsmedelsproduktion och man vill se mer bra råvaror i butiker, skola och äldrevården. Kanske är det konsumenterna som ska organisera sig för göra sin röst hörd, ställa krav och driva utvecklingen framåt.

VILL DU VETA MER?

Vill du läsa förstudierapporten i sin helhet finns den att ladda ner på projektets hemsida. Här kan du också kommentera och diskutera de olika förslag som finns med i rapporten, eller komma med synpunkter på projektet. Här hittar du också mycket av det researchmaterial vi tagit del av och rapporter från de aktiviteter vi genomfört.

Projektets hemsida hittar du på: www.matlogik.se/rms



Föreningen *Regional Matkultur Skåne* vill främja utvecklingen av lokal och regional mat. Vi stöder en ökad produktion och användning av regional mat som ett sätt att utveckla det småskaliga affärslivet och turismen. Medlemskap i nätverket är en garanti för att produkten eller måltiden har sitt ursprung i regionen och är typisk för trakten.

www.culinary-heritage.com