

Sammanställning av tankesmedjor för Leader och satsningen Sverige det nya matlandet

Inledning

Kan Sveriges 63 Leader-grupper vara ett effektivt verktyg i satsningen på att göra Sverige till Europas främsta matland? För att gemensamt diskutera möjligheter, hinder och Leaders roll i sammanhanget arrangerade Landsbygdsnätverket en tankesmedja den 1-2 december. Upplägget utgjordes av att en arbetsgrupp formulerade frågor och diskuterade upplägget, och genomförde fyra telefonkonferenser med sammanlagt ett 30-tal deltagare. Mötena dokumenterades, deltagarna fick ge respons på minnesanteckningarna och materialet sammanställdes, analyserades och diskuterades i arbetsgruppen

På ett övergripande plan lyser möjligheterna igenom i smedjan, och engagemanget för Leader som verktyg för att förverkliga denna vision. Samtidigt finns en viss osäkerhet om vilken acceptans och legitimitet Leader har inom verket och på departementen. Ser man Leader som ett möjligt verktyg för den typ av satsning som MatSverige är eller ser man Leader som något övergående? Parallellt uttrycks en försiktighet kring vilken roll man på kort och lång sikt kan och bör ta på sig lokalt/regionalt.

Samtidigt redovisas en frustration över situationen som sådan. Både på producentsidan och på konsumentensidan har utvecklingen under lång tid gynnat centralisering både av produktion, förädling och distribution. Satsningar på mer lokala produkter och råvaror har ofta missgynnats av denna struktur. Såväl statens som näringsens åtgärder har drivit fram en storleksrationalisering där de småskaliga strukturerna slagits sönder till förmån för mer industriell och storskalig tillverkning och distribution. Denna situation betraktas nu som ett hinder för lokal matidentitet och högklassiga nischprodukter inom mat. Upphandlingsreglerna påpekas ofta också vara ett hinder för att handla från lokala, och därmed ofta mindre, leverantörer. När det gäller mat på offentliga institutioner är detta ofta den stora stöttestenen. Det finns enligt deltagarna en viss motsägelse i statliga och gemensamma europeiska satsningar på lokal ekonomi och lokal förädling samtidigt som regler utformade och tillämpade av samma institutioner gör det svårare just för att utveckla en lokal ekonomi och en mer lokalt baserad förädlingsindustri. Man kan också välja att tolka detta som en spårändring i politiken och en pånyttfödelse av det lokals betydelse för utvecklingen.

Enligt deltagarna i smedjan är Leader både en struktur och en bra metod för att möjliggöra offentligt stöd till lokala initiativ på bred front. Metoden ger, genom sitt lokala sektorsövergripande ägarskap, bättre förutsättningar för långsiktiga resultat än enskilda projekt- eller företagsstöd. Projekt inom Leader hålls samman av LAG och resultaten kan därmed förvaltas bättre över tid. Genom sitt breda nätverk i olika branscher (turism, lantbruk, förädling) och förankring i såväl offentlig, privat som ideell sektor har man också möjligheter att vara den mötesplats där utvecklingsamarbete diskuteras och prövas.

Skall detta realiseras krävs enligt deltagarna att Leader får möjlighet att arbeta med en bred palett av verktyg, där vissa typer av företagsstöd är en viktig sådan del. Många företag vill inte driva projekt, de arbetar hellre tillsammans i lokala konstellationer mot konkreta mål, men inte med projektfinansiering och vidhängande administration, och inte heller gärna i nationella projekt som inte ger direkt nytta vare sig i det egna företaget eller i det egna lokalsamhället. Därför skulle LAG kunna agera som projektägare på lokal och regional nivå, möjligen också på nationell nivå, t ex kring samverkan kring produktutveckling, utveckling av lokala/regionala varumärken och innovativa logistiklösningar för att knyta ihop många små lokala producenter. I det sistnämnda ligger också en möjlighet att skapa en större leveranssäkerhet som också möjliggör export.

Genom det nationella nätverket kan också idé- och erfarenhetsutbyte ske som grund för idé och metodutveckling. Genom tillgång till såväl horisontella som vertikala kanaler för information kan Leader också snabbt agera för att sprida information om problem och möjligheter som identifieras på olika nivåer, och förmedla metoder för det lokala utvecklingsarbetet som visar sig fungera.

Flera synpunkter och idéer var gemensamma i de flesta tankekedjorna. I diskussionen var det också tydligt att man såg fler möjligheter än problem, samt att problemen (utmaningarna) såväl som möjligheterna finns både på lokal, regional och nationell nivå. De olika förslagen som identifierades kan samlas under fyra rubriker.

1. Positiv syn på möjligheter att göra Sverige till ett bättre matland
2. Behov att förstärka och förtydliga efterfrågan av mat med lokal identitet
3. Behov av åtgärder för ett ökat utbud av mat med lokal identitet
4. Leaders specifika roll för utveckling av matlandet Sverige

I det följande presenteras ett antal citat och synteser från smedjorna grupperade efter dessa rubriker.

Många möjligheter till att göra Sverige till ett bättre matland

- Det finns ett stort och växande intresse från konsumenterna att hitta lokalt producerade livsmedel i sina ordinarie butiker. Tidigare projekt har fått arbeta hårt för att få in sina varor, nu är det mer av öppna dörrar.
- Måltidsturism går att utveckla mkt mer – Culinary Heritage etc... I den starkt växande turismnäringen måste matupplevelser ingå som en central del och samarbeten mellan turismentreprenörer och matproducenter är ett måste
- Exportsatsningar: småskalig mat i storskaliga koncept efterfrågas, där svenska småskaliga livsmedelsproducenter skulle kunna marknadsföras under gemensamma varumärken.

Förstärka och förtydliga efterfrågan

Under denna rubrik kommer frågor om attitydförändring och kompetensutveckling upp i olika former:

- Leader har genom sin struktur en ”naturlig ingång” till kommunerna, och då kanske även möjlighet att arbeta nära de offentliga upphandlarna. Förändrade upphandlingsregler och/eller bättre kunskap om hur de kan tillämpas ses som en viktig del av arbetet
- Svensk lokal mat i alla offentliga kök ses som en viktig väg för att både lyfta produktionen och för att påverka opinionen i en riktning mot mer lokal mat på borden, även i hemmen.

Som nämnts ovan anser många att upphandlingsregler ofta anges som skäl för att inte offentlig mat inhandlas lokalt. Här behövs goda exempel för att visa på möjligheter att upphandla lokalt inom gällande regler.

- Påverkan på konsumenten, såväl unga som gamla, genom utbildning. Dock finns konsumenten i stan och producenten på landsbygden, vilket gör samverkansprojekt mellan stad och land till en viktig strategi. Kurser i matlagning gärna med lokala råvaror är en väg.
- Matlagningskurser för att återerövra gammal kunskap och känsla för mat, kurser för butikspersonal mm.
- Större event som ger möjligheter att skapa ett tryck lokalt?
- Matresor i samarbete med besöksnäringen

Åtgärder för ett ökat utbud

- Det finns många lokala producenter och förädlare av högkvalitativa livsmedel men brist på samordning av dem med en logistik som garanterar uthålliga leveranser.
- Bristande samverkan mellan mindre aktörer kan lösas genom t ex lokala ekonomiska föreningar mellan företag eller ideella föreningar av typen akademier med brett deltagande från olika branscher men med gemensamt mål att utveckla Matlands-tankens konkret. Leaders breda nätverk ger goda möjligheter att initiera sådana nätverk.
- Betydelsen av förädlingskök lyfts ofta, där innovativa idéer kan prövas, men även vikten av att hjälpa företag att gå från det alltför hantverksmässiga till mer rationell produktion. Företag i samverkan kan söka medel för denna typ av verksamhet.
- Logistik är ett problem och det behöver arbetas på flera olika plan, lokalt, regionalt och nationellt, via egna nya kanaler, i nära samarbete med besöksnäringen, och via befintlig detaljhandel t ex ICA. Innovativa lösningar på distributionscentraler?
- Viktigt bryta sig ur den anonyma produktionen, beroendet av den stora kooperationen lett till att "Falukorven känns inte längre som min"
- En liten producent har svårt att klara hela kedjan, skall sälja alla styckningsdetaljer av kött inte bara filén. Det är svårt att garantera "helheten". Samverkan behövs.
- Gemensamma distributionscentraler eller logistiksamarbete.
- Man behöver inte samverka i en ekonomisk förening men kan komplettera varandra ändå.
- Nya andelsslakterier och nya små Lantmän.

Leaders roll för utveckling av matlandet Sverige

Tron på Leader som aktör för en utveckling av matlandet Sverige är som synes stark. Man är dock orolig för att Leader "drunknar" när stora aktörer lanserar mångmiljonprojekt med mat som tema". Var tror man då att Leader kan göra mest nytta? Det största hindret som deltagarna redovisade för att Leader ska kunna vara riktigt framgångsrika är frågan om möjligheten att ge företagsstöd:

"Möjlighet att ge företagsstöd, om än så med små summor, skulle underlätta för Leader att bli den katalysator och mobiliserande kraft man vill vara. Idag är det inte roligt att gå ut och mobilisera i bygderna för systemet är så krångligt. Man känner att man bjuder in med armbågen. Jag skulle vilja att vi inom

Leader också fick driva företagsstödet, få en bredare palett av verktyg till vårt förfogande i det lokala utvecklingsarbetet. Då skulle vi kunna bli en verklig kraft. Det är, svårt att producenterna inte direkt kan få del av stödet, det känns som de trösklar runt i projekt som inte gagnar dem. Som producent får man bara investera en massa tid. Som producent är jag trött på det alltid är jag som ska "kompetensutvecklas", konsulter får pengar i fickan, inte jag, och jag är inte ensam om detta. I projektsvängen känns det som om vi finansierar en massa organisationer och deras medarbetare så verkansgraden blir väldigt låg. Vi borde ha sånt som blev mer hands-on."

I övrigt har man pekat på Leaders möjligheter nationellt, regionalt och lokalt:

Arbetet nationellt

- Leaders konkurrensfördel är det nationella nätverket och möjligheterna till snabba kontakter, t ex genom tematiska projekt (istf geografiska)
- Informationsspridning och erfarenhetsutbyte: Vi måste veta vad som pågår i Leaderområdena som rör mat. Medverka till en samlad bild av lokal matproduktion. Kontakt med Eldrimner och andra aktörer är här nödvändigt etc.
- Vi måste hitta ett forum för att på ett bra sätt dela med oss av goda erfarenheter och goda exempel. De behövs på flera olika plan och nivåer.
- I nationella tematiska projekt kan idéutbytet realiseras och konkretiseras i nytta för lokala aktörer. Leader skulle på nationell nivå kunna utveckla och sprida arbetsformer för seminarier, utbildningar mm som man vet fungerar!
- Regelverket för småskalig produktion och servering uppfattas som hämmande för utvecklingen och man påtalar möjligheten att Leader med exempel kan göra en central uppvaktning och påvisa byråkratiskt krångel.

Arbetet regionalt

- Leader kan vara den katalysator som knyter ihop produktion med besöksnäringen, men många vill vara "paraply" så man behöver gå varsamt fram i den lokala kontexten.
- "Småskalighet i stor skala" – ett kännetecken för Leader?
- Leader: underifrån, nätverk, enkelhet och handfasta åtgärder. Metoden säkrar god förankring och större förutsättningar för långsiktighet.
- Tillämpningen av regelverket – genom utbyte på nationell nivå kan vi skaffa oss kunskap om tillämpningen i olika delar av landet så att den kan bli mer lika

Arbetet lokalt

- Leaders roll är att arbeta lokalt för att skapa kontakter och samarbeten mellan små producenter och kontakter mellan dem och de lokala konsumenterna. Vi skall koppla ihop producenter med restauranger och lokalbefolkning.
- "Jag skulle vilja att vi inom Leader också fick driva företagsstödet, få en bredare palett av verktyg till vårt förfogande i det lokala utvecklingsarbetet. Då skulle vi kunna bli en verklig kraft."
- Generationsproblematiken med många äldre livsmedelsproducenter – kan Leader hjälpa till att överbrygga detta?

Fortsatta aktiviteter

För att Leadergrupperna skall kunna göra ett bra arbete och på ett tydligt sätt bidra till att visionen om Sverige som det nya matlandet skall bli verklighet måste man fortsätta och utveckla samarbetet mellan grupperna både regionalt och nationellt.

- Denna rapport från tankesmedjorna kommer att spridas till alla deltagare men också till alla Leadergrupper, även till dem som inte hade möjlighet att delta i tankesmedjorna.
- Den 18 januari ordnas ytterligare ett telefonmöte för intresserade deltagare i tankesmedjorna för att diskutera förslag till gemensamma aktiviteter.
- Ett möte med Jordbruksdepartementet arrangeras så snart som möjligt efter nyår för att presentera förslag till gemensamma Leaderaktiviteter som delar av visionen om matlandet.
- På längre sikt diskuterades en kampanj i still med Jobbtåget med en nationell tågresa med utställningar, matlagningsverkstad, restaurangvagn med lokala rätter, seminarier etc. Till detta fogas lokala aktiviteter vid varje station som besöks.
- Ett nära samarbete med Team Företagande (som också deltog i denna virtuella tankesmedja) ses som en viktig möjlighet framöver.

