

Sverige – det nya matlandet

Vårmöte 12 -13 april 1011

Christina Nordin

Landsbygdsdepartementet



Sverige – det nya matlandet

- Sverige – det nya matlandet är en vision för fler jobb i hela landet. Det uppnår vi genom att satsa på det som vi är bra på: god mat och upplevelser.
- Mat i kombination med natur, kultur, upplevelser och turism.
- Fast bredare.....

Bakgrund - turism

- Turistnäringens totala omsättning 244 mrdkr
- Måltider utanför boendet 17% , ca 40,8 mrdkr
- Handel med livsmedel 25,8 mrdkr

- **Svenskarnas turistkonsumtion i Sverige har ökat med 33% sedan år 2000**
- **Turistnäringens exportvärde har ökat med 100% under samma period**
- **Turistnäringen är arbetskraftsintensiv, 26 500 nya heltidsjobb från 2000 till 2008**

Undersökning av Synovate 2008

- 80% ser mat och upplevelser genom mat som en viktig del av semestern
- 3 av 4 tycker att en matupplevelse på landsbygden kan vara ett semester mål i sig

Men:

Knappt hälften tycker att utbudet på landsbygden är bra idag.

Styrkor

- Långa sommarkvällar gör frukt och grönsaker smakrika
- Kallt klimat gör att grödorna växer långsammare
- Världens bästa skaldjur på västkusten
- Kommit långt i djurskydd och miljötänkade
- Unika råvaror, t.ex. vilt, bär och svamp
- Fantastiskt natur
- Kockar i världsklass
- Öppenhet för det nya – utvecklar mat och måltiden

Kort historik

1. Våren 2008 lanserades visionen
 - Mycket stort gensvar!
2. Dialog, workshops, konferenser m.m.
 - Handlingsplan nr 1 med mål och aktiviteter!
3. Genomförande av handlingsplanen
 - Stort som smått!
4. Sommaren 2010 – Handlingsplan 2

Fem fokusområden

- Med aktiviteter och mål



Primärproduktion

→ En stark och konkurrenskraftig primärproduktion är en förutsättning för att visionen ska bli verklighet!

Förädlad mat

- Livsmedelsföretag i framkant vad gäller att utveckla nya förädlade, innovativa och klimatsmarta livsmedel som stämmer överens med konsumenternas efterfrågan är en förutsättning för att visionen ska bli verklighet!

Offentlig mat

→ Visionen bygger på att vi alla känner stolthet för vår mat och uppskattar måltiden. Då är den goda offentliga måltiden en förutsättning för att visionen ska bli verklighet!

Matturism

→ Att nyttja den stora potential som finns i att utveckla mat i kombination med turism och upplevelser är en förutsättning för att visionen ska bli verklighet!

Restaurang

→ Bra restauranger är ett skyltfönster för Sverige – det nya matlandet. Och bra skyltfönster är en förutsättning för att visionen ska bli verklighet!

Regeringens verktyg

- Landsbygdsprogrammet
- Livsmedelsstrategin/En konkurrenskraftig livsmedelssektor
 - bl.a. exportfrämjande, innovation, logistik, mat med mervärden, kompetensutveckling
- Livsmedelsverket
 - bl.a. offentlig mat och livsmedelskontroll

Verktyg forts.

- Fiskeprogrammet
- Regelförenkling
- Kommunikationsstrategi
- Integrerar matlandet i allt arbete på L-dep

Kommunikationsstrategin – uppdraget

- Ta fram en kommunikationsstrategi och en plattform
- Samordna berörda aktörer, kanaler och budskap
- Sprida kunskap om visionen till olika målgrupper
- Utveckla verktyg som grafisk profil och webbplats
- Bidra till att marknadsföra svensk mat och svenska måltidsupplevelser

Genomförandets organisation

- Intern arbetsgrupp i Landsbyggsdepartementet
- Samarbetsgrupp inom RK med berörda departement
- Kontaktgrupp myndigheter
- Ministerns regionala matlandetambassadörer
- Ministerns Expertråd
- Årlig matlandetkonferens på Öland

Livsmedelskontrollen viktig!

- Extra medel fr.o.m. 1011
- Varför?

- **Kontrollhandböcker för att underlätta för inspektörerna**
- **Specialiseringsutbildningar för inspektioner av mer komplicerade verksamheter**
- **Fördjupningsutbildningar på universitetsnivå**

- Nystartsutbildningar
- Fördjupningar i lagstiftningen
- Kontrollmetoder
- ”Det professionella samtalet”