

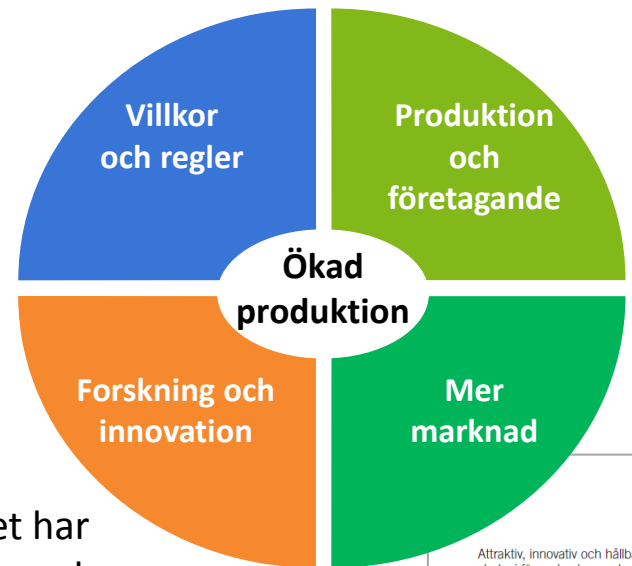


## Regional livsmedelsstrategi för Västernorrland: Workshop 1 – Omvärldsanalys



# Bakgrund

- Enligt konkurrenskraftsutredningen om jordbruks- och trädgårdsnäringens framtida konkurrenskraft (SOU 2015:15) behövs en strategi för att stärka livsmedelsproduktionens konkurrenskraft
- En modell för en sådan strategi presenteras i slutbetänkandet (se bild)
- Slutbetänkandet ([länk](#)) är nu klart och ska ligga till grund för en nationell livsmedelsstrategi
- Länsstyrelsen i Västernorrland har nu beslutat att ta fram en regional livsmedelsstrategi i samverkan med aktörer som påverkar utvecklingen inom länets livsmedelsproduktion
- Den regionala livsmedelsstrategin ska förtydliga **var** länet har störst potential att öka värdet av livsmedelsproduktionen och **hur** vi ska gå tillväga för att ta tillvara den potentialen
- En ökad livsmedelsproduktion kommer att bidra till en positiv utveckling för hela Västernorrland med fler företag och ökad sysselsättning. Målet är såväl att öka produktionen av livsmedel som att öka värdet på gårdsnivå



# Tänkbart slutresultat



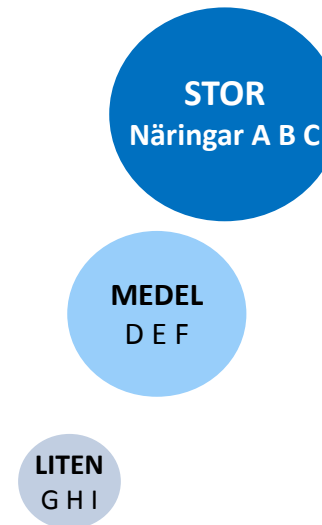
## Nulägesanalys



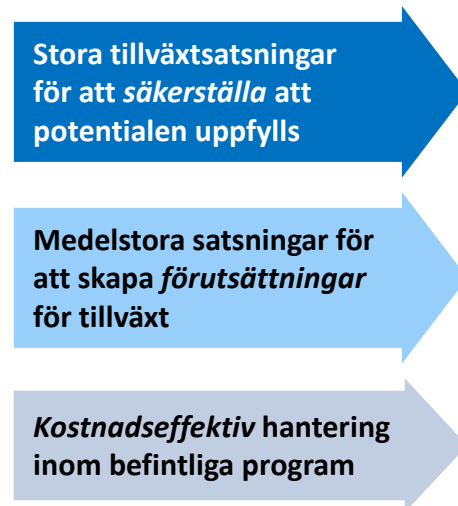
## Omvärldsanalys/Scenario



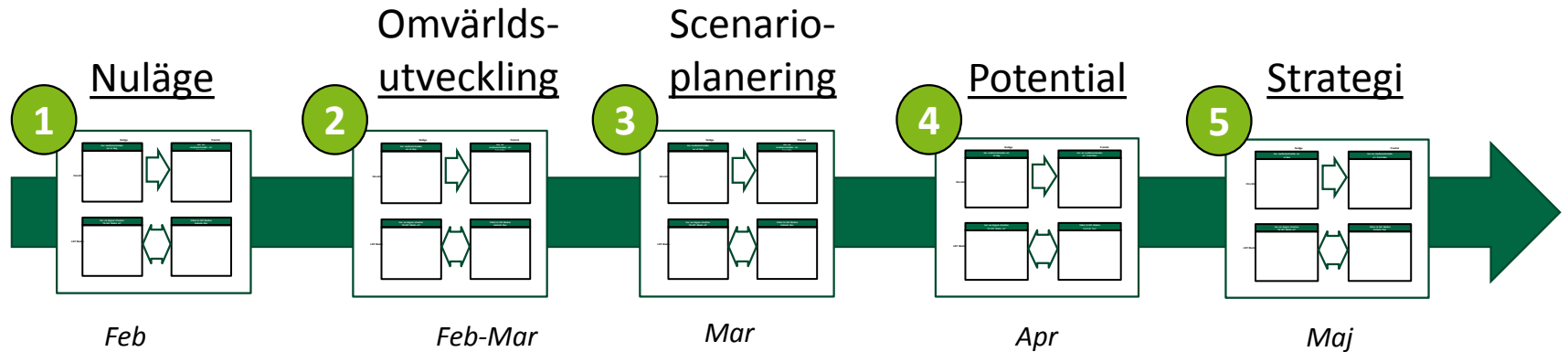
## Potential per näringsgren



## Strategi



# Process/metodik



Feb

Feb-Mar

Mar

Apr

Maj

9 Mar

30 Mar

20 Apr

18 Maj

## Vad

- Beskrivning av nuläget för det gröna näringslivet i regionen (fokuserat på matproduktion)
- Omvärldsanalys, vad händer i omvärlden och i branschen?
- Etablera ett trovärdigt scenario för framtida utveckling
- Kvantifiering av potentialen i den regionala matproduktionen
- Utformning av strategi för att förverkliga potentialen inom prioriterade näringsgrenar.

## Hur

- Macklean analyserar och summerar dagens situation utifrån befintliga underlag
- Workshop för att identifiera drivkrafter, trender och konsekvenser
- Workshop med modulär uppbyggnad av ett scenario för 2025
- Workshop och arbetsgrupper
- Arbetsgrupper förbereder förslag till struktur på strategin till workshop där strategin utformas.



*Gemensam bild av utgångsläget inför framtiden*



*Förståelse för trender och dess konsekvenser*



*Ett trovärdigt scenario att basera fortsatt arbete på*



*Kvantifierad potential både volym- och värdemässigt för respektive näringsgren*



*Tydlig strategi som tillvaratar regionens specifika förutsättningar för att maximera värdet av livsmedelsproduktionen*

## Resultat

# Deltagare i workshop 1

Organisation	Namn
Arla	Karl-Åke Karlsson
Coompanion V-norrland	Sara Friberg
Hushållningssällskapet V-norrl	Ingrid Eriksson
Höga kusten potatis	Thomas Sjödin
Landstinget V-norrl	Peter Sagebro
Lantmännen V-norrl	Elin Bergström
LRF Västernorrland	Gunilla Kjellson
LRF Västernorrland	Bengt Granqvist
LRF Västernorrland	Susanne Öberg
Länsförsäkringar V-norrl	Stig Högberg
Länsstyrelsen V-norrl	Lisa Holmer
Länsstyrelsen V-norrl	Ritha Jonsson
Matambassadör	Kerstin Kårén
Norrmejerier	Birgit Andersson
Petterssons potatislager	Ingemar Pettersson

# En nulägesanalys av Västernorrlands livsmedelsproduktion har gett följande bild

## ■ **Naturgivna förutsättningar**

- Länets natur domineras av skog och andelen åkermark minskar
- Klimatet skapar goda förutsättningar för viss produktion och sämre för annan

## ■ **Strukturella förutsättningar**

- Avstånden mellan tätort och glesbygd är långa, både fysiskt och digitalt

## ■ **Befintlig primärproduktion**

- Precis som befolkningen blir länets jordbruksföretagare färre och äldre
- Andelen heltidsjordbruk är lägre i länet än totalt i Sverige
- En majoritet av jordbruksmarken används av företag med djurhållning, främst för mjölk- och nötköttsproduktion
- Vattenbruket är starkt och länet är Sveriges näst största producent av odlad matfisk
- Goda förutsättningar finns för ekologiskt jordbruk, och länet ligger långt fram sett till andel ekologisk jordbruksmark och ekologisk djurproduktion

## ■ **Befintlig förädlingsindustri**

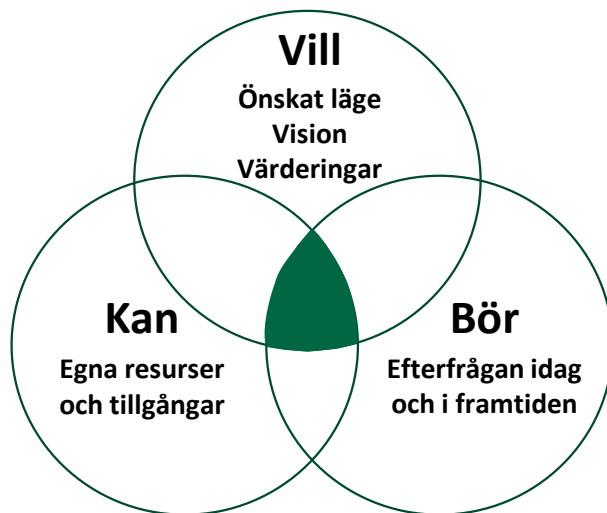
- Förädlingsindustrin domineras av kött & chark samt bageri, och de flesta företagen finns i länets östra delar





# Omvärldsutveckling – trender och konsekvenser

- Första steget är att ta fram betydelsefulla påverkande drivkrafter fram till 2025
- Drivkrafter → Trender → Konsekvenser
  - Vilka drivkrafter påverkar samhälle, kunder och branschen?
  - Vilka trender uppstår utifrån de största drivkrafterna?
  - Vilka konsekvenser uppstår i branschen utifrån de ledande trenderna till 2025?



**Vilka trender påverkar livsmedelsproduktionen till 2025?**

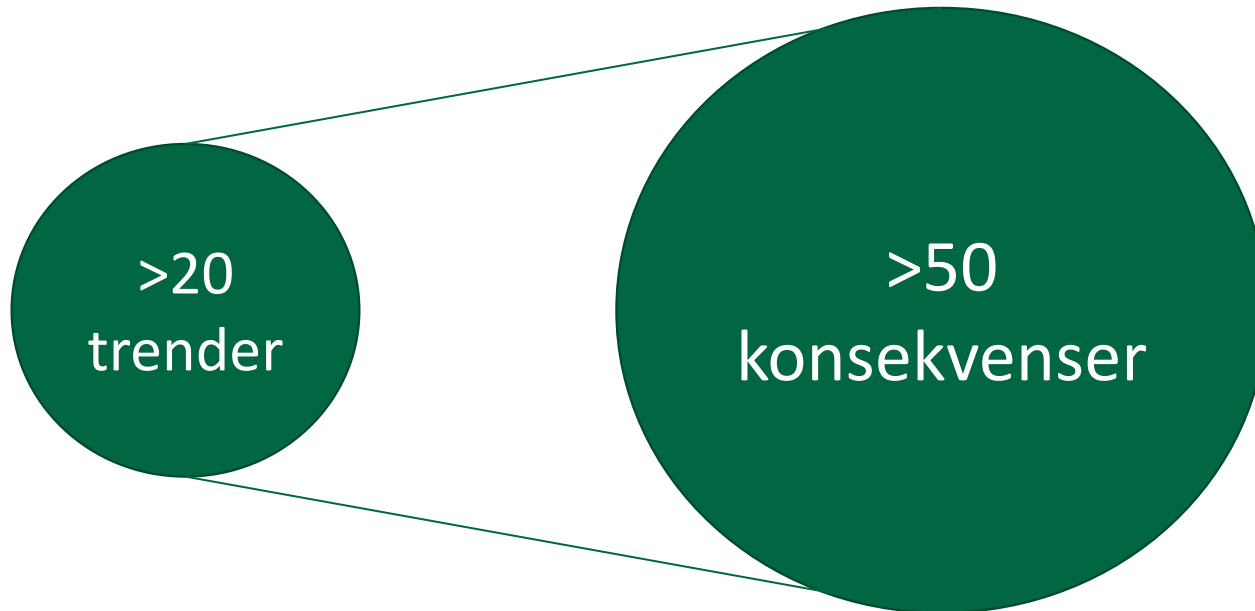


## Varför arbeta med trender?

- Trender förankrar arbetet i verkligheten – inte i våra fantasier, önskningar och förhoppningar
- Trender fokuserar på **det som är synligt idag** – inte det vi vill eller hoppas se i framtiden
- Trender minskar därigenom risken att våra önskningar får för mycket uppmärksamhet
- Trender utgör en mer ”objektiv” utgångspunkt för diskussion om framtiden vilket leder till mer användbara resultat

- En trend är en förändring i världen utanför den egna organisationen
- **En förändring som har en riktning (mer, snabbare...)**
- **En trend syns redan nu - inte något som kommer att hända**
- Trender har olika förväntade varaktighet, vissa är kortare – andra längre
  - En trend är mer långlivad än en ”fluga”

## Önskat utfall från dagens workshop



- Dokumenterade trender med förväntade konsekvenser
- Vilka av trenderna påverkar livsmedelsproduktionen starkast?

## Resultat från dagen

- Vi har gemensamt identifierat 22 tydliga trender (se nästa bild)
- Dessa 22 trender har givit upphov till ca 90 konsekvenser för livsmedelsproduktionen 2025
- Macklean kommer att sammanställa trender och konsekvenser samt gruppera dessa i lämplig struktur för att användas i vidare arbete

## Dagens arbete har resulterat i 22 trender som tros påverka livsmedelsproduktionen i regionen fram till 2025

Trend
Bönder uppmärksammas allt mer i media (dokusåpor och dokumentärer)
Den nischade matproduktionen ökar
Den totala konsumtionen ökar
Det globala välståndet ökar och nya konsumenter syns på världsmarknaden
Efterfrågan på ekologisk mat ökar än mer
Efterfrågan på lokalproducerad/närodlad mat ökar
Efterfrågan på udda styckdetaljer/mat från hela djuret ökar
Globaliseringen ökar
Hälsan blir allt viktigare (träning och kost)
Invandringen och dess matinflytande ökar
Jordbrukarna blir äldre
Konsumentens matintresse ökar (kvalitet, tillagning, ursprung)
Konsumentens medvetenhet om maten ökar (ursprung, miljö, produktionssätt)
Kraven på djurhänsyn ökar
Kraven på effektivt jordbruk ökar (produktion, logistik/transport)
Maten blir allt mer av en statussymbol
Miljökraven ökar
Moraliska diskussioner om matens miljöpåverkan blir allt vanligare (köttnormen ifrågasätts)
Polariseringen mellan billig och premium-mat ökar precis som försäljningen
Retro och återbruk ökar
Teknikanvändningen fortsätter att öka och utvecklas
Turismen i Västernorrlandsregionen ökar

# Resultatet från dagens övning är viktigt för fortsatt arbete

Nuläges-  
analys

Trender  
Konsekvenser

Global  
utveckling till  
2025

Övriga  
omvärlds-  
faktorer



GLOBAL UTVECKLING	SAMHÄLLS- UTVECKLING	KONSUMTION / PRODUKTER	MARKNADEN	PRODUKTION	MJÖLK- FÖRETAGAREN
hunger genes	sustainability	quality is the new black	show me the milk!	energetic	transparency
carry on	big brother	adaptation	more, same but different	strong nutrigo	lessons learned
they + us	old man's land	who cares?	less is more	squeeze me	stayfos

**Scenarioplanering**



