

# Årsrapport 2021

## Samverkansplattformen

I egenskap av samverkansplattform är transparens och extern kommunikation viktigt för Agro Örebro. Året som gått har varit utmanande till följd av Coronapandemin men genom att ställa om till digital kommunikation har öppenheten kunnat upprätthållas. Årets AgroMorgon har sänts digitalt via Facebook och AgroÖrebros youtubekanal. Även 2020 års AgroDag som sköts fram på grund av rådande smittläge genomfördes i digital form under januari månad. 2021 års AgroDag, som genomfördes i november, blev en semidigital version. Glädjande nog samlades runt 65 personer på plats på Berga Gård för att ta del av vad AgroÖrebro gjort under året. Sändningen finns se på <https://www.agroorebro.se/agrodagen-2/> och har visats 150 gånger.

- Hemsidan [www.agroorebro.se](http://www.agroorebro.se):
  - Genomsnitt 451 besökare/månad (2020: 400)
  - 1265 sidklick/månad (2020: 550)
  - Genomsnittlig besökstid 2 min och 8 sekunder (2020: 1 min och 23 sekunder)
- Via Facebook når Agro Örebro ca 1500 följare, vilket är en ökning från 2020.

### 2020 – 1468 följare



### 2021 – 1504 följare



## Skoglig bioekonomi, Paper Province

I egenskap av samverkansplattform deltog AgroÖrebro i workshop med Paper Province för att hitta möjliga samarbetsområden mellan Paper Province och Örebro län. I workshopen deltog AgroÖrebro, Region Örebro län, AI Impact Lab, Alfred Nobel Science Park och Paper Province. Samtliga deltagare såg gemensamma projekt och olika typer av samarbeten som en spännande utvecklingsmöjlighet. Idag är det brist på plattformar för att utveckla bioekonomin vilket hämmar entreprenörskap inom området. Genom att samla och samordna kommunikation och aktiviteter skulle utvecklingen kunna snabbas på.

Möjliga områden för samarbete skulle kunna vara:

- Logistik och utvecklingen av försörjningskedjor
- Hållbara förpackningar
- Industriellt träbyggande
- Industriell symbios/cirkulär ekonomi
- Automation av skogsavverkning
- Samarbeten mellan universitet

## Månadsrapporter

Samtliga månadsrapporter finns samlade i Bilaga 7.

## AgroMorgon

Över tid har vi noterat ett vikande intresse för konceptet AgroMorgon där antalet visningar har varierat från några hundra upp till ca 1600 med marknadsföring. Ett tydligt hopp i intresset kunde noteras i samband med att konceptet flyttades ut till en lokal livsmedelsföretagare vilket genererade 2900 visningar. Med detta i åtanke har ett nytt koncept tagits fram för att sprida information för den som är intresserad av vad som händer inom livsmedelssystemet och vad AgroÖrebro gör kopplat till detta (se På Besök).

## På besök

Konceptet "På Besök" togs fram under hösten för att utöka AgroÖrebros informationsflöde. Konceptet har fallit väl ut med ökande tittarsiffror. Del 1: Bryggerikrogen sågs av 3407 personer, del 2: 30 tum farm 3081, del 3: E-gsatronomi 3618 och del 4: LOKAL 5540 personer. Förutom att innehållet tilltalar en bred målgrupp ser vi också stora vinster i kontakten med företagen som besöks eftersom mötena ger möjlighet till nya kontaktytor och spontana samtal där många nya infallsvinklar kommer upp som vi kan ta med oss in i verksamheten.

## AgroDagen

Pandemin till trots genomfördes årets AgroDag i fysisk form vilket var uppskattat. På plats i lokalen fanns runt 65 personer och sändningen har 154 visningar. Det totala intrycket av dagen är att programmet var intressant och inspirerande men att mindre tid borde läggas på våra sponsorer och mer fokus läggas på djupdykningar i verksamheten (Bilaga 8).

## Konkurrens- och attraktionskraftsfrågor

### Ett växande Kvinnersta

Under året har utvecklingen av Kvinnerstaområdet tagit fart och AgroÖrebro är engagerade i frågan både på ett övergripande plan, hur skulle området kunna utvecklas i stort, och mer konkret i en analys av möjligheterna att bygga ett produktionsväxthus på platsen. En förstudie genomfördes under hösten på uppdrag av Örebroporten gällande förutsättningarna att etablera en växthusproduktion och vilka intressenter som skulle kunna vara intresserade av detta. I arbetet ingick att undersöka möjligheter och utmaningar i producent-, logistik- och förädlingsled samt att utreda vilka synergier i stort som skulle kunna uppstå till följd av en etablering. AgroÖrebro kan konstatera att det finns en stor vilja att utveckla området och att intresset är stort från flera håll vad gäller möjligheterna att använda mark och resurser för såväl produktion som resurs inom kunskapsbyggande, utbildning och forskning. (Bilaga 1)

### "Local foods"/MUJI

Arbetet tillsammans med MUJI, Åhléns City Stockholm, har gått in i en ny fas där AgroÖrebro ger stöd i att arrangera månatliga happenings i varuhuset. Under året har representanter för de lokala varor som säljs varit på plats och lyft fram sina produkter. Även AgroÖrebros projekt "Mer vildsvinskött i Örebro-regionen" har deltagit och serverat pasta med vildsvinsköttsfärsås, vilket var uppskattat. Det är glädjande att de lokala produkterna har fått en etablerad plats i sortimentet och att MUJI nu allt mer driver försäljningen som en ordinarie del av verksamheten. Genom satsningen har Lokal foods vuxit till 25% av matförsäljningen i butiken. Framåt fokuserar vi på att lyfta fram producenterna ytterligare för att kunderna ska en starkare relation till varorna.

## Lokalt på tallriken

Under sommaren genomfördes "200% lokalt på tallriken" i samarbete med Smaka på Västmanland. Satsningen är en del i Smaka på Västmanlands projekt Lokalt på menyn där AgroÖrebro är en

samarbetspart. Projektets mål är att minska avståndet mellan producent, restaurang och konsument/gäst samt att öka antalet producenter och stärka tillväxten för befintliga producenter genom olika insatser och aktiviteter. I Örebro deltog 8 restauranger och utfallet blev över förväntan med över 5000 sålda portioner (målet var 3000). Säsongen avslutades i samband med Matresan i Örebro län där AgroÖrebro fanns representerade på Göksholms gård och serverade haloumi-, nötkötts- och vildsvinsburgare till besökande. Satsningen har bidragit till bestående effekter i form av samarbeten mellan primärproduktion och förädling även efter avslutad kampanj. (Bilaga 2)

### Mer vildsvinskött i Örebroregionen

AgroÖrebro driver ett av tretton projektet kopplat till Jordbruksverkets utlysning "Främjande av vildsvinskött" under rubriken "Mer vildsvinskött i Örebroregionen". Projektet ska stärka och främja förutsättningarna för att marknadsföra, sälja och servera vildsvinskött. Efter projektets slut skall det finnas metoder, kanaler och modeller som på lång sikt gynnar försäljningen av köttet. Under året har projektet bidragit till att vildsvinskött säljs i lokala ICA butiker i Hallsberg och Askersund samt att fyra restauranger (som deltog i projektet Lokalt på menyn) serverade vildsvinskött under sommaren. I arbetet har AgroÖrebro även deltagit i Matresan och deltagit i Vinterfestivalen.

Smakevent "Utforska vildsvin som råvara" arrangerades tillsammans med Länsstyrelsen i Örebro och Exceptionell råvara med fokus på en provsmakning utförd av Exceptionell Råvara. På eventet samlades jägare, kockar, landsbygdsföretagare och andra möjliggörande aktörer för att utbyta perspektiv och utforska vildsvin som råvara. Syftet för dagen var att öka den gemensamma kunskapen och skapa en gemensam bild för att höja kvalitén, analysera olikheterna, förstå helheten och öka konsumtionen av svenskt vildsvinskött.

(Bilaga 3: a, b, c, d, e)

### Mat från nära håll

I dagsläget finns ingen tydlig kanal för försäljning av småskaligt och lokalt producerad mat i Örebro län. Varje delområde har sin egen lösning där t ex producenterna själva står för hela kedjan fram till konsument, lokala logistikföretag agerar mellanhand mellan producent och kund samt e-handelsföretag med distributionslösningar hem till kund. Traditionellt har stuprören inte varit ett hinder för företagandet, men med den generationsväxling som är på gång inom primärproduktionen och den småskaliga livsmedelsförädlingen väcks nya behov och krav på nya lösningar som kan effektivisera och möjliggöra nya affärsmodeller och lösningar för att nå ut med sina produkter.

En ansökan om att arbeta med frågan lämnades in till Jordbruksverket i utlysningen "Geografiska varumärken" under hösten och projektet kommer att få ett formellt beviljande under första kvartalet 2022. Planering och formering inom projektet har påbörjats med tillsättande av roller och konkurrensutsättning av inköpt tjänst. (Bilaga 6)

## Komptenskräftsfrågor

### ESF: Grön kompetens - livsmedel

Projektet startade 20200701 och pågår fram till 20221231. Målet är att hitta modeller för hur personer som står långt ifrån arbetsmarknaden och som har erfarenheter och kunskaper som matchar kompetensbehovet inom livsmedelsproduktionen kan slussas genom de strukturer som finns idag utan att fastna i systemet. Resultatet ska efter avslutat projekt kunna implementeras i ordinarie verksamheter och under projektets genomförande testas och utvecklas metod och utbildningsalternativ för att nå så god matchning som möjligt mot branschens behov.

Under året har en första utbildningsomgång genomförts (mars-oktober) med 15 deltagare. Under utbildningen försvann två deltagare, en till anställning och en gick tillbaka till SFI. Av de tretton som fullgjorde utbildningen har fem gått vidare till arbete och tre planerar att starta eget inom området och har därför slussats vidare till startcentrum för att få stöd i detta. Två deltagare kunde konstatera att livsmedelsproduktionen inte var det område de kunde tänka sig att arbeta med och tre söker idag arbete i branschen.

Under november startades utbildningsomgång två. I denna omgång är deltagarantalet lägre, totalt åtta, och fler har svenska som modersmål. Under utbildningsomgång ett var språket en utmaning då majoriteten hade arabiska eller persiska som modersmål varför det var viktigt med en flerspråkig lärare. I början av utbildningsomgång i hade vi inte heller klart med ett språkstöd vilket gjorde lärarens språkkunskap ännu viktigare. Inför utbildningsomgång två förändrades förutsättningarna avsevärt både språkmässigt och behovsmässigt. Vid starten fanns också ett språkstöd på plats för arabisktalande deltagare. Detta medförde att en ny lärare anställdes utifrån de nya behoven och deltagarkonstellationen, något som i dagsläget verkar falla väl ut. Utbildningsomgång två avslutas i början av juni, vilket kommer att vara en bra tid i förhållande till säsong, för deltagarna att komma ut i arbetslivet och öka möjligheterna till anställning.

### Naturbruksutbildning med inriktning Lantbruk

Arbetet med "Framtidstro för Naturbruksutbildningen" startades upp under 2020 och har lett till att inriktning lantbruk återstartade ht 21. AgroÖrebro ingår i det programråd som finns kopplat till utbildningen och det blir spännande att se hur det nya upplägget och förläggningen av gymnasiegemensamma kurser till Karolinska gymnasiet kommer att falla ut.

### Örebro Universitet

Samverkan med Örebro Universitet har utvecklats under året och AgroÖrebro har på olika sätt och olika sammanhang varit delaktiga i vad som händer på universitetet.

### RHS Grythyttan

AgroÖrebro har föreläst för studenterna i en tredjeårskurs inom området innovation och lokalproducerad mat. Fokus låg på länets olika lokala livsmedelsproducenter, potentiella samarbeten med dem, deras behov och problematiken med länets matidentitet.

### Måltidsekologprogrammet

Måltidsekologprogrammet har genomgått en transformering vilket har bidragit till spännande diskussioner om innehåll och upplägg samt nya samarbeten. Flytten från Grythyttan har gjort Kvinnerstaområdet högaktuellt i dialogen kopplat till den förstudie AgroÖrebro genomfört på Örebroportens uppdrag. Under våren kommer AgroÖrebro även att ta emot en Måltidsekologstudent på praktik som vi hoppas kommer att kunna vara en bra resurs inom projektet "Mat från nära håll".

### Samverkan inom AgroÖst och ÖMS

Interregionala samarbeten är viktiga för effektivt arbete och bred kunskapsspridning. Två förstudier har genomförts inom ramen för detta.

### Investeringskapital till livsmedelssystemet – en förstudie

Det övergripande målet med förstudien var att identifiera och föreslå metoder, modeller, insatser och aktiviteter som kan öka tillväxten och konkurrenskraften för små och medelstora företag i livsmedelssystemet. Studien fokuserade på företagens behov av investeringskapital och

finansieringslösningar för att kunna växa, stärka lönsamheten samt att tydliggöra livsmedelsföretagens värden ur ett investeringsperspektiv och nya sätt att tillgängliggöra kapital. Förstudien skulle också utreda vilka riktade aktiviteter som behövs där inspiration kan delges, idéer delas, samarbeten upprättas, möten mellan finansiärer och företag möjliggöras och konkreta insatser utvärderas.

Arbetet genomfördes som ett interregionalt samarbete mellan Östergötland, Sörmland och Västmanland med AgroÖst (Agro Sörmland och A, Vreta Kluster, Agro Sörmland, AgroÖrebro och Länsstyrelsen i Västmanland som aktörer. Förstudien avslutade under november månad och resulterade i en ansökan om ett genomförandeprojekt "Affärs- och tillväxtkraft i ÖMS för ökad, långsiktig och hållbar livsmedelsförsörjning". (Bilaga 4)

### Data som strategisk resurs i jordbruket - en förstudie

Teknikutvecklingen inom lantbruket har tagit fart under senare tid men lantbruket ligger fortfarande långt efter många andra branscher. För att påskynda utvecklingen skapades Lantbrukets dataplattform (LDP) som ska kunna samla och presentera information så att företag och aktörer i primärproduktionen får ett digitalt och kvalitativt beslutsstöd som underlättar produktionen av tjänster, produkter och maskiner samt i förlängningen produktion av livsmedel. Genom LDP ska det också bli möjligt för fler mjukvaruföretag att utveckla och nå ut med sina produkter och tjänster till svenska lantbruk.

Förstudien skulle genom att formera innovationspartnerskap kombinera dessa data utifrån marknadens behov och företagets kompetens för vidare utveckling av applikationer, produkter och tjänster som kan öka lantbrukets precision, robusthet och lönsamhet. Målet var att ta fram ett underlag för ett genomförandeprojekt som operativt kan utveckla och testa moduler samt applikationer som kan göras tillgängliga för näringen på en nationell webbaserad dataplattform. (Bilaga 5)

Arbetet genomfördes i samarbete mellan Agro Sörmland, AgroÖrebro och Agronod (tidigare LDP) och avslutades i november. Av organisatoriska skäl inom Agronod har ingen ansökan om ett genomförandeprojekt lämnats in, men om en lämplig utlysning kommer och organisationen har stabiliserats finns det en ambition att detta ska ske. I skrivandets stund har en ny utlysning släppts från Tillväxtverket som skulle kunna vara intressant för ett genomförandeprojekt. Inom området finns det möjligheter att söka medel för en fördjupning av förstudien. Det finns också intressanta kopplingar till ett projekt som RISE arbetar med och som vi skulle kunna bli samarbetspart i. Vidare kan det vara intressant att göra en ansökan i samarbete med Länsstyrelsen inom digital mognad. De olika alternativen utreds och beslut kring vilka vägar vi går vidare med fattas vid årsskiftet.

## Bilagor

- **Bilaga 1: Resultat analys Kvinnersta**
- **Bilaga 2: Lokalt på menyn**
- **Bilaga 3: Mer vildsvinskött i Örebroregionen**
  - **3a: Vildsvinspaketet redovisning**
  - **3b: Vildsvin Jordbruksverket 9 juni**
  - **3c: Enkätresultat, djupintervjuer, hela kedjan**
  - **3d: Mer vildsvinskött mätbara indikatorer**
  - **3e: utvärdering Utforska vildsvin**
- **Bilaga 4: Investeringskapital i livsmedelssystemet – en förstudie**
- **Bilaga 5: Data som strategisk resurs i jordbruket - en förstudie**

- **Bilaga 6: Mat från nära håll**
- **Bilaga 7: Månadsrapporter**
- **Bilaga 8: Utvärdering AgroDagen nov**

# Resultat

## Analys kopplat till etablering av produktionsväxthus på Kvinnersta



Ett analysarbete i samarbete mellan

Agro Örebro

Trädgårdshallen

ÖREBROPORTEN

## Innehållsförteckning

<b>Sid 2</b>	<b>Innehållsförteckning</b>
<b>Sid 3</b>	<b>Bakgrund med mera</b>
<b>Sid 4</b>	<b>Genomförande av analysen</b>
<b>Sid 5-7</b>	<b>Resultat av analysarbetet</b> Generellt om växthus kopplat till Sveriges livsmedelsstrategi
<b>Sid 8-9</b>	<b>Resultat av analysarbetet</b> Om växthus som produktionsenhet
<b>Sid 10-17</b>	<b>Resultat av analysarbetet</b> Djupintervjuer
<b>Sid 18</b>	<b>Resultat av analysarbetet</b> Sammanfattning alla djupintervjuer
<b>Sid 19-20</b>	<b>Resultat av analysarbetet</b> Sammanfattning av potentiella synergier
<b>Sid 21</b>	<b>Resultat av analysarbetet</b> Sammanfattning alla djupintervjuer och potentiella synergier
<b>Sid 22</b>	<b>Ekonomi</b> Följande investeringsstöd/lån finns att få för gröna odlingar
<b>Sid 23</b>	<b>Sammanfattning ekonomi</b>
<b>Sid 24</b>	<b>Sammanfattning alla insatser och frågeställningar</b>
<b>Sid 25</b>	<b>Rekommendation kopplat till resultatet</b>
<b>Sid 26-27</b>	<b>Genomförandeprojekt</b>



## **Bakgrund**

Örebroporten Fastigheter AB har ambitionen att utveckla Kvinnersta utifrån den övergripande parollen/konceptet "Växande Kvinnersta".

En del i "Växande Kvinnersta" är etablering av nya företag och affärskoncept.

En möjlig etablering är så kallade produktionsväxthus för odling av grönsaker.

## **Analys**

AgroÖrebro fick uppdraget av Örebroporten att göra en analys som skall undersöka förutsättningarna för en etablering av växthus. En marknad för lokalodlade grönsaker, primärt gurka och tomater, är redan identifierad genom företaget Trädgårdshallen i Sverige AB.

## **Syfte med analysen**

Syftet med uppdraget var att utreda om det finns en hyresgäst/entreprenör/producent till ett stort växthus med etablering på Kvinnersta.

## **Målsättning med analysen**

Målsättningen med uppdraget var att resultatet skapar förutsättningar för ett så kallat genomförandeprojekt.

## **Genomförande av analysen**

### **Djupintervjuer**

#### **Följande djupintervjuer har genomförts.**

- Fastighetsägare, Örebroporten Fastigheter AB, Affärsutvecklare
- Grossistföretag, Trädgårdshallen Sverige AB, VD Urban Kropp
- Producentföretag, Stora Mellösa Potatis AB, VD Anders Bodewall
- Förädlingsföretag Karintorps Förädling AB, VD Helena Angelsten

### **Potentiella synergier**

#### **Följande intervjuer har genomförts**

- LRF
- HS-konsult
- Campus Risbergiska (Örebro kommuns ansvarige organisation för Yrkesvuxutbildning och arbetsmarknadsutbildning av rekryterande karaktär)
- Måltidsekologprogrammet, Örebro universitet
- Food-projektet (Fram till 30 april 2022, driver Region Örebro län och Örebro universitet Holding AB ett projekt för att utveckla innovationer och processer inom Food-sektorn i regionen. Projektet leds av Torbjörn Karlgren)
- Region Örebro Län

### **Ekonomi**

#### **I analysen skall följande frågeställningar besvaras**

Vilka investeringsstöd/lån finns att få för gröna odlingar samt vilka bidrag/stöd under etablering och under driftläget finns att få?

## Resultat av analysarbetet

### Generellt om växthus kopplat till Sveriges livsmedelsstrategi

Intresset för att som privatperson odla i växthus har ökat i Sverige. Inte minst kopplat till begreppet stadsodling/urban odling.

#### Utdrag ur rapport

*"Urban odling är temat av en ny rapport om projektet CityFresh, vilket genomfördes under 2018 av Invest Stockholm, IVL Svenska miljöinstitutet och en grupp experter med stöd från Naturvårdsverket.*

*I rapporten finns exempel på klimatsäkrade odlingar från olika delar av världen, förslag på innovativa tekniker och systemlösningar samt beskrivningar av testbäddar och aktuella stadsodlingsprojekt i Sverige och världen.*

*Rapporten belyser ämnet urban odling från ett helhetsperspektiv och berättar om nyttan i att odla året runt för fastighetsägare, staden och klimatet.*

*Stadsjordbruk och urban livsmedelsproduktion har alltid varit en del av städernas verksamheter. Idag är detta en betydande och växande del av städernas livsmedelsförsörjning. Stockholm, liksom många andra svenska städer, har en lång historia av stadsodling.*

*Idag upplever stadsodlingen en renässans, i Stockholm och andra större städer. Även om merparten av den urbana och peri-urbana stadsodlingen fortfarande baseras på frilandsodling utomhus, så kan man idag identifiera fyra trender inom urban odling:*

- *Nya klimatsäkrade odlingsmetoder och tekniska system som också radikalt ökar stadsodlingens produktivitet, energi- och vatteneffektivitet genom moderna och ytsnåla odlingsmetoder. Vanligtvis innebär detta att odlingen sker i klimatsäkrade odlingssystem som i växthus eller inomhus.*
- *Växthusodlingar eller inomhusodlingar som byggs för att kunna utnyttja flödet av urbana fysiska resurser för växtodling, och då kunna vara en del av stadens cirkulära ekonomi. Spillvärme, säsongslagrad värme, renat dag-, grå- och avloppsvatten och vissa avfallsfraktioner blir resurser för livsmedelsproduktion.*
- *Odlingar på tak till större byggnader eller inomhusodling med LED-belysning i konverterade industribyggnader, underjordiska utrymmen och tidigare parkeringshus. Främst för grönsaker, men också i ökande utsträckning för fiskodling i landbaserade odlingar och odling av svamp, alger och insekter.*
- *Odlingar som förläggs mycket nära restauranger, caféer, pubar eller livsmedelsbutiker, och i många fall att växtodlingen är en del av butiken eller restaurangen eller finns i eller vid samma byggnad.*

*Sammantaget har dessa trender och utvecklingsmöjligheter lett till många fungerande verksamheter i Nordamerika, delar av Europa och i Asien. Utvecklingen av klimatsäkrad livsmedelsproduktion i städerna i växthus och inomhus är idag starkt växande globalt, men har ännu mycket få tillämpningar i Sverige.”*

**Vår uppfattning inom AgroÖrebro är följande.**

Om vi i Sverige skall märka någon större skillnad kopplat till landets livsmedelsförsörjningsgrad (idag cirka 52 %) måste större etableringar av till exempel större produktionsväxthus-anläggningar komma till. Trender och satsningar enligt ovanstående rapport blir ett bra och mentalt viktigt komplement men löser inte den större utmaningen, nämligen att vår nationella och inhemska livsmedelsproduktion måste öka rejält.

## Om växthus som produktionsenhet

I Italien på 1500-talet byggdes världens första växthus. En komplicerad konstruktion som tog flera timmar att göra klar för natten och var ytterst svår att få att hålla en jämn temperatur. Trots bristerna spreds dock denna konstruktion till både England och Holland innan den franska botanikern Jules Charles revolutionerade växthusens konstruktion.

Jules Charles växthus var enkla att sköta om och konstruktionen gjorde att det räckte med ett fåtal personer för att hålla en jämn temperatur i växthusen. Enkla lösningar med öppningsbara fönster gjorde det lätt att kontrollera luftgenomflödet och en serie protokoll upprättades för hur man håller växthuset både varmt och tätt. Utifrån dessa idéer föddes de moderna, mindre växthus som man ser i våra trädgårdar idag. Givetvis har material och utseende förändrats ett antal gånger men teorierna är fortfarande desamma.

I riktigt moderna växthus finns det även självvattnare och elektroniska fönsteröppnare som gör växthusen mer eller mindre automatiska. De senaste åren har helt nya lösningar och innovativa idéer kommit till gällande växthus. Här nedan presenteras några lösningar som är igång eller planeras.

### Koncept Frövi

Tillsammans med BillerudKorsnäs koncernen och WA3RM så förbereds nu ett Regenergy projekt i Frövi. Projektet kommer att bygga 20 hektar växthusodling som återvinner restvärme och koldioxid från industrin. I en nästa fas så kan en fiskodling komma att anläggas som en andra verksamhet. Förutom stora miljövinster så skapas cirka 220 nya heltidsjobb.

Läs mer genom att följa länken:

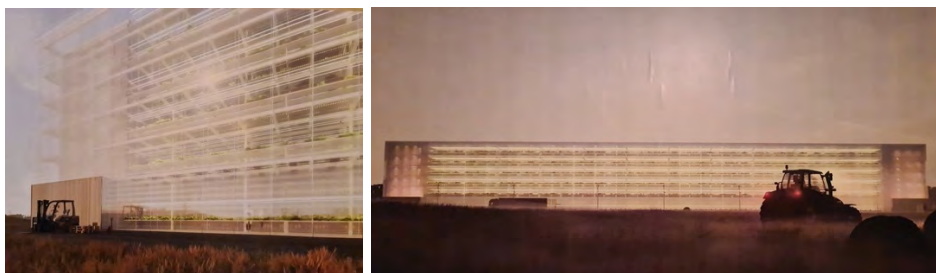
<https://www.regenergy.se/regenergy-frovi-ab/>

### Koncept Kumla/Hallsberg

Industrikoncernen Vossloh är specialister på järnvägsrelaterade produkter. I Örebro, på CV området, driver man en fabrik för järnvägsväxlar. Den skall flyttas till en nybyggd och modern fabrik närheten av Kumla/Hallsberg.

För att lösa uppvärmningen av fabriken samarbetar Vossloh med en grupp tekniker och innovatörer som har en växthusböslösning som alstrar varmvatten som, via en kulvert, kan gå från växthuset in i fabriken.

Växthuset, som byggs på en tomt i anslutning till fabriken, i sig är helt robotiserat, ett så kallat vertikalväxthus (cirka 30 meter högt) där grödorna odlas i Isländsk pimpsten. Växthuset och tekniken är bäst anpassat till så kallade bladgrönsaker (basilika och pak choi med mera). Investeringen är på totalt 104 miljoner.



### **Koncept Härnösand**

Agtira är världsledande inom området akvaponi där de utvecklar både odlingsmetoder och mjukvarustöd för odlingssystem för fisk och grönsaker i urbana miljöer. Framtidens odling styrs av artificiell intelligens. De besitter en unik kompetens när det gäller akvaponisk odling och kan leverera ett färdigt system med minimal inverkan på miljön – och med stor driftsäkerhet. Som första aktör presenterar de ett helhetskoncept där de erbjuder anläggning, mjukvara och support.

<https://www.agtira.com/se>

### **Koncept Kvinnersta**

De planer som finns på Kvinnersta angående etablering av produktionsväxthus i större skala bör dra nytta av de tekniska lösningar och innovativa idéer som redan idag finns inom detta område. För att få till ett tekniskt modernt, hållbart och lönsamt koncept.

## Djupintervjuer

### **Fastighetsägare, Örebroporten Fastigheter AB, Affärsutvecklare**

#### **Frågeställningar**

**Är det några speciella/generella förutsättningar som måste in i analysen utifrån att ni är ett kommunalt aktiebolag?**

Vi är ett AB men lyder under LOU (Lagen om Offentliga Upphandling). Vår styrelse är politisk. Vi måste ta hänsyn till andra verksamheter på t ex Kvinnersta. Vi måste också ta hänsyn till våra ägares beslut och ambitioner.

**Har Örebroporten några speciella företagspolicys som vi måste ta hänsyn till i analysen?**

Kopplat till vårt uppdrag. Vi skall utveckla Kvinnersta och ta hänsyn till hållbarhetsaspekten. Vi måste också ta hänsyn till Örebro Kommuns övergripande ambitioner, planer och beslut. Det måste vara ekonomiskt gångbart, långsiktigt, hållbart och ett plus att det utvecklar näringslivet och skapar arbetstillfällen.

**Berätta om Kvinnerstaområdet i relation till Örebroporten.**

**Ägarstruktur/förvaltningsstruktur mm**

Mark och byggnader ägs av Örebroporten sen fyra år tillbaka. Annan mark runt området ägs av Örebro kommun. Statusen på byggnader har ett generellt behov av renovering och även infrastruktur typ vatten, värme med mera måste förnyas. Har inte sköts historiskt bra. En förvaltare sköter förvaltningen av området. En styrgrupp är bildad.

**Berätta om begreppet "Växande Kvinnersta".**

**Hur ser planerna/visionen ut för Kvinnersta ur ett långsiktigt perspektiv?**

Kvinnersta ska växa på många olika sätt. Människor ska växa, näringslivet skall växa. Helheten är det viktigaste. Våra ägare är beredd att satsa pengar för att nå visionen med "Växande Kvinnersta".

**Vilken roll/vilka roller kan ni tänka er ha kopplat till planen med produktionsväxthus?**

ÖP ska vara fastighetsinvesterar. Ett konkret på bevis på "Växande Kvinnersta". Vi är beredda att investera och bygga växthuset. Om det finns förutsättningar för en långsiktig kalkyl. 7-10 års avtal med ett driftsföretag. Kalkylmässigt hamnar man på ca 4000:-/kvm i investeringsbudgeten. Totala investeringen är ca 50 miljoner vilket ger en hyra på cirka 2-3 miljoner/årigen.

**Berätta om Örebroportens investeringsmodell/finansieringsmodell kopplat till planen med produktionsväxthus?**

Vi jobbar med olika lösningar. I detta fall kan vi tänka oss olika lösningar. Nyckelfärdigt eller något annat. Vi är öppna för olika lösningar och även släppa en kombination av externa investerare och oss på Örebroporten. Bästa lösningen utifrån ett långsiktigt perspektiv. Vi har olika samarbetsformer t ex med Mariebergs Köpcentrum. Där är vi flera intressenter. Ett liknande samarbete är runt Gustavsvik. Vi är inte låsta. Affärsmässigheten är avgörande.

**Finns det några speciella omständigheter, ur ett Örebroporten perspektiv, som vi måste ta hänsyn till kopplat till just Kvinnersta området?**

En viktig och positiv omständighet är att det finns en underjordisk sjö på Kvinnerstaområdet så det går att säkerställa vattentillgången för ett växthus på ett hållbart sätt. Det är mycket positivt om området utvecklas utifrån Gröna Näringar. En imagefråga.

**Vilka konsekvenser får det för resten av området om planerna med att etablera produktionsväxthus blir verkligheten?**

ME-skolan behöver omlokaliseras vilket inte behöver bli sämre för deras verksamhet. Vi kan vara beredda att utveckla deras område utifrån deras behov. Det kan bli ett dragplåster för nya företag, boende som flyttar in med mera. Sannolikt kommer fastighetsvärdet att öka om vi får till investeringar typ ett större produktionsväxthus.

**Vilka är de största utmaningarna för att planen med produktionsväxthus på Kvinnerstaområdet skall bli verklighet?**

Att hitta någon som kan driva verksamheten operativt. En hyresgäst som kan driva verksamheten lönsamt och långsiktigt. Att affärsplanen och affärsmodellen håller.



### **"Sista ordet"**

Vad kan vi som fastighetsbolag göra för att skapa förutsättningar för att få till det här. Vi kan vara en stark part när det gäller att lägga hela driftspusslet. Vi har erfarenhet och kunskap.

***Hela intervjun, som är inspelad, finns som bilaga till detta dokument***

## **Grossistföretag, Trädgårdshallen Sverige AB, VD Urban Kropp**

### **Kort om Trädgårdshallen. Företagsstruktur/kundsegment/omsättning mm.**

Trädgårdshallen 5 grossistföretag i Sverige. Säljer frukt och grönsaker till det offentliga, restauranger och butiker. Dominerande målgrupp är butik (75 %/25%). Omsätter cirka 500 miljoner. Vi ingår i koncernen Greenfood som i sin tur ägs av Nordic Capital.

### **Berätta övergripande om ert varumärke/koncept "Ju närmre desto bättre".**

#### **Vad innebär det konkret?**

Varumärket innebär att vi skall samordna och stärka den lokala och regionala produktionen av grönsaker och frukt. Stärka känslan av närproducerat/inhemsk produktion. Så nära det är möjligt i Sverige kopplat till säsong och tillgång. Avståndet är inte viktigt men svenskt är viktigt.

Kännedomen om varumärket bland våra kunder är stor. Vi söker produkter så nära det går!

### **Beskriv hur ni idag köper grönsaker och vilka kopplat till varumärket "Ju närmre desto bättre".**

#### **Ma o den lokala marknaden.**

Idag köper vi produkter från Örebro län och Östergötland med varumärket "Ju närmre desto bättre". I Örebro län är det primärt Källsprängs Gård och Stora Mellösa potatis. Källsprängs Gård har cirka 20 artiklar som kan variera år från år. Våra kunder styr vad som skall odlas.

### **Vilka är de övergripande målsättningarna för er när det gäller tillgång till lokala produkter?**

#### **Vad? Hur? Vilka?**

En målsättning är att utöka vår portfölj av lokalproducerade grönsaker. Vi jagar förutsättningar att köpa mer lokalproducerat. Bäst med växthus, friland är svårare p g a klimatzoner med mera.

Tomater och gurka primärt, ständig efterfrågan och liten risk.

### **Vilka volymer pratar vi om på årsbasis för att det skall vara intressant för er?**

Erfarenhetsmässigt, Karintorps tomater har ca 5000 kvm växthus. När vi samarbetade tog vi hela deras produktion och det täckte vårt behov till våra butikskunder men bara i Örebro.

### **Om det etableras produktionsväxthus. Var måste de placeras geografiskt för att det skall vara intressant för er?**

Gärna i Örebro län. Jag vill nyttja våra returfrakter för att hämta upp produkter. Sörmland och Västmanland skulle också fungera. Logistik- och hållbarhetsskäl. Miljöfrågan står över ekonomin.

### **Berätta om varför Kvinnerstaområdet skulle kunna vara intressant ur ert perspektiv?**

Bra logistiskt läge. Underjordiska sjön mycket intressant. En avgörande faktor är energipriset vilket kommer påverka priset på produkterna.

### **Finns det några nackdelar med Kvinnerstaområdet?**

Ingen nackdelar

### **Vilken roll/roller vill Trädgårdshallen ta vid en eventuell etablering på Kvinnerstaområdet?**

Vår utgångspunkt är att vi skall vara mottagare för de produkter som odlas och hur de skall paketeras med mera. I någon form skulle vi kunna vara med och investera. Men vi är bäst på att köpa och sälja produkter. Vi kan och vill köpa all produktion. Viktigt att det kommunala aktiebolaget Örebroporten tar ett ansvar för lokalproduktion av i det här fallet grönsaker. Vi kommer också anställa en person som kommer att jobba med att utveckla varumärket "Ju närmre desto bättre". Den personen kommer att kunna stötta det här projektet. Vi kan också ta ansvar och kostnader för att utveckla design och förpackningar.

### **Vilka lokaler/utrymmen och logistiklösningar behövs, på Kvinnerstaområdet, för att serva hela kedjan kopplat till etableringen av produktionsväxthus?**

Trädgårdshallen har inga lokalbehov på Kvinnerstaområdet. Men den som driftar måste ha lokal för paketering samt kylmöjligheter. Kanske några hundra kvadrat.

**Beskriv prisbilden kopplat till lokalt odlade grönsaker idag? I relation till import och odlat i Sverige i övrigt mm?**

Våra kunder är beredda att betala ett högre pris för en lokalproducerad produkt. Kanske upp till cirka 20-30 % högre pris. En Kvinnerstaprodukt påverkar prisbilden för Örebromarknaden. Finns mervärden.

**Hur långa avtal är ni beredd att skriva med en aktör som på kommersiella grunder har förutsättningar att drifta produktionsväxthus?**

Vi lämnar en garanti till producenten att vi köper det som produceras. Vi skriver årsavtal med alla våra samarbetspartners.

**Vilka är de största utmaningarna för att planen med produktionsväxthus på Kvinnerstaområdet skall bli verklighet?**

Tidsaspekten är en utmaning. Jag vill gärna att det står ett hus på Kvinnersta inför säsongen 2023. Det bygger på efterfrågan från våra kunder.

**"Sista ordet"**

Ni måste hitta producenten. Tror att ni kommer lyckas. Det finns stora förutsättningar för att detta skall komma att bli verklighet.

***Hela intervjun, som är inspelad, finns som bilaga till detta dokument***

## **Producentföretag, Stora Mellösa Potatis AB, VD Anders Bodewall och dotter Ellinor**

**Kort om Stora Mellösa Potatis. Företagsstruktur/ kundsegment/omsättning mm.**

**Beskriv din verksamhet idag?**

Började 1988. Levererar potatis till hela Mellansverige. Ingen egen odling. Köper upp potatis från lokala odlare. En ägare, Anders. En av mina döttrar är med i verksamheten.

Sköter bland annat gårdsbutiken.

Företaget omsätter ca 20-22 miljoner/år (optimalt)

Vår största kund är Axfood (Willys och Hemköp). 65-70 % av omsättningen.

Trädgårdshallen är också en av mina kunder.

**Hur ser du på planerna att etablera produktionsväxthus på Kvinnerstaområdet?**

Mycket bra!

Har du en tillgång vatten via den underjordisk sjön skapar det mycket bra förutsättningar. Kanske ska kolla med energiverket i Örebro för att ta vara på spillvärme. Ligger bra strategiskt och logistiskt. Energin viktig.

**Vilka skulle vara förutsättningarna för dig att drifva verksamheten på Kvinnerstaområdet?**

**Hur intresserad är du/ni?**

Gillar i grunden att starta projekt. Därför är jag mycket intresserad. Vi har pratat växthus under längre tid bland annat med Trädgårdshallen. Förutsättningar finns i närområdet. I vår familj finns också ett stort intresse via min dotter.

**Vilken roll vill du eventuellt ha. Äga eller driva eller någon annan form? Är ni själva beredda att investera på Kvinnerstaområdet?**

I grunden vill vi äga. I det här fallet måste vi inte äga allt. Örebroporten bygger och vi hyr. Men vi är beredda att diskutera alla olika lösningar.

**Kan du/ni tänka er att äga ett driftsbolag där det finns externa ägare/investerare med?**

**Har du någon grunduppfattning angående ägarform?**

I det här projektet måste vi nog ha in externt kapital/investerare. Har nog handplockade investerare. Intressant.

**Vet du i vilken omfattning det går att få bidrag och stöd till den här typen av etableringar?**

Vi har sökt tidigare. Har erfarenhet. Sökt via Länsstyrelsen. Vi kan tänka oss den typen av lösning.

**Utifrån dina erfarenheter hur stora växthus bör man bygga för att det skall vara bäst ur ett ekonomiskt perspektiv? Så kallade brytpunkter.**

Ingen exakt uppfattning. Mellan 5000 – 10000 kvm för att vara lönsamma. Har ingen direkt erfarenhet från växthusodling.

**Storlek på växthus, skörd utifrån kvm. Optimal nyttjandegrad.**

Ingen erfarenhet men har kontakter för att göra bra kalkyler. Går att lösa kompetensmässigt.

**Vilken är den absolut bästa lösningen, tror du. Att bygga i etapper eller bygga allt på en gång?**

Billigast att bygga allt på en gång. Jag skulle nog bygga i etapper. Man bygger för marknadens behov plus 30-40 %.

**Vilka övriga lokaler behövs för att driva produktionsväxthus t ex personalutrymmen, förädlingslokaler, gödsel förvaring bekämpnings-medel, logistiklösningar mm.**

Kylrum för tomater, lager och paketeringsyta ca 400-500 kvm.

Samt yta under tak för gödning.

Kontor

Personalutrymmen

Vi kommer inte flytta vår verksamhet från Odensbacken

Detta är en tänkt filial

**Vilka övriga lösningar behövs för att driva produktionsväxthus t ex el till belysning, värmebehov, ventilation/styrning, vattenbehov mm.**

Värme och ljus. Vatten och gödning. Måste vi ta reda exakt hur det funkar. Har aldrig byggt ett växthus. Måste kolla på tekniken hur. Färdiga moduler. Krävs lyftkranar. Vi tittar nog på entreprenörer som kan bygga växthus. Ingen projektledning. Intresserad av driften. Ingår gärna i projektledning. Måste finnas en projektledning.

**Vad passar bäst att odla i grönsaksväg i ett s k produktionsväxthus. För att få ett optimalt ekonomiskt utfall.**

Bulkprodukter. Tomater. Gurka. Som bas. Snabbväxande grönsaker. Helst någon form av djurhållning för att få fram gödsel. Gärna starta en kycklingproduktion (inomhus)

**Vilken odlingsmetod skulle du föreslå? Ekologiskt/konventionellt mm.**

Konventionell odling, en prisfråga. Kanske en mindre del som är ekologisk. Ingen produktion november - februari. Ljus via LED. Det är tillgång på energi som är avgörande för hur lång säsongen blir. Börja att odla svenskt sen gå över till ekologiskt.

**Vilken erfarenhet har du av att ha personal som har någon form av stödåtgärd, går på praktik motsv.**

Jag har jobbat med personal i cirka 30 år. Vana att jobba med olika arbetsmarknadsåtgärder. En driftsledare sen behövs det händer och fötter!

**Prisbild! Hur ser du på prisbilden för lokalproducerade grönsaker. Idag och framåt!**

Slutkunden bestämmer. Utmaningen blir prisbilden. Olika priser på t ex tomater i oktober mot mitten i juli. Odlingskontrakt. Intresset för lokalproducerat ökar vilket påverkar hela upplägget.

**Köpare. Beskriv vilka krav du skulle ställa på eventuella köpare av dina produkter. Avtalsmässigt, prisbild mm. För att etableringen på Kvinnerstaområdet skall vara intressant för dig.**

Våra köpare har en stor uppgift att motivera och argumentera varför priset för lokalproducerat är högre. Vi har en mycket bra dialog med Trädgårdshallen idag. Vi måste ha tacksägelse för produktion och en vinst.

**Platsen**

Bra att det finns en anknytning till orten "Kvinnerstatomaten" "Kvinnerstagurkan".

**Förädling**

Tror det finns stora förutsättningar. Bra exempel <https://www.wapno.se>

**Vilka är de största utmaningarna för att planen med produktionsväxthus på Kvinnerstaområdet skall bli verklighet?**

Odlingstekniken och kompetens/utbildning inom företaget som kan drifva verksamheten (Ellinor). Vilja, förmåga men saknar kompetens.

**"Sista ordet"**

Om vi skall bli självförsörjande, lokalt, på t ex tomater måste hela kedjan hänga med prismässigt. Växthusodling som utbildning? Förstår att detta blir en utmaning men vana att jobba med detaljer. Jag är van att se helheten.

**Hela intervjun, som är inspelad, finns som bilaga till detta dokument**

**Tillägg. Valde att följa upp ovanstående djupintervju med ytterligare ett möte via TEAMS där jag djupade i nedanstående frågeställningar. Genomfördes den 24 november 14.00-14.30**

1. Investeringsmodell kopplat till investeringen?
2. Driftsbudget?
3. Kompetensfrågor?

## **Förädlingsföretag Karintorps Förädling AB, VD Helena Angelsten**

### **Kort om Karintorps Förädling AB. Företaget och ägarbild.**

Startade Karintorps tomater 1995. Sålde 2005. Startade då förädlingsföretaget. Jag och min man äger företaget. Byggede nuvarande produktionsanläggning 2004. Allt ligger i nära anslutning till växthusområdet. Omsätter cirka 1 miljon om året. Företaget är ett s k försörjningsföretag. Försörjer en person. Ingen uttalad vinst. Det går jämt upp.

### **Berätta om er affärsidé.**

Vår affärsidé är att ta tillvara på/köper tomater som inte går att sälja till butiker/restauranger. Av dem förädlar vi och tar fram olika produkter.

### **Berätta om er produktion av lokalproducerade produkter? Hur? Vilka?**

Småskaligt mathantverk. Allt görs för hand. Konventionellt odlade tomater. Inte ekologiskt. 100 % av tomaterna kommer från Stockagården utanför Lidköping i Västra Götaland. Nästan allt vi använder i våra produkter är svenska råvaror. Utom vissa kryddor.

Vår tomatdressing original står för 25 %. Av ca 44 000 producerade produkter.

### **Berätta om hur ni säljer era produkter? Var? Vilka? Försäljningsmodell?**

Vi säljer till butiker eller till återförsäljare/grossister. 80 % i Örebro län. Idag blir vi kontaktade, vi jagar inga nya kunder. Vi säljer primärt till våra trogna och långvariga kunder.

### **Hur ser marknaden ut för era produkter? Idag och framåt?**

Det vi har sett de senaste två åren är en stark ökad efterfrågan. Säsongen har blivit längre. Våra produkter säljs året runt.

### **Vill ni växa? Öka er produktion för att sälja mer? I så fall hur skall det gå till?**

Tillväxt är bra. Jag är mer i produktionen. Inte primärt vara arbetsledare. För mig är tillväxt positiv om jag får "stå i grytorna". Som jag har det just nu har jag nått taket produktionsmässigt.

### **Hur ser ni på planerna att etablera produktionsväxthus på Kvinnerstaområdet för odling av grönsaker. Berätta om dina erfarenheter.**

Det finns stora och framtida förutsättningar för en etablering utifrån tillgång på vatten, ökat intresse för lokalproducerat och hållbarhetsperspektivet

### **Skulle en filial på Kvinnerstaområdet för er vara möjlig om tillgången till råvara fanns där?**

Absolut. Speciellt nu när jag inte längre köper tomater från Karintorps tomatodling. Så tillgång till tomater på Kvinnersta är en grym förutsättning. Skulle kunna säkerställa att varumärket, Karintorp, finns kvar efter att jag slutat. Men vi tror det sker i en annan ägares regi.

### **Vad krävs för att öppna en produktionsfilial på Kvinnerstaområdet?**

#### **Lokaler, maskiner, utrustning mm.**

Enligt senare

### **Är ni själva beredda att investera på Kvinnerstaområdet för att öka produktionen där?**

Inte i nuläget

### **Är ni beredda att själva driva en eventuell verksamhet på Kvinnerstaområdet eller bör det vara någon externt?**

Jag vill inte driva någon verksamhet på Kvinnersta. Däremot kan jag bistå med recept, kunskap och till och med sälja min verksamhet eller delar av min verksamhet. Eller ett eventuellt samarbete där vi delar upp marknaden.

### **Produktutveckling. Kan en etablering på Kvinnerstaområdet skapa förutsättningar för produktutveckling. I så fall vad/vilka?**

Bland annat har jag recept på en gurmik (Bostongurka) som görs på små slanggurkor. Innehåller också lite paprika.

### **Vilka är de största utmaningarna för att planen med produktionsväxthus på Kvinnerstaområdet skall bli verklighet?**

Av erfarenhet! Att de som etablerar växthus, äger och driver inte själva arbetar i driften. Fungerar inte. Engagemanget och kunskap. Den stora utmaningen när det gäller att odla tomater att lära sig klimatförhållande (tjuvar). När måste man göra olika typer av insatser. Anlita någon som gått trädgårdsutbildning.

**"Sista ordet"**

Allt går bara man vill. Det har vi bevisat här i vår verksamhet.

***Hela intervjun, som är inspelad, finns som bilaga till detta dokument***

## Sammanfattning alla djupintervjuer

Samtliga det som djupintervjuats anser att det finns stora förutsättningar för att starta någon form av odling i växthus på Kvinnerstaområdet.

Intresset för lokalproducerat från butiker, restauranger, konsumenter och restauranggäster ökar mycket kraftigt.

Varumärket Kvinnersta är bara intressant för närmarknaden!

Rollerna är identifierade:

- Örebroporten bygger och investerar
- Trädgårdshallen vill köpa produkter
- Stora Mellösa Potatis vill drifva verksamheten
- Karintorps förädling kan tänka sig att "låna ut" sitt varumärke/alternativt sälja sin verksamhet eller delar av sin verksamhet. För förädling av produkter kopplat till växthuset.

Cirkeln är sluten när det gäller alla funktioner och intressen för att få den här idén till etablering att bli verklig. Alla kan, alla vill och alla har förutsättningar.

Ett mycket starkt argument för etableringen är det faktum att det finns tillgång till vatten via den underjordiska sjön.

En avgörande förutsättning för etableringen är att man tar hänsyn till hållbarhetsaspekten.

Trädgårdshallen, med flera, lyfte fram Kvinnerstas logistiska fördelar. Trädgårdshallen åker ut till sina kunder fullastade med varor på morgonen och tomma hem. Här kan lastbilarna lätt svänga in och lasta på "dagens produktion".

De företag som vill drifva verksamheten måste stärka sin kompetens när det gäller att odla i och driva växthus. Framförallt när det gäller odling av grönsaker.

Odlingen bör vara konventionell och inte ekologisk av ekonomiska skäl.

Ingen kunde i dagsläget svara på hur den ekonomiska kalkylen ser ut för den här satsningen, investeringskostnad, kopplat till drift, kopplat odling och skörd samt försäljning och eventuell förädling.

Storlek på växthuset måste man räkna på, skall man bygga i etapper, allt på en gång och hur skall växthuset vara utifrån marknadens behov kopplat total driftsekonomi.

Lokaler som behövs förutom växthuset är lager, packning samt kylrum.

Totalt ca 400 kvm. Dessutom lagerutrymme under tak för gödsel med mera.

De verksamheter som finns på Kvinnersta idag och primärt berörs av etableringen är ME-skolan. De är vidtalade och ser positivt på att de eventuellt måste flytta delar av sin verksamhet.



## Sammanfattning av potentiella synergier

I AgroÖrebro analys av potentiella synergier vid etablering av ett produktionsväxthus ingick representanter från följande organisationer och satsningar:

- LRF
- HS-konsult
- Campus Risbergiska (Örebro kommuns ansvarige organisation för Yrkesvuxutbildning och arbetsmarknadsutbildning av rekryterande karaktär)
- Måltidsekologprogrammet, Örebro universitet
- Food-projektet (Fram till 30 april 2022, driver Region Örebro län och Örebro universitet Holding AB ett projekt för att utveckla innovationer och processer inom Food-sektorn i regionen. Projektet leds av Torbjörn Karlgren)
- Region Örebro Län

Summerat ser alla responderande organisationer att en etablering av ett produktions-växthus på Kvinnerstaområdet kan ge synergier till ytterligare utveckling inom Växthusodlingsområdet, och för livsmedelssystemet överlag om förutsättning för detta tänks in vid byggnationen ett nytt växthuskomplex på Kvinnerstaområdet.

Flera av aktörerna uppvisar dessutom konkreta behov av andra lokaler och ytor och om Örebroporten kan möta dem i deras behov men också ekonomiskt vad kommer till hyresnivåer, kan etableringen av dessa organisationers verksamheter ge fina synergier till ett Växande Kvinnersta.

I Sammanhanget har Måltidsekologprogrammet behov av testkök, yta för frilandsodling, teorilokaler samt del av yta i ett anpassat växthus. Då Måltidsekologerna brutit sitt samarbete med Restauranghögskolan i Grythyttan har de behov av alla dessa förutsättningar från 2023 men ytan för frilandsodling behöver de tillgång till redan våren 2022. Kan Örebroporten möta Måltidsekologprogrammet/Örebro Universitet i deras behov och till en rimlig hyresnivå, är Kvinnerstaområdet prioriterat för Måltidsekologerna.

Vidare är Kvinnerstaområdet även prioriterat för Campus Risbergiska.

Med tanke på att Utvecklingen kring Växthusodling i Regionen (läs in Frövisatsningen) är det intressant för Yrkesvux att satsa på kurser i Växthusodling. Om ytor för detta skapas på Kvinnersta och om hyresförutsättningen är rimlig, är Campus Risbergiska intresserade av en dialog med Örebroporten. Förutom del i växthus är teorilokaler och testkökstillgång intressant för Campus Risbergiska, dels utifrån ett Yrkesvuxperspektivet men också utifrån perspektivet att Campus Risbergiska sökt Yrkesvuxperspektivet som driver detta behov. Den 11/1 2022 får kommunen och Campus Risbergiska besked om de får driva aktuella Yrkesvuxperspektivet. Start sker då hösten 2022.

Övriga aktörer som intervjuats av AgroÖrebro ser att en satsning på ett produktions-växthus på Kvinnersta, även öppnar för en satsning på framtidens växthusodling.

För Region Örebro Län är denna tanke synnerligen intressant utifrån ett näringslivsperspektiv men också utifrån perspektivet att akademi och näringsliv kan sys ihop i gemensamma projekt där produktion, cirkularitet, logistik mm blir byggstenar i processer som riktar in sig på framtidens behov och produktion.

Vid en sådan satsning kan Regionen bli en inkubator, men det kräver ett mod från Örebroportens sida vad kommer till att våga bygga något större ytor växthus än vad en producent i grundaffären behöver. Det behövs helt enkelt ytor som kan användas för utbildning och innovation.

I bilaga 1 till denna rapport återfinns en sammanställning av samtliga intervjuer på temat synergier som gjorts med ingående organisationer. I bilagan återfinns också de frågor som respektive aktör anser är viktiga för Örebroporten ta i beaktan. I denna sammanfattning väljer vi dock att synliggöra de tre mest frekvent återkommande frågorna, frågor som är avgörande för att byggnationen av ett produktionsväxthus även ska ge andra synergier till satsningen på ett Växande Kvinnersta.

- Är Örebroporten beredda att bygga för ytterligare behov redan från början förutsatt att byggnationen av ett produktionsväxthus kommer till stånd?
- Vilka risker vågar Örebroporten ta för nå en högre utveckling?
- På vilka sätt kan Örebroporten arbeta med hyreslösningar för att möta intressenters skiftande behov?

***Sammanställning av samtliga intervjuer finns som bilaga till detta dokument***

## **Sammanfattning alla djupintervjuer och potentiella synergier**

Fyra djupintervjuer och totalt 6 intervjuer genomförda. En mix av representanter för näringslivet och det offentliga. Alla med olika intressen, förutsättningar och uppdrag. Samtliga som blivit intervjuade ser en potential i en utveckling av Kvinnersta. Generellt men även en direkt koppling till sin verksamhet.

För två av de som blivit intervjuade är det akut. Trädgårdshallen vill inte tappa marknadsposition genom att etableringen av växthus i Frövi kan påverka företagets affärer. För Måltidsekolog-programmet på Örebro universitet är det riktigt akut. De har behov av lokaler och mark kopplat till sin utbildning redan våren 2022.

## **Ekonomi**

### **Stöd vid företagsetablering**

#### **Investeringsstöd: Ökad konkurrenskraft inom och trädgård (JBV)**

Stöd kan sökas för köp av nytt material/fast inredning samt köp av tjänst för ny-, om- och tillbyggnad av växthus. Stödet omfattar även inköp av programvara och patentansökningar, licensavtal skydd av upphovsrätt och varumärken eller för köp av tjänst för utveckling av programvara, om detta direkt kan kopplas till ovanstående. Stöd beviljas för högst 40 procent av utgifterna. Om investeringen har koppling till ett innovationsprojekt inom ramen för det europeiska innovationspartnerskapet (EIP) kan ytterligare 10 procent ges i stöd. Stöd beviljas till ansökningar mellan 100 tkr och 1 mkr.

#### **Startstöd (JBV)**

Startstöd kan ges till fysisk person under 40 år som vill starta/ta över ett trädgårdsföretag. Stödet kan ges till primärproducenter vid första ägar- eller delägarskapet. Stödsökande får inte ha varit etablerad trädgårdsföretagare mer än 24 månader innan ansökan. Om företaget är en juridisk person måste stödsökande äga minst 50% av aktier/andelarna. För att räknas som företagare ska du arbeta minst 860 timmar i företaget per år och max 17 200. Förutom gymnasieutbildning ska du ha utbildning inom trädgård. Företaget får ha högst 50 anställda och inte omsätta mer än 10 miljoner euro per år. Startstödet är på 250 tkr och betalas ut det i två omgångar.

## **Företagslån**

### **ALMI företagslån**

#### **Mikrolån**

Lånet passar den som har ett mindre kapitalbehov max 200 tkr t ex i samband med uppstart av företag och kan användas till investeringar och rörelsekapital.

#### **Företagslån**

Företagslån är företagets motsvarighet till topplån.

#### **Tillväxtlån**

Lånet riktar sig till innovativa små/medelstora företag och kan användas för investeringar eller rörelsekapital och ska ge möjlighet för innovativa företag att utveckla innovationer och affärsidéer som ger tillväxt och lönsamhet. Minimibeloppet är 250 tkr och kan vara max till 80 procent av det totala lånebehovet.

### **Uppstartslån (Marginalen Bank i samarbete med NyföretagarCentrum)**

Lånet riktar sig till alla aktörer som vill starta ett nytt företag. Företaget som ansöker om ett lån får ha upp till 9 anställda och maximalt 20 mkr i omsättning. Nystartade företag behöver även genomgå en rådgivning hos NyföretagarCentrum. I bedömningen av nystartade företag är det affärsidéns bärkraft och ledningens kompetens som väger tungt. Lånen möjliggörs genom en garanti från Europeiska Investeringsfonden. Lånet kan omfatta 100-250 tkr.

### **Tillväxtbolaget**

Tillväxtbolaget lånar ut pengar i partnerskap i samsyn med övriga medfinansiärer och tillväxtbolagets andel i företaget blir 10-20%. Vid beviljande av lån ligger vinstförmåga och hållbarhet i fokus och man ser gärna att företaget har stora möjligheter att växa till högre nivåer. Lån beviljas för investeringar, expansion, nystart, ägarskiftet och reinvesteringar i samband med expansion.

## Sammanfattning ekonomi

En omfattande ekonomisk kalkyl samt olika idéer på finansieringslösningar är nästa steg och det avgörande momentet för att få etableringen till stånd.

Hänsyn tas till olika intressen, olika tekniska driftslösningar för växthus, hållbarhetsaspekten, långsiktighet och möjligheten att få olika ekonomiska stöd till den här typen av etableringar. Olika former av simuleringar ingår som en del för att få fram den optimala lösningen, tekniskt, storleksmässigt och driftsmässigt.

Som en del i den ekonomiska processen måste en konkret och tydlig driftkalkyl tas fram som speglar förutsättningarna för att odla, sälja och förädla produkter från den här typen verksamheter.

När det gäller investeringsstöd/lån finns det, enligt analysen, en hel del olika stöd/lån som går att söka för den här typen av etablering. Någon funktion, väl insatt i hur detta fungera, bör stötta med råd och erfarenhet för att söka rätt typ av insats.

Det kan finnas regionala/lokala, privata investerare som kan tycka att det är angeläget med en ökad lokal livsmedelsproduktion.

## Sammanfattning alla insatser och frågeställningar

Sammantaget utifrån all fakta, genomförd omvärldsbevakning runt växthus, all övrig in put, alla djupintervjuer och alla intervjuer kopplat till synergieffekter finns mycket goda förutsättningar för att denna etablering kan komma till på Kvinnerstaområdet utanför Örebro.

En etablering av ett så kallat produktionsväxthus på området kan bli en stark symbol för de ambitioner Örebro Kommun har med Kvinnerstaområdet genom konceptet "Växande Kvinnersta". Örebroporten får ett ordentligt skyltfönster vilket kan bana väg för andra företags-etableringar på området.

I och med andra hållbara växthusetableringar i Örebroregionen blir etableringen på Kvinnerstaområdet ytterligare ett bevis på hållbara och långsiktiga satsningar kopplat till vår nationella/regionala livsmedelsstrategi. Etableringen på Kvinnersta finns med i ett sammanhang som ytterst är väldigt positivt för klimatet och ytterst människorna som bor och verkar i Örebro Kommun/Örebroregionen.

Utifrån Trädgårdshallens perspektiv blir etableringen på Kvinnersta en mycket stark symbol för att man menar allvar med sitt varumärke "Ju närmre desto bättre". Trycket på företaget, från sina kunder, är mycket stort att köpa in och sälja produkter som har en uttalad prägel av lokalproducerat. En attitydförändring har skett de senaste åren. Marknaden tål ett högre pris om man lyfter fram alla fördelar med lokalproducerat. Via så kallad "storytelling" och argument som lyfter värdet av att producera till exempel grönsaker lokalt.

De företag som skall driva verksamheten måste ha en kunskap om hur den här typen av odlingar, i växthus, fungerar och hur den blir lönsam. En kunskap som går att skaffa bland annat genom Karintorps Förädling AB. De har gjort resan en gång, de har erfarenhet och kunskap och idéer samt ett positivt engagemang i frågan. De ser också stora möjligheter att utveckla sin verksamhet genom etableringen på Kvinnersta.

Stora Mellösa Potatis AB har goda förutsättningar att lyckas med en etablering av ett produktionsväxthus på Kvinnerstaområdet. Det finns en stor portion självinsikt, ödmjukhet, drivkraft och ett engagemang. Ägarens dotter Ellinor har en längre tid velat utvecklas genom att etablera till exempel ett växthus. Med Anders (ägare/pappa) i botten finns förutsättningarna.

När det gäller synergier kopplat till andra organisationer ses en etablering av ett produktionsväxthus på Kvinnerstaområdet som mycket positiv.

Det kan ge synergier till ytterligare utveckling inom växthusodlingsområdet och för livsmedelssystemet överlag om förutsättningarna för detta tänks in vid byggnationen ett nytt växthuskomplex på Kvinnerstaområdet.

Flera av aktörerna uppvisar dessutom konkreta behov av andra lokaler och ytor och om Örebroporten kan möta dem i deras behov men också ekonomiskt vad kommer till hyresnivåer, kan etableringen av dessa organisationers verksamheter ge fina synergier till ett "Växande Kvinnersta".

## **Rekommendation kopplat till resultatet**

Vi rekommenderar starkt att man utifrån resultatet av analysen går vidare till ett så kallat genomförandeprojekt. Där fokus ligger på ekonomi- och kompetensfrågor. Två vägar:

1. Antingen genom det genomförandeprojekt som Örebroregionen via AgroÖst/AgroÖrebro är en del av. Se nedan underlag för ansökan.
2. Alternativt att Örebroporten själva startar upp nästa del i processen och där AgroÖrebro kan finnas med som en part som driver processen framåt.

## Genomförandeprojekt

Den 30 november 2021 lämnade AgroÖst/AgroÖrebro in en gemensam ansökan (till Tillväxtverket) med AGRO Sörmland, Länsstyrelsen i Västmanland samt Vreta Kluster i Östergötland. Ansökan är kopplad till ett genomförandeprojekt utifrån en nyss genomförd förstudie.

Rubriken för projektansökan är:

### **Affärs- och tillväxtkraft i ÖMS (Östra Mellansverige) för ökad, långsiktig och hållbar livsmedelsförsörjning**

Målet för projektet är beskrivet enligt följande:

Övergripande mål är att möjliggöra för livsmedelsproducerande företag att växa genom behovsanpassat stöd där stöd från befintligt främjarsystem kombineras med skräddarsydda insatser. Projektet bidrar också till att aktörer i främjarsystemet ökar kunskapen och förståelsen för företagen inom den livsmedelsproducerande branschen för att på sikt möjliggöra ett kontinuerligt stöd.

*Övergripande bidrar projektet också till:*

Ökad samverkan mellan främjande aktörer inom gröna näringarna samt regioner.

Ökad samverkan och erfarenhetsutbyte mellan innovationsstödsaktörer med fokus på de gröna näringarna inom ÖMS, vilket höjer aktörernas insikt om livsmedelsproducerande företags utvecklingsbehov.

Projektmålet är att testa ett arbetssätt för affärsutveckling där innovation, kapital, hållbarhet, jämställdhet och mångfald integreras

Arbetssättet tas fram gemensamt, över länsgränserna, av projektets parter

Målet är att 8 företag ska ha deltagit, de ska ha tagit fram en aktivitetsplan för hur de når utveckling/tillväxt och de ska ha påbörjat genomförandet av aktiviteter i sin tillväxtplan.

I ansökan har vi beskrivit hur vi skulle vilja integrera Kvinnerstaprocessen i genomförandeprojektet:

*AgroÖrebro har byggt upp ett starkt nätverk av företag och organisationer relaterat till branschen.*

*Lokalt finns ett starkt intresse och ambition att utveckla Kvinnerstaområdet strax norr om Örebro.*

*Där detta projekt skulle kunna bidra med en viktig del utifrån tillväxtperspektivet för relevanta företag. Det finns starka planer på att förlägga en större växthusanläggning på Kvinnersta vilket skulle underlätta nuvarande logistiska problem för de som är inblandade.*

*Företaget Örebroporten AB kan investera i fastigheter och byggnader då de förvaltar och vill utveckla området inom ramen för sitt koncept "Växande Kvinnersta" vilket har positiv inverkan på det regionala näringslivet.*

*En av Sveriges största grönsaks- och fruktgrossister, Trädgårdshallon Sverige AB strävar efter att utveckla sitt varumärke "Ju närmare desto bättre" och öka tillgången till lokalt producerade produkter.*

*Karintorps förädling AB har planer på att expandera då efterfrågan på deras förädlade produkter ökat markant de senaste åren och de ser potential i någon form av förädlingsproduktion på Kvinnerstaområdet.*

*Genomförandet av detta projekt bidrar direkt, i flera perspektiv, till hela regionens utveckling och viktiga mål i Livsmedelsstrategin och i RUS.*



**AgroÖrebro's kommentar**

Får vi ansökan beviljad kan vi arbeta med utvecklingen av Kvinnerstaetableringen inom ramen för det projektet och den ekonomin.

Besked om vi vår ansökan blir beviljad kommer senast den 28 februari 2022.



## Utvärdering kampanjen 200 % Lokalt på Tallriken

### Bakgrund

2019 genomförde AgroÖrebro ett pilotprojekt i Örebro under arbetsnamnet 100% Örebro. Syftet med "piloten" var att testa hur restauranger och gäster skulle ta ett emot en kampanj/koncept där alla råvaror i en huvudrätt bestod av till 100% lokala råvaror. De två restaurangerna som ingick i "piloten" var Gamla Örebro i Wadköping och Mojo i Örebro City. Utvärderingen visade att bägge restaurangerna var nöjda med utfallet, det såldes totalt ca 600 portioner under kampanjperioden (slutet juni till slutet augusti). När AgroÖrebro inledde ett samarbete med Smaka på Västmanland genom projektet Lokalt på Menyn var en ny kampanj, där bägge regionerna var med, en del i den övergripande projektplanen.

### Syfte/mål

#### Västmanland

Målsättningen var att få med restauranger från så många kommuner som möjligt för att visa bredden i länet. Målsättningen var också att ca 10 restauranger skulle delta i kampanjen. Detta var första gången för kampanjen i Västmanland men vi satte ett högt mål på 3000 sålda portioner.

Syften med kampanjen var att:

Skapa lönsamma affärsrelationer mellan restauranger och livsmedelsproducenter som gärna fortsätter efter kampanjen.

Öka förståelsen för restauranggästerna vart livsmedlen kommer från.

Visa på styrkan i vad som produceras i länet och samtidigt få en bild av vilka typer av livsmedel det finns en marknadsplats att fylla.

#### Örebroregionen

Målsättningen var att samla in tio restauranger från Örebro län som skulle delta i kampanjen 200% Lokalt på Tallriken. Det togs ett beslut att rekryteringen skulle vara så geografisk spridd som möjligt från hela länet. Först togs det fram ett utkast på 20 tal olika restauranger som skulle vara intressanta att rekrytera. Sedan reducerades listan ner till 13 som ansågs vara intressanta till projektet. Det konkreta målet var att restaurangerna tillsammans skulle sälja cirka 3000 portioner under kampanjperioden.

Syftet med kampanjen var att stärka förutsättningarna för restauranger och gäster att få ta del av det lokala utbudet av lokalproducerade produkter. Samt att producenter och restauranger byggde upp relationer mellan varandra. Genom kampanjen "hittade" dem varandra. Ett annat syfte var att testa olika logistiklösningar för att göra produkterna mer tillgängliga. Ett annat syfte var att testa förutsättningarna för råvaran vildsvin att etableras på restauranger. Ingår som en del i ett annat projekt som AgroÖrebro driver, "Mer vildsvinskött i Örebroregionen". Fyra restauranger skapade rätter med vildsvin som huvudråvara.

## Genomförande

### Västmanland

Arbetet startade med att skapa en bruttolista på restauranger som kan tänkas vilja vara med i denna kampanj. Till hjälp med detta kontaktades näringslivsavdelningar eller turistavdelningar i samtliga (undantaget Västerås) Västmanländska kommuner. Listan bearbetades med samtal till samtliga ca 40 restauranger där de fick information om projektet och erbjöds delta. 12 restauranger var mycket intresserade i första skedet men antalet sjönk till 6 restauranger som till slut engagerade sig i kampanjen.

En sidonotis om varför antalet deltagare sjönk kan främst hänvisas till två orsaker: Den pågående pandemin har fått restaurangerna att fokusera till 100% på sin kärnverksamhet och inte haft tid med övrigt. Några restauranger hade också svårt att skapa rätter som följde reglerna till 100% då det uteslutande var livsmedel från Örebro eller Västmanland som fick användas.

Deltagande restauranger:

Västerås Officersmäss, Västerås

Djäknebergets restaurang, Västerås

Rocklunda Bar och konferens, Västerås

Måns Ols Utvårdshus, Sala

Hotell Gillet, Köping

Baggå Skola, Skinnskatteberg

Information om kampanjen lades ut på vår hemsida: [www.smakapavastmanland.se](http://www.smakapavastmanland.se) med information om restaurangerna samt var alla livsmedel kommer ifrån. Även kampanjfilmen som producerades visas där.

Fotograf Avig Kazanjian från Västerås Tidning besökte restaurangerna och tog bilder av maträtterna och köksmästarna som sedan användes av både oss och andra parter i marknadsföringen av kampanjen.

Efter pressreleasen den 14/6 kontaktades Rikard Skanevall av två tidningar (Sala Allehanda och Västerås Tidning) som skrev reportage om kampanjen.

I samarbete med Västmanlands Turism fick kampanjen stor publicitet på deras hemsida som har hög trafik.

Västerås Tidning kontaktades och där fick vi stor publicitet för en relativt billig penning i sommarbilagan.

Kampanjen pågick mellan 15 juni och 5 september.

## Örebroregionen

Rekryteringen genomfördes genom en direktkontakt med köksmästarna på respektive restaurang. En del var telefonmöten, andra fysiska möten. När det var två månader kvar inför kampanjstart var tio restauranger klara inför kampanjen, väl utspridda åt samtliga väderstreck inom länet. AgroÖrebro agerade som bollplank för framtagning av den lokala rätten till de restauranger som behövde stöttning. I form av att leta upp lokala producenter till en viss råvara som restaurangen efterfrågade.

Därefter kopplades det ihop med en mellanhand så logistiken skulle lösas. När kampanjen började närma sig anlätades en fotograf som besökte samtliga deltagare och fotograferade deras bidrag och ansvarig kock för kampanjens marknadsföring.

De producerades också olika kampanjfilmer som spreds i sociala medier samt även ett tryckt kampanjmaterial som delades ut till restaurangerna via personliga besök innan kampanjen. Det anlätades även in en socialmedia-kommunikatör som ansvarade för ett konto på Facebook och Instagram som var ämnat till den här kampanjen, @200LPT.

Under kampanjperioden lades det upp regelbundet bildmaterial från fotograferingen samt content som berättade om de deltagande restaurangerna och producenterna från både Örebro län och Småland på Västmanlands område.

En aktivitet som socialmediakommunikatören hade var att utlysa en tävling som gick till på följande vis: *Få en gäst som beställt den lokala rätten på någon deltagande restaurang att fotografera rätten och dela med sig detta i sitt flöde och tagga kampanjen.*

Kampanjen började i mitten av juni och flertal restauranger startade succesivt sälja sina lokala rätter. Tre rapporteringar skedde under kampanjperioden. Dock uppmärksammades det tidigt in på perioden att några deltagare inte erbjöd sin lokala rätt på menyn, dessa kontaktades och ströks från kampanjen.

De restauranger som deltog i kampanjen var:

Bryggerikrogen i Nora

Gamla Örebro i Wadköping i Örebro

Grythyttans Gästgivaregård

GRO i Örebro

Krogen som inte finns på Askersunds Golfklubb (t o m mitten på juli)

Lake Lodge i Karlskoga

Naturens Hus i Örebro

Tetsu i Örebro

## Utfall

### Västmanland

Kampanjen avslutades 5 september och totalt sålde restaurangerna i Västmanland 1,300 portioner. Som synes i listan nedan var det tre restauranger som tyvärr hade svårt att leverera då de som nämnts tidigare varit tvungna att fokusera på annat i sina verksamheter.

#### *Konkreta utfall sålda portioner*

Västerås Officersmäss, Västerås	0 portioner
Djäknebergets restaurang, Västerås	180 portioner
Rocklunda Bar och konferens, Västerås	230 portioner
Måns Ols Utvårdshus, Sala	830 portioner
Hotell Gillet, Köping	30 portioner
Baggå Skola, Skinnskatteberg	30 portioner

### Örebroregionen

Kampanjen avslutades 5 september och totalt sålde Örebro restauranger 5082 rätter. Detta innebar Av dessa innehöll 1669 portioner råvaran vildsvin.

Under perioden tappade vi tre deltagare som inte stod upp för det som dom hade lovat att göra under kampanjen, att ha sin rätt på menyn. Under kampanjperioden uppmärksammade vi även att tävlingen inte gick alls bra, hypotesen var att aktiviteten för kunderna att lägga upp en bild på sina sociala medier konton och tagga tävlingen inte förmedlades fram på rätt sätt så kampanjen avslutades utan några tävlingsbidrag. Vi utförde aktiviteter på kontot som beskrev detta uppreparande gånger.

#### *Konkreta utfall sålda portioner*

Bryggerikrogen i Nora	884 portioner
Gamla Örebro, Wadköping	280 portioner
GRO, Örebro	425 portioner
Grythyttans Gästgivaregård	176 portioner
Krogen som inte finns på klubben, Askersunds GK	320 portioner
Lake Lodge, Karlskoga	1070 portioner
Naturens Hus, Örebro	1887 (vegetarisk)! portion
Tetsu, Örebro	40 portioner

### *Utfall marknadsinsatser i sociala medier*

Metoden för att mäta insatserna i sociala medier har genomförts genom att se över hur stor räckvidd samtliga inlägg har gjorts tillsammans på Facebook. Totalt har samtliga inlägg nått 50 373 stycken.

## **Utvärdering**

### **Västmanland**

Kampanjen 200% Lokalt på Tallriken har varit en intressant utmaning som lärt oss mycket. Projektet Lokalt på menyn har i stort påvisat styrkan i att samarbeta med andra aktörer, i detta fall Agro Örebro där vi skapat en bra förutsättning för framtida samverkan och samarbete.

Mer specifikt för kampanjen 200% Lokalt på tallriken:

- Påvisat svårigheterna med att hitta alla ingredienser till en rätt lokalt varför det finns alla förutsättningar för nya företag/entreprenörer att hitta en plats. Efterfrågan finns.
- Samarbeten med både Västmanlands turism och Västerås Tidning har varit givande och en bra relation för framtida samarbeten är grundlagd.
- Vissa restaurangers bidrag har varit lite svåra så där behövs i nästa kampanj göras ett mer coachande arbete.
- Den kalla våren gjorde att vissa grödor inte fanns i början av kampanjen
- I Västmanland engagerade dessa sex restauranger inte mindre än 29 livsmedelsproducenter för att skapa sina maträtter. Ett faktum som lyfts medialt och till Länsstyrelser. Kan vi i nästa kampanj lyfta detta starkare så det fördelarna med lokalt producerade livsmedel når fram till den stora massan.
- Namnet 200% lokalt på tallriken har kanske varit lite svårt att greppa och förstå vad det handlar om. Till nästa år bör vi se över om det ska justeras.
- Regeln att uteslutande använda sig av lokala råvaror är svår och luddig då man tex kan få använda kryddor och hjälpmedel för smak men inte tex olja. Denna aspekt bör beaktas inför nästa års "regelverk".
- Restaurangerna i kampanjen har skapat nya affärsrelationer vilka förhoppningsvis kan fortsätta efter kampanjen och på så sätt bidra till mer lokalproducerat på restaurangerna på lång sikt också.

### **Örebroregionen**

Namnet på kampanjen 200% Lokalt på Tallriken har inte klingat rätt hos deltagande restauranger samt gäster. Många har ifrågasatt just 200% som inte kan finnas på en tallrik. Många restauranger verkar ha sålt rätten som "den lokala rätten" i stället för att de inte har varit gillande av namnet.

Gällande att marknadsföra det med 100% lokala råvaror har det inte varit helt sanningsenligt på grund av att vi har sagt undantagsmässigt "smaksättningar" och därav blir det inte 100%. Detta blir en otydlighet i kommunikationen när varumärket säger en väldigt tydlig sak som sedan produkten inte kan stå upp för. Detta bör vi tänka på till nästkommande kampanjer.

Kravet på 100% lokala råvaror kan ha varit lite för begränsande för vissa av kockarnas kreativitet och ekonomiska marginal på rätten. För det finns vissa basvaror som används i en stor omfattning i de flesta rätterna som de inte fick använda eller att det lokala alternativet inte är ekonomiskt försvarbart. Detta tror jag kockarna ser som begränsande i stället för kreativt utmanande när perioden är så lång. Om uppdraget hade varit utformat till enbart en kort period eller enstaka tillfälle tror jag deltagarna hade känt en större lust och engagemang på grund av det inte försvårar deras ekonomi lika mycket då det inte påverkar marginalerna lika mycket under deras ekonomiska viktigaste period under året.

Kampanjperioden började för tidigt, utbudet av grönt var väldigt snålt i mitten av juni och detta begränsade också kockarna. Min bedömning efter att ha pratat med producenterna skall något sådant här börja tidigast i slutet av juli då utbudet av nyskördade grönsaker är mycket högre.

Under rekryteringen av kampanjen frågade en kock varför vi rekryterade så många restauranger som redan jobbar väldigt lokalt. Är det inte bättre att rekrytera restauranger som inte jobbar lokalt överhuvudtaget? Att vi har gjort det för lätt för oss och driver kampanjen på de som redan gör något bra. Detta är en väldigt bra synpunkt som borde föras vidare till senare liknande projekt. Att satsa mer resurser på att inspirera andra restauranger som inte jobbar lokalt och få dom att få in några få lokala råvaror, kanske inte ändra en rätt 100% men bara några få huvudkomponenter.

De restauranger som serverade vildsvinskött trodde inte de skulle sälja så mycket som de gjorde, detta kan peka mot att det finns en större efterfrågan på denna råvara än vad kockarna tror. Detta är väldigt positivt kopplat till vårt andra projekt.

Vissa av kockarna har behövt lägga mer tid på att hitta nya råvaror för deras utvalda rätt har förändrats kontinuerligt med odlingssäsongen, därför har kunskapen ökat bland vissa av kockarna om vilka råvaror som finns i närområdet just under den perioden. Dessutom har det även påbörjats mer direktkommunikation mellan producenten och kocken som har fortsatt efter kampanjen i form av att producenten skickar en gång i veckan vad som finns nyskördat och kocken utformar sin meny efter detta. En beteende som vi hoppas på kommer bli en standard.



## **Sammanfattning bägge regionerna**

### **Kampanjnamn**

Namnet på 200 % Lokalt på Tallriken har uppfattats som luddigt och skapat onödiga diskussioner i sociala medier och på restaurangerna.

### **Kampanjperiod**

Kampanjens längd kopplat till den när den började och slutade uppfattas som för lång. Började för tidigt och slutade för sent. Det är rätt period på året då kampanjen är i anslutning till turismsäsongen.

### **Relation producent och restaurang med flera**

Många nya relationer har skapats mellan olika intressenter, producenter, restauranger och grossister. Men även mellan organisationerna AgroÖrebro och Smaka på Västmanland, vilket varit mycket givande och positivt i ett kort och långt perspektiv.

### **Gränsen för lokala råvaror**

För stor utmaning för många restauranger att hålla sig till att maträtterna skulle innehålla till 100 % lokala råvaror (exklusive smaksättare). Innebar begränsningar utifrån tillgång på råvaror. Samtidigt var det viktigt att det fanns grundkriterier för att få delta.

### **Utfall sålda portioner**

Det skiljer sig mycket när det gäller det totala utfallet mellan de olika regionerna. En förklaring är att Örebroregionen hade testat konceptet redan 2020. Två restauranger deltog i ett pilotprojekt med gott resultat. En annan förklaring är en resursfråga. AgroÖrebro har haft flera personer/funktioner som haft möjlighet att jobba operativt med kampanjen.

### **Lönsamhet**

Lönsamhetsaspekten har inte varit i fokus. Något att ta med sig är följande exempel, Naturens Hus i Örebro valde att servera en vegetarisk rätt där man tog lika mycket betalt som en traditionell fisk-/kötträtt. Enligt dem blev slutkalkylen mycket angenäm, bra netto. Det borde gå att få ut en bättre kalkyl om man serverar en maträtt med lokala inslag. Under förutsättning att man kan stärka mervärdena genom t ex storytelling.

### **Marknadsföring/kommunikation**

I slutändan handlar det om resurser. Personella och ekonomiska. Utifrån de resurser som lagts måste vi ändå vara nöjda med utfallet. Men finns mycket mer att göra när det gäller kommunikation/marknadsföring.

### **Support**

En lärdom är att restaurangerna måste få mycket mer support/coaching för att lyckas fullt ut. Val av rätter, produkter samt tips och råd när det gäller marknadsföring. Hands on råd! Några restauranger har varit väldigt duktiga på att lyfta fram sin rätt och kampanjen. På andra har det inte märkts överhuvudtaget. Högre krav och mer support är nyckeln.

Sammanfattningsvis måste vi vara mycket nöjda. Vi har startat upp ett koncept som primärt skapat förutsättningar för att producenter och restauranger utvecklat sina affärsrelationer samt gett restauranggästerna en möjlighet att ta del av kreativa rätter med lokala råvaror.

Dessutom förstärkt uppfattningen att verksamheterna AgroÖrebro och Smaka på Västmanland kan samarbeta över regiongränserna.

### **Framtid**

Det finns stora förutsättningar att utveckla konceptet/kampanjen utifrån årets kampanj, erfarenheter och utfall.

Föreslår en workshop med representanter för AgroÖrebro, Smaka på Västmanland, två producenter, två restauranger samt grossistföretag m fl. Regionöverskridande. Utfallet av workshopen skapar förutsättningar nästa års kampanj.

Rikard & Claes & Ola

## Delredovisning ”Mer vildsvinskött i Örebroregionen” tom okt 2021

### 1. Genomförda aktiviteter

Enkätundersökning kring attityder till vildsvinskött i samarbete med Länsstyrelsen Örebro och Hushållningssällskapet.

Publicering av projektet på Agro Örebros webbplats: <https://www.agroorebro.se/mer-vildsvinskott-i-orebroregionen/>

Samarbete har upprättats med Länsstyrelsen och Hushållningssällskapet kring samarbeten med deras projekt inom Vildsvinsfrågan.

Redovisning av genomförda och planerade aktiviteter presenterad 9/6 (Bilaga 3b).

Publicering av projektet på Agro Örebros webbplats: <https://www.agroorebro.se/mer-vildsvinskott-i-orebroregionen/>

### 2. Uppnådda resultat

Hela kedjan, insatsplan samt resultat av enkät och djupintervjuer (Bilaga 3c)

Kopplat till Bilaga 3b:

- Enkät och djupintervjuer redovisades i föregående rapport.
- Mediaevent 19/5: <https://www.agroorebro.se/pressmeddelande-mer-vildsvinskott-i-orebroregionen/>
- 200% lokalt på tallriken planerades initialt med fyra restauranger men endast tre genomförde satsningen. En restaurang föll bort på grund av logistiska svårigheter.
- Detaljhandel: Demonstrationsinsatser planerades för lansering av vildsvinskött i två lokala ICA-butiker varav en genomförts under denna redovisningsperiod. I samband med demonstrationen delades receptboken ”Svenskt vildsvinskött” från Jordbruksverket ut och produkterna fick en unik etikett.
- Matresan: Projektet deltog i Matresan och lyfte fram vildsvinsburgare som produkt.
- MUJI: Projektet lyfte fram vildsvinskött i MUJI:s butik i Stockholm.

### 3. Mätbara indikatorer

Se bilaga 3d. (expertevent med 50 deltagare genomförs under oktober månad och redovisas i 2022 års rapport).

# Mer vildsvinskött i Örebroregionen

Ingår i Jordbruksverkets utlysning "Främjande av vildsvinskött"



Europeiska jordbruksfonden för  
landsbygdsutveckling. Europa  
investerar i landsbygdsområden



# Grundförutsättning

## FRÄMJANDE AV VILDSVINSKÖTT I ÖREBROREGIONEN

Tillsammans för mat,  
hälsa och hållbarhet i Örebro län



Hushållnings  
sällskapet



Europeiska jordbruksfonden för  
landsbygdsutveckling. Europa  
investerar i landsbygdsområden



Europeiska jordbruksfonden för  
landsbygdsutveckling. Europa  
investerar i landsbygdsområden



# Främjande av vildsvinskött i Örebroregionen

Enkätresultat. Konsument



Europeiska jordbruksfonden för  
landsbygdsutveckling. Europa  
investerar i landsbygdsområden



# Resultat

---

1040 svar



Europeiska jordbruksfonden för  
landsbygdsutveckling, Europa  
investerar i landsbygdsområden



# Främjande av vildsvinskött i Örebroregionen

Djupintervjuer



Europeiska jordbruksfonden för  
landsbygdsutveckling. Europa  
investerar i landsbygdsområden



# Resultat

---

17 genomförda



Europeiska jordbruksfonden för  
landsbygdsutveckling, Europa  
investerar i landsbygdsområden



# Främjande av vildsvinskött i Örebroregionen

Slutresultat



Europeiska jordbruksfonden för  
landsbygdsutveckling. Europa  
investerar i landsbygdsområden



Kunskap-Tillgänglighet-Popularisiera-Inspirera-Action

Jägare

Grossist

Butik

Konsument

Vilt-  
hanterings-  
anläggning

Media

Restaurang

Restaurang-  
gäst



# Främjande av vildsvinskött i Örebroregionen

Mediaevent 19 maj



Europeiska jordbruksfonden för  
landsbygdsutveckling. Europa  
investerar i landsbygdsområden



# Utfall

---

SVT 3:25 in i sändningen: [Lokala Nyheter Örebro | SVT Play](#)

NA: [De vill lägga vildsvin på pizzan och i burgaren: "Fint, gott och tämligen klimatvänligt kött" \(na.se\)](#)

Radio Örebro: [Vildsvinskött populärt enligt enkät: "Väldigt högt intresse" - P4 Örebro | Sveriges Radio](#) eftermiddagsprogrammet 20 min in: [Eftermiddag i P4 Örebro 19 maj kl 15.00 | Sveriges Radio](#)

Läns-Posten: [På bred front för vildsvinskött – Länsposten \(lansposten.se\)](#)

Karlskoga-Tidning: [Nu ska det bli lättare att köpa vildsvinskött i länet - KT-Kuriren](#)

Med mera



# Kampanj 15 juni-5 september

---





# Utfall

## Fyra restauranger hakar på

- **Bryggerikrogens** rökta vildsvin från Bergslagen med ramslöksfärskost, Karintorpstomater och grönsaker från lokala gårdar. Bryggerikrogen röker vildsvinskarrén själva, ramslöken är plockad i Kilsbergen och blandas med färskost. Serveras med färska och torkade Karintorpstomater samt grönsaker och rotfrukter från lokala gårdar och producenter efter säsong.
- **Gro** erbjuder en rosmarin & äppelglaserad vildsvinssadel från Bergslagen med pure av palsternacka, rapsrostade Karintorpstomater och nässelchips.
- **Krogens som inte finns klubbens** vildsvinsisterband med svängdörr. Denna rätt är vår tolkning av den klassiska korven i bröd på Sveriges golfanläggningar. Vi lyfter vildsvinet och våra lokala samarbetspartners i denna lite vilda rätt. Rätten visar hur vi tänker på vår golfrestaurang, klassiskt men med vår twist och ärlighet.
- **Tetsus** vildsvinsramen kan beskrivas som slowcooked fastfood. Basen är en långkokt buljong från vildsvinsben, nudlar, marinerade ägg, vildsvinssida, lök, kål och svamp.



# Detaljhandel

---

**ICA**  
**Supermarket**  
*Allé*

**ICA**  
**Supermarket**  
Torghallen



Europeiska jordbruksfonden för  
landsbygdsutveckling, Europa  
investerar i landsbygdsområden



# Utfall

## Vildsvinsortiment och exponering

Start innan midsommar 2021

Vildsvinsfärs (500 g)  
Vildsvinsburgare (90 g)  
Vildsvinsytterfilé



AgroÖrebro-Lokal producent-Lokal logistiklösning-Lokal butik



Aktivitet  
4-5 september 2021

---

# Matresan

Upptäck mathantverk i Örebro län

G Ö K S H O L M  
G Å R D



Europeiska jordbruksfonden för  
landsbygdsutveckling, Europa  
investerar i landsbygdsområden

# Hösten/vintern 2021

---

Demo i butik

Event i Stockholm på MUJI

Event exceptionell råvara

**MUJI**  
無印良品

EXCEPTIONELL  
**råvara**

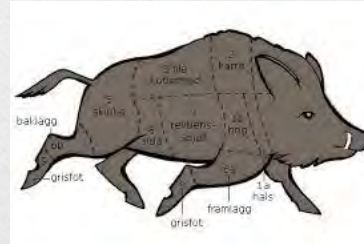


Europeiska jordbruksfonden för  
landsbygdsutveckling, Europa  
investerar i landsbygdsområden



# Mer vildsvinskött i Örebroregionen

Ingår i Jordbruksverkets utlysning ”Främjande av vildsvinskött”





# Mer vildsvinskött i Örebroregionen

## Från skepsis till nyfikenhet till ”big business”

Restaurangkampanj ”200 % Lokalt på Tallriken” 1669 portioner

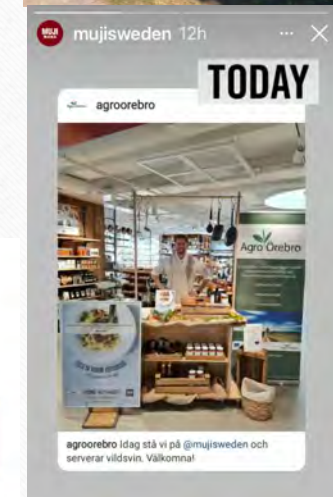
DEMO i ICA-butik i Hallsberg 150 smakportioner

Event Matresan 150 vildsvinsburgare

Pilotförsäljning på ICA 200 kilo

DEMO MUJI i Stockholm 120 smakportioner

Expertevent 50 personer



### FRÄMJANDE AV VILDSVINSKÖTT I ÖREBROREGIONEN

Tillsammans för mat,  
hälsa och hållbarhet i Örebro län



## **Utvärdering: Utforska vildsvin som råvara**

Ett event där jägare, kockar, landsbygdsföretagare och andra möjliggörande aktörer möts för att utbyta perspektiv och utforska vildsvin som råvara. Syftet för dagen är att öka den gemensamma kunskapen och skapa en gemensam bild för att höja kvalitén, analysera olikheterna, förstå helheten för att öka konsumtionen av svenskt vildsvinskött. Med ett fokus på en provsmakning utförd av Exceptionell Råvara.

### **Eventpartners:**

AgroÖrebro (ekonomisk finansiering och arbetstid för planering av event)

Länsstyrelsen Örebro län (ekonomisk finansiering och arbetstid för planering av event)

Exceptionell Råvara

Bergslags Delikatesser (sponsor av råvaran)

### **Datum:**

18 oktober 2021

### **Plats:**

Konserthuset Foajén, Örebro

### **Deltagare:**

52 stycken

Målgrupp: jägare, slaktare, kockar, upphandlare, offentliga kök, DVH och media

### **Resultat**

#### **Sammanfattning av dagen**

Dagen inledes med presentationer av representanter från olika utvalda målgrupper (allmänna fakta, jägare, förvaltning och kockens perspektiv) som jobbar med vildsvin för att bredda förståelsen i hela kedjan. Därpå genomfördes en provsmakning på fyra olika variabler utifrån ålder och kön, rödgris, brungris, sugga och galt. Analysen utfördes på styckningsdetaljerna karré och kotlett. Dagen avslutades i en workshop där alla deltog i ett samtal utifrån dagens nya insikter och vad skall göras härnäst.

#### **Åsikter Deltagare**

Största delen av deltagare i rummet var väldigt positivt förvånade över de stora skillnaderna mellan de olika grupperna på vildsvinskött. Trots att det var många jägare i rummet hade de aldrig jämfört köttet på det här viset. Kockarnas reaktion var insikten över den stora potentialen med råvaran.

Många tyckte verkligen det var bra att samla så stor del av kedjan som möjligt och placera i samma rum för att diskutera detta. Det ger hela gruppen ett helhetsperspektiv de kan sakna i många andra tillfällen.

Det vara blandat med åsikter kring de presentationerna som hölls, en del tyckte att det var för mycket regler och teori som var irrelevant för deras intresse.

Deltagarna såg väldigt positivt till ett vildsvinsevent i början på hösten för att lyfta denna råvara.

### **Åsikter Exceptionell råvara**

För få jägare på plats på eventet

Köket var låg standard att jobba i för förberedelserna, ett brandlarm som var nära att starta flertal tillfällen. Hade gärna haft ett öppet kök så kan deltagarna intrigera i tillagningen.

Hade gärna velat se kostnaderna på en presentation från alla de olika delarna i kedjan.

De insatser Stefan Eriksson sammanfattade dagen med:

*1. Skicka ut en inbjudan till alla viltslakterier, kockar, jägare.*

*Vi kommer göra en selekterings/klassificeringsgrund för vildsvin. Är ni med?*

*Datum. Snart.*

*Plats. Örebro*

*2. Jobba med lösning för inlämning av djuren tillsammans. Slakteri/jägare.*

*3. Samt kommunikationslösning med kockar och tillgång. App/sms enkel lösning snabba svar.*

*4. Charkprodukter. Högsta kvalitet.*

*5. Styck och tillagningsdag tillsammans. Alla.*

### **Lärdomar**

För få lantbrukare som inte jagar som tar stor skada av vildsvinen

### **Media**

<https://sverigesradio.se/artikel/prisade-kockarna-ska-fa-fler-att-ata-vildsvin-finns-manga-myter>

<https://www.ja.se/artikel/2229497/en-dag-fr-att-utforska-vildsvin-som-rvara.html>

<https://www.jaktjournalen.se/vildsvin-som-ravara-skarskadades-vid-event/>

[https://www.youtube.com/watch?v=XhyBYMMPzhs&t=3s&ab\\_channel=Agro%C3%96rebro](https://www.youtube.com/watch?v=XhyBYMMPzhs&t=3s&ab_channel=Agro%C3%96rebro)

# Läges- och slutrapport

Regionala strukturfondsprogrammen  
Nationella regionalfondsprogrammet

## Del 1 - Lägesrapport

Avser innevarande rapportperiod. Ifylld rapport bifogas som fil (pdf) i Min ansökan under rubriken "Lägesrapport".

### 1. Grundinformation

Projektnamn	Ärende-ID	
Investeringskapital till livsmedelssystemet - en förstudie	20300294	
Stödmottagare	Organisationsnummer	
Agroöst Ideell Förening	802434-7679	
Redovisningsperiod fr.o.m	t.o.m	Lägesrapport nr.
2021-02-01	2021-11-30	
Projektets startdatum	Projektets slutdatum	
2021-02-01	2021-11-15	

### 2. Gör en övergripande beskrivning av projektets verksamhet

Beskriv övergripande vad ni arbetat med i projektet under aktuell redovisningsperiod. Redogörelsen bör innehålla beskrivning av:

- övergripande verksamhet
- hur ni arbetat mot mål och delmål
- eventuella avvikelser från projektbeslutet
- eventuella ändringar
- hur ni arbetat med horisontella kriterier
- vilka processer som initierats
- kommentarer kring eventuella aktiviteter och resor utanför programområdet.



--

### 3. Beskriv genomförda aktiviteter

Beskriv de aktiviteter och därtill kopplade delaktiviteter som genomförts under aktuell period. Utgå från aktiviteterna som framgår av ert beslut.

Akt.	Delakt	Aktivitetsbenämning	Beskrivning
X	<input type="checkbox"/>	Kartläggning	Kartläggning av vilka aktörer som berörs, både företag inom livsmedelssystemet samt finanssektorn samt sammanställning av tidigare projektresultat inom sektorn.
X	<input type="checkbox"/>	Enkät	Genomförande av enkäter
<input type="checkbox"/>	X	Enkät: Entreprenörer	Genomförande av enkät till "Entreprenörer med tillväxtambition" och "Jordbruksföretag som sökt Gårdsstöd"
<input type="checkbox"/>	X	Enkät: Investerare	Genomförande av enkät till "Investerare"
X	<input type="checkbox"/>	Djupintervjuer	
<input type="checkbox"/>	X	Djupintervjuer: Entreprenörer	Genomförande av djupintervjuer av "Entreprenörer med tillväxtambition" och "Jordbruksföretag som sökt Gårdsstöd"
<input type="checkbox"/>	X	Djupintervjuer: Investerare	Genomförande av djupintervjuer av "Investerare"
X	<input type="checkbox"/>	Sammanställning: Goda exempel	Sammanställning av information om framgångsrika exempel på företagsmodeller och investeringslösningar inom sektorn.
X	<input type="checkbox"/>	Workshop	Genomförande av workshop med goda exempel och investerare samt åhörare från livsmedelssystemet, investerare och media
X		Behovsanalys	Genomförande av en behovsanalys baserad på enkät, djupintervjuer samt workshop.

X		Målgruppsanalys	Genomförande av en målgruppsanalys för att undersöka om det finns grupper som har särskilda behov utifrån hållbarhetsaspekterna, utifrån svar från djupintervjuer samt workshop.
---	--	-----------------	--

#### 4. Beskriv resultat och utfall under aktuell redovisningsperiod

Redogör för vilka direkta resultat och utfall som projektet uppnått. Beskriv även kopplingen mellan projektets målsättning och det specifika mål som projektet beviljats stöd inom. Tänk på att utfallen på de valda indikatorerna ska redovisas i tabellen i avsnitt 5.

## 1. Bakgrund

Förstudiens mål att utreda om det finns arbetssätt och metoder som kan utveckla stödstrukturen runt företagen i livsmedelskedjan.

En behovsbild skulle kunna ge underlag till ett eventuellt genomförandeprojekt och vilka insatser som i så fall skulle utveckla stödstrukturerna. Det övergripande syftet med ett sådant genomförandeprojekt är att öka volymen av inhemsk livsmedelsproduktion och förädling i linje med regeringens livsmedelsstrategi.

I förstudien användes fyra metoder för att utreda behovsbilden; Kartläggning, Enkätundersökningar, Djupintervjuer och Workshop.

## 2. Kartläggning

Förstudiens mål var att kartlägga vilka aktörer som berörs samt att kartlägga inom vilka områden av livsmedelssystemet där det finns störst behov och potential att attrahera externt kapital. Kartläggningen visade att ett flertal projekt och initiativ har tagits för att belysa livsmedelssystemets förutsättningar. I förstudiens kartläggning fann vi ett flertal angränsande rapporter bl a "Geografiska matvarumärken – en accelererande kraft för lokal mat, Jordbruksverket", "Innovation och samverkan, Handelshögskolan i Jönköping", "Livsmedelskedjans regionala innovationssystem, RISE", "Kapitalförsörjning på landsbygden och EU:s finansiella instrument, AgriFood economics centre", "Vägen till finansiering av ditt lantbruksföretag, LRF", "Finansieringshandbok för lokala entreprenörer, Hela Sverige ska leva", Förstudie: Investeringskapital i livsmedelssystemet, Agro Örebro", "Aktörsanalys Livsmedelskedjan i Västmanland, Länsstyrelsen i Västmanland" och "Förstudie: Säkra våra lokala livsmedelskedjor genom medborgarstödd finansiering, Vreta Kluster" samt en intervju med "Stolt mat i Sörmland"

### 2.1 Entreprenörsperspektivet

Förstudien var avgränsad till primärproduktion och livsmedelsproducenter och flera av projekten/studierna belyser dessas situation ur olika perspektiv, bla ur innovationskraft/möjlighet, förädlingsvärde, hållbarhet, tillväxtintresse/förmåga/möjligheter och kapitaltillgång. Endast en rapport menade att få svenska lantbrukare anser att tillgång till finansiering är ett stort problem. Övrig kartläggning tydde på att det finns ett problem.

Resultatet från kartläggningen beträffande entreprenörer ledde till ett antal frågeställningar som sedan låg till grund för enkätfrågorna. Några frågeställningar som väckes var:

- *Kan det vara intresset av att innovera verksamheten för att öka tillväxt och lönsamhet som varierar, i.e. och därmed varierar behovet/svårigheten att finna kapital?*
- *Om intresset och nödvändigheten av detta finns, kanske utmaningen kring finansiering uppstår?*
- *Vad vet vi om intresset och viljan att växa?*

### 2.2 Investerarperspektivet

Kartläggningen visar att det finns ett flertal analyser/rapporter av hur offentligt kapital (olika typer av bidrag och lån) utnyttjats av målgruppen. Det erbjuds finansiering men det kan vara mer eller mindre enkelt att ansöka/erhålla dessa. Privata aktörer är framförallt lokala banker eller några få långivare med särskild inriktning på livsmedel. Oavsett om lån/kredit ställs ut av offentliga eller privat finns alltid kraven på säkerhet i kombination med krav på egenfinansiering vilket gör det svårt att finansiera investeringar som snarare bygger på framtida potentiell avkastning än säkerhet i "pant".

Svaren kopplat till intresse av att investera i Livsmedelsföretag visar att det finns ett allmänt till stort intresse hos investerarna, vilket bekräftas av att över 70% vill få kontakt med och lära sig mer om Livsmedelsföretag.

#### Horisontella kriterier

60% av de svarande i gruppen "Entreprenörer med tillväxtambition" var mellan 26- 56 år mot 40% bland de som sökt "Gårdsstöd". 29% i den förra gruppen var kvinnor mot endast 18% i den senare.

Resultatet från kartläggningen beträffande investerare ledde till ett antal frågeställningar som sedan låg till grund för enkätfrågorna. Några frågeställningar som väckes var:

- Många företag i livsmedelssystemet (främst primärproduktion och närproducerat) som är i kontakt med investerare/finansiärer och att investerarna anser att tillväxtplanerna är övervägande bra men ca 40% som hamnar ändå på "minus". *Hur ökar vi kunskapen?*
- Det uppstår ett gap i att investerarna anger att "Förtroende för ledningen" är viktigast vid en finansiering samtidigt som väldigt få möten verkar ha gått på djupet kring entreprenörernas vilja och farhågor kring externt riskkapital. *Hur förändrar vi kunskap och kultur?*
- Ett tydligt gap märks i att investerarna främst söker techbolag och av de entreprenörer vi tillfrågat finns få sådana. *Finns det något däremellan?*
- En speglade utmaning ligger i att såväl investerare som entreprenörer ser "låg lönsamhet" som det största hindret för tillväxt. Hur kan ökad lönsamhet uppnås?

#### Horisontella kriterier

80% av de svarande var mellan 41- 65 år och närmare 70% var män. Andelen män i finansbranschen är stor så därför är detta inte ett avvikande resultat.

### 4. Djupintervjuer

Resultaten från kartläggning och enkäter och de frågor som väckts låg till grunde för de frågor som ställdes i djupintervjuerna. En mall för djupintervju togs fram för entreprenörer och en för investerare.

#### 4.1 Djupintervjuer av entreprenörer

(Fullständiga referat och sammanfattningar finns i bilagorna)

Frågorna berörde följande områden:

- Företagsbeskrivning och historik

Företagen har stor variation och stor produktion, primär och sekundärled, kött och spannmål, traditionellt och modernt, grönsaksodling, slakt, styckning, paketering och förädling av vilt, äggproduktion, nötproduktion, mjölkproduktion och så en partihandlare i ost. De flesta har börjat med egen mark, som funnits inom familjen och tagit över och utvecklat ett befintligt lantbruk. Ett par har köpt mark eller anläggning och startat därifrån. De flesta arrenderar mark för att kunna komma upp i volym och öka kapaciteten. De flesta har under de senaste åren expanderat och investerat sin produktion. Omsättning från 5 msek till 80 msek.

- Tillväxtambitioner

Nästan alla hade tillväxtambitioner. Antingen i ökad volym, dvs antal djur eller hektar eller alt. både och att optimera den produktion man har idag för att få högre avkastning med samma fasta investeringar. De stora kostnaderna är mark, personal och maskiner.

Kan man öka produktion i befintlig verksamhet så är det större vinstlyft för många. Det kan också röra förändringar i marknadens konsumtionsmönster och krav på omställning till mer ekologisk och regenerativ produktion. De utstrålar en öppenhet för att ställa om produktionsinriktning till andra grödor, djur eller andra säljkanaler.

- Utmaningar och begränsande faktorer
  1. Regelverket och komplex byråkrati som man upplever hämmar produktionen!
  2. Att hitta personal med rätt kompetens och lust att jobba inom näringen.
  3. Låg lönsamhet
    - a. Dåligt betalt för produkterna
    - b. Låg konkurrenskraft mot andra länder med andra produktionskrav
    - c. Dagligvaruhandeln ställer stora krav på producenter och betalar dåligt
    - d. Få stora handelsaktörer sätter priset och det finns inga alternativ

De med tydliga tillväxtplaner har utmaningar inom teknisk utveckling och kapital. Det finns också stora kunskapsluckor när det gäller fördelar och nackdelar med att ta in externa investerare och extern kapital. En del ser fler hot än möjligheter. Några nämner vikten av att en framtida extern partner måste kunna tillföra mer än bara pengar. Kunskap som utvecklar de framtida affärerna.
- Tillgång till kapital
 

De flesta har finansierats verksamheten banklån, bidrag och med egna medel. Två har tagit in externt kapital. Tillgången till kapital är inte en begränsande faktor om man har en bra kalkyl. Traditionella banker är den vanligaste finansiärer och gårdarna är en säkerhet för bankerna – lätt att låna till bra villkor. Priset på mark är en begränsande faktor och kan vara svårt att få lån att köpa gårdar och mark för att växa.
- Lönsamhetskrav
 

Delningen mellan risk och lönsamhet är orättvis i förhållande till detaljistledet. Finns även de som har utmaningar med interna mål bilder och kompetensförsörjning. Vissa har tydliga lönsamhetskrav, andra mindre och en del vet att det går back men kör på ändå för att de ser långsiktigt och försöker vara uthålliga med tanke på att öka senare eller optimera avkastningen. Nischa sig för att få möjlighet till högre priset något bättre marginaler där med lönsamhet. Utveckling av teknologi och förändring av sen kanaler för att för att effektivisera och nå högre tillväxt och på sikt lönsamhet.
- Affärsplaner, rådgivning
 

Många använder sina bankkontakter som stöd och hjälp att ta fram affärsplaner. Det finns även annan hjälp att få från andra rådgivningsföretag. Men flera av entreprenörerna menar att näringen generellt inte tar den hjälp som finns.
- Framtid
 

Här råder stor enighet. Självförsörjningsgraden kan öka men då behöver det bli mer lönsamt att sälja inom Sverige. Närodlat, kundanpassat och nya, mer direkt kanaler till marknaden är en förutsättning. Flera kommer tillbaka till vikten av öka lönsamheten och priset på lokalproducerat måste upp. Alla målgrupper måste förstå vikten av att lokalproducerade livsmedelsprodukter får kosta mer än t ex import. Det skapar förutsättningar för lönsamma lantbruks- och livsmedelsföretag. En del bygger långsiktigt en verksamhet för att lämna vidare till nästa generation och en del vill bygga en verksamhet som kan vara attraktiv att sälja den dag som det är dags att gå i pension.

## 4.2 Djupintervjuer av investerare

(Fullständiga referat och sammanfattning finns i bilagorna.)

- Bakgrund

Investerarna representera på ett bra sätt olika delar av kapital försörjningskedjan. Några är anställda i privat eller statlig verksamhet som ställer ut lån mot säkerhet (långgivare nedan). Och andra är privata eller statliga investerare som ställde ut konvertibler eller köper aktier i nya missioner för att investera och med högrisk och hög avkastningsförväntan utan säkerhet (riskkapital nedan). Och vissa är mer aktiva i sina engagemang och andra är helt passiva. Det senare gäller framför allt de som lånar ut kapital.

- Kapital (hur mycket, avkastningsförväntan? Tidshorisont?)

### Långgivare

Någon som lånar ut kapital mot den här branschen har gjort under lång tid har goda och långa relationer med sina kunder. Det handlar nästan uteslutande om att finansiera utveckling av Skogs eller lantbruk/djupproduktion och deras och behov av kapital för investering i till exempel maskinpark, produktionsanläggningar, lokaler och förvärv av gårdar/mark. Den starka värde utveckling som har råddit på den svenska marknaden vad gäller fastighet och markpriser samt skogens värde har flera gårdar kan att belåna sina fastigheter för att lånat kapital till förmånliga villkor. Och detta har på senare tid lätt till att fler och fler storbanker vill positionera sig och rekrytera de mest attraktiva kunderna som låntagare. Som ett komplement till målgruppen utgör ett låg risk scenario som komplement till traditionella företagskunder som lånar mot företagsinteckning med högre risk för banken.

### Riskkapital

Genomgående för riskkapitalisterna oavsett om de är privata investerare eller institutionella, är att kriterierna för att investera just i livsmedel inte skiljer sig från andra branscher. Nästan enhetligt anges också att tillväxtpotential och skalbar lönsamhet är högst på agendan. Man vill se att företagen har en innovation eller affärsmodell som löser någon av de globala utmaningarna och samtidigt ligger rätt i tajming för megatrender som till exempel digitalisering och automatisering. Avgörande för att investera är att teamet som leder verksamheten har kompetens inom inte bara inom det specifika området utan också inom entreprenörskap och finansiering av tillväxtföretag. Kapitalnivån är naturligtvis lägre för privatinvesterare och ligger någonstans från 200 000 upp till 10 miljoner. Här kanske syndikerings sker med statliga Almi Invest som också kan vi investera på de nivåerna men då krävs det att 50 % kommer ifrån privata investerare. Nivån över det kommer de privata riskkapitalfonderna och här kan kapital från 10 upp till 100 msek investeras men då ska bolagen vara mer mogna och omsätta någonstans över 50 miljoner. Genomgående är att det måste finnas en tydlig och kraftig tillväxtpotential och därmed potentiell avkastning för att riskkapitalet ska vara intresserat. Den allmänna hållningen är att man letar efter bolag som kan ge minst tio gånger investeringen. De företag som möter dessa förväntningar och dessutom erbjuder lokalt och ekologisk odlad mat kan i viss mån ses som en mer attraktivt investering än andra motsvarande företag eftersom de senare också appellerar emotionellt och stärker investerarens goodwill.



- **Kompetens**

**Långivare**

De aktörer vi intervjuat har alla en mycket god kompetens på området och har lång erfarenhet både inom verksamheten och de specifika personer vi talat med. De vet förutsättningarna för vad som kan finansieras och det finns väldigt tydligt regelverk för hur. Det har de senaste tio åren blivit ytterligare uppstyrt i regelverket vilket gör att det inte längre finns möjligheter att göra lokala avvikelser till exempel på grund utav långvarig relation och förtroende för kunden. Säkerhet tas därmed genom inteckning i bolaget samt ofta i fastigheten. Almi tar också en mindre borgen.

Långivare uppger också att kunderna alltså entreprenörerna har god kunskap om hur de ska presentera sina investeringsplaner. Några menar att de har bristande kompetens på mer innovativa lösningar och hur en sådan tillväxt skulle finansieras. Intresse finns dock för att lära sig mer.

**Riskkapital**

Några privatinvestorerare har inriktat sig på att investera i så kallad foodtech och har därför skaffat sig särskilda faktakunskaper i området. De flesta privatinvestorerare är dock intresserad utav skalbara bolag i tidiga skeden i allmänhet och det kan snarare ses som förstärkande positivt om företagen dessutom gynnar svensk matproduktion lokalt och med en ekologisk hållbar verksamhet. Flera privatinvestorerare uppger att hen inte har tillräcklig kompetens i sakfrågorna och tar då hjälp men skulle gärna lära sig mer.

Institutionella kapitalet har en oerhört professionell inställning och gör genomgripande due diligens i alla sina investeringar och har resurser för det. WeFood som exempel har gjort en genomgripande analys utav de globala utmaningarna på matområdet och sammanfattat att det i en rapport som projektet fått tagit del av. De söker sedan aktivt företag med transformativa innovationer som löser någon eller några av dessa globala utmaningar.

- **Kultur (finns hinder?)**

**Långivare**

Flera av aktörerna har en uttalad policy att utveckla och värna om svenskt lantbruk och skogsbruk. Det innebär att det ligger i deras värdegrund att erbjuda denna bransch finansieringslösningar. Det är snarare det globala regelverket som styr vem som får finansiering eller inte. Det som kan orsaka problem är att kundens familj ofta bor i fastigheten. Att belåna sitt företag kan ibland uppfattas som konflikt med den privata sfären om det handlar om inteckningar i den fastighet som man också bor i privat.

**Riskkapital**

Ett återkommande tema är att riskkapitalet är intresserat av att investera i innovationer och företag som gör världen bättre. En svårighet i bedömningarna är att avgöra huruvida produktionen av grödorna eller djuren verkligen har en hållbar hållning. Inom just den här förstudiens perspektiv handlar det om att producera mat alternativt förädla mat t ex på ett sätt som gör att jorden förbättras utan kemikalier, att matsvinnet minskar genom cirkulära affärsmodeller, att nya miljövänligare födoämnen kan ersätta traditionella, till exempel insekter och grödor som vi tidigare inte använt som föda. Privata investerare är lite olika i profil men tobak, cannabis samt sprit möter inte vissas värdegrund. Medan andra till exempel kan tänka sig investera i alkoholdryck t ex ölproduktion eller bryggerier.

Slutsatsen var att riskkapital söker sig till hög risk som kan ge hög avkastning. Det är inget nytt. Inget tyder på att investerare bedömer potentiella investeringar i livsmedelsföretag på något annat sätt än investeringar i alla företag från andra branscher. Det är innebär att företagen behöver ha ett starkt entreprenöriellt team och en tillväxtplan med helst global marknadspotential. Det är nämligen en förutsättning för att kunna nå en avkastning som är över tio gånger kapitalinsatsen. Analysen är att entreprenörer i svensk livsmedelsproduktion till största del utgörs av småskaliga verksamheter med begränsad möjlighet till hög lönsamhet och framför allt brist på stark tillväxt. Det i sin tur gör att den typen av företagsutveckling troligen inte kan finansieras med traditionellt riskkapital. Analysen säger däremot att företag som har en disruptiv innovation eller affärsmodell och global marknadspotential i kombination med ett entreprenöriellt team har en möjligen starkare möjlighet att attrahera extern riskkapital om de inte bara löser en global utmaning utan också ett lokalt matproduktionsbehov. Den traditionella skogs och spannmålsproduktionen upplevs inte ha några bekymmer att få finansiering från traditionella långgivare. Utmaningen ligger i om de vill utveckla verksamheten på något sätt som inte går att ta säkerhet i, tex varumärke, nya distributionskanaler osv.

Resultatet av intervjuerna med investerarna är att det uppstår ett gap för företag med mindre verksamhet som vill utvecklas genom innovativt produktionsmetod, alternativa tillverkningsprocesser, nya grödor, modernisera kommersialiseringskanaler för att öka sin produktion och sälja t ex lokalt/regionalt. Skalbarheten och tillväxtpotential är för liten för traditionellt riskkapital och den innovativa satsningen saknar realkapital för en långivare att ha säkerhet i. Entreprenörens situation KAN bli att den osäker planen i kombination med låg lönsamhet inte kan finansieras och därmed uteblir.

## 5. Workshop

Resultaten från kartläggning, enkäter och djupintervjuer föranledde ett projektmöte med omfattande diskussion kring hur workshops bäst skulle genomföras för att nå ytterligare resultat. I ansökan hade angivits att fyra workshops skulle hållas, en i respektive län. Beslutet blev EN gemensam workshop och eftersom detta var en förändring från plan väljer vi att redovisa utdrag från projektmötesprotokollet:

### 5.1 Förberedelser av workshop

#### Diskussion antal workshops

Vi inledde med att föreslå två stycken workshops med olika teman. Efter en del olika inlägg kommit fram till att det var samma tema vi ville lyfta och därmed fel anledning till att ha flera workshops. Vi enades om vikten av att få hög nivå på diskussionen och många deltagare samt undvika att ta för mycket tid av såväl entreprenörer som finansierar.

Beslut: Vi beslutade att hålla en gemensam workshop. Troligen med en hybrid lösning.

#### Diskussion kring tema

Vi ville utgå ifrån vikten utav att skapa lönsamhet eftersom det är det som attraherar så var det kapital som kompetens på sikt. Vi ansåg att det var viktigt att inspirera också de som inte har tillverkat planer och därför skulle goda exempel kunna vara ett bra upplägg.

Beslut: Tema: Lönsamhet i livsmedelsbranschen - goda exempel som lyckats attrahera kapital och personal

#### Diskussion kring målgruppen

Vi diskuterade huruvida vi skulle dela upp det i primär och sekundär är målgrupper men kom fram till att vi ville ha med alla led. Vi var också inne på att vi ville ha entreprenör och finansiärer med samt diskuterade om politiker skulle ha en central roll i workshopen.

Beslut: Vi beslutade att ha med fyra stycken exempel på entreprenörer som lyckats nå lönsamhet eller är på god väg dit. Gärna genom innovativa lösningar och storskalig produktion.

Vi vill också få representanter ifrån de olika näringarna kött, ägg, spannmål, förädling.

Vi vill också ha med två representanter från finansiärer och förslagen var tillväxt bolaget och Almi.

### Diskussion kring frågeställningar

Vi diskuterade hur vi skulle få fram vad som var viktigt att lära sig utav de goda exemplen. En tanke var att lyfta fram vad de hade för möjligheter och eventuella hinder som kan lösas på bästa sätt. Gärna inom kultur, kapital, kompetensförsörjning och erfarenhet. Förslag: Respektive entreprenör får inleda med att beskriva hur de har byggt upp sin verksamhet för att nå lönsamhet.

### 5.1 Genomförande av workshop

Vi bjöd in under rubriken Lönsamhet och kapital i livsmedelsbranschen – vad krävs för att växa? Fyra lantbruksföretag berättar.

Dessa "goda exempel", var fyra entreprenörer (1 kvinna och tre män) som var med på plats och vi bad dem lyfta fram vad som har varit förutsättningar/hinder inom perspektiven:

- kultur
- kapital
- kompetens (affärsmodell, varumärke, produktion, innovation mm)
- personalförsörjning

De tre finansiärerna (Tillväxtbolaget, Almi och LIAF) fick beskriva sina verksamheter och erbjudanden som potentiellt bättre lösningar på kapitalfrågan.

Resultatet av workshopen blev att ca 40 deltagare var på plats på Vreta Kluster och ca 40 deltog online. Se inbjudan i bilagorna. Seminariet spelades och finns tillgängligt online.

Tydligt var att dessa goda exempel hade tydligt tillväxtfokus. Två hade civ. ing. Examen och de andra hade tillväxt med sig i familjetraditionen. Alla kom in med erfarenheter av tillväxt/företagande från andra områden och att man kan ana att det faktumet har varit viktigt. Livsmedelsproduktion behöver impulser från andra branscher och annat kunnande för att kunna utvecklas. Finansiering hade framförallt skett genom lån från bank med gården och mark som säkerhet i kombination med tydliga tillväxtkalkyler med god återbetalningsförmåga samt goda relationer med banken. Det tydliga budskapet var dock att framtida generationer inte kommer att kunna förlita sig på samma finansieringslösning eftersom bara förvärvet av gård/mark kommer att innebära hög initial belåning. Detta i kombination med låg lönsamhet och ökade krav på ekologisk odling som medför krav på nya lösningar för regenerativ/cirkulär odling och produktion.

Tillväxtbolaget visade hur de kan låna ut som komplement till bank, Almi presenterade ett nytt Grönt lån med bättre villkor och LIAF presenterade sin strategi. En slutsats var traditionell utveckling genom investering i produktionsanläggning o dyl görs väl genom bank och liknande. Men att regionala tillväxtsatsningar som bygger på uppbyggnad av nya produkter, eget varumärke, ny affärsmodell osv inte attraherar traditionellt riskkapital eftersom dessa investerare förväntar sig 5 till 20 gånger investeringen i avkastning, vilket ligger utanför dessa livsmedelsproducenters potential.

Resultatet av workshopens diskussion var tankar och idéer på lösningar var bla:

- Nya kanaler direkt till slutkund (genom egna varumärken och samarbeten med angränsande branscher som smarta logistiklösningar) för att öka marginal och lönsamhet
- Nya automatiserade produktionssätt för att minimera personalkostnader och skapa hållbara processer utan miljöpåverkan

- Ny typ av statlig finansiering som kan ta mer risk än Tillväxtbolaget och Almi och till bättre villkor
- Väcka intresset för tillväxt genom goda exempel och kunskapsförstärkning inom affärsutveckling och finansieringskalkylering hos entreprenörer i livsmedelssektorn
- Försöka matcha regionala tillväxtentreprenörer mot en ny kategori investerare som har impact och regionala matperspektivet i större fokus än den monetära avkastningen

#### 5. Beskriv utfall av indikatorer under aktuell redovisningsperiod

Fyll i samtliga indikatorer och måttenheter i direkt i formuläret i Min ansökan. Formuläret för indikatorrapportering i Min ansökan finns under rubriken "Lägesrapport". Utgå från ert beslut om stöd.

N/A

#### 6. Övriga utfall och/eller goda exempel

Här kan ni lyfta fram övriga utfall eller goda exempel som skapats inom projektet och som knyter an till projektets mål men som inte direkt belyses av indikatorerna. Exempel på detta kan vara utveckling av nya varor och tjänster, insatser som bidragit till företags konkurrenskraft, särskilt framgångsrika arbetssätt mm.

N/A

#### 7. Beskriv eventuella bidrag i annat än pengar (privat och offentligt)

Redogör för vad de olika resurserna har tillfört projektet, exempelvis hur medfinansiärens personal arbetat med periodens aktiviteter.

Läs mer om [medfinansiering på Tillväxtverkets webbplats](#).

N/A

#### 8. Beskriv eventuella aktiviteter av socialfondskaraktär

Beskriv eventuella aktiviteter av socialfondskaraktär och kostnaderna kopplade till dessa. Läs mer om kostnader av [socialfondskaraktär i handboken på Tillväxtverkets webbplats](#).

N/A

#### 9. Beskriv eventuella aktiviteter som genomförts utanför programområdet

Beskriv vilka aktiviteter som genomförts utanför programområdet under aktuell redovisningsperiod och varför.

N/A
-----

#### 10. Beskriv aktiviteter som innehåller de minimis och/eller statsstöd

Det framgår av beslutet om ert projekt beviljats stöd i form av de minimis eller statsstöd. Beskriv endast de aktiviteter som fått denna typ av stöd under aktuell redovisningsperiod

Läs mer om [statsstöd i handboken på Tillväxtverkets webbplats](#).

N/A
-----

#### 11. Övriga kommentarer

Ange eventuell ytterligare information om projektet och dess resultat som bör uppmärksammas

N/A
-----

## Del 2 - Slutrapport

Avser hela projektperioden 2021-02-01 till 2021-11-15

### 12. Sammanfattning av projektet, dess aktiviteter, mål och resultat

#### **Investeringskapital till livsmedelssystemet - en förstudie**

Denna förstudie avsåg utreda om det finns arbetssätt och metoder som kan utveckla stödstrukturen för företag i livsmedelskedjan. Förstudiens mål är att utreda vad som behövs för att stärka berörda små- och medelstora företags förutsättningar att få tillgång till olika former av investeringskapital. Nedan har vi valt att bryta ned målbeskrivningen i delmål och ange aktiviteter och resultat kopplade till dessa delmål.

#### **Delmål: aktiviteter och resultat**

- 1. att utreda om det finns arbetssätt och metoder som kan utveckla stödstrukturen runt företagen i livsmedelskedjan.**
  - Aktiviteter: Enkäter, djupintervjuer och workshop
  - Resultat: Det finns behov av att skapa och sprida arbetssätt och metoder som hjälper företagen i livsmedelskedjan
- 2. att utreda vad som behövs för att stärka berörda små och medelstora företags förutsättningar att attraheras av att investera samt att få tillgång till olika former av investeringskapital**
  - Aktiviteter: Enkäter, djupintervjuer och workshop
  - Resultat: Det finns behov av att höja kunskapen hos små och medelstora företag inom tillväxtplaner och finansiell kalkylering
- 3. att utreda vad som behövs för att företag i livsmedelssystemet ska kunna möta finansiärer med förbättrade förutsättningar**
  - Aktiviteter: Enkäter, djupintervjuer och workshop
  - Resultat: Det finns behov av att öka kunskapen om vad externa finansiärer förväntar sig och bidrar med samt etablera metoder och strukturerade process för att dessa företag ska få tillgång till en ny och relevant typ av investerare med riskkapital
- 4. att kartlägga vilka aktörer som berörs**
  - Aktiviteter: Regionala kartläggningar och gemensam sammanställning och analys
  - Resultat: Aktörer som berörs är små och medelstora företag inom primärproduktion och förädling/sekundärledet samt finansiärer (bank, Almi mm) men främst personer med lokalt engagemang, intresse för mat och impact samt finansiell förmåga att investera utan krav på hög avkastning. Dessutom logistikföretag samt företag med plattformar/koncept för livsmedelsproduktion och distribution. Även företag med kunskap inom affärsutveckling, varumärke och investeringsförberedelser är aktörer som berörs.
- 5. att kartlägga inom vilka områden av livsmedelssystemet där det finns störst behov och potential att attrahera externt kapital**
  - Aktiviteter: Regionala kartläggningar och gemensam sammanställning och analys samt enkäter, djupintervjuer och workshop



- Resultat: Slutsatsen är att det kommer att krävas en ökad produktion i primärledet för att nå livsmedelsstrategins mål. Vilken typ av produktion och ökad efterfrågan behöver komma ifrån sekundärledet/förädling varför denna grupp är särskilt viktig att undersöka ytterligare i ett eventuellt genomförandeprojekt. Detta för att identifiera specifika områden samt förse dessa med befintliga koncept och processer för effektiv produktion och distribution med färre led till slutkunden. En förutsättning för att öka lönsamheten och därmed öka betalningsförmågan och efterfrågan gentemot den regional primärproduktionen, vilket skulle ge dem tillväxtincitament till utökad produktion.

#### Obligatoriska resultatkriterier och resultat

##### Bakgrund och omvärld

- Varför behövs genomförandeprojektet? Beskriv viktigaste skälet och orsakerna till att situationen ser ut som den gör.
- Vilken efterfrågan finns från näringslivet?

##### Mål och resultat

- Hur kan projektet bidra till EU:s mål och strategier?
- Vad ska projektet resultera i? Formulera resultatet som mätbara mål.
- Vilka effekter kommer projektet ha för regionen?

##### Målgrupp

- Vilka ska delta i projektet?
- Vilka intressenter finns?

##### Organisation

- Hur kan det framtida projektet organiseras?
- Vilka roller behövs?
- Vem ska äga projektet?

##### Genomförande

- Vilka aktiviteter ska ingå?
- Beräknad tidsplan?
- Hur kan miljö, jämställdhet, integration och mångfald användas som verktyg i projektet?

##### Samverkan

- Ska projektet genomföras som ett samverkansprojekt?
- Finns det kopplingar till andra program?
- Kan projektet genomföras som ett så kallat Östersjöstrategiprojekt?

#### *13. Kommentera det slutliga utfallet av indikatorerna*

Jämför ackumulerat utfall mot målvärde (se punkt 5 ovan) och kommentera eventuella avvikelser samt vilka lärdomar ni har dragit av detta.

#### 14. Beskriv hur ni arbetat med att sprida projektets resultat

Beskriv större informationsinsatser som utförts i samband med projektavslutet, projektets eventuella resultat samt hur EU:s medverkan har synliggjorts. Bilägg gärna eventuella utvärderingsrapporter.

Respektive part marknadsför resultatet i respektive aktörs sociala medier och nätverk samt att resultatet av förstudien och dess slutsatser leder vidare till en ansökan om ett genomförandeprojekt och det sättet förvaltas resultatet för ett nästa steg.

Slutrapporten alt. en sammanfattad populärversion kommer att skickas till alla som bidragit och deltagit till förstudien.

Information har nått många också under själva förstudien genom att vi redan i juli skickade ut information till ca 6000 företagare i branschen om enkätresultaten i förstudien. Intresset var därför stort när seminariet genomfördes. Hela seminariet finns nu att se på YouTube och har redan lockat ca 200 personer som sett det drygt 2 timmar intressanta seminariet.

På AgroÖrebros hemsida har det under förstudien funnits en unik undersida <https://www.agroorebro.se/investeringskapital/> och i samband med AgroDagen 2021:2 den 11 november lyftes resultatet fram genom en presentation av projektledaren.

Tidningen Land och Lantbruk kommer att publiceras en redaktionell artikel om förstudien i deras decembernummer 2021.

Som exempel på uppföljning så tack vare resultatet av förstudien genomförs just nu ett analysarbete kopplat till planerna att etablera sk produktionsväxthus på Kvinnerstaområdet i Örebro. Vilket bl a skulle kunna innebära att det som är konstaterat i förstudien skulle kunna appliceras i ett genomförandeprojekt på Kvinnerstaområdet.

#### 15. Beskriv uppföljning, utvärdering och lärande

Utifrån Tillväxtverkets riktlinjer avseende utvärdering (3P och 3N) beskriv metoder och insatser för att följa upp och utvärdera projektet samt hur utvärderingen använts för att skapa ett lärande. Bilägg gärna eventuella utvärderingsrapporter.

Utöver kontinuerlig uppföljning och utveckling av det interna projektsamarbetet gjordes en utvärdering av slutseminariet på Vreta Kluster som bifogas. Förstudiens syfte var att skapa underlag för ett eventuellt genomförandeprojekt så uppföljningen av projektet blir en ansökan om genomförandeprojekt.

## 16. Diskussion och slutsatser

Beskriv vilka delar av projektet som varit framgångsrika och vilka delar som inte har fungerat lika bra. Ange orsaker och vilka lärdomar som uppstått till följd av detta.

Samarbetet mellan deltagarna från de fyra regionerna har varit mycket fruktbart. Det har resulterat i ökat samarbete även gällande andra projekt inom grön näring. Tack vare arbetet med och resultatet av förstudien finns förutsättningar att det leder till ett genomförandeprojekt som kommer göra stor skillnad kopplat till den nationella livsmedelsstrategin. Att skapa förutsättningar för tillväxt för lokala företag inom lantbruks- och livsmedelsföretag, på ett hållbart sätt och med lönsamhet i fokus.

- Styrka att redan i förstudie arbeta över flera län – det ger bred kompetens och erfarenheter, vi drar nytta av varandras nätverk, insatserna får en bra spridning och vi delar på resurser
- Det blir lite mer admin och praktiskt rodd, tex hitta möten, invänta synpunkter, etc när man är fler – men fördelarna överväger nackdelarna med hästlängder!
- Bra steg och metodik för genomförande – 1. Samla gjorda insatser 2. Enkäter till fler respondenter 3. Intervjuer 4. Seminarie 5. Sammanfattning 6. Ansökan genomförandeprojekt
- Metodik och struktur för genomförande har lett till att vi samlat in kunskap i lagom stora steg systematiskt och hunnit med att analysera, vänt oss till rätt målgrupper, mm.
- Har varit ett attraktivt ämne som har gjort det lätt att engagera och få intervjua företag, bra svar enkäter, intresse från banker, investerare, mm.
- Vi har borrarat "lagom" djupt inom respektive område – och fått aktörer som normalt inte möts att mötas – vilket har lett till nyfikenhet hos dessa aktörer
- Vi har identifierat tydliga behov till fortsatta insatser och verksamhet
- Media intresset kunde varit större. Land Lantbruk besökte seminariet men några ytterligare tidningar har vi inte kunnat locka (ännu).

Den viktigaste inför ett eventuellt genomförandeprojekt är att vi på ett tidigare stadium bör skapa en kommunikationsplan för att bättre sprida information om projektets resultat, under och efter projektet.

### 17. Efter projektslut

Beskriv hur ni arbetar vidare med projektets resultat efter projektet har avslutats

Alla parter i genomförandet av förstudien har gått vidare med att formulera en ansökan av ett genomförandeprojekt i bifogad utlysning. <https://tillvaxtverket.se/vara-tjanster/utlysningar/utlysningar/2021-10-21-sok-finansiering-for-eu-projekt-i-ostra-mellansverige.html>

Genomförandeprojektet formuleras tillsammans med de projektparter och med erfarenheter från en annan förstudie i samma utlysning som denna, FOODÖMS.

De gemensamma slutsatserna och i förstudierna identifierade behoven har genererat i ett upplägg av ett genomförandeprojekt. I det projektet kommer fortsatt samverkan ske mellan förstudiens parter, i fyra län. Södermanland, Örebro, Västmanland och Östergötland. Regionerna i respektive län är positiva och kommer medfinansiera ett beviljat projekt.

Genomförandeprojektet kommer att gå ut på att två SME livsmedelsförädlade företag i respektive län, dvs sammantaget åtta stycken, får stöd med ett affärsanalys samt behovsanpassade insatser som kan bidra till, ökad effektivitet, lönsamhet, produktion och innovationsgrad. Projektet kommer att arbeta mot det etablerade främjarsystemet och utvärdera dess potential att ge stöd och möta de livsmedelsproducerande företagens behov. I projektet kommer också incitament och vilja för riskkapital att investera i livsmedelsproducerande företag att utredas mer djupgående.

Se förändringslogiken i separat bilaga.

### 18. Övriga kommentarer

Ange eventuell ytterligare information om projektet och dess resultat som bör uppmärksammas

# Data som strategisk resurs – slutrapport till Tillväxtverket

November 2021





# Sammanfattning – projektet har genererat flera idéer som kan fördjupas vidare i ett genomförandeprojekt

Sammanfattning från intervjuer, workshop, arbetsmöten och analyser

## TJÄNSTER INOM TRE OMRÅDEN



## DETALJERING

- **1. Lösningar riktade direkt till lantbrukare**
  - Årlig grundrapportering – delning av data och färdiga rapporter till exv. kommuner, länsstyrelser och Jordbruksverk
  - Cross compliance – verktyg för att hjälpa lantbrukaren driva produktionen i linje med de komplexa lagar, regler och riktlinjer denne har att förhålla sig till
  - Tillståndsansökningar – generera rapporter och underlag för användning i vanliga tillståndsprocesser
  - Miljöhusesyn – förenkla och automatisera
  - Delning grunddata – om företaget och dess produktionskontext
  - Benchmarking – produktionsnyckeltal
- **2. Lösningar riktade till större aktörer/partners till lantbrukaren (exv. slakterier, mejerier, spannmålsförädlare, rådgivare m.fl.)**
  - Klimatberäkningslösning – integrerad lösning för att beräkna, analysera och prognosticera lantbrukares klimatavtryck
  - Biologisk mångfald – viktigt att kvantifiera det positiva avtrycket i svenskt lantbruk
  - Produktionssystemet Tuppen är ett bra referenscase för Agronod
- **3. Sammanlänkning maskinsystem**
  - Adapter maskinsystem – möjliggöra inhämtning och delning av data mellan de stora maskinleverantörerna inom mjölk och växtodling

# Bakgrund och syfte

---

- Lantbruket ligger i många fall långt efter andra branscher vad det gäller användning av digital teknologi (t.ex. inom produktionsstyrning, beslutsfattande och resurseffektivisering). En huvudanledning är att den värdefulla data som ligger till grund för algoritmer och beräkningsmodeller finns spridda bland ett stort antal olika organisationer och företag.
  - Fyra svenska lantbruksaktörer formerade under 2020 det nationella initiativet Agronod, för att skapa standardiserad och säker tillgång till lantbruksdata. Målbilden med initiativet är ökad lönsamhet och hållbarhet för svenska lantbrukare genom att möjliggöra för digitala tjänster.
  - Under våren och hösten 2021 bedrevs en förstudie att utreda vilka behov som finns hos näringen, vilka data som finns tillgängliga och hur dessa data kan processas och kombineras för att nå näringens behov. Mer specifikt ska förstudien
    1. Identifiera specifika behov av data inom livsmedelssektorn.
    2. Identifiera och utvärdera tillgängliga data som kan användas.
    3. Identifiera prioriterade och avgränsade verksamhetsområden, som kan ligga till grund för dataanalys och process.
    4. Att med hjälp av en målgruppsanalys för att undersöka behovet av och vilka hållbarhetsaspekter som behöver främjas med stöd av data och vilka som bör ingå i arbetet.
  - Förstudiens övergripande mål är att ta fram ett underlag till ett genomförandeprojekt som kan bidra till att genom datadelning och gemensam digital utveckling arbeta fram nya digitala lösningar som ökar svenska lantbrukares lönsamhet och sänker dess klimat- och miljöavtryck.
-

# BAKGRUNDSINFORMATION AGRONOD

# Lantbruket står inför ett paradigmskifte – de digitala produktionssystemens intåg



## Våg 1 –

Elektrifieringen av landsbygden



## Våg 2 –

De tunga produktionsmaskinerna



IDAG

## Våg 3 –

De digitala produktionssystemen

### Stabil kraftförsörjning

- Bättre belysning – längre arbetstider
- Nya eldrivna maskiner, t.ex. mjölkseparatorn

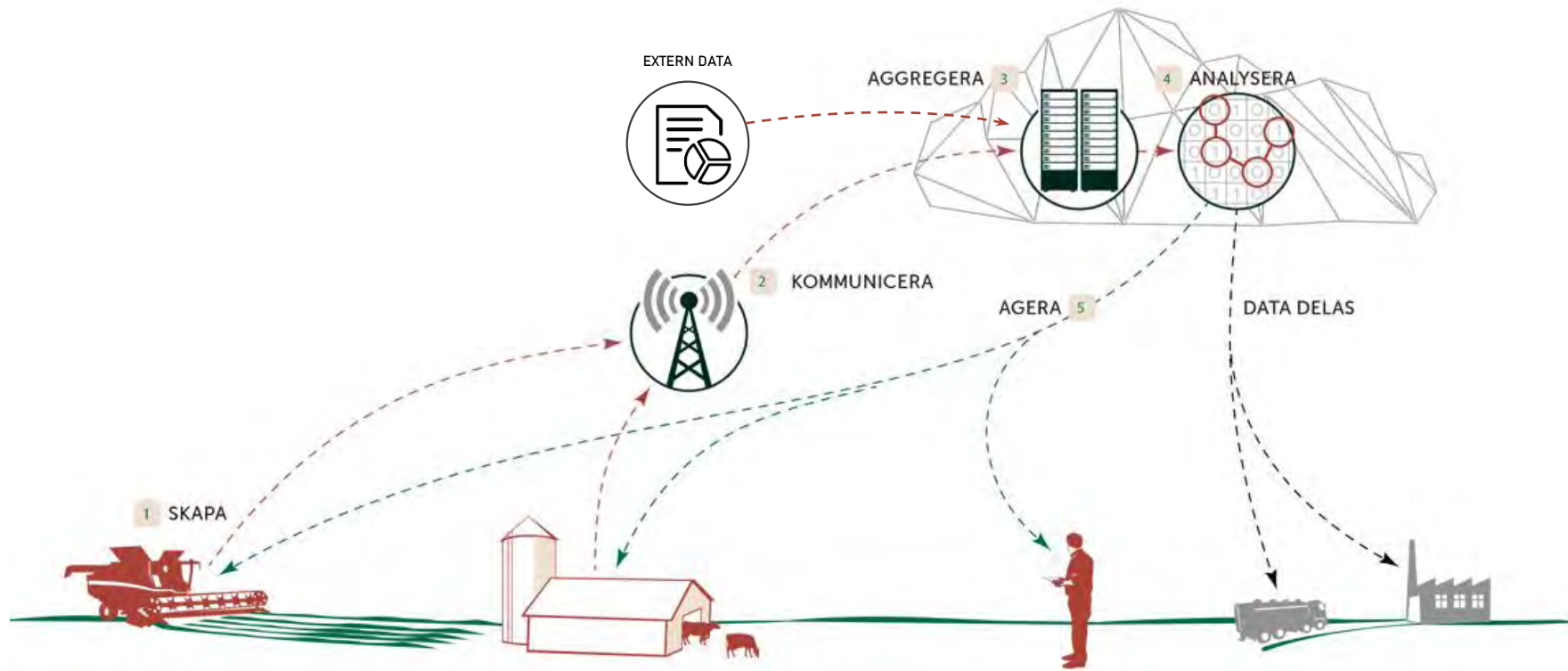
### Fler hästkrafter

- Sänkta arbetskrafts- och insatskostnader
- Bärare av nya och tyngre redskap och verktyg

### Uppkoppling och intelligens

- Integrerad produktions-automatisering
- Datadrivet beslutsfattande

# Lantbrukets produktion och beslutsfattande digitaliseras i snabb takt



Sensorerna genererar stora mängder data som kan aggregeras och analyseras med hjälp av artificiell intelligens – kan **automatiskt instruera** till exempel maskiner eller ge **beslutsunderlag**

# Fyra svenska lantbruksaktörer har bildat ett gemensamt bolag för att möjliggöra för digitala tjänster inom lantbruket – Agronod



- Har cirka **140 000 medlemmar** från hela Sverige, de flesta är lantbruksföretagare. LRF ägs också av 25 organisationsmedlemmar – större kooperativa företag med stark koppling till det gröna näringslivet

- LRF är en intresseorganisation som arbetar för att skapa hållbar tillväxt, lönsamhet och attraktionskraft i de gröna näringarna.



- Lantmännen är ett kooperativ som ägs och styrs av cirka **20 000 medlemmar**, svenska lantbrukare inom växtodling och djurhållning. Lantmännen är uppdelat i 20 medlemsdistrikt som finns i hela Sverige.

- Lantmännen är en ledande aktör inom lantbruk, maskin, bioenergi och livsmedel. Verksamheten sträcker sig från jord till bord – med fokus på spannmålsproduktion och -förädling.



- Växa är Sveriges största husdjursförening, ägs av cirka **6 300 medlemmar**. Dessa är mjölk- och köttproducenter, som finns från norra Sverige till Halland i väst, Småland och Blekinge i söder och Öland samt Gotland i öst.

- Växa Sveriges verksamhet spänner över områden som semin, avelsrådgivning, förebyggande djurhälsoarbete, affärs- och företagsrådgivning för mjölk- och köttproducenter.



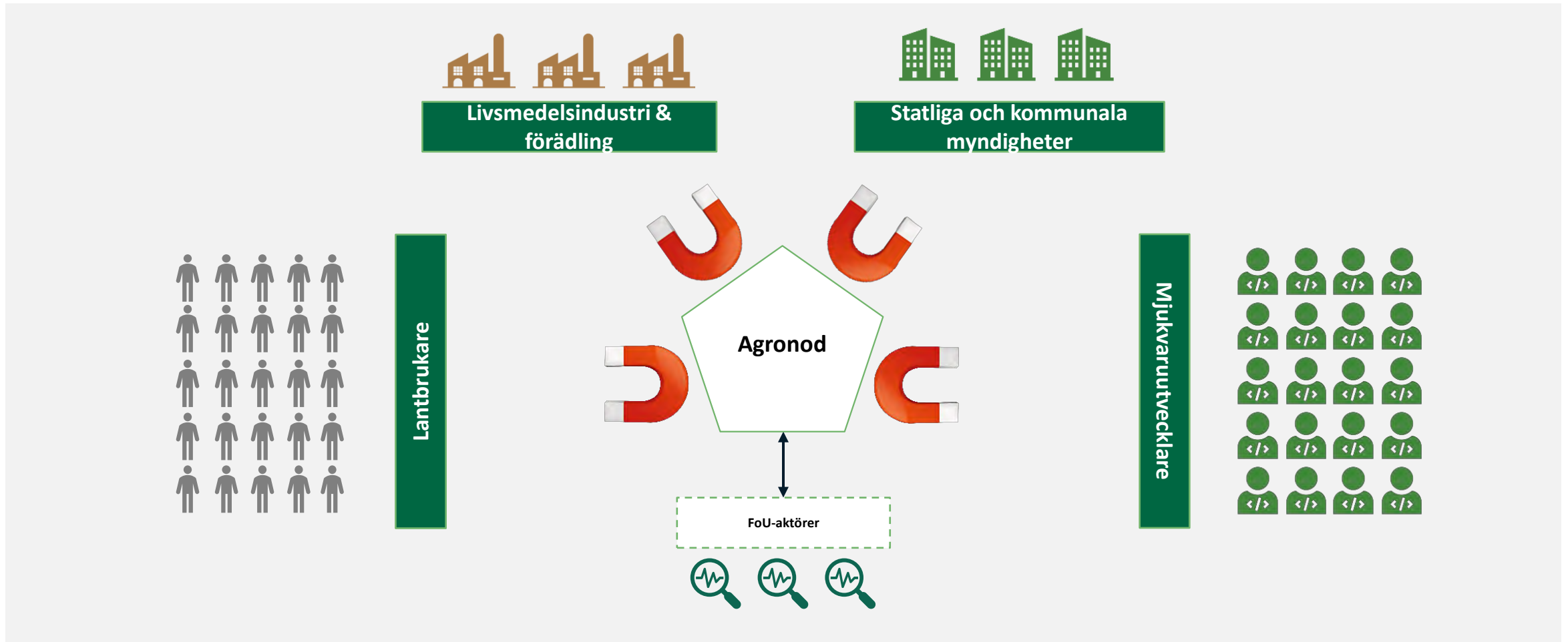
- Hushållningssällskapet utgörs av 15 fristående sällskap över hela landet som tillsammans samlar cirka **25 000 medlemmar** som finns inom alla stora näringsgrenar i lantbruket

- Hushållningssällskapet driver försöksgårdar, forskningsprogram och erbjuder rådgivning för lantbrukets och landsbygdens utveckling inom bl.a. husdjur, växtodling och bygg.

*En styrka för initiativet, som tillsammans **samlar en betydande andel av Sveriges lantbrukare**, är att **många av lantbrukarna är medlemmar i flera av organisationerna**.*

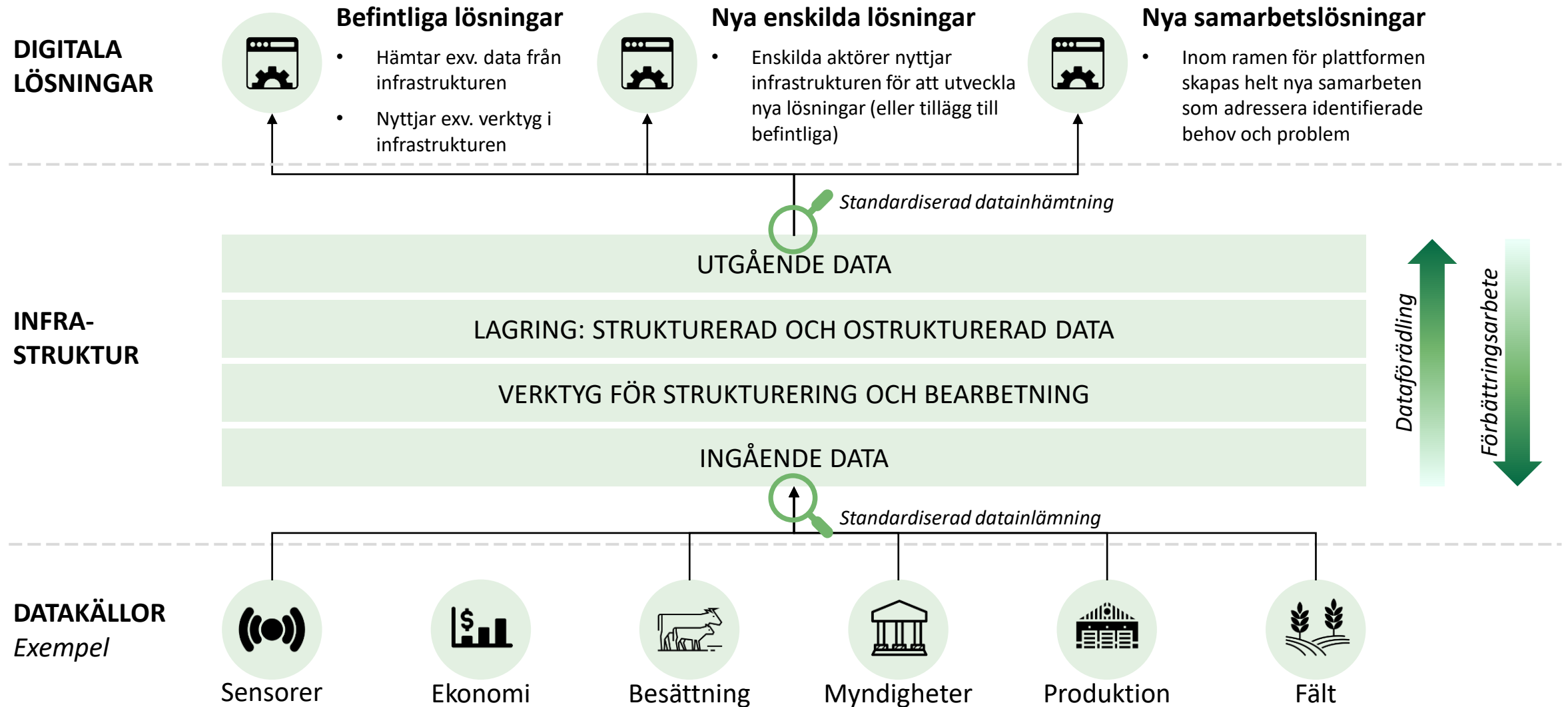
*Tillsammans har de fyra aktörerna **betydande nationell verksamhet inom de stora näringsgrenarna** (växtodling, mjölk och kött)*

Agronod vill som central facilitator koppla ihop branschen – satsningen samlar data, tillför domänkunskap, skapar insikter och tillgängliggör dem





# Genom Agronod möjliggörs en digital utveckling inom sektorn som annars inte varit möjlig



# Ett viktigt område för Agronod är att stimulera och formera strukturerade samarbeten för digital utveckling

---



## Skapa tillgång till data och infrastruktur för digital utveckling

- Kraftigt förenklade möjligheter att skapa effektiv tillgång till data
- Säkra och stimulera datadelning från lantbrukare
- Tillgång till moderna system för utveckling av morgondagens lösningar



## Stimulera och formera strukturerade samarbeten för digital utveckling

- Formering av behovsfokuserade samarbeten mellan branschaktörer
- Identifiering av behov och problem som kan adresseras genom digitala lösningar

# UPPLÄGG

# I projektet har vi arbetat hypotesdrivet för att identifiera pains på lantbruksnivå som kan adresseras med hjälp av ökad datadelning och digitalisering

## HUVUDMOMENT

Våren 2021

A

**Första fördjupande intervju med och agtechbolag och mjukvaruutvecklare**

- Skapa initiala hypoteser om behov
- Skapa intresse för sektorn och visa på potentialen – gäller mjukvaruutvecklare (exemplifieras på nästkommande sida)

B

**Andra fördjupande intervju med och agtechbolag**

- Fördjupa kring de uppsatta hypoteserna
- Särskild fördjupning kring konkret nytta och värden
- Identifiera särskilda pains

Hösten 2021

C

**Workshop med lantbrukare**

- Stämma av hypoteser tillsammans med lantbrukare i olika näringar

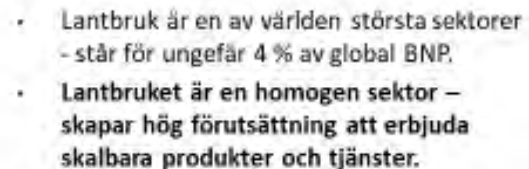
D

**Workshop med mjukvaruutvecklare och agtechbolag**

- Presentation och findings
- Ways of working framåt, nästa steg

Syftet har varit att skapa ett intresse kring sektorn för duktiga mjukvaruföretag som ännu inte är exponerade mot lantbruket

LANTBRUKET ÄR AV VÄRLDENS STÖRSTA SEKTORER.



- Lantbruk är den minst digitaliserade sektorn, men omfattande digitaliseringssatsningar genomförs.
- Möjligt för IT-/mjukvaruutvecklare att skapa ett First-Mover Advantage.

- Flera bolag riktar sina molnplattformar mot lantbruket
- Globala IT-bolag omvärldsbevakar och profilerar sig inom Agtech för att säkra kompetens och marknadsandelar.

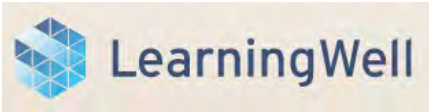
# Fem bolag har intervjuats, med fokus på att förstå deras verksamhet och utmaningar kopplat till datadelning

## DELTAGARE

AGTECHBOLAG

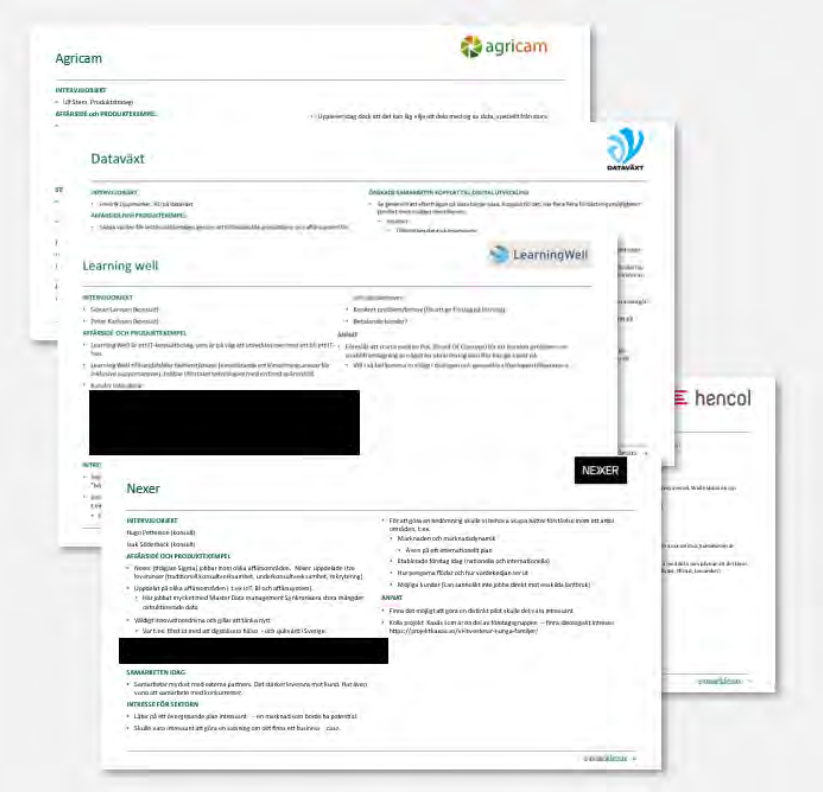


MJUKVARU-UTVECKLARE



# Analys av intervjuerna genererade en lista av behov samt konkreta hypoteser kring områden att detaljera

## ANALYS



## Hypoteser

AGTECH	MJUKVARUUTVECKLARE
<p>Datinhämtning myndigheter – förenklad tillgång till data, t.ex.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>CDB-register</li><li>Kemikalieinspektionen</li><li>Slaktdata/återrapporteringsfiler</li></ul> <p>Bygga egna register för</p> <ul style="list-style-type: none"><li>(1) insatsvaror(kem, näring, grov- och kraftfoder, utsäde) och</li><li>(2) recept (t.ex. styrfiler, foderstat)</li></ul> <p>Integration med managementsystem mjölk (t.ex. delaval och lely)</p> <p>Generellt sammanställa/tillhandahålla öppna data via Agronod</p> <ul style="list-style-type: none"><li>Ska data finnas i plattformen, eller bibliotek om var data finns/API-dokumentation</li></ul> <p>Agronod – fungera som en adapter mellan olika maskindatalösningar?</p> <ul style="list-style-type: none"><li>Använda befintlig infrastruktur (t.ex. Agrirouter etc.)...</li><li>Eller bygga egen infrastruktur?</li></ul> <p>Öppna affärer för datadelning B2B i livsmedelskedjan (t.ex. ICA, livsmedelsindustri etc.)</p>	<p>Intresse för branschen, men låg domänkunskap.</p> <p>Dessa aktörer bedöms ha lägre prioritet initialt (längre uppstartssträcka), men kan bli viktigare spelare för ekosystemet på sikt.</p> <p>Därför viktigt att sätta struktur för att få in nya aktörer i branschen.</p> <p>Förslag:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>Skapa informationsmaterial om Branschen och marknaden</li><li>Utmaningar/behov som kan adresseras</li><li>Use case/hypoteser</li></ul> <p>Gemensam brainstorming-session – bjuda in för deltagande på arbetsmöte med Agtech-bolag</p> <p>Eventuellt Proof of Concept-studie</p>



# Hypoteser detaljerades och kategoriserades inom sex olika fokusområden, efter ytterligare en djupintervju med agtechbolagen (I/II)

## DETALJERING INTERVJU 2



Intervjuerna har genererat en lista av behov samt konkreta hypoteser kring områden att detaljera

- 1 Tillgång till rådata
- 2 Tillgång till förädlade dataset
- 3 API-katalog
- 4 Business 2 Farmer-tjänster
- 5 Business 2 Business-tjänster
- 6 Andra



# Hypoteser detaljerades och kategoriserades inom sex olika fokusområden, efter ytterligare en djupintervju med agtechbolagen (II/II)

ATT DISKUTERA:

- 1. Vilka dataset och datakällor ska vi prioritera?
- 2. Framgångsfaktorer datainhämtning (SJV, Eurofins /andra labb, insatsvaruleverantörer växtodling och mjölk )

Fokusområde 1: tillgång till rådata

OBS! Listan är ej uttömmande

1. Tillgång till rådata

NÖT/MJÖLK

- Besättningsinformation (ålder, ras, härstamning, avelsvärden etc.)
- Produktionsnyckeltal
- Labanalyser mjölk
- Veterinärjournaler
- Foderinnehåll/ -deklarationer
- Foderstater
- Foderprover
- Återrapporteringsfil slakterier
- Kvalitetsdata mejerier
- Orderinformation insatsvaror (fr. fakturor/ekonomisystem)

VÄXTODLING

- Innehåll/deklaration utsäde
- Innehåll/deklaration växtnäring
- Innehåll/deklaration växtskydd
- Grundinformation fält (skiftesgränser etc.)
- Jordprover
- Satellitbilder
- Styrfiler
- Skördekartering
- Maskin användning
- Labanalyser vall
- Labanalyser spannmål
- Fältförsök
- Mätvärden från maskiner (vikt, protein etc.)
- Orderinformation insatsvaror (fr. fakturor/ekonomisystem)

Fokusområde 25

2. Tillgång till förädlade dataset och konsumtionsstyr för definierade verksamhetsområden

- Data för optimerad vallodling – besättningsdata, foderstat (grov, kraft och mineraler & vitaminer), grovfoderparametrar (vikt och kvalitet), odlingsvariabler (mark, mekanisk bearbetning, vallfröblandningar, sort - och fältförsök samt övriga insatsvaror).
- Data från nötkedjan – data från managementsystem, besättningsdata och återrapporteringsfiler samt prognosticerad slaktmognad.
- Klimatdata – för gårdens olika verksamhetsdelar, strukturerad, taggad, mappad och kvalitetssäkrad data
- Insatsvaruregister – uppdaterad, strukturerad och standardiserad data om centrala insatsvaror som används på svenska gårdar: utsäde, växtnäring, växtskydd & foder

3. API-katalog

- Strukturerad dokumentation som beskriver tillgänglig relevant data och API:er som andra aktörer än Agronod tillhandahåller – t.ex. väder, maskindata, öppen satellitdata

4. Business 2 Farmer-tjänster – lösningar riktade direkt till lantbrukare

- Årlig grundrapportering – delning av data och färdiga rapporter till exv. kommuner, länsstyrelser och Jordbruksverket

- Cross compliance – verktyg för att hjälpa lantbrukaren driva produktionen i linje med de komplexa lagar, regler och riktlinjer denne har att förhålla sig till
- Tillståndsansökningar – generera rapporter och underlag för användning i vanliga tillståndprocesser
- Digital rådgivning – tillhandahålla gränssnitt för produktions - och ekonomidata samt nyckeltal för lantbruksrådgivare

5. B2B-tjänster – lösningar riktade till större aktörer/partners till lantbrukaren (exv. slakterier, mejerier, spannmålsförädlare, rådgivare m.fl.)

- Klimatberäkningslösning – integrerad lösning för att beräkna, analysera och prognosticera lantbrukares klimatavtryck
- Biologisk mångfald och övergödning – integrerad lösning för att beräkna, analysera och prognosticera lantbrukares biologiska mångfald och övergödning

6. Andra

- Adapter maskinsystem – möjliggöra inhämtning och delning av data mellan de stora maskinleverantörerna inom mjölk och växtodling
- Exv: John Deere, Agrirouter och Data Connect samt DeLaval och Lelys managementsystem

Fetmarkerade punkter bedömdes som särskilt intressanta

**C** Fokusområdena diskuterades med lantbrukare inom olika relevanta näringsgrenar...

---

- **Rossviks säteri**
  - **Stenta Gård**
  - **Womtorps Lantbruk**
  - **Berga Gård**
  - **Sjögesta Gård**
  - **Lunds Gård**
- 





## ... och flera av de hypoteserna kvitteras av de intervjuade lantbrukarna

### TJÄNSTER INOM TRE OMRÅDEN



### KVITTERADE IDÉER

- **1. Lösningar riktade direkt till lantbrukare**
  - Årlig grundrapportering – delning av data och färdiga rapporter till exv. kommuner, länsstyrelser och Jordbruksverk
  - Cross compliance – verktyg för att hjälpa lantbrukaren driva produktionen i linje med de komplexa lagar, regler och riktlinjer denne har att förhålla sig till
  - Tillståndsansökningar – generera rapporter och underlag för användning i vanliga tillståndsprocesser
  - Miljöhusesyn – förenkla och automatisera
  - Delning grunddata – om företaget och dess produktionskontext
  - Benchmarking – produktionsnyckeltal
- **2. Lösningar riktade till större aktörer/partners till lantbrukaren (exv. slakterier, mejerier, spannmålsförädlare, rådgivare m.fl.)**
  - Klimatberäkningslösning – integrerad lösning för att beräkna, analysera och prognosticera lantbrukares klimatavtryck
  - Biologisk mångfald – viktigt att kvantifiera det positiva avtrycket i svenskt lantbruk
  - Produktionssystemet Tuppen är ett bra referenscase för Agronod
- **3. Sammanlänkning maskinsystem**
  - Adapter maskinsystem – möjliggöra inhämtning och delning av data mellan de stora maskinleverantörerna inom mjölk och växtodling

## Identifierad knäckfråga – ekonomisk ersättning för datadelning?

---

1. Förväntan från flera aktörer om ekonomisk ersättning för datadelning
  - › Lantbrukare
  - › Mjukvaruutvecklare
2. Hur prissätts delning av data?
  - Finns det inte en risk att hämmar utvecklingen och att tjänsterna blir dyrare lantbrukare?
3. Eventuell betalningsmodell?



## REKOMMENDATION FRAMTIDA ARBETSPROCESS



# Områden att fördjupa i ett eventuellt kommande genomförandeprojekt

Områden med kvittens från såväl lantbrukare som agtechbolag

---

- **1. Lösningar riktade direkt till lantbrukare**

- Årlig grundrapportering – delning av data och färdiga rapporter till exv. kommuner, länsstyrelser och Jordbruksverk
- Cross compliance – verktyg för att hjälpa lantbrukaren driva produktionen i linje med de komplexa lagar, regler och riktlinjer denne har att förhålla sig till
- Tillståndsansökningar – generera rapporter och underlag för användning i vanliga tillståndsprocesser
- Miljöhusesyn – förenkla och automatisera
- Delning grunddata – om företaget och dess produktionskontext
- Benchmarking – produktionsnyckeltal

- **2. Lösningar riktade till större aktörer/partners till lantbrukaren (exv. slakterier, mejerier, spannmålsförädlare, rådgivare m.fl.)**

- Klimatberäkningslösning – integrerad lösning för att beräkna, analysera och prognosticera lantbrukares klimatavtryck
- Biologisk mångfald – viktigt att kvantifiera det positiva avtrycket i svenskt lantbruk
  - (Produktionssystemet Tuppen är ett bra referenscase för Agronod)

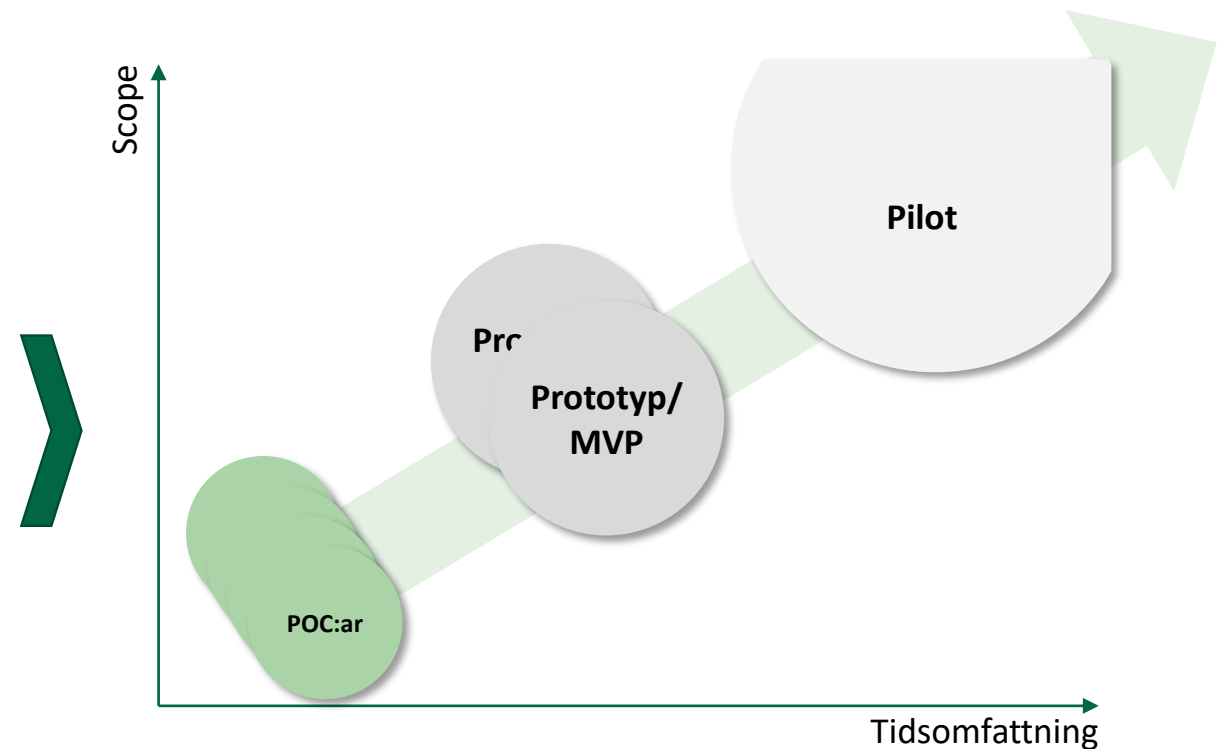
- **3. Sammanlänkning maskinsystem**

- Adapter maskinsystem – möjliggöra inhämtning och delning av data mellan de stora maskinleverantörerna inom mjölk och växtodling

# Sammanfattning förslag framtida arbetsprocess – så kan slutsatser omsättas i praktiken

## ARBETSGÅNG – WAYS OF WORKING

- Gemensamt arbetsmöte, med diskussion om hypoteser
  - Gemensam prioritering fokusområden
  - Hitta idéer för PoC
  - Arbetssätt
  - Samarbetsmodell
  - Affärsmodell
  - PoC-förslag
- Uppstart PoC
  - Fokus validera om idéer/hypoteser är möjliga att genomföra
  - Mycket väldefinierat och begränsat scope som genomförs under begränsad tid
  - Fokus hur tjänsten/datadelning ska implementeras
  - Inkluderar vanligtvis första utveckling/design av idé med första version användargränssnitt
- Uppstart Prototyp/MVP
  - Fokus hur tjänsten ska utvecklas
  - Inkluderar vanligtvis första utveckling/design av idé med första version användargränssnitt
- Eventuell möjlig pilot



# Under POC:en undersöks ett mycket tydligt fokusområde under en begränsad tidsperiod, vanligtvis ett par veckor

VIKTIGA KOMPONENTER	BESKRIVNING
Tydlig uppdrag	<ul style="list-style-type: none"><li>Utvecklingen utgår ifrån ett tydligt beskrivet uppdrag med bland annat förväntningar, arbetsmetod, organisation/resurser och önskad leverabel.</li></ul>
Tydligt fokusområde	<ul style="list-style-type: none"><li>POC:ar utgår ifrån på ett i förhand tydligt definierat fokusområde som undersöks</li><li>Rekommendation om lämpliga PoC-område sker utifrån strukturerat ramverk</li></ul>
Fokus söka risker/glapp	<ul style="list-style-type: none"><li>Viktigt fokus för POC:en är att söka efter och bedöma risker och glapp som kan påverka/hindra det framtida utvecklingsarbetet</li><li>Exempel på hinder kan vara dålig datakvalitet</li></ul>
Strikt begränsad tidsomfattning	<ul style="list-style-type: none"><li>Viktigt med strikt tidsomfattning som måste hållas, vilket tvingar utvecklingsteamet att arbeta fokuserat och målinriktat.</li><li>Vanligtvis bedrivs POC:ar under ett par veckor.</li></ul>
Frihetsgrader i utvecklingsarbete	<ul style="list-style-type: none"><li>Utvecklingsteam behöver höga frihetsgrader och möjligheter att justera scope och leverans beroende på projektets utveckling.</li><li>För att möjliggöra agil utveckling behöver en beslutsgrupp från LDP vara redo att fatta snabba beslut</li></ul>



EUROPEISKA  
UNIONEN  
Europeiska  
regionala  
utvecklingsfonden

**Rossviks säteri**

**Stenta Gård**

**Womtorps Lantbruk**

**Berga Gård**

**Sjögesta Gård**

**Lunds Gård**





# Ansökan om projektstöd

## Mat från nära håll

### Din ansökan

Vem söker du för?

Företag, förening eller organisation

### Uppgifter om fullmakt och sökanden

Organisationsnummer

8024347679

Namn

AGROÖST IDEELL FÖRENING

Utdelningsadress

Högåsa Gård

Postnummer

58576

Postort

VRETA KLOSTER

c/o adress

Telefonnummer - inklusive riktnummer

Mobilnummer

0706247494

E-postadress

magnus.borjeson@telia.com

### Välj stöd

## Välj inriktning

### Valda inriktningar

Samarbete ☐ Skapa nya jobb ☐ Livsmedel

## Genomförande

Här ska du svara på frågor som handlar om vad du söker stöd för och hur du ska genomföra projektet, investeringen eller etableringen.

### Beskriv tydligt och kortfattat vad du söker stöd till

Intresset för lokalproducerade livsmedel blir allt större och konsumenten vill känna en närhet till den mat som äts. Detta kan byggas upp genom transparens i livsmedelssystemet och lokal produktion. Corona-pandemin har ändrat köpbeteendet och e-handeln är större än någonsin och en effektiv väg att nå ut. Genom närproducerad mat, effektiva logistikkedjor och god tillgänglighet. bidrar detta till att nå hållbarhetsmålen genom ökad efterfrågan, kortare transporter och ökad lönsamhet.

En utmaning är att hitta former för att sälja, marknadsföra, lagra och distribuera lokal mat då de enskilda aktörerna ofta är relativt små och inte kan producera stora volymer. För var och en är det inte lönsamt att bygga upp en organisation kring frågorna. En annan utmaning är att bygga upp den långsiktiga relationen till lokal mat i konsumentled för att dels bygga upp den privata efterfrågan, men också skapa ett tryck i leden mellan producent och slutkonsument som bidrar till att lokalt producerad mat hittar vägen in i fler verksamheter.

Intresset för t ex REKO-ringar ökat markant. Konceptet skapar en nära kontakt mellan producent och konsument med närhet och möjlighet att bygga upp en relation till maten. Samtidigt är det inte skalbart att varje producent bygger upp sin egen logistik och att konsumenten tar sig till utlämningsplatsen. Detta är heller inte en möjlig väg att gå för den som behöver säkra produktleveranser och kontinuitet i råvaruflödet, t ex restauranger och offentliga kök. Det finns begränsningar som hindrar uppskalning t ex i form av produktionsvolymer, logistik och lagerhållning. Det är också en utmaning för den enskilde att nå ut med sina produkter på en större marknad när produktionsvolymerna inte tillåter stora marknadsföringsinsatser. Många har heller inte kunskap om hur marknadsföring kan ske på effektivt sätt. Utmaningarna blir tillsammans ett stort hinder för både säljare och kund.

Om utvecklingen för det lokalproducerade ska fortsätta öka behövs nya tankesätt, men också arbete för att säkra efterfrågan även i framtiden. En stor del av vår relation till maten byggs upp under uppväxten varför den offentliga måltiden har stor betydelse för hur våra framtida konsumtionsmönster kommer att se ut. Genom att nå ut till offentliga aktörer med information om mervärdena i lokalproducerad mat och hur denna kan tillgängliggöras läggs grunden för en fortsatt positiv trend för de lokala produktionen.

I Örebro län finns aktörer som var för sig tagit sig an utmaningen att skapa vägar för att den närproducerade maten ska nå konsumenten på ett smidigt sätt t ex genom e-handel med hemleveranser, lager och logistikfunktionen företag emellan samt direktleverans till butiker i liten skala. Dessa samlande aktörer skulle också kunna bidra till att förmedla produkter av samma slag från flera producenter för att få upp volymerna så att produkterna skulle kunna vara intressanta även för större kunder. Ingen av dessa aktörer har dock i dagsläget hela behovet tillgodosett inom sina verksamheter. Nya system för att tillgängliggöra den lokala maten kan bidra till att öka tillgängligheten och lönsamheten i primproduktionen.

AgroÖst (AgroÖrebro) vill se över möjligheterna inom befintliga verksamheter, aktörskedjor och enskilda aktörer för att hitta en gemensam namngiven väg i form av ett lokalt varumärke/signum som kan gynna alla intressenter utifrån befintliga förutsättningar och önskade utvecklingsmål och samla dem under en gemensam flagg. Genom samarbete där de olika affärskoncepten vävs samman som tillgodoser hela kedjan från producent till kund skapas möjlighet till fler jobb inom såväl produktion och e-handel som lager och logistik. Genom att både skapa kanaler för tillgänglighet och att förankra den lokala maten i matidentiteten genom en informationskampanj möjliggörs affärsutveckling och framtagande av nya produkter hos producenter i länet genom tydliga försäljningskanaler och ökad omsättning för den som är intresserad av att skala upp.



**Var ska du genomföra ditt projekt?**

Ett eller flera län

**Välj de län där du ska genomföra investeringen eller etableringen**

Örebro

**Välj de kommuner där du ska genomföra investeringen, projektet eller etableringen**

Askersund, Hällefors, Lekeberg, Degerfors, Ljusnarsberg, Karlskoga, Lindesberg, Örebro, Nora, Hallsberg, Laxå, Kumla

**Kommer du genomföra din investering, projekt eller etableringen på en annan adress än din hemadress?**

Ja

**Gatuadress, gårdsbeteckning eller motsvarande**

AgroÖrebro c/o LAVI gruppen AB Bettorpsgatan 10

**Postnummer**

70369

**Postort**

Örebro

**Slutdatum**

2023-04-30

## Upphandlingsskyldighet

**Är du som stödmottagare skyldig att följa någon av upphandlingslagarna?**

**Svar**

Nej

## Generella frågor om projektet

**Varför vill ni genomföra projektet och beskriv hur projektet bidrar till att uppfylla identifierade behov?**

**Hjälpstext**

*Förklara målbilden så tydligt som möjligt genom att skriva en motivering till varför du ska genomföra projektet samt hur projektet bidrar till att uppfylla identifierade mål.*

**Svar**

I dagsläget finns ingen tydlig kanal för försäljning av småskaligt och lokalt producerad mat i Örebro län. Varje delområde har idag sin egen lösning där t ex producenterna själva står för hela kedjan fram till konsument, lokala logistikföretag agerar mellanhand mellan producent och kund samt e-handelsföretag med distributionslösningar hem till kund. Traditionellt har stuprören inte varit ett hinder för företagandet, men med den generationsväxling som är på gång inom primärproduktionen och den småskaliga livsmedelsförädlingen väcks nya behov och krav på nya lösningar som kan effektivisera och möjliggöra nya affärsmodeller och lösningar för att nå ut med sina produkter. Genom att samla företagen genom en gemensam försäljningskanal och utbilda i smarta och effektiva marknadsföringsinsatser kan ett större ekonomiskt utrymme skapas som i förlängningen leder till en starkare och livskraftigare lokal livsmedelsproduktion.

För att det lokalproducerade ska kunna växa behövs både kunskap hos konsumenten och de enskilda företagen samt kanaler för produkterna att nå ut. Idag är det svårt för den småskaliga produktionen att finansiera marknadsföring av produkterna och egna logistiklösningar. Det är heller inte alltid så lätt för aktörer som är i behov av lite större volymer, t ex skolkök, att hitta ingångar för att kunna köpa in produkterna på ett samlat och smidigt sätt. Genom att samla båda frågorna under ett paraply kan små producenter som vill utvecklas få ett nätverk att knyta an till där det finns stöd för produktdistribution samtidigt som den lokala maten marknadsförs och befästs i konsumentens medvetande. En stor del av vår matidentitet och relation till mat byggs upp redan under skolköket och den offentliga måltiden och skolan blir därför en inspirationskälla och en möjlighet att skapa kunskap och intresse för den lokala maten. Ett samlande paraply kan agera som en väg in i dessa sammanhang och samtidigt bli en hävstång för framtidens efterfrågan vilket i sin tur ställer krav på tillgängligheten. För att nå dit behövs en kanal som möjliggör för de mindre producenterna att kunna svara på upphandlingar och att upphandlingarna möjliggör för dessa att kunna leverera.

Genom samarbeten mellan de olika leden skulle det kunna bli möjligt att bygga upp strukturer som möjliggör för en enskild producent att nå nya marknader inom e-handel, dagligvaruhandel och restauranger/storkök genom en och samma kanal där lagerhållning och logistik finns tillgängliga även för den småskaliga produktionen. Ett system som innehåller både småskaliga och stora aktörer gör det möjligt att skapa finansiering för en verksamhet som kan komma alla till nytta utan att det blir en för tung ekonomisk börda samtidigt som det underlättar inköp för större aktörer. Optimering genom varje led kan ytterligare bidra till att den lokala maten blir prisvärd även om det är en utmaning att konkurrera med den prisbild som finns på storskaligt producerade och importerade alternativ.

Samarbetena skulle bidra till att uppfylla målen i livsmedelshandlingsplanen med ökad inhemsk produktion av livsmedel och upplysta konsumenter som gör medvetna val samtidigt som hållbarhetsmålen möts t ex i form av ökad lönsamhet och minskad miljöbelastning till följd av långa transporter. Sist, men inte minst, behöver produkterna vara lättillgängliga för konsumenten. I dagen samhälle finns inte utrymme att lägga tid på att åka till flera olika platser för att kunna fylla sin matkasse och det är heller inte hållbart miljömässigt.

Genom att AgroÖst (AgroÖrebro) tar ett samlande grepp runt frågan kring hur den lokala maten kan tillgängliggöras och lyftas fram kan en grund skapas för de lokala livsmedelsaktörerna att ansluta till och över tid driva i egen regi. Projektets yttersta syfte blir att erbjuda möjligheter och lösningar samt ge ett förslag utifrån den lokala företagsfloras behov och som kan öppna upp möjligheten för lokala produkter att bli upphandlade kommunalt och nå fler kunder.

## Utvecklar projektet ny teknik eller nya metoder?

Svar

Ja

Om ja, beskriv hur.

Svar

Projektet utvecklar nya vägar till och nya typer av samarbeten som kan leda till affärsutveckling inom flera delar av livsmedelssystemet.

## Kommer projektet att kunna bidra till att uppfylla miljö- och klimatmål?

Svar

Ja

Om ja, beskriv hur.

Svar

Genom att tillgängliggöra lokalt producerade livsmedel minskar utsläpp till följd av långa transporter. Med hjälp av modern teknik och artificiell intelligens för ruttoptimering kan miljöpåverkan minskas ytterligare. Systemen används redan av lokala aktörer och med samordning kan fler företag ta del av fördelarna samtidigt som varje del i

kedjan används på ett mer effektivt sätt.

Den svenska primärproduktionen är internationellt sett hållbar även om det finns utvecklingsmöjligheter, vilket gör att om fler köper närproducerat minskar miljö- och klimatbelastningen jämfört med importerad mat. En lokal livsmedelsproduktion skapar även förutsättningar för ökad biologisk mångfald, både i odlingslandskapet och i val av sorter och raser i produktionen. När den lokala produktionen och konsumtionen är i balans ökar också möjligheterna för att få till stånd en fungerande cirkulär ekonomi där där restprodukter går tillbaka in i produktionen på ett naturligt sätt.

## Kommer projektet att bidra till ekonomisk nytta för målgruppen eller näringen?

Svar

Ja

Om ja, beskriv hur.

Svar

Genom att tillgängliggöra lokalt producerade livsmedel på ett sätt där det blir lätt för konsument och mellanled att välja det lokala och bidra till ökad omsättning ökar den ekonomiska nyttan i alla led eftersom distribution och lagerhållning är en förutsättning för tillgängligheten. Med ökad tillgänglighet, optimerade transporter, exponering av lokala produkter, ökade marknadsföringskunskaper, stöd för marknadsföring t ex i form av en lathund och kunskapsspridning ökar också intresset för och efterfrågan på lokalproducerat vilket bidrar till en positiv spiral som skapar förutsättningar för en levande landsbygd och ökat ekonomiskt utbyte för företagen. Fler lokala små och medelstora företag med god ekonomi bidrar till en större resiliens i livsmedelssystemet vilket också är ett av målen i livsmedelsstrategin.

## Samarbetspartners

Lägg till namn och organisationsnummer på alla företag och organisationer som du vet eller tror kommer att delta i samarbetsprojektet.

Samarbetspartners	Organisationsnamn	Organisationsnummer
Ekonomisk förening	Örebro MatLän ekonomisk förening	769623-0486
Jordbruks-, trädgård-, eller rennäringsföretagare	Råberga Ekoprodukter	559124-9163
Små och medelstora företag, ej primärproduktion	Lokal Eko	559004-3245
Dagligvaruhandel	Maxi ICA Stormarknad Örebro Boglundsängen	556589-593
Jordbruks-, trädgård-, eller rennäringsföretagare	Lilla Väsby Gård	934001-5107
Små och medelstora företag, ej primärproduktion	Karintorps förädling AB	556695-2726
Små och medelstora företag, ej	RIMA seafood	556778-8327

## Utbildning och erfarenhet

**Vilken kunskap har du eller din organisation som har betydelse för projektet som du söker stöd för?**

### Svar

AgroÖst är en ideell förening som har skapats för att främja företagsutveckling med anknytning till de gröna näringarna i östra Sverige. Genom mötesplatser och nätverk bidrar AgroÖst till samarbeten och skapar drivkraft i livsmedelssystemet. Genom att söka medel och förmedla forsknings- och utvecklingsuppdrag till de medlemmar som har bäst kompetens att driva projekten har en bred verksamhet av tillämpad forskning och utveckling byggts upp som fångar bra idéer och främjar utvecklingen av lantbruk och landsbygd. AgroÖst har sin förankring i Östergötland och genom moderna Agro Sörmland och Agro Örebro bedrivs verksamhet med lokal anknytning i de båda länen där samarbete och kunskapsutbyte bidrar till att nå uppsatta mål på ett effektivt sätt.

I Östergötland har Östgotamat fått stort genomslag genom att bli ett signum för den lokala maten och produktionen. Motsvarande funktion har Sörmlands matkluster i sitt län. Genom samarbeten som synliggör den lokala maten och skapar event och händelser runt den byggs ett intresse och en efterfrågan upp som gynnar det lokala företagandet. Från flera håll höjs röster för att efterfrågan på lokalproducerat ökar. Orklas hållbarhetsbarometer pekar på att 35% av svenskarna har ett ökat intresse för att köpa lokalproducerad mat (MyNewsdesk 20201228).

REKO-ringarna i Örebro har fått ett rejält uppsving och utökats till sex stycken i länet. Allt fler producenter vill vara med och kunderna ökar i antal (svt.se 20210401) och utvecklingen är densamma runtom i Sverige. RIMA Seafood en lokal distributör av sjömat men utbudet av varor som kan distribueras är mycket större. Rickard Ekbohm som driver företaget brinner för lokal produktion och ser ett stort behov av att samordna och förenkla distributionen av lokala produkter mellan företag men även till slutkonsument (ja.se 20170420). På e-handelssidan finns idag Närmat som erbjuder en digital butik och hemkörning av i huvudsak lokalproducerade varor. Målet för företaget är att underlätta för mindre företag att nå nya kunder med sina produkter (Länsposten.se 20201012). Inom matkasseområdet finns Den lokala kassen som levererar matkassar hem till dörren med lokala råvaror. Sammantaget pekar allt detta på att det finns ett stort intresse för att köpa och använda lokala produkter.

I länet finns även Örebro Mat (orebromat.se 20210721) som arbetar för att lokalproducerat ska bli mer tillgängligt för såväl handel och restauranger som konsument. En viktig del i att lyckas med detta och bygga efterfrågan är, enligt styrelseledamot Emanuel Eskilsson, att nå ut till de unga i samhället. Under vår uppväxt spenderar vi mycket tid i skolan vilket gör att den mat som serveras och kunskap runt den har stora möjligheter att påverka våra matval (Elevhälsportalen, 20210721). Genom att erbjuda en positiv måltidsmiljö och kombinera detta med den pedagogiska verksamheten kan vår syn på mat och vad som efterfrågas skapa en positiv utveckling för den lokala produktionen. Det är bevisat att valet av råvaror och den mat som serveras i skolan påverkar våra matvanor. Genom att utveckla måltidspolicyn så att t ex lokal mat blir en prioritet kan detta även kommuniceras pedagogiskt. Genom att nå ut med den lokala maten till skolorna och även arbeta med att kommunicera mervärdena byggs den medvetna konsument upp som ska driva utvecklingen framåt. Detta kräver att de offentliga köken har möjlighet att köpa in lokalt producerad mat varför det också är viktigt att titta på hur den offentliga upphandlingen kan möjliggöra för den lokala maten att köpas in.

Enligt denna samlade kunskap bör en insats som både stärker konsumentmedvetenheten och möjligheten att köpa lokala produkter via en samlad kanal kunna bidra till att vi når mål såväl inom hållbarhetsområdet som inom livsmedelsstrategin.

**Vilken erfarenhet har du eller din organisation som har betydelse för projektet som du söker stöd för?**

### Hjälpstext

*Här fyller du i uppgifter om din och andra deltagares kunskap och erfarenhet som har betydelse för investeringen.*

### **Svar**

Inom AgroÖrebro har frågan kring lokalproducerade livsmedel och lokala varumärken varit på agendan i det utvecklingsråd som finns knutet till noden för att fungera som en kompass för vilka arbetsområden som bör prioriteras i verksamheten. Rådet består av representanter för primärproduktion, livsmedelsförädling, logistik och lager samt dagligvaruhandel. I rådet har man framfört en tveksamhet kring att ta fram nya varumärken då man ser en styrka i det varje producents varumärke står för. Samtidigt ser man vinsterna med att försöka hitta gemensamma kanaler som kan bidra till att underlätta företagandet och öppna upp nya försäljningskanaler.

Exemplen Östgötamat och Sörmlands matkluster visar att det inte behöver finnas ett motsatsförhållande mellan de egna varumärkena och en samlande benämning vilket borde vara fallet även i Örebro. Bland de aktörer som idag är aktiva inom livsmedelssystemet finns alla funktioner som behövs för att bygga upp ett ekosystem kring lokal mat. Idag har dock ingen av aktörerna ekonomiska eller affärsmässiga möjligheter att driva utvecklingen framåt eftersom allt för stor del av tiden går åt till att lösa utmaningar utanför det egna verksamhetsområdet.

AgroÖrebros bild av situationen är att det för varje enskild företagare är viktigt att bevara sin identitet, men att detta inte borde behöva vara ett hinder för att utveckla samarbeten och gemensamma vägar för försäljning och distribution som under ett gemensamt namn kan lyfta och tillgängliggöra den lokala maten. Projektet kommer att ta fram ett förslag på hur en samsamarbetsstruktur kan se ut och organiseras för en potentiell gemensam väg framåt liksom ett namn eller benämning som kan accepteras av ingående parter.

## **Har projektet andra deltagare med relevant kunskap och erfarenhet?**

### **Svar**

RIMA seafood, lager och logistik samt distribution av lokala livsmedel med god kunskap om behov och efterfrågan inom branschen.

Närmat, e-handel och distribution av lokala livsmedel med kunskap om behov och utmaningar i arbetet med att nå ut till konsument och att bygga upp ett gott samarbete med producenterna.

Örebro Matlän är verksam för att ge närproducerade livsmedel en större tillgänglighet, för konsumenter via såväl livsmedelshandel som restauranger och har god kunskap om befintliga vägar för den lokala maten och vilka utmaningar som finns.

ICA Maxi Boglundsängen, intresserade av att öka försäljningen av lokala produkter och har god kunskap kring de utmaningar det kan stöta på.

Primär- och förädlingsproducenter från länet som ser utvecklingsmöjligheter i det regionala livsmedelssystemet och som har ett intresse i att lösningar tas fram i samverkan mellan alla led.

## **Målgrupp**

**Ange vilken och hur stor målgrupp projektet gynnar och på vilket sätt.**

### **Svar**

Målgrupperna är länets primärproducenter, små och medelstora livsmedelsförädlare, offentliga kök och aktörer som kan förmedla mervärdet i lokal mat samt unga som fortfarande bygger upp sin relation till maten. Genom att bygga upp en gemensam kanal av lagerhållning och logistik tillgängliggörs lokala produkter på ett enkelt sätt för konsument och kunder i livsmedelssystemet. Arbetet med att samtidigt befästa värdena i den lokala maten bygger en långsiktig efterfrågan som kan säkra den lokala livsmedelsproduktionen i framtiden.

**Du ska ange vilka de mätbara målen är vid projektets slut samt sett på längre sikt**

## Ange målen vid projektets slut.

### Svar

Vid projektets slut ska:

- Det finns ett förslag på hur en samlad kanal kan se ut för den lokala maten som underlättar tillgänglighet, lagerhållning, logistik och möjligheterna vid upphandling samt ligger i linje med hållbarhetsaspekterna socialt, ekonomisk och miljömässigt.
- Det finns ett förslag på ett namngivet koncept med geografisk anknytning som aktörer i livsmedelssystemet kan anknyta till och som kan ägas och drivas av berörda parter.
- Kunskapen kring hur marknadsföringen av småskaligt producerad mat har ökat i producent och förädlingsled genom att projektet erbjuder utbildning.
- Medvetenheten kring mervärdena i den lokala maten har ökat vilket bygger medvetna konsumenter för framtiden genom riktade insatser till offentliga kök och privatpersoner i form av en digital informationsinsats.
- Samarbetspartners i produktion, förädling, logistik och handel ser ett ökat ekonomiskt resultat till följd av de insatser som genomförs i projektet.

## Ange målen på lång sikt.

### Svar

Fler lokala företag med inriktning på primärproduktion och förädling har utrymme att skapas och växa genom ökad efterfrågan vilket bidrar till fler arbetstillfällen, ökad hållbarhet ur alla perspektiv (socialt, ekonomiskt och miljömässigt) och större målpuppfyllelse inom livsmedelsstrategin.

## Beskriv vad som händer efter projektet

### Vad händer efter projektet?

### Svar

Efter projektet har de strukturer som etablerats stabiliserats och uppvisat sin potential så att de kan fortleva på egna meriter och tillgängligheten kan möta en ökad efterfrågan på ett smidigt och hållbart sätt.

### Hur ska ni sprida resultatet?

### Svar

Resultatet sprids via hemsidor och sociala medier t ex AgroÖsts och AgroÖrebros.

## Projektorganisationen

Lägg till namn, roll och kompetens på de personer som ska genomföra projektet.



Roll i projektet	Namn	Utbildning	Yrkes- och branscherfarenhet
Ekonomiansvarig	Malin Myhrberg	Hortonom, Gymnasielärare.	Naturbrukslärare, Konsult inom livsmedelsstrategin i LAVI gruppen AB, Verksamhetsledare AgroÖrebro
Projektledare	Ola Albrektsson	Måltidsekolog	Egenföretagare inom livsmedelsförädling, Konsult inom livsmedelsstrategin i LAVI gruppen AB och verksamhetsledare AgroÖrebro.

## Andra sökta och beviljade stöd

Har du beviljats andra stöd för utgifter som du tar upp i denna ansökan?

### Hjälpstext

Med andra stöd menar vi dels offentliga pengar från till exempel en kommun, myndighet eller EU, dels privata pengar från till exempel en stiftelse eller fond.

Svar

Nej

Har du sökt andra stöd som du ännu inte har fått beviljade för utgifter som du tar upp i denna ansökan?

### Hjälpstext

Med andra stöd menar vi dels offentliga pengar från till exempel en kommun, myndighet eller EU, dels privata pengar från till exempel en stiftelse eller fond.

Svar

Nej

Har din verksamhet fått stöd som är av typen stöd av mindre betydelse, under de senaste tre beskattningsåren?

### Hjälpstext

Det offentliga (stat, kommun, landsting och andra organisationer som är offentliga) kan ge stöd enligt regler om stöd av mindre betydelse upp till 200 000 euro över tre år per stödmottagare, förutsatt att de krav som finns i förordningen om stöd av mindre betydelse uppfylls. Det ska i så fall stå utskrivet i beslutet om stöd att stödet ges enligt regler om stöd av mindre betydelse och ha en uttrycklig hänvisning till den förordningen med angivande av förordningens titel och en hänvisning till offentliggörandet av den i Europeiska unionens officiella tidning. För ytterligare information av statsstödsreglerna se information på [www.jordbruksverket.se](http://www.jordbruksverket.se).

Svar

Nej

## Utgifter och Finansiering

Här ska du fylla i dina utgifter och finansieringen för det stöd som du söker.

Är du skyldig att redovisa moms för investeringen eller projektet?

Ja

Om du svarat nej eller delvis, motivera ditt svar

## Utgifter

### Information till sökande

Innan du fyller i dina utgifter ska du fylla i en budgetmall. [Du hittar budgetmallen här.](#)

I budgetmallen lägger du in projektets budget fördelat på aktiviteter. Längst ner i budgetmallen får du en summering fördelat på utgiftstyper. Det är dessa summor som du ska föra in här.

#### 1. Livsmedel

Samarbete ☐ Skapa nya jobb

Utgiftstyp	Beskrivning	Belopp
Övriga utgifter	Konsultarvoden fördelat på arbete i AgroÖrebro och inköpta tjänster för informationskampanj.	926 000 kr
Totala utgifter till inriktning 1		926 000 kr

## Finansiering

Finansieringstyp	Finansiär	Belopp
Egen privat finansiering	AgroÖst	92 600 kr
Projektstöd	Jordbruksverket	833 400 kr
Summa finansiering:		926 000 kr
Summering utgifter och finansiering:		
Summa utgifter		926 000 kr
Summa finansiering		926 000 kr
Skillnad mellan utgifter och finansiering		0 kr

## Kontaktpersoner

Här fyller du i uppgifter om exempelvis ekonomiansvarig, projektledare eller andra personer som kan svara på frågor om ansökan. Fyll även i dina egna uppgifter om du söker stöd som representant för någon annan. Du kan lägga till högst fyra personer.

Namn	Telefon	Alternativt telefonnummer	Ansvarsområde	E-postadress
Malin Myhrberg	0729959031		Ekonomi	malin.myhrberg@agroorebro.se
Magnus Börjeson	0706247494		Projektägare	magnus.borjeson@telia.com
Ola Albrektsson	070-8127748		Projektledare	ola.albrektsson@agroorebro.se

## Bilagor

### Bilagor som du måste skicka in

#### Bilagor som du laddat upp

##### 1. Budgetmall för projektstöd

Budgetmall\_geografiska\_varumarken.xlsx (1.22MB)

##### 5. Offert eller annat underlag som visar att utgifterna är rimliga

Informationsinsats\_-\_underlag.docx (37.05kB)

##### 8. Annan bilaga

Tillaggsavtal\_LAVI\_gruppen\_AB.pdf (39.79kB)

Avtal\_Lavigruppen\_AB.pdf (59.54kB)

Gantt-Geografiska\_varumarken.xlsx (188.86kB)

Organisation\_AgroOst.docx (29.23kB)

# Månadsrapport januari

## ESF: Grön kompetens – Livsmedel.

Under januari månad avslutades analys- och planeringsfasen. Kvinnerstagymnasiet har anställt en lärare som står redo för start av utbildningsdelen i projektet och i mitten av februari hålls en deltagarrekruteringsmöte. Om vi samlar tillräckligt antal deltagare (14-15 st) kommer utbildningen att starta den 1/3 och om antalet inte når upp till önskvärd mängd kommer projektet att avslutas.

## Vildsvin

Under januari har formerna kring samarbete kring vildsvinsfrågan formaliserats och i Örebroregionen kommer Agro Örebro att samarbeta med Hushållningssällskapet och Länsstyrelsen. Bland annat kommer enkäter och djupintervjuer att genomföras under gemensam flagg för att samordna och underlätta arbetet i våra respektive projekt.

## MUJI

Den globala jättekoncernen MUJI, som vi har ett samarbete med, har utfört en nätlansering av sina livsmedelsprodukter som vi har varit delaktiga att presentera till dom.

## Övrigt

Anställning och introduktion av ny verksamhetssamordnare, Ola Albrektsson.

12 jan träffade Agro Örebro Erik Alheim, student på Måltidsekologprogrammet på Örebro Universitet. Erik vill undersöka hur de odlingskoncept som förs fram inom utbildningen matchar de branschaktivas verklighet och hur akademien och branschen skulle kunna närma sig varandra i ett konkret handlande för att kunna få effekt både hållbarhetsmässigt och ekonomiskt.

13 jan hölls uppstartsmöte inom projektet "Lokalt på menyn" som drivs av Smaka på Västmanland där Agro Örebro är en samarbetspartner och kommer att arbeta med frågor kopplade till Örebroregionen. Under detta projekt kommer vi även samarbeta med Örebro Universitet i form av en praktikant från Måltidsekologprogrammet som kommer få stort ansvar i projektet.

13 jan deltog Agro Örebro i ett möte med Gröna klustren. Syftet med mötet var bland annat att diskutera hur Sveriges gröna kluster kan gå vidare tillsammans och skapa starkare samarbeten genom en projektansökan för att finansiera uppbyggandet av ett starkt nätverk. Detta ställer sig Agro Örebro mycket positiva till.

14 jan genomförde Agro Örebro projektgruppsmöte där de övergripande planerna för 2021 skall vara, den nya samordnaren, jag, fick presentera sin syn på Agro Örebro samt planering av Agro Dagen.

14 jan spelades AgroMorgon in, ett kortare inslag för att locka tittare till AgroDagen.

20 jan genomförde Agro Örebro uppstartsmöte med Vildsvinsprojekt.

20 jan deltog Agro Örebro i länsradion för att prata om AgroDagen och dess innehåll samt inriktning.

21 jan deltog Agro Örebro i seminarium kring "CAP och de sifferfatta målen i strategin "Jord till bord" – vad är det?"

26 jan kallade Agro Örebro till möte med Örebroporten runt möjligheterna att skapa ett "grönt kluster" på Kvinnerstaområdet. Örebroporten är positiv till en sådan utveckling och Agro Örebro

kallar till möte med alla intressenter (Örebro universitet, LRF, HS, Länsstyrelsen, Region Örebro) den 17/2.

27 jan genomfördes AgroDagen, vilket glädjande nog uppmärksammades av Jordbruksaktuellt (se hemsidan). Med över 300 unika tittade via Youtube kan vi se detta som ett lyckat event. Vi jobbar just nu att få in all feedback så vi vet vad som ska förbättras till nästa tillfälle.

28 jan deltog Agro Örebro i seminarium "Hur påverkas ekologiska livsmedelsaktörer av pandemin?". En slutsats därifrån blir att det ekologiska lantbruket visserligen står något bättre rustat än det konventionella när det gäller insatsvaror som t ex gödsel men att livsmedelsförsörjningen oavsett inriktning är känslig för störningar i importflödena. Detta är en fråga som alla parter inom livsmedelssystemet behöver uppmärksamma och arbeta med.

28 jan deltog Agro Örebro i det live-sända Hindersmässan och lyfta Agro Örebro, AgroDagen samt vildsvinsprojektet.

29 jan deltog Agro Örebro i Agro Sörmlands webinarie - Så bidrar lantbruket till klimatmålen. Frågan kring växthusgaser och kolinlagring är ett komplext område. Samtidigt behöver vi skapa mervärden i konsumentled som anknyter till hur vi i Sverige arbetar med frågorna. Hur detta kan göras och hur dessa mervärden kan kommuniceras är något som är viktigt att fundera på framöver.

# Månadsrapport februari

## ESF: Grön kometens – Livsmedel

Under månaden har två deltagrekryteringsträffar genomförts (16/2 och 23/2). Vi kommer att kunna samla tillräckligt antal deltagare för att ESF ska godkänna att projektet övergår från analys- och planeringsfas till genomförandefas. Om allt går enligt planerna startar därmed utbildningsinsatsen den 8/3. Örebro kommun har anställt en lärare till satsningen och ett språkstöd anställs som kommer att följa deltagarna under hela utbildningsinsatsen.

## Vildsvin

Under månaden har vi börjat med Fas 1 i vildsvinsprojektet, (Research och analys via enkät och djupintervjuer). Efter kontinuerligt samarbete med både Länsstyrelsen samt Hushållningssällskapet tog vi tillsammans fram en konsumentenkät, och då det låg i allas uppdrag att göra en enkät så vi bestämda för att samverka här. Enkäten skickades ut vecka 8 och redan efter några dagar har vi fått in över 800 svar. Vårt mål var 500 svar. Detta kan vi se som en succé. Under februari har även projektgruppen genomfört djupintervjuer med utvalda intressenter, 15 individer.

## Lokalt på menyn

### Övergripande

Samarbetet med projektägaren Smaka på Västmanland fungerar bra. Det genomförs kontinuerliga projektgruppsmöten.

### Affärsutveckling 1

Studenten på Måltidsekologprogrammet Örebro universitet Julia Lohaller Sachet (praktik) är igång med enkäter och djupintervjuer. Hon har fått en fin respons när det gäller företag som önskar stöd när det kommer till affärsutveckling. Vi kommer nå målet att 15 företag deltar på vår affärsutvecklingsdag den 8 april.

Möte 2 mars med Almi som driver en liknande insats. Vi har bestämt att samordna olika aktiviteter och insatser.

### 200% Lokalt på Tallriken

Samarbetar med Smaka på Västmanland om hur kampanjen skall säljas in samt vilka kriterier som gäller för restaurangerna som skall vara med. Bearbetningen påbörjas, för Örebroregionen i början av april.

### Matresan 2021

Planeringen påbörjad. Lokalt på Menyns insats i samband med Matresan 4-5 september 2021 är planerad att ske tillsammans med Göksholms Gård. Samarbetet inleds den 2 mars.

## Näringslivspartners

Här har vi under månaden tagit fram en presentation/pitch som lyfter vad Agro Örebro kan erbjuda en aktör från näringslivet som går in i ett partnerskap med oss. Vi har paketerat olika erbjudande som ska presenteras till olika verksamheter i Örebro län. Vi har redan testkört mot både på Almi och Närkekött och fått väldigt givande feedback. Vecka 9 går vi ut skarpt med den här pitchen.

## Data som strategisk resurs

Det genomfördes ett uppstartmöte den 17/2 med Johan Varenius samt representanter från Lantbrukets dataplattform (LDP) och LRF. Syftet med projektet att påskynda lantbrukets utveckling



och utnyttjande av den digitala tekniken. Johan Varenius har valts ut som projektledare för förstudien.

### Investeringskapital - Förstudie

Introduktionsmöte den 9/2 med Länsstyrelsen i Västmanland, Vreta Kluster, Agro Sörmland. Just nu har vi medlen klara för projektet. Länsstyrelsen har en potentiell kandidat till projektledarrollen. Vi beslutar den 1/3 om kandidaten blir projektledare.

### Övrigt

11/2 deltog Agro Örebro deltog i seminariet "Lokala baljväxter, samverkan i hela värdekedjan" som arrangerades av HIR Skåne. Det är tydligt att det finns goda möjligheter att utveckla produktionen av vegetabiliska proteiner i Sverige, men det är avgörande att det finns en inhemsk förädling om detta ska vara ett hållbart alternativ att arbeta med. Stora investeringar behövs för att bygga de anläggningar som krävs för extraktion vilket i förlängningen är beroende av att vi har en avsättning för denna typ av produkter som gör det lönsamt att investera. Arbete pågår för att ta fram metoder för att få ner kostnaderna.

17/2 Agro Örebro var värd för ett möte kring möjligheterna att skapa ett Grönt nav på Kvinnerstaområdet. Mötet samlade representanter för Örebroporten, Örebro universitet, LRF, Regionen och Länsstyrelsen. Det finns många spännande tankar och idéer kring hur området skulle kunna utvecklas och användas. Inom React-EU grön omställning, finns ca 83 miljoner. Gruppen föreslår att Agro Örebro tittar på möjligheten att hitta medel inom denna utlysning för att finansiera uppbyggnaden av ett grönt nätverk på Kvinnerstaområdet. Vidare stämmer Örebroporten av inom kommunen hur man ser på tanken om att starta ett utvecklingsbolag tillsammans med andra intressenter på Kvinnerstaområdet. Agro Örebro återkopplar projektmedelsmöjligheten till LRF, Örebroporten, LST och RÖL. Nästa steg bestäms efter detta.

17/2 Agro Örebro utförde en statusrapport på AgroÖst styrelsemöte.

17/2 deltog Agro Örebro i länsradion och introducerade sin nyaste medlem.

19/2 utfördes ett styrgruppsmöte.

24/2 Agro Örebro deltog i Greppakurs "Mellangrödor med maximal nytta" som arrangerades av HIR Skåne. Ett intressant och informativt seminarium som samlade de flesta aspekter man behöver ta ställning till runt användningen av mellangrödor såsom sortval, sjukdomsresistens, kvävebindning, kolbindning, herbicidpåverkan. Under seminariet presenterade även en intressant APP som kan användas för att underlätta valet av mellangrödor kopplat till växtföljd och kända jordpatogener.

# Månadsrapport mars

## Lokalt på menyn

Julia, student Måltidsekologprogrammet, är nu helt klar med sin analys kopplat till eventet Affärsutveckling 1. Totalt har vi 12 företag som kommer vilja vara med på eventet som vi genomför den 8 april i Lindbacka kvarn. Programmet är formerat utifrån vad företagen känner att de måste utveckla för att nå tillväxt. Bifogar programmet. Ni är välkomna att delta via TEAMS. Anmäl er direkt till Claes.

## QR-kod

Delförslaget går in i nästa fas. QR-koden börjar att användas i olika sammanhang t ex kopplat till kampanjen 200 % Lokalt på Tallriken, eventet Matresan, mm. Målet är att i olika sammanhang påvisa att QR-koden är ett verktyg enligt principen: "Storytelling leder till affärer".

## Investeringskapital

Projektet är påbörjat och extern projektledare upphandlad och anlitad. Första momentet är att göra en tillbakablick som beskriver vilka insatser AgroÖrebro gjort kopplat till investeringskapitalfrågan.

## AgroDagen 2021:2

Höstens AgroDag är planerad till den 4 november.

## Data som strategisk resurs

Arbetet med förstudien startades upp och de inledande mötena har hållits. En arbetsfördelning har upprättats och efter godkännande från styrgrupp kommer arbetsgruppen att gå vidare med att ta kontakt med relevanta företag inom primärproduktion och mjukvaruutveckling.

## React-EU

AgroÖrebro söker i samråd med Region Örebro län förstudiemedel inom React-EU för att undersöka hur socialt företagande skulle kunna vara en ingång i arbetet med kompetens inom livsmedelssektorn samtidigt som vi arbetar med lösningen av ett samhällsproblem. Besked kring projektet väntas komma i juni.

## AgroKocken

Under månaden publicerades fem reklamfilmer inom MUJ:s satsning på lokala produkter via AgroÖrebros Youtube-kanal. I filmerna presenteras det senaste tillskottet i "Agro-familjen" den så kallade AgroKocken.

## Övrigt

2/3 Genomfördes ett besök på Göksholm Gård och planering av Matresan 2021 påbörjades. AgroÖrebro kommer att medverka tillsammans med Göksholm Gård på Matresan. Läs mer här: <https://matresanorebrolan.se/wp/utstallare/agroorebro-goksholm-gard/>

8/3 ESF: Grön kompetens livsmedel har gått över i genomförandefas och därmed uppstart av utbildningsdelen. Utbildningen har samlat 16 deltagare som får en grundutbildning på Kvinnerstagymnasiet fram till och med slutet av april. Därefter är tanken att det i veckorna ska vara en varvning av teori och praktik. Arbetet med att rekrytera praktikgårdar pågår för fullt.

9/3 Inspelning av AgroMorgon samt inspelning av videomaterial till MUJ:s Lokalproducerade produkter som AgroÖrebro står bakom.

11/3 AgroÖrebro deltog i seminariet AGFO talk Hur påverkar klimatförändringarna framtidens tallrik? Med den kunskap vi har idag kring vad som kommer att hända med klimatet i framtiden kan vi konstatera att förutsättningarna för livsmedelsproduktionen kommer att förändras. Även om Sverige kanske till viss del kommer att få mer gynnsamma odlingsförutsättningar kommer vi att påverkas av det som händer i resten av världen då stora delar av det vi idag lägger på tallriken importeras. Hur kommer detta att påverka vår diet? En viktig del i problematiken är hur konsumenten ska kunna göra upplysta val utifrån dessa förutsättningar. Här skulle AgroÖrebro kunna ha en roll genom att skapa arenor för utveckling och information.

17-18/3 AgroÖrebro deltog i Mötesplats AKIS. Behovet av nätverk och samverkan i hela kedjan "Från jord till bord" är en viktig nyckel för att kunna nå målen inom livsmedelsstrategin men också inom The Green deal och From farm to fork på EU-nivå. Utmaningen är att väva samman alla hållbarhetsaspekter (miljömässig, ekonomisk och social hållbarhet) på ett sätt som kan ge dubbel utväxling i alla delar av kedjan och att hitta vägar till ett effektivt resursutnyttjande i alla led. Agro-familjen, med noder som samarbetar, är bara ett exempel på hur den här typen av strukturer skulle kunna se ut och förhoppningen är att motsvarande ska kunna skapas på nationell nivå.

18/3 AgroÖrebro slutredovisade resultatet av den kompetensbehovsinventering som gjorts under hösten för Landsbygdsnämnden i Örebro kommun. Den lokala inventeringen speglar de undersökningar som gjorts på nationell nivå och nämnden fokuserade också på de frågor som speglas av de nationella utmaningarna. Inom kommunen ser man det som viktigt att det finns ett förtroende för den lokala naturbruksutbildningen och att vi lyckas ta tillvara kompetenser som idag har svårt att komma in på arbetsmarknaden t ex i form av invandrad arbetskraft.

18/3 Projektgruppen för Vildsvinsprojektet samlades. Projektet är fortfarande inne i fas 1. Konsumentenkäten är avslutad, 1048 svar. Nu pågår utvärdering av djupintervjuer. Senast den 14 april finns en komplett analys av enkäten och djupintervjuerna. Ett mediaevent planeras i samarbete med Länsstyrelsen och HS. Någon gång mellan 15 april och 30 april. Vi integrerar Vildsvinsprojektet, Lokalt på Menyn i samband med Matresan. Serverar vildsvinsburgare.

19/3 AgroÖrebro deltog i Länsstyrelsens seminarium Odling utan glyfosat. Beroende på vilken väg dialogen tar inom EU finns en överhängande risk att preparatet förbjuds eller omgärdas att stora restriktioner vilket kan vara en stor nackdel i våra odlingssystem. Hur påverkar detta odlingen i framtiden? Vad behöver AgroÖrebro tänka på i sammanhanget? Detta är frågor vi bör ha med oss i bakhuvudet i den daliga verksamheten.

23/3 AgroÖrebro har dialog med Carl Selling (LRF) angående höstens mäsas på ELMIA – Matbruk. Vad skulle vi kunna bidra med som speglar Örebro på "matkartan" och hur skulle vi kunna vara behjälpliga i arbetet runt mässan? Inledningsvis undersöker AgroÖrebro möjligheten att engagera Grythyttan och universitetet, t ex Nationellt centrum för gröna proteiner, i mässan. Andra tankar är att väva in vildsvinsprojekten som drivs i regionen och att engagera företag t ex från projektet "Lokalt på menyn".

26/3 sker en diskussion med MUJI kopplat till framtida samarbetet. Vi behöver renodla vem som är avsändare samt vad som är vårt egentliga uppdrag. Lokalproducerade produkter från Örebro finns numera också i MUJIs online-butik. <https://www.mujionline.eu/se/mat?map=category-1,category-2&query=/mat/lokala-produkter&searchState>

29/3 AgroÖrebro möter Erik Lindeberg från Bryggerikrogen i Nora för att diskutera vertikalodling. Initiativet togs från Erik Lindebergs sida och AgroÖrebros intresse i frågan kan kopplas till utvecklingen av vertikalodling i länet.

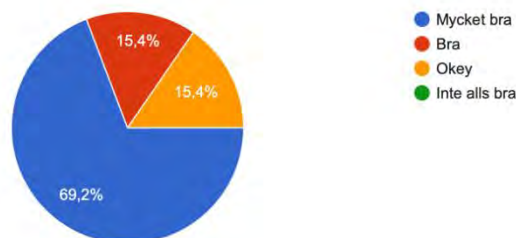
# Månadsrapport april

## Lokalt på menyn

Affärsutveckling 1: Genomfördes den 8 april. Ca 30 personer deltog inkl samarbetspartners. Bifogar en bild kopplat till den utvärdering som vi gjorde efter eventet:

Planeringen av insatsen 200 % Lokalt på Tallriken pågår. Aktiviteten pågår från 15 juni till 5 september. Rekrytering av restauranger har påbörjats. Deltagande i matresan planeras den 4-5 september 2021 och en digital mäsas riktad till lokalproducenter, konsumenter planeras 15-16 oktober 2021.

3. Vad är helhetsintrycket av eventet  
13 svar



## Investeringskapital

Första delen av förstudien är genomförd. Analysen över vad respektive organisation genomfört för insatser kopplat till investeringskapital. Nästa del är på gång. En enkätundersökning kopplat till de lantbruks- och livsmedelsföretag som har en tillväxtpotential. Målsättning 50 enkätsvar per region/län.

Parallellt AgroÖrebro knutit kontakt med två etablerade lokala investerare som fungerar som referenspersoner i processen.

## Vildsvin

13/4 Möte med Hushållningssällskapet och Länsstyrelsen inom Vildsvinsprojektet. Första delrapporten skickas in till Jordbruksverket och vi följer uppgjord plan.

Sammanställningen av enkäter och djupintervjuer är klar. Slutsats, för att lyckas fullt ut måste "hela kedjan" utvecklas. Ökad kunskap om vildsvin och vildsvinskött i alla led är en av nycklarna för att lyckas med att popularisera råvaran. PR/Media-event är planerat till den 19 maj. En demo-turné är planerad i höst med regionala ICA-handlare.



## ESF: Grön kompetens – Livsmedel

Utbildningen är i full gång och under de sista veckorna i april börjar vi placera ut deltagare på praktik. Ungefär hälften av deltagarna är klara för utplacering och den andra hälften har placeringsintervjuer inplanerade. Några i denna grupp har också kommit in sent och kommer därför att behöva mer tid i teori innan de är redo att påbörja praktiken.

26/4 besökte Länsposten Kvinnerstagymnasiet och intervjuade personal och elever. Ett besök gjordes även på en praktikgård. Reportaget beräknas vara med i nästa nummer av tidningen.

## Data som strategisk resurs

Arbetet med att rekrytera gårdar och mjukvaruföretag har startat. En mjölkgård, en spannmålsodlare och en nötköttsproducent har tackat ja till att delta i projektet. En mjukvaruutvecklare är också vidtalad och kommer att delta.

## MUJI

Ett förslag har lämnats in om att AgroÖst blir MUJIs framtida samarbetspartner både juridiskt och operativt. AgroÖst anlitar sedan AgroÖrebro för att ansvara för de operativa delarna. MUJI har en mycket stark tilltro att detta produktområde kan utvecklas ytterligare.

Lokalproducerat på MUJI



## Hemsida

Arbete pågår med uppdatering av hemsidan för att öka tydligheten.

## Övrigt

Arbetet med att få in externa näringslivspartners och externa pengar pågår kontinuerligt.

Den 9/4 genomfördes månadens styrgruppsmöte och riktlinjerna drogs upp för hur vi arbetar med höstens AgroDag.

13/4 AgroÖrebro deltog i det digitala seminariet om Innovativa investeringar för gröna näringar.

15/4 AgroÖrebro deltog i invigningen av Framtidsgården Bjertorp. Jordhälsa och kolinlagring är ett återkommande tema som vi bör hålla ögonen på i vårt arbete.

15-16/4 AgroÖrebro deltog i Livsmedelsforskningsdagarna och fick en närmare inblick i de gröna centrumbildningar som finansierats av Formas. Det blir intressant att se vad PAN Sweden kommer att åstadkomma inom gröna proteiner och om det är möjligt för AgroÖrebro att i någon form kunna vara behjälpliga i branschkontakten regionalt.

20/4 AgroÖrebro genomförde vårens utvecklingsråd med temat "Matidentitet" kopplat till Jordbruksverkets rapport om regional märknings betydelse för varumärket. Rådet ställer sig något tveksamma till att skapa ytterligare en märkning i den djungel av märken som redan finns, men ställer sig bakom att driva lobbyverksamhet med mål att öka attraktiviteten hos regionalt producerade produkter. AgroÖrebro arbetar vidare med frågan för att hitta en väg som kan vara attraktiv för branschen.

21/4 Möte med LRF angående representation från Örebroregionen vid Matbruk på Elmia i oktober. Under månaden har AgroÖrebro undersökt möjligheten för t ex Grythyttan och PAN Sweden att delta i mässan. Även hushållningssällskapet har kontaktats inom området offentlig konsumtion och upphandling. Intresset för att delta är ganska svalt från de flesta, men LRF kommer att föra dialogen vidare med Grythyttan och HS för att se om det är intressant för dem att delta om det går att få till stånd en fysisk mässa så nära inpå som i oktober. AgroÖrebro tittar vidare på potentiella producenter som skulle kunna ställa ut på mässan och eventuellt hålla i ett inspirationsseminarium. AgroÖrebros egen medverkan kommer att ske som en del av LRF:s monter.

28/4 Agro Örebro följde professorsinstallationen på SLU. Ett spännande område att fortsätta följa är vad entreprenörskap på landsbygden innebär och hur innovationsprocessen ser ut i de gröna näringarna.

# Månadsrapport maj

## Lokalt på menyn

All kraft går åt till att planera och få igång kampanjen 200 % Lokalt på Tallriken. 9 restauranger i Örebroregionen medverkar:

Bryggerikrogen, Nora – Gamla Örebro, Wadköping - GRO, Örebro - Grythyttans Gästgivaregård, Grythyttan - Krogen som inte finns på klubben, Askersunds golfklubb - Lake Lodge, Våtsjön –

Naturens Hus, Örebro - Restaurang Joans, Karlskoga - Tetsu, Örebro

*Bifogar två exempel på hur restauranger, kockar och maträtterna presenteras.*

Kampanjperioden är den 15 juni-5 september.

AgroÖrebro stöttar också Smaka på Västmanland runt deras event Affärsutveckling 2 som skall genomföras augusti 2021.

## Investeringskapital

Enkät till entreprenörer och målgruppen investerare/finansiärer är utskickad. Ett första resultat av enkäten när det gäller svarsfrekvens visar att 55 företag har svarat och då är bara första enkäten utskickad. Totala målet är 50 svar. Bra utfall.

## Vildsvin

Enligt projektplanen är vi inne i fas 2.

Vilket innebär **"Konkreta insatser kopplat till målgrupperna"**.

Planerade och genomförda insatser:

- Mediaevent 17 och 19 maj med följande resultat:
- SVT 3:25 in i sändningen: [Lokala Nyheter Örebro | SVT Play](#)
- NA: [De vill lägga vildsvin på pizzan och i burgaren: "Fint, gott och tämligen klimatvänligt kött" \(na.se\)](#)
- Radio Örebro: [Vildsvinskött populärt enligt enkät: "Väldigt högt intresse" - P4 Örebro | Sveriges Radio](#) + eftermiddagsprogrammet 20 min in: [Eftermiddag i P4 Örebro 19 maj kl 15.00 | Sveriges Radio](#)
- Läns-Posten: [På bred front för vildsvinskött – Länsposten \(lansposten.se\)](#)
- Karlskoga-Tidning: [Nu ska det bli lättare att köpa vildsvinskött i länet - KT-Kuriren](#)
- Utveckla samarbetet mellan Bergslagsdelikatesser, RIMA och typ ICA handlare i länet.
- Tre restauranger inom kampanjen 200 % Lokalt på Tallriken har vildsvinskött som huvudråvara.
- AgroÖrebro medverkar på Matresan
- Planerat event på MUJI i Stockholm
- Som ett av inslagen på AgroDagen 2021:2

En fortsatt planering inför eventet Exceptionell Råvara Vildsvin Örebro. Länsstyrelsen kommer gå in med en stor del av finansiering av eventet så det kan gå i mål.

## ESF: Grön kompetens – Livsmedel

Utbildningen rullar på enligt plan.



### Data som strategisk resurs

Förberedelser för intervjuer pågår. Det har blivit en viss fördröjning i arbetet då det har varit svårt att få svar kring deltagande från mjukvaruföretag i branschen.

### MUJI

Ett nytt samarbetsavtal är presenterat för MUJI med AgroÖst som formell och kommunikativ part och avsändare. Möte med MUJI den 2 juni då detaljerna i samarbetet diskuteras.

### QR-kod

Inte nått riktigt fram. Söker en restaurang som kan servera kött från Göksholm (primärt fårs) och som kan applicera QR-koden på menyer, hemsidor mm. Kommer att lösas under första delen av juni.

### Näringslivspartners

*Följande partners är klara:*

Länsförsäkringar Bergslagen	50 000:-
MUJI (preliminärt)	50 000:-
Almi	7 500:-
Nordea	10 000:-
Lekebergs Sparbank	10 000:-
Dina Försäkringar	10 000:-

*På gång/bearbetas*

LRF (50 000 per år i två år)	100 000:-
Örebro Kommun	50 000:-
Trädgårdshallen	
Närke Kött	
Almi	
Ludvig och Co	

### Hemsida

Arbete pågår med uppdatering av hemsidan för att öka tydligheten.

### AgroDagen 2021:2

Uppstartsmöte för arbetsgruppen är den 8 juni, digitalt/fysiskt. Genomförandet blir den 4 november 2021

### AgroMorgon

Spelas in med gäster den 8 juni på restaurang GRO i Örebro

### Övrigt

Arbetet med att få in externa näringslivspartners och externa pengar pågår kontinuerligt.

3/5 Deltog AgroÖrebro på Aktörsnätverket för turism och besöksnäring möte nr. 2. För att lyssna av vad som händer inom det här området inom länet.

5/5 AgroÖrebro deltog Hampakonferens arrangerad av Swedish hemp industries. Temat var olika användningsområden för hampa och vilken potential växten har i Sverige. Användningsområdena för hampa är många (mat, fibrer, byggnadsmaterial, isolering mm) och växten tål det svenska klimatet. Hur skulle vår användning av hampa kunna utvecklas och utökas?

6/5 AgroÖrebro deltog i framtidens mat arrangerat av Mistra och Swesif. Fokus låg på hur vi kan finansiera och hitta nya finansieringsvägar för framtidens matproduktion. Olika typer av Crowd funding togs upp.

7/5 AgroÖrebro deltog ett seminarium om Biokol arrangerat av Gröna möten/Agro Väst. Biokol kan vara en resurs för kolinlagring, minskning av utsläpp av växthusgaser och växtnäringförsörjning.

11/5 AgroÖrebro hade dialog med Daniel Erlandson om regionens förstudie inom skoglig bioekonomi. Området är spännande och skogen skulle kunna vara en del av utvecklingen av hållbara livsmedelsförpackningar. Förstudien ska utreda vilken väg regionen ska gå i sina satsningar och AgroÖrebro skulle kunna vara en del i arbetet om resultatet av förstudien är relevant för våra arbetsområden. Förstudien redovisas i november.

12/5 AgroÖrebro mötte Plushögskolan för att diskutera möjligheten att genomföra korta YH-utbildningar inom områdena förädling, företagsutveckling och ekonomi.

14/5 AgroÖrebro hade ett intromöte med DelMat, Hällefors. För att lyssna av vad dom har att erbjuda för möjligheter till att utveckla länets livsmedelsproduktion samt hjälpa mindre producenter med en utvecklingsarena.

18/5 AgroÖrebro deltog i seminariet Vem är anställningsbar i livsmedelssektorn arrangerat av KSLA. Det är dags att sluta prata om "enkla" jobb inom livsmedelsproduktionen. Det behövs utbildning och erfarenhet för att få till stånd en lönsam produktion. Det behövs insatser för att fler ska söka sig till jobb i livsmedelssystemet och det behövs relevanta utbildningar på alla nivåer.

19/5 AgroÖrebro för dialog med Hermods för att stötta i en satsning inom YH på Driftledare på distans med centralort i Örebro. Vid en start blir AgroÖrebro en del av styrgruppen.

20/5 AgroÖrebro hade sitt interna projektgruppsmöte.

26/5 deltog AgroÖrebro i Länsradion och pratade om våra pågående projekt.

27/5 Agro Örebro tog del av AGFO Talks – Morgondagens investeringar i Livsmedelssystemet. Vad behövs för att vi ska ha en livskraftig livsmedelsproduktion? AgroÖrebro deltog även i Biogas – nu och i framtiden arrangerat av Länsstyrelsen i Sörmland i samarbete med Agro Sörmland.

# Månadsrapport juni

## Nya projektmöjligheter

AgroÖrebro tittar på möjligheterna att söka projektmedel inom två områden:

Framtidens goda och hållbara vardagsmat - Innovationer till stöd för svensk förädling av växtbaserade råvaror (Vinnova) med sista ansökningsdag 7/9

<https://www.vinnova.se/e/framtidens-mat/innovationer-till-stod-for-ett-2021-02097/>

Region Örebro län ser positivt på en satsning inom området och önskar ett regionsövergripande samarbete inom ÖMS. Växtbaserade proteiner är en utgångspunkt och fokus i utlysningen ligger på de första förädlingsleden men i gränssnittet mot primärproduktion och vidareförädling.

Samarbetsprojekt för fler lokala geografiska matvarumärken (Jordbruksverket) med sista ansökningsdag 31/8

<https://jordbruksverket.se/stod/tillfalliga-stod-och-utlysningar/samarbetsprojekt-for-fler-lokala-geografiska-matvarumarken>

Lokal mat får allt mer uppmärksamhet och för att bli tillgänglig behövs effektiva kanaler och samarbeten inom såväl e-handel som dagligvaruhandel. Genom att samla aktörer inom primärproduktion, förädling, distribution, lager och försäljning skulle tillgängligheten kunna öka på lokala produkter som inte produceras i bulk och det lokala näringslivet gynnas.

## På Besök

Under hösten kommer AgroÖrebro på besök hos företag inom livsmedelssystemet. Genom besöken vill AgroÖrebro visa bredden av det arbete som genomförs och lyfta fram några av de företagare och entreprenörer som driver livsmedelsverksamhet i Örebro län. På listan finns restaurangverksamhet, lantbruk, dagligvaruhandel samt små- och storskalig livsmedelsförädling.

Inom livsmedelssystemet finns många vägar att gå och oavsett om man vill arbeta med kundnära verksamhet, industri och robotar, naturbruk eller tillredning av mat finns det utmanande och roliga yrken att utvecklas och gör karriär inom. Följ med AgroÖrebro ut i verksamheterna och möt de fantastiska människor som ser till att du har mat på bordet.

Första stoppet på AgroÖrebros road-trip blir Bryggerikrogen i Nora. Med start i augusti kommer färden sedan att gå runt i länet med nedslag på olika platser varje gång.

## Koncept:

Varje månad lyfts ett område/företag inom livsmedelssystemet fram genom en film på ca 10 minuter.

## Pilot:

Från och med augusti publiceras en film per månad fram till och med november. Under december analyseras resultatet av satsningen och beslut tas kring fortsättningen.

## Data som strategisk resurs

Inledande intervjuer med mjukvaruföretag har genomförts. Deltagande företag var Agricom, Hencol, Learningwell och Nexer. På grund av sjukdom i arbetsgruppen skjuts ytterligare intervjuer fram i tiden. Gemensamt för intervjuerna är att det är tydligt att många ser samma utmaningar inom området och att initiativet välkomnas för att kunna skapa nya samarbeten och vägar framåt.

Förhoppningen är att samtliga mjukvaruföretag deltagit i en första intervju innan semestrarna och därefter återupptas kontakterna i augusti.

## ESF

Arbetet med att hitta praktikplatser och placera ut deltagare är klart. Under sommaren kommer läraren på Kvinnerstagymnasiet att hålla kontakten med praktikplatserna och besöka deltagarna i verksamheterna. Två deltagare har hittills varit ute i praktik så länge att de också hunnit placeras ut på en ny praktikplats innan sommarperioden. Övriga deltagare förväntas vara kvar på sina inledande praktikplatser över sommaren. Två deltagare har avslutat utbildningen, den ena på grund av önskemål om att få läsa mer SFI och den andra då han erbjudits arbete inom annan bransch.

Den 14/6 genomfördes ett digitalt förmiddagsfika med praktikhandledare. Uppslutningen var inte så stor men det gav möjlighet för de deltagande att lyfta sina specifika utmaningar och frågeställningar. En lärdom är att den möjlighet att samarbeta med projektet "Nya Nätverk" vi haft under utbildningsomgång 1 har varit väldigt positiv. Det kan vara utmanande att ta emot en praktikant och det stöd som ges till handledare inom det projektet i form av företagscoachning är ett ypperligt komplement till utbildningsinsatsen.

Under månaden har även avstämningssamtal med utvärderare från Apel AB genomförts och planen för hur den första utbildningsomgången i projektet ska belysas och analyseras har satts upp. Arbetet upptas i augusti och en utvärderings kommer att vara klar i oktober och kan användas för att lägga upp utbildningsomgång 2.

## Förstudie investeringskapital i livsmedelssystemet

Förstudien är inne sin 3 fas. Det innebär att cirka 40 djupintervjuer skall genomföras totalt varav cirka 10 i Örebroregionen. Målgrupperna är lantbruks- och livsmedelsföretag samt investerare/finansiärer. Senast den 16 augusti skall djupintervjuerna vara genomförda.

## Lokalt på Menyn

### 200 % Lokalt på Tallriken

Kampanjen är igång och sträcker sig till och med den 5 september. Tre avstämningar görs när det gäller antalet sålda portioner, senast 8 juli, början på augusti samt när kampanjen är avslutad.

Julia Lohaller Sachet, nyexaminerad måltidekolog, ansvarar under sommaren för att marknadsföra kampanjen i sociala medier.

Parallellt med kampanjen genomförs en tävling, utfallet so far är att tyvärr ännu inte så många. Därför kommer vi ta fram några actions som skall påverka detta utfall.

## Smaka på Västmanland event

Smaka på Västmanland arrangerar ett event där även företag i Örebroregionen är inbjudna. Målsättning 10 företag från vår region. Nulägesstatus, nio.

## Matresan

AgroÖrebro medverkar på det årliga eventet Matresan. Läs mer via denna länk:

<https://matresanorebrolan.se/wp/utställare/agroorebro-goksholm-gard/>

## Affärsutveckling 2

Ett regionalt event inom projektet genomförs i slutet på oktober.

Återkommer efter sommaren!

## Mer vildsvinskött i Örebroregionen

### Målgrupp restaurang

Fyra restauranger i kampanjen 200 % Lokalt på Tallriken serverar vildsvin som basråvara.

Tetsu i Örebro, Restaurang GRO i Örebro, Bryggerikrogen i Nora och "Krogen som inte finns på klubben" på Askersunds Golfklubb.

### Målgrupp detaljhandel

Två ICA butiker i Örebroregionen har från och med vecka 27 vildsvinsprodukter i sitt sortiment, ICA Alléhallen i Hallsberg och ICA Torghallen i Askersund.

Så här såg Torghallens första order ut:

30 kg vildsvinsburgare 90 g

20 kg vildsvinsytter

10 kg vildsvinsfärs

Att detta kommit igång är kopplat till ett samarbete mellan AgroÖrebro, Bergslagsdelikatesser, RIMA samt ICA butikerna.

### Event

På dessa event kommer vildsvin serveras i någon form

- Matresan
- Exceptionell råvara
- AgroDagen
- Demoturné i butik
- MUJI event

### Exceptionell råvara – Smakmöte Vildsvin

Eventet med Exceptionell Råvara (ER) har fått ett datum, 18e oktober. Det har skett ett par planeringsmöten med en arbetsgrupp från AgroÖrebro, ER och Länsstyrelsen. Upplägget på eventen har börjat planeras samt lokalisering av lokal har påbörjats. En del av eventet kommer bestå av föredrag (20min per presentation) av individer från de olika målgrupperna; jägare, slaktare, kockar och forskare. Har ni i styrgruppen förslag på en jägare och/eller forskare som skulle kunna passa i den här rollen?

### MUJI-samarbetet

Ett nytt "Statement of Work" är tecknat med MUJI som sträcker sig från 1 augusti 2021 till den 31 juli 2022. Tagit fram en lista på produkter som MUJI efterfrågar inom ramen av ÖMS-området till deras höstlansering.

### QR-kod projektet

Har inte riktigt kommit igång. Ny strategi och nya insatser i höst.

### AgroDagen 2021:2

Nästa AgroDag genomförs den 11 november, fysiskt och digitalt. Arbetsgruppen har sitt nästa planeringsmöte den 17 augusti då temat för eventet kommer att sättas och utvecklas.

## AgroMorgon

Två AgroMorgon är planerade i höst/vinter.

7 september och 7 december. I vilken form återkommer vi till.

## Näringslivspartners

Just nu läggs mycket energi på att få med Trädgårdshallen som någon form av partner till AgroÖrebro. Pågår diskussioner med dem hur AgroÖrebro kan medverka i deras expansion i regionen kopplat till deras koncept "Ju närmre desto bättre". Läs mer via länken:

<https://www.tradgardshallen.nu/vara-produkter/ju-narmre-desto-battre>

Återkommer!

## Övrigt

1/6 – Nytt från jordbruksverket: Så går det för livsmedelsstrategin. Jordbruksverket konstaterar att vi är på rätt väg i Sverige men att det finns stora variationer inom olika led i livsmedelssystemet och även om vi är bra finns det alltid utvecklingspotential. Den totala livsmedelsproduktionen ökar vilket är ett uttalat mål i strategin, men inom områdena konkurrenskraft, uppfyllelse av miljömål samt tillväxt och sysselsättning är resultaten mer spridda och det finns mer att önska. Glädjande är dock att inget område går bakåt i utvecklingen. Inom områdena konkurrens- och kompetenskraft finns därmed mer att arbeta med för AgroÖrebro framöver.

7/6 – När vi miljömålen med CAP? Inom CAP kommer man från 2023 och framåt att byta fokus för 25% av budgeten genom att öronmärka dessa medel för ettåriga miljöersättningar. Områden som prioriteras är kolinlagring och minskat kväveläckage, blommande slätter och kantzoner samt ekologisk produktion. Detta är framåt tre områden att hålla ögonen på.

8/6 – Hållbar konsumtion av frukt och grönsaker. Vi äter idag alldeles för lite frukt och grönsaker och en orsak till detta är att vi av olika skäl inte skapar en tillräckligt stark relation till dessa livsmedel under vår uppväxt. Skolan, samhället och familjen har ett stort ansvar för att bygga upp relationen och skapa en positiv känsla till frukt och grönt. För att nå fram behövs troligen en kombination av styrmedel i form av informationskampanjer, regleringar och skatter/subventioner. Samtidigt ligger Sverige långt efter när det gäller förädling och produktion av frukt och grönt. Vi behöver öka utbudet av bra sorter och flödet av information. Detta område är något som skulle kunna vara intressant för AgroÖrebro framöver.

15/6 – Det fossilfria lantbruket. I juli publiceras utredningen kring ett fossiloberoende svenskt lantbruk. Sannolikt kommer det i innehållet att finnas ett förslag om att ta bort avdragen för fossil diesel inom lantbruket för att istället gynna resurseffektivitet och förnybara drivmedel. Forskningen inom eldrivna fordon och bränsleceller går snabbt framåt och när systemet blivit mer robusta skulle de kunna vara ett alternativ för lantbruket. Vi tar med oss energifrågan in i diskussionerna för ett planerat Smart Farming 2022.

17/6 – EU-taxonomin. Syftet med den nya EU-taxonomin är att styra kapitalflöden i riktning mot en grön omställning. I dagsläget finns inga specifika aktiviteter kopplat till lantbruk då man valt att invänta den nya CAP:en men leden efter primärproduktionen påverkas av taxonomin direkt vilket kommer att ställa krav på lantbruket redan innan taxonomin breddats till även detta område. Taxonomin bryter ner Parisavtalet i konkreta aktiviteter som måste genomföras för att målet 2050 ska kunna nås. Jordbruket måste i detta arbete både nå nollvisionen och samtidigt bidra som en kolsänka för andra nödvändiga utsläpp. Även detta tas med i diskussionerna runt Smart Farming.



17/6 – Möte kring Kvinnerstaområdet. Efter samtal med representanter för Kvinnerstagymnasiet börjar Örebroporten få en allt bättre bild av vilka resurser som kommer att bli tillgängliga efter hand som gymnasieskolan kliver ur sina nuvarande lokaler. I september fortsätter diskussionen mellan AgroÖrebro, LRF och Örebroporten kring hur vi tillsammans kan gå vidare och stötta varandra i utvecklingen av området för att om möjligt etablera ett brett spann av verksamheter/upplevelser som kan göra området levande och attraktivt både för företag och privatpersoner.

17/6 – Möte med Universitetet för att bearbeta en starka kontakt med akademien där en av punkterna var utveckling av Måltidsekologiprogrammet.

23/6 – The missing link - Biodiversity and our Financial System. Det finns tydliga kopplingar mellan finansieringsmöjligheter och utvecklingen mot ett hållbart samhälle. Utmaningen är att ”materialisera” och uppmäta värden för att attrahera investeringskapital. Inom vissa områden, som vatten och koldioxid, finns det konkreta mätvärden för att se effekter och betydelse men inom biodiversitetsområdet är det svårare och det finns inga generella metoder. Transparens är troligen en väg framåt och ett sätt att uppnå detta är t ex att arbeta med QR-koder. Genom att bygga värde i form av information där kunden kan välja utifrån t ex hållbarhetsaspekter kan intresset för investeringar i biodiversitet öka. Det kan också handla om data och information som behöver kombineras på nya sätt för att effekterna av ett arbetssätt ska bli mätbara. Båda dessa aspekter liksom investeringskapitalsfrågan anknyter till arbete som utförs av AgroÖrebro och som vi tar med oss i vårt vidare arbete.

23/6 – Möte med Länsstyrelsen för att diskutera ingångar till Smart Farming 2022. Kolsänkor, biokol och drivmedel kom fram som potentiella ingångar att lyfta i ett event som fokuserar på energi och klimat.

# Månadsrapport augusti

## Förstudie investeringskapital i livsmedelssystemet

Alla djupintervjuer är genomförda i samtliga regioner. Projektledaren Björn sammanställer alla intervjuer vilket blir underlag för workshops som kommer att genomföras i respektive region under september och oktober.

Resultatet av hela förstudien presenteras på AgroDagen 11 november.

Redan nu planeras att söka pengar till ett genomförandeprojekt utifrån resultatet av förstudien.

## Lokalt på Menyn

### 200 % Lokalt på Tallriken

Kampanjen avslutas i och med Matresan den 5 september. Redan den 7 september kommer vi presentera resultatet av hur många portioner totalt som sålts i Örebro regionen. Målet var 3000 portioner vilket kommer slås med råge. Ett exempel, på Bryggerikrogen i Nora har man gjort av med cirka 150 kg vildsvin till sin maträtt vilket skulle omfatta cirka 750 portioner. Bara där!

Ett utvärderingsmöte är planerat med restaurangerna den 15 september klockan 14.45-15.30. Via TEAMS.

## Smaka på Västmanland event

Smaka på Västmanland har arrangerat ett utbildningsevent där även företag i Örebroregionen är inbjudna. Målsättning 10 anmälda företag från vår region. Totalt 18 företag var anmälda. Utvärdering genomförs under vecka 35.

## Matresan

AgroÖrebro medverkar på det årliga eventet Matresan 4-5 oktober. Läs mer via denna länk:

<https://matresanorebrolan.se/wp/utstallare/agroorebro-goksholm-gard/>

## Framtid AgroÖrebro och Smaka på Västmanland

Samarbetsavtalet löper ut i och med den 30 september. Nytt samarbete inför 2022 diskuteras på möte med Smaka på Västmanland den 28 september.

## Mer vildsvinskött i Örebroregionen

### Målgrupp restaurang

Fyra restauranger i kampanjen 200 % Lokalt på Tallriken serverar vildsvin som basråvara.

Tetsu i Örebro, Restaurang GRO i Örebro, Bryggerikrogen i Nora och "Krogen som inte finns på klubben" på Askersunds Golfklubb. Resultat av sålda portioner med mera presenteras i nästa månadsrapport.

### Målgrupp detaljhandel

Två ICA butiker i Örebroregionen har från och med vecka 27 vildsvinsprodukter i sitt sortiment, ICA Alléhallen i Hallsberg och ICA Torghallen i Askersund. Ett första utfall är att burgare sålt bäst generellt.

Att detta kommit igång är kopplat till ett samarbete mellan AgroÖrebro, Bergslagsdelikatesser, RIMA samt ICA butikerna.

Den 27 augusti genomfördes den första DEMO-aktiviteten i butik. På ICA Supermarket Alléhallen i Hallsberg. AgroKocken serverade vildsvinsfärssås och pasta. Cirka 150-200 personer testade vildsvin och cirka 15 paket vildsvinsfärs såldes kampanjdagen. Nästa event i butik är planerat till den 29 oktober på ICA Supermarket Torghallen i Askersund.

### Matresan 4-5 september

Vildsvinsburgare (80 g) serveras under Matresan 4-5 september.

### Utforska vildsvin som råvara

Eventet fortsätts planeras med Åsa Landin från Länsstyrelsen. Lokalen som har bokats är Foajén i Konserthuset. Det är idag 17 anmälda av 50 platser.

### MUJI-samarbetet

Samarbetet är igång. Det första eventet i butik är planerat till den 25 september med vildsvinsfokus!

### AgroDagen 2021:2

Nästa AgroDag genomförs den 11 november, fysiskt (hoppas vi) och digitalt på Berga Gård. Den 14 september spikas huvudtema, program och föreläsare.

### AgroMorgon

Nästa AgroMorgon spelas in den 7 september på Naturens Hus.

### Näringslivspartners/Trädgårdshallen

Just nu läggs mycket energi på att få med Trädgårdshallen som någon form av partner till AgroÖrebro. Pågår diskussioner med dem hur AgroÖrebro kan medverka i deras expansion i regionen kopplat till deras koncept "Ju närmre desto bättre". Läs mer via länken:

<https://www.tradgardshallen.nu/vara-produkter/ju-narmre-desto-battre>

Två spår angående Trädgårdshallen:

1. Det kommunala fastighetsbolaget Örebroporten är beredda att göra investeringar på Kvinnerstaområdet. Möte den 14 september.
2. Konceptet WA3RM, Trädgårdshallen och AgroÖrebro har haft ett inledande förutsättningslöst möte den 27 augusti. Återkommer. Läs mer om WA3RM och deras satsning i Frövi:  
<https://www.wa3rm.com/projects/#rfab>

### Projektansökningar

Under augusti månad har två projektansökningar tagits fram inom områdena "Geografiska varumärken" (JBV, sista ansökningsdag 31/8) och "Framtidens hållbara mat" (Vinnova, sista ansökningsdag 7/9). Inom området Geografiska varumärken vill AgroÖrebro titta på matens väg från jord till bord och hur denna kan förenklas och effektiviseras för att minska antalet mellanhänder och öka utbytet för producenter och förädlare. Inom Framtidens hållbara mat planeras ett samarbete med bergslagsdelikatesser för att ta fram en vegetarisk produkt för var mans bord. Det nya i detta projekt blir metoden för att ta fram produkten där ett samarbete är tänkt med ytterligare ett företag som arbetar med sensorik och paketering med utgångspunkt i vetenskapliga fakta.

### ESF: Grön kompetens – Livsmedel

Utbildningsomgång 1 avslutas i oktober vilket innebär att vi påbörjar utvärderingen tillsammans med upphandlade utvärderare. Planen är att utvärderingen ska lägga grund för utbildningsomgång två

som om det går tidigareläggs och startar i november för att deltagarna ska avsluta studierna vid en bättre tidpunkt under säsongen.

### Övrigt

Arbetet med att få in externa näringslivspartners och externa pengar pågår kontinuerligt.

Den 9/4 genomfördes månadens styrgruppsmöte och riktlinjerna drogs upp för hur vi arbetar med höstens AgroDagen

Den 11/8 Projektgruppsmöte

Den 19/8 Inspelning av programmet På Besök hos Bryggerikrogen i Nora

Den 24/8 Inbjudan till Dialogmöte om projektansökan för stärkt samarbete inom livsmedelssektorn i Mälardalen + Gotland

Den 24/8 besökte Örebro universitetet för att introducera AgroÖrebro till de nya Måltidsekologerna

Den 25/8 Möte med RHS för medverkan till en kurs som ska koppla ihop näringslivet i Bergslagen och RHS

Den 31/8 lansering av pilotavsnittet AgroÖrebro På Besök

# Månadsrapport september

## Kompetens:

### ESF: Grön kompetens – Livsmedel

Preliminärt resultat för utbildningen är idag att 4-5 deltagare kommer att ha gått ut i anställning eller går ut i anställning i samband med utbildningsavslut. Framåt tittar vi inom projektet på nya möjligheter att söka projektmedel för att kunna arbeta vidare med deltagare som nu har en grund att stå på men som kan behöva ytterligare stöttning och kompetensutveckling för att gå vidare till en anställning eller att starta eget.

Möten har hållits med naturbruksutbildningens nya rektor och vi har fått godkänt för att starta upp utbildningsomgång två med befintlig personal som är anställd av Örebro kommun.

### Kvinnerstagymnasiet

AgroÖrebro är en del av branschrådet för den "Nya naturbruksutbildningen" som delvis kommer att genomföras på Kvinnerstaområdet. Ett första möte har genomförts och det blir spännande att se hur upplägget med kontraktsgårdar för grundutbildning kommer att falla ut.

### Yrkeshögskola

AgroÖrebro har dialog med Plushögskolan/Teknikhögskolan kring utbildning för livsmedelsindustrin. Under uppstarten av Grön kompetens – Livsmedel lyfte förädlingsindustrin behovet av kompetent personal varför vi nu tillsammans med YH vill bjuda in representanter för branschen till samtal kring kompetensbehovet och önskvärda utbildningsinriktningar på yrkeshögskolenivå.

## Konkurrens och attraktion:

### Förstudie investeringskapital till livsmedelssystemet

Sista aktiviteten i förstudien, workshop, genomförs den 26 oktober. På Vreta Kluster fysiskt men sänds även digitalt. AgroÖrebro har föreslagit att familjen Gustafsson som driver Nynäs Säteri och Runnaby Gård skall delta på workshopen och berätta om sin verksamhet. De omsätter i sina verksamheter cirka 55 miljoner.

### Lokalt på Menyn Smaka på Västmanland övergripande

Den 5 oktober genomförs ett möte med ledningen för projektet Lokalt på Menyn och en diskussion om hur de vill samarbeta med AgroÖrebro inför 2022.

### 200% Lokalt på Tallriken

En utvärdering pågår som kommer vara helt klar den 4 oktober. Det finns mycket positivt att ta med sig från årets kampanj men även saker att förbättra om vi bestämmer oss för att köra även nästa år. Mycket glädjande var att restaurangerna som var med från Örebroregionen tillsammans sålde 5082 portioner (målet var 3000 rätter). Bästa var Naturens Hus som hamnade på 1887 sålda portioner av sin vegetariska rätt. Av de 5082 sålda portioner var 1669 med vildsvin som huvudrätt.

### Matresan 4-5 september

AgroÖrebro medverkade, tillsammans med Göksholm Gård, på Matresan. Totalt besöktes vi av cirka 500 personer som testade och köpte nötfärsburgare, vildsvinsfärsburgare samt eldostburgare. Av de 500 portionerna var cirka 150 med vildsvin som råvara.

Bägge dagarna fick vi slut på råvaror och intresset var med andra ord mycket stort.

## Mer vildsvinskött i Örebroregionen Status just nu och sammanfattning

Det finns förutsättningar för att vildsvin kan skapa nya möjligheter till framtida affärer, affärskoncept och affärsutveckling.



**Mer vildsvinskött i Örebroregionen**  
Från skepsis till nyfikenhet till "big business"

Restaurangkampanj "200 % Lokalt på Tallriken"	1669 portioner
DEMO i ICA-butik i Hallsberg	150 smakportioner
Event Matresan	150 vildsvinsburgare
Pilotförsäljning på ICA	200 kilo
DEMO MUJI i Stockholm	120 smakportioner
Expertevent	50 personer

FRÄMJANDE AV VILDSVINSKÖTT I ÖREBROREGIONEN  
Tillståndet för mat; att vara en del av det i Örebro län

Agro Örebro, Örebroregionen, EU, Miljöförordningen, Hållbarhetsprinciper

## Framtida insatser kopplat till vildsvinsprojektet

- 18 oktober Utforska vildsvin som råvara
- 29 oktober Demo på ICA Supermarket Torghallen, Askersund
- 11 november Programpunkt på AgroDagen
- 4 december Deltar på Örebrokompaniets event Vinterfestivalen i samarbete med restaurang Gamla Örebro i Wadköping.

## Utforska vildsvin som råvara

Det är 41 anmälda till eventet, målsättning 50. Blandad skara från de olika målgrupperna som eventet riktar sig mot. Det har påbörjats en planering av ett material som skall tas fram av resultatet för att sprida den här informationen vidare till målgruppen som skall samverkas med Lewander & Co som också driver ett vildsvinsprojekt nere i Kalmar. <https://svensktvildsvinskott.se/>

## MUJI-samarbetet

Första eventet genomfört på MUJI den 25 september. Ett lyckat event med provsmakning och försäljning av vildsvinsfärs och andra lokala produkter.

Planerade event enligt konceptet AgroKocken på besök

- 30 oktober Högtorps Gård
- 27 november Enligt senare/start julförsäljning
- 18 december Jultema



## AgroDagen 2021:2

Här kommer den inbjudan som kommer skickas ut med start den 4 oktober

## AgroMorgon

Kommer att komma ett nytt koncept inför 2022.

Återkommer.

## Kvinnerstaområdet

AgroÖrebro är del i två parallella processer på Kvinnerstaområdet tillsammans med Örebroporten som är fastighetsägare. Dels arbetar vi för att skapa förutsättningar för livsmedelsproduktionen att samlas på området i forma av någon form av centrumbildning eller kluster. Dels pågår mer konkreta diskussioner med enskilda företag kring etablering på området där AgroÖrebro kommer att genomföra en förstudie kring förutsättningarna för växthusproduktion.

## På Besök

I slutet av förra månaden släpptes första avsnittet av På Besök i två avsnitt med två veckors mellanrum. Totalt har klippen haft 3200 visningar tillsammans. Nästa avsnitt, 30 tum farm, kommer att släppas den 28 september.

## Övrigt:

2/9 AgroÖrebro deltog i mötet Matsamverkan och måltidsturism Örebro län, där det sker en samverkan mellan AÖ, Regionen, länsstyrelsen och Örebro Porten. Vi gör en kontinuerlig uppdatering hur vår verksamhet jobbar med måltidsturism. Ett förslag som lades fram av AÖ var att titta på ett landskaps terroir. Detta har gjorts både i Skåne, Stockholm, Blekinge, osv. Det har bokats ett möte med skribenten som har hjälpt de andra länen. Syftet med detta är att titta på olika beståndsdelar för att stärka länets matidentitet.

8/9 AgroMorgon släpps, debut där Ola medverkar helt själv

9/9 AgroÖrebro deltog i seminarium kring Sociala medier i landsbygdsföretag. Vi fick några konkreta tips på hur vi kan tänka kring våra egna kanaler och hur vi når ut med vårt budskap på bästa sätt.

13/9 Projektgruppsmöte

14/9 Föredrag RHS Grythyttan. Representant från AgroÖrebro hade en föreläsning om länets efterfrågan på en matidentitet och vad det finns för eventuella samarbeten mellan producenter och RHS.

21/9 AgroÖrebro deltog i möte med Gröna Kluster. Under mötet hölls en matnyttig genomgång kring problematiken runt "stöd av mindre betydelse" och hur organisationer som arbetar med primärproduktionen kan tänka för att undvika problem vid projektansökningar.

21/9 Agro väst bjöd in till ett dialogmöte om proteinskiftets möjligheter regionalt: Affärsmöjligheter kring gröna proteiner i livsmedelsindustrin. En heldag i Grästorps, där producenter och kommuner mötte forskningen och livsmedelsindustrin för att få inspel och diskutera kring potentiella affärsmöjligheter kring gröna proteiner för humankonsumtion i Västra Götaland. Under dagen fick



deltagarna ta del av pågående forskning kring så väl odling som förädling av gröna proteiner. Representanter från livsmedelsindustrin delade också med sig av de möjligheter och utmaningar de ser.

Vad vi tar med oss från kofenrensen: Sammarbetesprojektet mellan AgroVäst och RISE där de tittar på vilka sorter från omogna/gröna åkerbönor som skulle passa bäst till en humankonsumtion ur ett perspektiv utifrån t-tal samt sensoriska egenskaper.

Atria jobbar mycket med solrosprotein nu pga. dess goda kvalité att inte ha några allergener tillskillnad från baljväxter.

Syftet med att AgroÖrebro var med på den här dagen var att få inspiration att få fler lantbrukare i Örebro län att odla proteingrödor till humankonsumtion. Resultatet formades till en idé att bjuda in väl valda lantbrukare från länet till ett event och även bjuda in Kalmar Öland trädgårdsprodukter, Nordisk Råvara, Emil Olsson med flera. För att presentera de ekonomiska fördelarna att börja odla mer proteingrödor till humankonsumtion. Men detta event får avvakta tills det finns pengar från något projekt eller något samarbete från ett annat håll.

22/9 AgroÖrebro blev intervjuade av Hushållningssällskapet som har fått ett uppdrag av Länsstyrelsen i Västmanland att lägga fram en förstudie varför/hur Västmanland ska bilda ett Agro.

# Månadsrapport oktober 2021

## Förstudie investeringskapital till livsmedelssystemet

Sista aktiviteten genomförd. Tänkt som en workshop blev ett seminarium. Cirka 80 deltagare varav hälften deltog fysiskt på Vreta Kluster hälften digitalt. Örebroregionens representant bland presentationerna var Mikael Gilbertsson, Stjernerunds Gård.

Hela seminariet finns på Youtube.

<https://www.youtube.com/watch?v=f0RRAw5qYdQ>

Nu återstår att skriva en förstudierapport, parallellt förbereda en ansökan om ett s k genomförandeprojekt.

## Lokalt på Menyn

Ett samarbete med Smaka på Västmanland inför 2022 är klart. Omfattar en ny restaurangkampanj samt support när det gäller att genomföra en mäsas i Sala 2022.

## Mer vildsvinskött i Örebroregionen

### Status just nu och sammanfattning

Ola och Claes har ett strategiskt möte den 17 november där aktiviteter och insatser planeras inför 2022. Samt diskuteras vilken roll AgroÖrebro kan och vill ha i den framtida utvecklingen av vildsvinskött i Örebroregionen.

### Utforska vildsvin som råvara

Den 18 okt genomförde vi tillsammans med Länsstyrelsen eventet "Utforska vildsvin som råvara". Syftet med dagen var att öka den gemensamma kunskapen och skapa en gemensam bild för att höja kvalitén, analysera olikheterna, förstå helheten för att öka konsumtionen av svenskt vildsvinskött. Spontana uttryck från provsmakningen var allt ifrån delikat gåslever och ostron till toner av järn och fisk. Suggan, eller gyltingens kött, upplevdes av majoriteten som godast. Generellt var det väldigt uppskattat av deltagarna och många lyfte det positiva att så många olika målgrupper var på plats och kunde diskutera detta ämne.

Länkar till media som lyfter eventet.

<https://www.jaktjournalen.se/prisade-kockar-ska-oka-intresset-for-vildsvinsjakt/>

<https://sverigesradio.se/artikel/prisade-kockarna-ska-fa-fler-att-ata-vildsvin-finns-manga-myter>

<https://www.ja.se/artikel/2229497/en-dag-fr-att-utforska-vildsvin-som-rvara.html>

## MUJI-samarbetet

Planerade event

30 oktober	Högtorps Gård
27 november	Enligt senare/start julförsäljning
18 december	Jultema

## AgroDagen 2021:2

Lite trögt att få med deltagare till eventet. Stor konkurrens när det gäller olika event. Vi vädjar till att ni i styrgruppen lägger ner lite energi på att bjuda in och bearbeta olika kontakter i era nätverk. Med gemensamma krafter får vi ihop det.

## AgroMorgon

Kommer att komma ett nytt koncept inför 2022. Återkommer.

## Data som strategisk resurs

Intervjuer med mjukvaruföretag har genomförts och ett underlag har sammanställts för att kunna användas vid intervjuer av primärproducenter i början av november.

## På Besök

Senaste avsnittet från 30 tum farm har 1400 visningar. Nästa besök kommer vara oss E-gastronomi och kommer spelas in första veckan i november och släppas direkt efter. För vi vill matcha deras premiär av lokalen. Därför kommer det inte släppas något inom oktober månad. Men det kommer bli två avsnitt i november i stället, ett i början och ett i slutet.

## ESF

Utbildningsomgång 1 har avslutats i projektet och utvärdering i samarbete med upphandlade konsulter pågår. I utvärderingen ingår intervjuer med deltagare, personal och handledare och den slutliga rapporten kommer att vara klar under november månad. Vi har redan nu agerat på de delar som har kunnat redovisas hittills angående upplägg, innehåll och språkutveckling.

Vi planerar att starta utbildningsomgång 2 den 8/11 och har genomfört rekryteringsträffar. Vi kan se att potentiella deltagare den här gången har helt andra behov än de som ingick i utbildningsomgång 1 varför vi kommer att anställa en lärare med ett annat kompetensspektrum för att tillgodose behoven i den nya gruppen. Vårt språkstöd från utbildningsomgång 1 kommer att finnas med även under omgång 2.

Omgång 2 kommer att avslutas i början av juni vilket är en betydligt bättre tid för avslut än oktober för utbildningsomgång 1. Vi kan konstatera att vi ändå fått ett bra resultat där 5 deltagare går ut i arbete.

## Samverkan inom skoglig bioekonomi

AgroÖrebro har intervjuats i en förstudie inom området för att utreda hur man skulle kunna arbeta med frågor inom skoglig bioekonomi och vilka aktörer som är intressanta i sammanhanget.

Ytterligare en intervju kommer att ske innan årsskiftet.

## Etablering av växthusproduktion på Kvinnerstaområdet

AgroÖrebro har fått i uppdrag av Örebroporten att undersöka möjligheterna att starta upp ett produktionsväxthus på kvinnerstaområdet och vilka aktörer som skulle kunna vara intresserade av detta (producenter, logistik mf). I arbetet ingår även att titta på vilka synergieffekter en sådan etablering skulle kunna få för t ex akademi, utbildningsväsende och kringaktörer som kan dra fördelar av satsningen. Rapporten ska vara klar i mitten av december.

## Övrigt

Arbetet med att få in externa näringslivspartners och externa pengar pågår kontinuerligt.

3/5 Deltog AgroÖrebro på Aktörsnätverket för turism och besöksnäring möte nr. 2. För att lyssna av vad som händer inom det här området inom länet.

6/10 AgroÖrebro deltag på Hållbarhetsdagen 2021

6/10 AgroÖrebro deltog i seminariet svenska råvaror i restaurangmaten. Där bland annat Tareq Taylor pratade om hur matevent kan vara ett verktyg för att stärka den lokala matidentiteten. Detta skall vi ha i åtanke härnäst.

18/10 AgroÖrebro deltog i seminariet Climate Change Challenges and Cross-Disciplinary Ways Forward. Vi kan konstatera att hela samhället på ett globalt plan behöver arbeta tillsammans för att vi ska kunna komma framåt i arbetet mot klimatförändringarna

18/10 AgroÖrebro deltog i seminariet Framtidens mjölk och nöt. Vi tar med oss vikten av djuren i ett hållbart livsmedelssystem i vårt framtida arbete.

20-21/10 AgroÖrebro deltog i FOU-dagarna inom ekologisk produktion. Under dagarna presenterades intressanta tankar kring odlingssystem och hur olika grödor reagerar utifrån odlingsmetod. Strip cropping/pixel cropping och olika typer av agro forestry-system kan öka skördarna men det beror på vilka växter som används och vilka förväntningarna är när det gäller det ekonomiska utfallet över en tidsperiod. Den här typen av odling kräver ett nytänk kring arbetsinsats, återbetalningstid och vilka produkter som kan vara säljbara.

20/10 Deltog AgroÖrebro en kort stund under Eldrimners SM i Mathantverk i Östersund.

21/10 AgroÖrebro deltog i Aktörsnätverket för besöksnäringen i Örebro län

22/10 AgroÖrebro har dialog med Upplevelsecentrum för livsmedel i Mjölby. AgroÖrebro kommer att stötta initiativet och delta i fokusgrupperna.

25/10 AgroÖrebro deltog i samverkanmöte med regionen, länsstyrelsen, Örebroporten, almi, hushållningssällskapet för diskutera med Maria X om en terroiratlas är något som vi i vårt län skall försöka utveckla fram

29/10 AgroKocken serverar vildsvinsfärs hos ICA Torghallen Askersund

# Månadsrapport november 2021

## Förstudie investeringskapital till livsmedelssystemet

Förstudien är nu avslutad.

## Genomförandeprojekt investeringskapital

De fyra regionerna, Sörmland, Västmanland, Örebroregionen samt Östergötland har gemensamt skickat in en ansökan till Tillväxtverket om ett gemensamt genomförandeprojekt baserat på resultatet av förstudien.

## Lokalt på Menyn

Projektgruppsmöten genomförda under november när det gäller Smaka på Västmanlands medverkan på Salamässan. Uppstartsmöte angående nästa års restaurangkampanj (200 % Lokalt på Tallriken) är satt till den 13 januari. Återkommer med strategi inför den kommande planerade kampanjen.

## Mer vildsvinskött i Örebroregionen

Sista aktiviteten för året kopplat till vildsvinsprojektet genomförs i Wadköping den 4 december. I samband med Vinterfestivalen och i samarbete med restaurangen Gamla Örebro. Planeringen inför 2022 påbörjas i december.

## MUJI-samarbetet

Den 27 november genomfördes ett event där kocken Anders Johnsson signerade sin kokbok Härifrån. Samt också bjöd på en smakportion från en av rätterna i boken. Totalt 28 böcker såldes och 120 smakportioner bjöd Anders på.

## Planerade event 2021

18 december

Jultema med paketinslagning

## AgroDagen 2021:2

Totalt cirka 90 deltagare. Vid utvärderingen (som bifogas) framkom kritik att de eventpartners som erbjöds vara med fick för stort utrymme samt att de som presenterades hade fel budskap i sammanhanget. Att ta med sig, ett snittbetyg på drygt 5,0, på en 6-gradig skala när det gäller helhetsintrycket!

## Förstudie: Data som strategisk resurs

Under månaden har de slutliga intervjuerna med mjukvaruutvecklare genomförts och en slutrapport lämnats in till Tillväxtverket. Förstudien visar att det finns underlag för att kunna söka ett genomförandeprojekt, men vi kommer att invänta en lämplig utlysning för att göra denna ansökan.

## ESF

Utbildningsomgång två startades upp den 8/11 med 9 deltagare. Den något mindre gruppen gör att vi kommer att behöva revidera projektet, men då många deltagare har högre ersättningsnivåer (underlag för medfinansiering) i den här utbildningsomgången kommer det inte att ha så stor inverkan på upplägget. Andelen infödda svenska deltagare är högre i den här utbildningsomgången vilket har gjort att vi beslutat att byta till en svensktalande lärare och då vi nu har med ett språkstöd från start bedömer vi att detta ska fungera bra. Den stora utmaningen i den här utbildningsomgången är snarare vad deltagarna har med sig i bagaget i form av diagnoser och liknande än språket.



Vid möte angående utvärdering av utbildningsomgång ett kunde vi konstatera att de gjorda justeringarna ligger i linje med vad som framkommit under utvärderingen. En slutrapport sammanställs under december månad.

### Etablering av produktionsväxthus på Kvinnerstaområdet

Intervjuer med potentiella producenter och aktörer som skulle kunna vara intresserade av en etablering på Kvinnerstaområdet har genomförts. Det finns många synergieffekter av en etablering av ett produktionsväxthus på området och en sammanställning av svaren ska lämnas in till Örebroporten i mitten av december.

### Genomförandeprojekt: Investeringskapital

En projektansökan har tagits fram av AgroÖst i samarbete mellan Agro-noderna och Västmanland. Ansökan lämnas i den 30/11.

### Smart Farming

Förberedelser för att arrangera ett Smart Farming i Örebro i januari pågår. Det har varit utmaningar kopplat till hur Maskinfirmorna har tänkt kring sin medverkan under Hindersmässan, men under månaden stod det klart att de inte planerar att ha något arrangemang varför det inte kommer att finnas något konkurrensförhållande om deltagare. Däremot har vi i stället fått tänka om kring hur vi ska samarbeta med dem i vårt event. Klart är dock att dagen arrangeras på Kvinnerstområdet den 27/1 med fokus på det koldioxidneutrala lantbruket.

### På Besök

Förra avsnittet på besök hos E-gastronomi satte ett nytt visningsrekord på 2300 visningar. Nästa avsnitt spelas in den 30 november och skall lanseras kort därefter.

### Övrigt

Arbetet med att få in externa näringslivspartners och externa pengar pågår kontinuerligt.

4/11 Deltagande i Lantbrukets lönsamhet arrangerat av Agro Sörmland med bra insikter kring de svenska produkternas mervärden och hur detta skulle kunna gynna producenterna.

10/11 Deltog i webinariet Tomorrow's Food Travel 2021, hölls av Visit Sweden. Tomorrow's Food Travel var en konferens med sikte på framtiden som vill inspirera och ge plats för nätverkande och kunskapsutbyte inom måltidsturism. De djupdök i trender och fakta kring morgondagens måltidsturism och lyfter ämnen som smaken av Sverige, framtiden för svensk dryckesturism och HUR man möter den medvetna måltidsturisten med mat och dryck.

De talade om branschens viktiga arbete med hållbarhet samt spännande tankar kring tradition och innovation för aktörer i måltidsbranschen.

10/11 Deltog AgroÖrebro i länsradion och promotade AgroDagen

11/11 AgroDagen

17/11 Kunskapsutbyte om innovationsfrämjande i Livsmedelsstrategiarbetet arrangerat av Tillväxtverket. En slutsats är att arbetet med handlingsplanen ser mycket olika ut i olika delar av landet. Det skulle vara bra om tätare kontakter knöts mellan olika aktörer inom strategin för att kunna dra större nytta av varandra.

19/11 Webinariet ÖMS Kunskapskonferens-

Dagen fokuserade mot offentlig sektor med frågor som på olika sätt bidrar till besöksnäringens utveckling i Östra Mellansverige och vill utvecklas i sin roll som rådgivare och möjliggörare. De är

verksamma inom områden som samhällsplanering, miljö, kollektivtrafik, kultur, fritid, näringsliv och infrastruktur, och som har en roll som tjänsteperson eller förtroendevald.

23/11 Intervju med Oxord Research angående Region Örebros halvtidsutvärdering av arbetet inom livsmedelshandlingsplanen.

26/11 Möte med praktikant nummer två – Nicolaie från Måltidsekologprogrammet, planerad praktikperiod under våren 2022

26/11 Arbetsgruppsmöte Forskning och utbildning del 3 – Upplevelsecentrum Mjölby med intressanta inspel kring hur ett upplevelsecenter skulle kunna byggas upp och vilket innehåll som kan vara lämpligt.

26/11 Digital informationsträff om innovationsprojekt EIP

27/11 Event på Muji med Anders Johnsson, signeraring av hans bok och representant för Lokalproducerad mat hos Muji.

30/11 inspelning av På besök avsnitt 4

30/11 Programråd Naturbruk

30/11 Paper province WS – Samverkan inom skoglig bioekonomi för att ta fram möjliga projektidéer i samverkan mellan PP och Örebro län.

# Månadsrapport december

## Nya projektansökningar

Diskussioner förs runt eventuella nya projektansökningar inom digitalisering. Ett spår är samarbete med RISE i en av deras ansökningar. Ett annat är att gå vidare med förstudien "Data som strategisk resurs" i en egen ansökan.

## ESF

Under månaden har ytterligare två deltagare anslutit till utbildningen och totalt är de nu 10. En genomgång av halvtidsutvärderingen genomfördes i samband med styrgruppsmötet och styrelsen är nu mer bekant med det upphandlade utvärderingsföretaget Apel.

## Etablering av produktionsväxthus på Kvinnerstaområdet

En slutrapport har tagits fram och presenterats för Örebroporten som nu ska ta ställning till hur vi arbetar framåt i frågan.

## Genomförandeprojekt: Investeringskapital

En projektansökan har lämnats in av AgroÖst i samarbete mellan Agro-noderna och Västmanland. Kompletteringar har gjorts under månaden och ansökan kommer att behandlas under januari 22.

## Smart Farming

Det planerade Smart Farming i januari kommer inte att kunna genomföras som ett fysiskt event och kommer därför inte att gå under namnet Smart Farming. Vi bjuder istället in till ett digitalt event den 27/1 kl 08,45 - 16,00. Temat är som tidigare Klimatneutralt lantbruk, men då det digitala formatet inte är optimalt för nätverkande väljer vi att skjuta fram införandet av Smart Farming i Örebro till det går att genomföra fysiskt.

## EIP

Under månaden har en ansökan lämnats in inom EIP för att skapa en innovationsgrupp för att kunna ta fram en kvalitetsstandard för vildsvinskött. Tanken är att en standard ska öka efterfrågan och höja prisbilden på vildsvinskött vilket i sin tur ska leda till ökad avskjutning och minska viltskador.

## Vildsvin

Vildsvinsprojektet deltog i Vinterfestivalen den 4/12 tillsammans med Gamla Örebro. Det bjöds på möjlighet att smaka vildsvinskött och diskutera vildsvinsfrågor.

## MUJI

AgroÖrebro på plats i butiken Muji i Stockholm med temat jul, där det gästades av en professionell gift wrap artist som hjälpte kunderna att slå in sina paket samtidigt som AgroÖrebro informerade om det lokalproducerade sortimentet.

## På Besök

Under månaden släpptes det fjärde besöket, Lokal Surdegsgbakeri i Kumla. Avsnittet har nått ett rekord på 3500 visningar. Detta är väldigt lovande för visningarna har ökat positivt då insatserna har varit densamma sen start. Det har även utförts en utvärdering av konceptet På Besök. Det bestämdes att vi skall fortsätta med detta. Dock skall det utföras en mer utförlig utvärdering under tiden då praktikanterna är på plats under våren.

## Övrigt

2/12 Deltagande i Kick-out och kick-off i baljväxternas tecken! Arrangerat av HS Skåne.

7/12 Deltaganden i Tillsammans når vi målen i livsmedelsstrategin: Kunskap och innovation arrangerat av TVV, JBV och Vinnova.

8/12 Deltagande i Framtidens frukt och grönt arrangerat av SLU.

8/12 Deltagande ett möte för planering av ett eventuellt projekt tillsammans med Regionen, Länsstyrelsen, ALMI, Örebro Kompaniet gällande Terroiratlas.

14/12 Deltagande i Biologisk mångfald och extremt väder! Arrangerat av LRF Trädgård.