



Arkivnr: 2014/17729-2
Saksbehandlar: Heidi Bjønnes Larsen

Saksframlegg

Saksgang

Utval	Saknr.	Møtedato
Kultur- og ressursutvalet		16.09.2014
Fylkesutvalet		30.10.2014

Matstrategi «Veivalg for lokalmat i Hordaland 2013-2017»

Samandrag

Matstrategien «Veivalg for lokalmat i Hordaland 2012-2017» er eit resultat av eit samarbeid mellom Hordaland Fylkeskommune, Innovasjon Norge, Fiskeriforum Vest, Fylkesmannen i Hordaland og næringa. Matstrategien skal etablera nokre felles retningslinjer for arbeidet knytt til mat i Hordaland. Strategien skal gje næringsaktørar og offentlege utviklingsaktørar ein felles strategisk horisont og eit grunnlag for konstruktiv samhandling. Strategien legg vekt på tre retningar; styrke identiteten til Hordaland som matregion, styrke forbrukarane sin kunnskap om matprodukt og matopplevingane i regionen, styrke vekst og innovasjon innafør matfeltet. Hovudmålet til matstrategien er at blå og grøne mat aktørar i Hordaland, gjennom samarbeid og felles utviklingsprosjekt, skal dyrke fram ein tydeleg regional matidentitet, auke kunnskapen om råvarene i regionen og styrke grunnlaget for næringsutvikling i regionen.

Forslag til innstilling

1. Hordaland fylkeskommune slutter seg til Matstrategien – Veivalg for lokalmat i Hordaland 2013-2017
2. Hordaland fylkeskommune vil samarbeide med dei regionale partnarane på matfeltet om oppfølging av strategien ved å etablere ein god modell for organisering av arbeidet knytt til mat i Hordaland. Hordaland fylkeskommune ynskjer å bidra til operasjonalisering av Matstrategien ved mellom anna å bidra til organisering og drifting av Matfestivalen i Bergen og ved å støtte opp om Bergen kommune sin søknad om medlemskap i «Unesco creative cities network of gastronomy».

Rune Haugsdal
fylkesrådmann

Bård Sandal
fylkesdirektør regional utvikling

Saksframlegget er godkjent elektronisk og har derfor inga underskrift.

Fylkesrådmannen, 01.09.2014

1.0 Bakgrunn

Arbeidet med ein felles matstrategi for Hordaland var eit samarbeid mellom Hordaland Fylkeskommune, Innovasjon Norge, Fiskeriforum Vest og Fylkesmannen i Hordaland. Matstrategien skulle femne om både landbruk- og fiskerisektoren, også kalla «grøn» og «blå» sektor, med vekt på lokal mat. Føremålet var å styrke Hordaland som matregion og å styrke marknaden som Bergen representerer. Målsetjinga var å komme fram til ei felles plattform på tvers av sektorar, identifisere felles mål og foreslå strategiar og tiltak som kan bidra til verdiskapning og ein tydelegare regional identitet på matfeltet.

Arbeidet har vore organisert gjennom ei styringsgruppe der alle samarbeidspartane har delteke.

Fylkesmannen si landbruksavdeling har vore sekretariat med fagleg støtte frå Fiskeriforum Vest og med innleigd konsulent til skriveprosessen.

2.0 Innhaldet i strategien

Dokumentet inneheld bakgrunnsstoff, utfordringar og muligheiter, visjon, mål og delmål med forslag til handlingar/tiltak. Det vert i teksten under gitt eit kort resymé av innhaldet i «Matstrategi for Hordaland – veivalg for lokal mat». Kapittel 1 i Matstrategien er innleiing.

Kapittel 2 Om strategien. Dei mattradisjonane ein har i dag er eit resultat av korleis samfunnet har utvikla seg over tid. Dei vala som forbrukaren gjer dagleg styrer retninga på marknaden og skapar matkultur. Men matkulturen blir ikkje til i eit vakuum, den kan kultiverast. Utgangspunktet for matstrategien er at kultiveringa kan styrkast gjennom samhandling mellom næringsaktørar og offentleg aktørar i regionen og ved å utnytte lokale fortrinn. Matstrategien har tre hovudelement for veivalet. Den er orientert mot brukar. Sluttbrukar er viktig. Veivalet bør være pragmatisk. Hordaland bør forsterke dei fortrinn som regionen har frå før, samstundes som ein brukar mulighetene til å skape nye. Veivalet skal ha lokal innsats, men gje globale resultat. Strategien er utforma for å ivareta perspektiva til både landbruket, havbruks- og fiskerisektoren, men måla er formulert i sluttbrukar- og samfunnsperspektiv.

Kapittel 3 Hordaland en del av nordisk matidentitet. Hordaland er ein tydeleg del av nordisk mat identitet med internasjonal appell.

Kapittel 4 Hordaland – en del av en matnasjon. Hordaland er ein del av ein nasjonal strategi på matfeltet. På same måte som den nasjonale grenser den regionale matstrategien mot områder innan politikken, slik som fiskeripolitikk, landbrukspolitikk, næringspolitikk, klimapolitikk og energipolitikk.

Kapittel 5 Aktørnettverket. Strategien ble skriven for å gje regionen ein felles retning på tvers av blå og grøn sektor, og koordinere innsatsen på tvers av privat og offentleg sektor. Sær mange aktørar er involvert i tiltaksdelen. Strategien har ei oversikt over partnarar og deira rolle. *Enkeltbedrifta* står for produksjon, innovasjon og formidling. Prioriteringa til den enkelte bedrift er viktig for at strategien skal lukkast. Bransjeorganisasjonar spelar ei viktig rolle for utvikling og representerer ofte bedriftene i dialog med offentleg sektor og FoU. *Destinasjonsapparatet* profiler og marknadsfører matopplevingar og matidentitetane til regionen. *NCE Tourism* fasiliterar utvikling og innovasjon innanfor reiseliv. *Kommunar* forvaltar areal og regulerer til nærings- og landbruksformål. *Fylkeskommunen* har ei sentral rolle som regionalutviklar, mellom anna næringsutvikling. *Fylkesmannen* er eit mellomledd mellom nasjonale og regionale strategiar. Fylkesmannen si landbruksavdelinga skal utvikle landbruk og matområde. *Innovasjon Norge* støtter bedriftsretta utvikling både i marin sektor og i landbruket.

Kapittel 6 Utfordringar og muligheiter. I strategien har ein forsøkt å finne fram til perspektiv som kan samle mange aktørar. Det vert lista opp fem utfordringar og muligheiter. Den første utfordringa er eit fragmentert aktørbilde, med delvis overlappende mandat, som er prega av posisjonering og avgrensa grad av samhandling. Bedriftsnettverk gjev muligheiter for aktørane til å stå saman og styrke sin produksjon, distribusjon og sal av lokalmat. Denne strategien er eit godt utgangspunkt for betre samarbeidet mellom regional offentlige og private aktørar. Andre utfordringa er at det trengs ei samlande utviklingskraft som har mandat og forankring og evne til å gjennomføre. Her er muligheita å skape tverrfaglege møteplassar og arenaer som kan gje økonomisk motivering. Tredje utfordring er at regionen manglar ei heilskapleg fortelling om dei tradisjonar, råvarer og produksjonsvilkår som kjenneteiknar og differensierer fylket. Kunnskap om regionens kulturarv på matfeltet er ikkje systematisk kartlagt. Det er totalopplevinga på tallerken som skal

definera lokal matkultur, derfor kan tradisjonsforvaltning og innovasjon bidra til å styrke foredlingsleddet og forbrukarens bevisstheit. Den fjerde utfordringa er skilnaden mellom marin sektor som opererer i store volum og er retta mot internasjonale marknader og landbruksnæringa som opererer i små volum mot den nasjonale marknaden. Her er det muleg å skape nye løysningar ved å tenke nytt rundt forretningsmodellar og samhandling med tanke på distribusjon og flyt av informasjon i verdikjeda. Den femte utfordringa er at det ikkje finst ein heilskapleg plan for marknadsføring, informasjon og formidling av kunnskap. Muligheita her ligg i eit felles ynskje frå alle aktørar om å skape ein tydligare identitet. Ein foreslått arbeidsmetodikk er å arbeide fram ein signaturrett for regionen.

Kapitel 7 Visjonen. Målet for strategien er å gje næringsaktørar og offentlege utviklingsaktørar ein felles strategisk horisont og eit grunnlag for konstruktiv samhandling.

Kapitel 8 Hovudmålet. Strategien legg vekt på rørsle i tre retningar; styrke identiteten til Hordaland som matregion, styrke forbrukarane sin kunnskap om matprodukt og matopplevingane i regionen, styrke vekst og innovasjon innafør matfeltet. *‘Gjennom samarbeid og felles utviklingsprosjekter skal den blågrønne matklyngen i Hordaland dyrke frem en tydelig mat-identitet, øke kunnskap om regionens råvarer og mattradisjoner og styrke grunnlaget for næringsutvikling i regionen.’*

Kapitel 9 Delmål og eksempel på tiltak. For å nå hovudmålet er arbeidet med matstrategien delt opp i seks delmål der kvart delmål har forslag til strategiar og eksempel på tiltak.

Delmål:

- 1. Klyngeutvikling: Styrke klyngedynamikken på matfeltet, gjennom betre organisering og utvikling av regionale fellesprosjekt.
- 2. Identitet: Utvikle klårare regional identitet på matområdet og utvikle modellar for felles marknadsføring av regionens matprodukt og –opplevingar.
- 3. Marknadsføring: Styrke marknadsgrunnlaget for –og tilgangen til – matprodukt frå Hordaland både lokalt, regionalt og internasjonalt.
- 4. Produksjon: : Stimulere til økt mangfald av råvarer og matprodukt på ein måte som speiler regionens sesongar, naturtypar og tradisjonar.
- 5. Kunnskap: Styrke forbrukarens kunnskap om lokale mattradisjonar, sunne matvanar og matens reise frå jord/fjord til bord.
- 6. Berekraft: Styrke ressursgrunnlaget for råvareproduksjon i regionen, innafør ramma av globale klimaforpliktingar og biologisk mangfald.

Det vert elles vist til s. 11 – 15 i strategidokumentet for strategiar og tiltak under kvart delmål.

3.0 Forankring og kopling til andre regionale planar

Mat er både eit basisbehov og ei oppleving. Samstundes er matproduksjon og foredling basert på lokale råvarer, tradisjon og kunnskap ein viktig næringsveg og ei tilleggsnæring for landbruksbedrifter og ein felles identitet for Hordaland. På lokalmat-feltet vil det vere moglegheiter i høve til nyskaping og innovasjon i heile verdikjeda frå fjord/jord og til bord.

I Regional næringsplan for Hordaland er entreprenørskap og innovasjon, kopling mellom FoU-miljøa og relevant kompetanse viktige strategiar for å oppnå målet om meir innovasjon, fleire arbeidsplassar og meir verdiskaping i alle delar av fylket. Handlingsplan for Næringsutvikling i Hordaland 2014 peiker ut marin sektor, landbruk og reiseliv som tre av dei prioriterte bransjane. Matstrategien femner om desse bransjane og vil på ein god måte støtte opp om dei vedtekne innsatsfeltene i næringsplanen. Matstrategien vil og støtte opp om reiselivstrategi for Hordaland 2009-2015 der ein ynskjer å styrke vår region som matdestinasjon. I Klimaplan for Hordaland ynskjer ein meir kortreist mat som eit klimatiltak med tanke på lite utslepp frå transport.

Matstrategien er utarbeida parallelt med søknaden som Bergen kommune har sendt om medlemskap i «Unesco Creative Cities Network of Gastronomy». I vidare oppfølging og gjennomføring av matstrategien må det arbeidast bevisst med dette slik at eit eventuelt UNESCO-medlemskap vert forankra i den felles matstrategien for Hordaland. Matstrategien i Hordaland må også koordinerast mot Utviklingsprogrammet for lokalmat og grønt reiseliv hos Innovasjon Norge, Stortingsmelding 9 «Velkommen til bords» og Landbruksmeldinga vedtatt av fylkestinget i Hordaland våren 2014.

4.0 Fylkesrådmannen sin vurdering

Eg meiner Matstrategi for Hordaland – Veivalg for lokal mat er ei god felles plattform for vidare samarbeid på feltet for lokalmat og er ein god styringsreiskap for val av retning på utviklinga til beste for næringsaktørane, innbyggjarane og besøkjande i fylket. Hordaland fylkeskommune vil samarbeide med dei regionale partnarane på matfeltet om oppfølging av strategien og vil vil gjennom sin rolle som regional utviklingsaktør og forvaltning av utviklingsmidlar knytt til Handlingsplan for næringsutvikling, kunne støtte aktivt opp om initiativ med bakgrunn i Matstrategien når disse i tillegg er forankra i næringsplanen og andre regionale planar.

Gjennomføring av strategien er lagt opp til å være på frivillig basis der det er dei ulike aktørane som avgjer om dei ynskjer å ta tak i eit av delmåla og kva for eit de ynskjer å ta tak i. Det er per dags dato ikkje vore fordeling av delmål eller inndeling av ansvarsområder til dei involverte partnaren.

Hordaland fylkeskommune ynskjer i fellesskap med partnarane å tak ta i fleire av delmåla i Matstrategien. Det særleg aktuelt for Hordaland fylkeskommune å bidra til at det vert utvikla ein god modell for organisering av mat-arbeidet, herunder organisering og drifting av Matfestivalen og få etablert UNESCO «Creative City of Gastronomy» -medlemskap for Bergen.

Vidare vil ein støtte opp om å få etablert fleire nettverk og klynger på matfeltet , legge innsats i å betre kunnskap hos lokalmatprodusentar gjennom tilpassa opplæringstiltak, etablere gode koplingar mellom lokalmatprodusentar og vidaregåande opplæring, støtte tiltak som vil styrke distribusjons- sals- og informasjonsløysningar og auke samhandlinga i verdikjeda, arbeide med matkultur og identitet knytt til reiseliv, vere pådrivar for FoU-prosjekt innan t.d. tradisjonsmat og konserveringsmetodar, vidareutvikle kokkefaglig nettverk og kompetanseutvikling med «Smak av kysten» -prosjektet som modell samt bidra til bærekraftig matproduksjon i Hordaland mellom anna gjennom oppfølging av klimaplan for Hordaland, utarbeiding av Regional kystsoneplan for Sunnhordland, innspel til kommunane i arealplanar etter PBL og ved tildeling av lokalitetar til havbruk.