

LIVSMEDELSPROGRAMMET

SAMMANFATTNING GRUPPERNA (Wapnö, 26/1)

SAMMANFATTNING GRUPPERNA (referat)

Grupp: Kompetensförsörjning

Medverkande: Helene Andersson (Region Halland), Susanne Thorsson, Susanne Paulsson, Gun Olsson (Hushållningssällskapet), Per-Ola Ulvenblad, Maria Jansson Thorén (Munkagårdsgymnasiet)

4 identifierade områden

- 1) Ökad kompetens hos livsmedelsbranschen
- 2) Fokus: Unga
- 3) Karriärbytare
- 4) Öka matkompetensen hos barn

1) Svårt att få in kompetens. Vi behöver mer branschspecifik utbildning. Vilka kan vi samverka med?

Utbildningen "Innovation och affärsutveckling för gröna näringar" har startat.

2) Kompetensförsörjning för att attrahera unga. Grundutbildning behövs. LRF bör "sälja" de gröna näringarna. Kompetensförsörjningsprogram - tryck på att det är high tech, kallas "Jobba grönt". Storytelling från tidigare elever. Ett plus i att stötta Munkagårdsskolans naturvetenskapliga program och få in praktiska delar.

3) Karriärbytare - De som byter till gröna näringar är ungefär 28 år gamla. Tipsa om att bli företagare eller anställd inom gröna näringar. Leta möjligheter. Historiskt fanns det driftledarkurser - men de finns inte kvar. Ingen tar ansvar för detta, ev YH? Ingen har denna utbildningen längre - staten lämnar sitt ansvar. Mentorsprogram? Grönt collage kunde vara en möjlighet. Många små arbetsgivare.

4) Matkompetens för unga - organisera oss bättre för att nå fler.

Det finns ingen statistik för arbetslöshet eller kompetensbrist för gröna näringar - det saknas personal men vi är inte synliga för vi hittar vår egen personal genom egna kanaler. Utbildningar till livsmedelsförädlare finns - hantverk, slaktare, bagare - men det är mest äldre personer som vill utbilda sig till detta. Har ni kreativa idéer för att nå yngre så hör av er!

Grupp: Offentlig sektor som kund och lokala leverantörerna

Eva Nolenstam, avd. chef för köket, mfl.

Region Halland och kommuner: Förskola, skolar, sjukhus äldreboende, konferens, kiosk, cafe, 1240 arbetare - 940 helårstjänster.

78 000 portioner.

Inköp för 215 miljoner kr/ år, alla kommuner plus Region Halland.

Vi förbrukar mängder av energi, kemikalier, vatten och är beroende av servicepersonal och transporter.

Vi jobbar efter styrdokument från Socialstyrelsen.

Ekologiska mål, 30% regionen.
Halmstad 30%

Måltid Sverige - Ett partnerskap där VGR, Sörmland och Region Halland samarbetar. Mer koppling till forskning som bedrivs.

Kompetent folk behövs, få söker till restaurangskolor och vill jobba i offentliga kök efter några år efter- stora pensionsavgångar.

Samordna problem - Nätverk Halland finns, 4 träffar /år.

Utmaningar

Specialkost ökar - höga krav från gäster och kunder.

Kompetensförsörjning - vi lider brist.

Kostkompetens hos beställare bristfällig.

Brist på dietister - ligger sist i Sverige, kunde spara massor av pengar att ha dietister på plats.

Vårdnära service - måltidsvärdar. Bra utbildningar behövs.

Många kök är slitna, 100 miljoner att bygga nytt.

Upphandlingar är tidskrävande.

Hållbarhet - gamla vitvaror och maskiner drar mer energi.

Transporter

Matsvinn!!! Alternativa proteinkällor bör testas.

FAMM en måltidsmodell - Mötet, rummet, produkten, styrsystemet, stämningen. 70% är stämningen runt omkring, 30% maten.

Samverka våra nätverk, dra nytta av varandra. LFR och grossister - vill ni leverera till oss i offentliga kök? Är vi för små eller för stora? Vi vill köpa!!

Samordning av upphandling. Gemensam upphandlingsmodell? Inom allt.

Efterlyser en gemensam politisk strategi.

Se värdet av den goda måltiden - ger en effektivare samhällsekonomi.

Grupp: Samverkan i nya och etablerade former

Medverkande: Charlotte Eriksson, Emma Gunnarsson, Christian Hansson, Lovisa (Farmers Market), Hushållningssällskapet

Matinnovativt Halland

Vi möts på våra stora matmarknader - Farmers Market, Tjolöholm, Falkenbergs skaffereri - samverkan, kommunen och näringen.

Kartläggning av producenter och upplevelseproducenter.

Se över tidigare framtagen varuplattform. Stå för Halland utanför Halland. Både mat och upplevelser.

Nya råvaror. Nya sätt att nå ut, synas i sociala medier. Rädsla för det. Region Halland finansierar?

Nå ut med det halländska varumärket. Synliggöra i butik, ett synligt märke. Möta konsumenten, få smaka och prata. På plats på matköpcentra.

Grupp: Från vara och tjänst till konsument

Medverkande: Hans Bergsten (Region Halland) mfl.

Se över tidigare framtagen varumärkesplattform för den halländska maten och besluta hur denna kan användas framåt.

Matinnovation Halland - enkel uppstart som del i varumärkesbyggandet ex "etablerade råvaror, nya smaker, nya recept".

Matinnovation Halland - större organisation - specialistkomitén för att utveckla nya smaker, producera nya profilprodukter.

Synas mer på sociala medier; sprida "startinstruktioner" som kan användas av alla aktörer. Digital kommunikation och affärsmodeller.

Synliggöra halländskt i butik - demo, dra lärdomar och sprida exempel.

Lära av och bygga vidare på ex Falkenbergs matdagar.

Gemensam logistklösning? I dialog med existerande aktörer?

Andelsjordbruk är intressant.