

VERKSAMHETS BESKRIVNING OCH VERKSAMHETSPLAN

SWEDEN FOOD ARENA 2021

INNEHÅLL

INNEHÅLL	2
Verksamhetsbeskrivning	3
Nuläge	3
Vision, fyra mål och fem missioner	3
Värderingar.....	4
Verksamhetsplan 2021	6
Verksamhetens uppdrag för 2021	6
Relationer	7
Extern samverkan	8
Kommunikation	8
Organisation och kompetens.....	9
Ekonomi	9
Utvärdering.....	9

Verksamhetsbeskrivning

Sweden Food Arena är en medlemsorganisation, grundad och finansierad av de tre branschorganisationerna Lantbrukarnas Riksförbund (LRF), Livsmedelsföretagen (LI) och Svensk Dagligvaruhandel (SVDH) och ett 40-tal företag inom livsmedelskedjan samt med ekonomiskt stöd från Tillväxtverket. Arenan har som sitt uppdrag att axla ett långsiktigt ansvar för att systematiskt driva näringens behov av en signifikant ökad satsning på behovsdriven innovation och forskning med ambitionen att utveckla framtidens hållbara matsystem. Verksamhetens syfte kan kort sammanfattas i följande mening: "Innovation och forskning för en livsmedelssektor i världsklass".

Nuläge

Under 2020 har Arenan gjort följande större framsteg:

- Lanserat livsmedelskedjans gemensamma innovations- och forskningsagenda
- Aktivt bearbetat politiker och tjänstemän inom Regeringskansliet inför den kommande forskningspolitiska propositionen
- Etablerat kontakt med relevanta myndigheter såsom Formas, Vinnova, Tillväxtverket och Jordbruksverket
- Skickat in och fått godkänt två projektansökningar till Vinnova ("Fokus värdekedja") respektive Tillväxtverket ("Innovation i livsmedelskedjan"). Båda projekten avslutas under 2021.
- Rekryterat en innovationsledare
- Gjort ett inspel om prioriteringar till regeringens livsmedelsstrategi inför 2021
- Fortsatt rekrytering av medlemmar, antalet uppgår nu till ett 40-tal företag och branschorganisationer

Vision, fyra mål och fem missioner

Hela livsmedelssektorn har potentialen att vara motorn för en omställning till en grön ekonomisk tillväxt och utvecklas till en innovativ kärnsektor inom svensk ekonomi till 2030.

Den svenska livsmedelssektorn har goda förutsättningarna att kraftfullt bidra till många av FN:s globala mål. Livsmedelssektorn kan också bidra till att uppnå de ambitiösa målen i regeringens livsmedelsstrategi, till arbetet i regeringens Innovationsråd och de strategiska samverkansprogrammen, ett flertal av regeringens egna strategier samt målen i Parisavtalet och EU:s färdplan för klimatet. Listan kan göras längre.

För att klara en sådan omställning och tillväxt krävs en samlad, kraftfull och långsiktig forsknings- och innovationssatsning på livsmedelsområdet för att öka lönsamheten och konkurrenskraften inom livsmedelssektorn.

I september 2019 tog styrelsen beslut om följande ambitiösa inriktning på verksamheten inom Sweden Food Arena.

Verksamhetsåret 2021

Vision

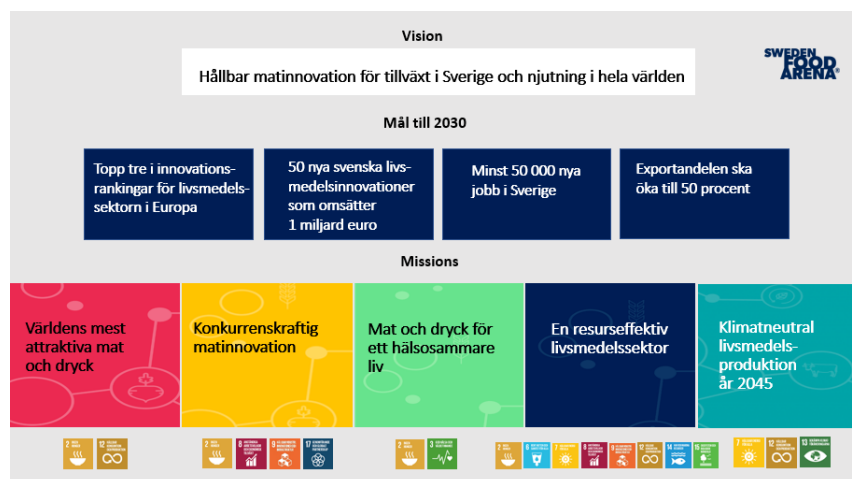
Hållbar matinnovation för ökad tillväxt i Sverige och njutning i världen.

Mål till år 2030

- Topp 3 i innovationsrankingar för livsmedelssektorn i Europa
- 50 nya svenska livsmedelsinnovationer som omsätter 1 miljard Euro
- Minst 50 000 nya jobb i Sverige
- Exportandelen ska öka till 50 %

Missioner 2030/2045

- Världens mest attraktiva mat och dryck
- Konkurrentkraftig matinnovation
- Mat och dryck för ett hälsosammare liv
- En resurseffektiv livsmedelssektor
- Klimatneutral livsmedelsproduktion 2045



I juni 2020 presenterades Sweden Food Arenas Innovations- och forskningsagenda. Den utvecklar behovet under respektive mission, sammanlagt har agendan identifierat 28 fokusområden och över 100 underområden där det finns ett stort behov av ökad innovation och forskning. Agendan skickades under våren ut till cirka 100 företag och organisationer varav ett 40-tal återkom med synpunkter. Agendan har därmed en stark förankring inom näringen. Under hösten 2020 kommer Innovations- och forskningsagendan att utvecklas ytterligare och en prioritering av fokusområdena kommer att arbetas fram.

Värderingar

Sweden Food Arena arbetar utifrån fem förhållningssätt som genomsyrar arbetet med missioner och projekt, för att möta framtida utmaningar och behov.

Konkurrenskraft och tillväxt

Ett kommersiellt perspektiv är kritiskt för att säkra fokus på affärsmöjligheter och därmed uppnå de tillväxtmål som Sweden Food Arena definierat. De FoI-insatser som genomförs bör ha potential att uppnå stor kommersiell framgång och därmed skapa nytta för Sweden Food Arenas medlemmar.

Hållbarhet (ekonomisk, ekologisk och social)

Sverige har en uttalad ambition att vara ett föregångsland när det kommer till att möta de stora globala utmaningar vi står inför. Detta återspeglas även i den nationella livsmedelsstrategin, som i sin vision till 2030 lyfter upp hållbarhet i alla dess dimensioner som en av de viktigaste målsättningarna för Sveriges livsmedelssektor.

Ny teknik

Sverige ligger i framkant internationellt när det gäller ny teknik; processutveckling, växtförädling och digitalisering, och det gäller att ta vara på detta försprång. För att stärka konkurrenskraften och öka produktiviteten är det avgörande att proaktivt följa och implementera det senaste i teknikutvecklingen.

Världen som marknad

En central del i utvecklingen av livsmedelsbranschen behöver vara en ordentlig exportökning. Sverige kan på lite sikt ta en avgörande roll i att försörja världen med god, nyskapande och hållbar mat. Nuvarande handelsunderskott för livsmedel kan vändas till ett handelsöverskott. För att utveckla den svenska livsmedelsbranschen behövs ett globalt perspektiv hos alla aktörer, redan inledningsvis i olika initiativ. Sverige som marknad är inte tillräckligt stor för att skapa den tillväxt som önskas med livsmedelsstrategin. Våra unika svenska mervärden är en viktig pusselbit för konkurrenskraft och exportframgång.

Nyskapande samarbete

Genom nyskapande samarbeten inom branschen och med andra branscher samt med akademi, myndigheter, finansörer och politik skapar vi förutsättningar för en snabb transformation till en kärnsektor inom svensk ekonomi som attraherar kompetens och kapital.



Verksamhetsplan 2021

Verksamhetens uppdrag för 2021

Inför 2021 har styrelsen gett verksamhetsledaren följande sex uppdrag att fokusera på:

- Fortsatt en aktiv **kommunikation och ett aktivt påverkansarbete** för att säkerställa att politiker och tjänstemän i riksdagen och Regeringskansliet ser potentialen inom svensk livsmedelssektor. Det skall resultera i fortsatt ökade satsningar inom forskning och innovation som stärker konkurrenskraften hos livsmedelskedjans företag. Livsmedelsstrategin och dess handlingsplan, forskningspropositionen och dess implementering samt riksdagens budgetarbete är viktiga politiska processer där Arenan ska vara aktiv. PA-rådet har en viktig funktion att aktivt stötta och bidra till PA-strategin.
 - *Kvantitativ indikator: Fortsatt ökad budget till Fol inom livsmedelssektorn i höstens budgetproposition.*
- Den **gemensamma innovations- och forskningsagendan** för livsmedelssektorn lyfter ett antal olika utmaningar där det behövs mer forskning och innovation för att nå Arenans uppsatta vision, mål och missioner. Under 2021 ska prioriterade forskningsområden identifieras och kommuniceras till forskningsfinansiärerna. Innovations- och forskningskommittén har en viktig funktion att stötta och bidra till en aktiv utveckling och implementering av agendan.
 - *Kvantitativ indikator: 2 utlysningar av offentliga medel under året som svarar mot utpekade behov och utmaningar inom agendan.*
- Stimulera och underlätta att **medlemmarna deltar i forsknings- och innovationsaktiviteter i Sverige**. Arenan är den naturliga parten som kan bjuda in aktörer från hela livsmedelssektorn samt akademien för att underlätta så att fler företag kan ta del av utbudet av existerande aktiviteter, t.ex. utlysningar. Arenan kan här bidra genom att matcha företag och forskare för diskussion om gemensamma forsknings- och innovationsprojekt, samt att informera om existerande utlysningar och ge tips om hur man ansöker till dessa.
 - *Kvantitativ indikator: 3 konkreta fall där Sweden Food Arena matchat medlemsföretag mot forskare som tillsammans gör en gemensam ansökan inom en utlysning.*
- **Medlemskonvertering**. En avgörande faktor för Sweden Food Arenas utveckling är att företag i livsmedelskedjan och kringliggande aktörer väljer att gå in i aktiva medlemskap. Detta har stor betydelse både för finansieringen av och dynamiken i verksamheten.
 - *Kvantitativ indikator: Minst 70 betalande medlemmar innan årets slut.*
- **Vinnova-projekt** "Fokus Värdekedja – Livsmedelskedjan som utvecklingsarena för nya verktyg och ny modell för samhandling."
Detta förstudieprojekt fokuserar på den växtbaserade värdekedjan och ska testa och anpassa verktyg och insatser samt utveckla modeller för samarbete/samhandling kring forskning och innovation. De övergripande målen är att bidra till metodutveckling, bidra till ökad innovation i livsmedelskedjan samt bidra till kunskap för också andra områden
Kvantitativ indikator:

- A. Utveckling av ett verktyg/insats som testas under året
 - B. Två seminarier/kurstillfällen för medlemsföretagen som bidrar till ökad kunskap om forsknings- och innovationssystemet och hur man strategiskt jobbar med FoU inom företaget.
 - C. Medverkat till att Sweden Food Arena matchat företag mot EU-utlysningar
 - D. Ansökan om nytt stort projekt som baseras på förstudien.
- **Tillväxtverks-projekt "Innovation i livsmedelskedjan"**.
Projektets övergripande syfte är att kartlägga innovationer och innovationsaktiviteter i livsmedelskedjan och undersöka vilka faktorer i och omkring företagen som är avgörande för företagets innovationsförmåga. Denna kunskap är nödvändig för att förstå hur företagen kan stödjas för att tillgodogöra sig och tillämpa den kunskap som finns samt att genom större delaktighet i innovationssystemet bidra till att generera ny kunskap och utveckla nya produkter. Projektets målsättning är att leverera ett kunskapsunderlag som redogör för nuläget i livsmedelskedjan, identifierar vilka områden som innovationsfrämjande insatser bör riktas mot och presenterar förslag på åtgärder och verktyg som är väl förankrade och avstämde med livsmedelskedjans aktörer. Dessa leveranser är således av direkt relevans för arbetet med livsmedelsstrategins genomförande både vad gäller att utforma konkreta erbjudanden till företag, bygga strukturer för kunskapsspridning, rådgivning och affärsutveckling samt underlag för att följa upp och utvärdera den politik som genomförs.
Kvantitativ indikator: 3 tydliga förslag som får genomslag i regeringens revidering av livsmedelsstrategins handlingsplan samt budget 2021.

Relationer

För att bygga ett hållbart livsmedelssystem, genom ökad forskning och innovation i livsmedelssektorn, är det viktigt att vi har ett nära samarbete med flera olika aktörer, vi strävar efter det som vi kallar för "nyskapande samarbete".

På strategisk nivå behöver vi fortsätta att bygga relationer med följande aktörer:

Politik

- Politikerna inom främst Miljö- och jordbruksutskottet, Näringsutskottet och Utbildningsutskottet.
- Minister och Statssekreterare på Närings- samt Utbildningsdepartementet.
- Kontinuerliga dialoger med näringsdepartementets tjänstemän som ansvarar för livsmedelsstrategin samt forsknings- och innovationsfrågor inom livsmedel och jordbruk.
- I samarbete med branschorganisationerna, ha kontakt med relevanta tjänstemän inom politiken för att informera dem om den enorma potential som kan skapas inom livsmedelssektorn genom ökad satsning på forskning och innovation.

Forskningsfinansiärer

- Kontinuerliga dialoger med främst Vinnova, Formas, Tillväxtverket samt Jordbruksverket är prioriterat men även andra finansiärer vid behov (Vetenskapsrådet, Mistra, SLF m.fl.) för att söka samarbeten både nationellt och internationellt.

Verksamhetsåret 2021

- Starta arbetet med att påverka utformningen av EU:s forskningssatsningar och verka för att det ska utformas på ett för svenska företag och forskare fördelaktigt sätt.

Myndigheter

- Nationella och regionala myndigheter har en viktig roll inom policy och regelverk, deras kunskap och förståelse för näringen är avgörande för att kunna understödja en omställning och främja innovationer.

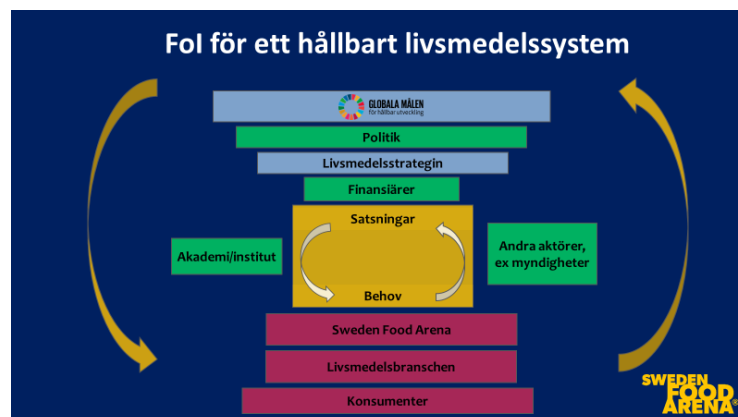
På operativ nivå har vi följande prioriteringar:

Livsmedelssektorn

- Samla företag inom livsmedelskedjan för att **gemensamt formulera** identifiera gemensamma innovations- och forskningsbehov och bilda konsortier för samverkan.

Akademi och institut

- Kontinuerlig dialog med främst RISE och aktörer i Food Science Sweden för att förstå forskningsfronten, se möjligheter och skapa match-making mellan forskare och företag.



Extern samverkan

Sweden Food Arena har som princip att inte gå med som projektpart i andra organisationers ansökningar till olika utlysningar. Arenans uppdrag är att verka för att mer medel riktas om innovation och forskning inom livsmedelskedjan och ska därför vara neutral när aktörer formulerar projektansökningar och bildar konsortier.

Kommunikation

Sweden Food Arena kommunicerar via fyra olika kanaler:

- Arenans hemsida. Här publiceras 2 – 3 nyheter per månad kopplat till Arenans verksamhet
- Sociala medier. Arenan har konto på LinkedIn, Twitter och Facebook där vi kommunicerar aktiviteter som sker inom Arenan och kommenterar händelser relaterat Fol inom livsmedelskedjan.
- Presentationer. Arenans främsta fokus är att träffa nationella politiska beslutsfattare men även myndigheter och akademi samt företag. När tillfälle ges och tid finns är även regionala

beslutsfattare viktiga målgrupper vid olika presentationstillfällen. Presentationerna sker genom personliga möten eller i större sammanhang där vi bedömer att Fol är på agendan och målgruppen är relevant.

- Debattartiklar. Att nyttja denna kanal främst för att kommunicera Arenans förslag på insatser som stärker livsmedelskedjans innovations- och forskningsförmåga

Organisation och kompetens

I dagsläget har Arenan två personer anställda (Verksamhetsledare och Innovationsledare). Övrig kompetens köps in allt eftersom behoven identifieras.

Ekonomi

Efter ett politiskt beslut i december 2019 är det klart att Sweden Food Arena har en långsiktig finansiering från Tillväxtverket fram till och med 2025 på 2 MSEK per år. De tre branschorganisationerna LRF, LI och SVDH medfinansierar med ytterligare 500 000 kr var per år. LI har gjort ett åtagande fram till år 2025, LRF och SvDH fram till år 2022 då man avser att utvärdera och ta nytt beslut. Övriga intäkter utgörs av medlemsavgifter som inbetalas årsvis enligt en differentierad skala beroende på medlemsföretagets storlek enligt följande:

FÖRETAG

Omsättning <50 MSEK: 3 000 kr

Omsättning > 50 - 250 MSEK: 10 000 kr

Omsättning 250 MSEK: 30 000 kr

BRANSCHORGANISATION

Branschorganisationerna LRF, LI och SVDH: 30 000 kr.

Mindre branschorganisationer inom livsmedelskedjan: 10 000 kr.

Medlemsinsatsen är 3 000 kr.

För mer information, se stadgarna.

Utvärdering

Under året kommer styrelsen kontinuerligt utvärdera aktiviteterna för att se att Arenan når de uppsatta målen för 2021.