

Ett utvecklat stödsystem för innovation i livsmedelskedjan

Sammanställning av kunskapsläget – vilka behov har företagen & hela livsmedelskedjan?

2021-11-24

SISP
Kristian Wirsén

1. INLEDNING

Som en del i ambitionen att ”*Utveckla innovationssystemet och samverkan mellan nationella och regionala aktörer verksamma inom innovation och forskning - möjliggöra och åstadkomma en hållbar omställning och en konkurrenskraftig livsmedelskedja*”, belyser denna sammanställning behov som företag och hela livsmedelskedjan har för att fler innovationer ska komma till.

Sammanställningen baseras på fyra aktuella rapporter och en workshopserie och det som framkommer i dessa. Kapitel 2.1 - 2.5 utgör kortfattade referat från respektive källa. Därefter följer en sammanfattning av kunskapsläget baserat på samtliga källor.

2. AKTUELLA RAPPORTER

2.1 Livsmedelskedjans nationella innovationssystem - en systembeskrivning

Rapporten är skriven av Sara Johansson, Jönköping University på uppdrag av Sweden Food Arena, 2021¹.

Inledningen ger en bild vad innovation är och hur innovation kommer till. Här lyfts den forskningsvaliderade vikten av olika kunskaper och färdigheter i innovationsprocessen – att innovationer i hög grad bygger på förmåga att tillämpa befintlig kunskap för att skapa ny kunskap. Alltså är utbildning och erfarenhet en god förutsättning för att innovation ska uppstå.

Vidare lyfts det fram att innovationer är resultatet av en lång rad av misslyckanden och det utmärkande för framgångsrika innovatörer är just förmågan att dra lärdom och se möjligheter med oväntade utfall och resultat. Lärande och kunskapsdelning får allt större uppmärksamhet i litteraturen om innovationsledning.

Flera studier visar vidare vikten av ett starkt entreprenörskap för att innovationer ska komma till eftersom nya affärsmöjligheter är en av de viktigaste bakomliggande drivkrafterna till innovation. Tidigare har forskning-utveckling-utbildning lyfts fram som de tre produktionsfaktorerna för innovation, idag betraktar innovationsforskningen entreprenörskap som den fjärde. I en översyn av 100 stora svenska innovationer kan man konstatera att det endast är en av fem innovationer som är sprungna ur akademisk forskning.

En ytterligare faktor som bidrar till högre innovationskapacitet är mångfald när det gäller utbildning, yrkesinriktning, ålder, kön, ursprung – det skapar banbrytande nytänkande.

Rapporten pekar på att arbetstillfällena på landsbygden är mindre kvalificerade än de i städerna där mer av den högutbildade arbetskraften finns samt även forskningsmiljöerna. Det utmanar landsbygdens näringar när det gäller kompetensförsörjning, tillgång till kunskapsnätverk och det innovationsfrämjande systemet.

Vidare lyfts den stora andelen småföretag i primärproduktion och i restaurang / måltid (ofta med låg lönsamhet) fram som anledning till svårighet att attrahera högre utbildad arbetskraft till livsmedelssektorn. Lönenivån är låg och härmed attraktiviteten. Även svårigheten att attrahera kapital följer i spåren av detta.

¹ [Livsmedelskedjan_211012.pdf \(swedenfoodarena.se\)](https://www.svenskfoodarena.se/Livsmedelskedjan_211012.pdf)

Livsmedelssektorn beskrivs vara dominerad av innovation som syftar till process- och produktionseffektivisering snarare än av tillskapandet av nya produkter – detta drivet av priskonkurrens snarare än produkttegenskapskonkurrens. Detta leder inte till en ökad förädlingsgrad i lika hög utsträckning som det omvända gör. Vidare har livsmedelssektorn betydligt lägre FoU-investeringar än andra delar av näringslivet. Många investeringar som görs i sektorn görs av forskningsinstitut och universitet, inte av företag.

De företagsstödande aktörerna riktade till primärproduktionen är inte fokuserade på innovativ affärsutveckling, utan på andra områden enligt nedanstående tabell.

TABELL 2 Rådgivningsorgan inom primärproduktionen

Rådgivningsorgan	Kompetensområde
Hushållningssällskapet	Jordbruk, livsmedel, landsbygdsutveckling
Växa Sverige AB	Mjölk- och köttproduktion
LRF Konsult/LRF	Produktionsmetodik, ekonomi, företagande inom jordbruk
Länsstyrelserna (County Boards)	Miljöpåverkan från jordbruk och fiske
Gård och djurhälsa (Farm and animal health)	Djurhälsa och produktionsmetoder inom animalieproduktionen.
Nationellt kompetenscentrum för Vattenbruk	Vattenbruk

Inom förädlingsleden finns mer fokus på innovation, även om det är drivet ur det tekniska innovationsstödet snarare än ur det marknadsdrivna.

TABELL 3 Rådgivningsorgan inom livsmedelsförädling

Rådgivningsorgan	Kompetensområde
Hushållningssällskapet	Rådgivning kring jordbruk, livsmedelsproduktion och landsbygdsutveckling
SAMLA Sverige	Samverkansplattform för företag och regionala innovationstödande aktörer i livsmedelssektorn
Sweden Food Arena	Samverkansarena inom innovation och forskning för livsmedelssektorns aktörer
Eldrimner	Rådgivning, utbildning och kvalitetssäkring inom livsmedelsproduktion och mathantverk
Team Sweden Livsmedel	Plattform och samverkansforum där företag, myndigheter och aktörer kan arbeta för att utveckla och öka den svenska livsmedelsexporten

Företag inom handel och restaurang är i högre grad hänvisade till rådgivningsorganisationer med mer branschöverskridande verksamhet, såsom exempelvis ALMI och SISP-medlemmar. Dessa aktörer har ofta en central roll i det regionala främjandesystemet men är väldigt varierande grad inriktade på livsmedelkedjan.

Det sektorsbundna innovationsfrämjandet inom livsmedel sker ofta i tidiga skeden med fokus på finansiering av tillämpad forskning och framtagande av prototyper. Pågående innovationsforskning pekar på behovet av ett ökat stöd för marknadsanalys och marknadsintroduktion (vilket återfinns som erbjudande i det sektorsobundna innovationsstödet).

Forskning visar att majoriteten av innovativa företag uppfattar samarbetet med andra företag som viktigast när det kommer till samarbeten som främjar innovation. I livsmedelssektorn förlitar man sig mer än i andra sektorer på det sektorsspecifika innovationsstödet än till det branschövergripande – på så vis saknas kontakten till företag från andra sektorer, vilket begränsar innovationsförmågan.

En stor del av regionala medel för tillväxt och utveckling används för att medfinansiera regionala projekt kopplade till strategier för smart specialisering. Och eftersom ”endast” hälften av landets 21 regioner har livsmedel som ett smart specialiseringsområde, blir det svårt i övriga regioner att allokera medel till livsmedelssektorn.

Rapporten lyfter fram följande slutsatser:

- Sverige har stark grundforskning med relevans för livsmedelsproduktion, men jämförelsevis lite forskningsmedel satsas på direkt livsmedelsforskning och särskilt tillämpad sådan.
- Det krävs satsningar på affärsutveckling och entreprenörskap för att innovationer ska komma till stånd.
- Många små företag saknar såväl kompetens som kapital att satsa på FoU, vidare har man en låg lönsamhet som gör att det är svårt att attrahera externt kapital.
- Det är ett fragmenterat innovationssystem som inte är tillräckligt agilt för att möta företagets behov.
- Främjandesystemet saknar förmåga att vara brygga mellan forskning och näringsliv.
- Det är svårt att nå ut till landsbygden med främjandesystemet.
- För mycket av innovationsfrämjandet sker branschspecifikt.
- Innovationssystemet saknar tydlig styrning och tydliga prioriteringar, det är regionalt fragmenterat och ej nationellt koordinerat.

2.2 Innovation i livsmedelskedjan

Rapporten är skriven av Sara Johansson & Lina Bjerke, Jönköping International Business School på uppdrag av Sweden Food Arena, 2021².

Rapporten bygger på en undersökning bland 1 355 företag i alla livsmedelskedjans fyra led (förädling, handel/distribution, restaurang/måltid), i alla län och i alla storleksklasser av företag.

Resultatet från undersökningen visar att livsmedelskedjan ligger i paritet med övriga näringslivet vad gäller innovationsgrad. Den skiljer sig inte mellan företag i städer och på landsbygden. De stora företagen är något mer innovativa än de små. Innovationshöjden är lägre än i näringslivet i sin helhet.

Primärproduktionen skiljer sig från övriga led i kedjan (förädling, handel/distribution, restaurang/måltid). Den har en lägre innovationsgrad, inriktad på processinnovation och mindre marknadsinriktad. Den har en avsevärt lägre innovationshöjd.

² [Innovation-i-livsmedelskedjan_Slutrapport.pdf \(swedenfoodarena.se\)](#)

Det som driver innovation i livsmedelskedjan är det växande intresset för mat och mat med mervärden i Sverige och utomlands, samt att den globala efterfrågan ökar. Förändrade konsumtionsmönster driver utveckling av nya produkter och affärsmodeller. Inte minst digitaliseringen och automatiseringen driver förändring.

Det som i rapporten pekas ut att hämma innovation är sektorns många små företag med begränsade finansiella resurser och ambitioner att växa. Restaurang och primärproduktion har svag lönsamhet och svårt att attrahera externt kapital och kompetent arbetskraft, utbildningsnivån är låg. Vidare är privata investeringar i sektorn låg, det finns ett traditionsbundet mindset och svag samverkanskultur.

Det som hämmar innovation i främjandesystemet är avsaknaden av systematisk samordning mellan myndigheter, man jobbar mot olika led i kedjan. De regionala satsningarna är inte nationellt koordinerade. Statsstödsreglerna är hinder för satsningar i primärproduktionen och tolkningar av regler görs med stor lokal variation.

Det som hämmar innovation på systemnivå är livsmedelskedjans företagsstruktur med många olika led som komplicerar vertikal samordning (det är långt från primärproduktion till konsumtion med mycket olika affärslogiker). Oligopolsituationen inom handeln skapar trösklar för mindre företag och utgör ett svårbemästrat hinder på vägen mellan primärproducent och konsument. Det är få stödjande aktörer som har fokus på hela värdekedjans effektivitet, det bidrar till fragmentering. De regionala strukturerna försvårar kompetensdelning och skapar olika förutsättningar för företag att få stöd, beroende på var i landet företaget finns.

2.3 Hur arbetar vi för att livsmedelsstrategin ska resultera i jobb och hållbar tillväxt i hela landet?

Rapporten är skriven av Sara Johansson, Jönköping University på uppdrag av Sweden Food Arena, 2021.

Rapporten bygger på en intervjuundersökning med tjänstepersoner inom den offentliga förvaltningen på regional nivå som arbetar med genomförande av den regionala livsmedelsstrategin. Syftet med undersökningen är att öka förståelsen för arbetet med de regionala livsmedelsstrategierna och hur detta arbete kan stöttas av myndigheter och andra aktörer på nationell nivå.

I olika regioner har det strategiska arbetet med livsmedel en mer eller mindre framträdande roll. Där näringen (främst primärproduktionen) är stark var man tidiga med att utveckla regionala livsmedelsstrategier (innan den nationella var på plats). I andra regioner var den nationella strategin själva startskottet för framtagandet av en regional strategi, medan vissa regioner har jobbat fram en handlingsplan istället och ingen strategi. Ytterligare några har antagit den nationella strategin som sin egen. Där livsmedelssektorn är framstående är strategin tätt kopplad till den regionala utvecklingsstrategin.

Rapporten lyfter fram har lyfts fram flera olika skäl till varför det ser så olika ut mellan landets regioner - sektorns roll i regionen, regionorganisationernas förmågor, oklar rollfördelning mellan länsstyrelse och regionorganisation samt olika uppfattningar om själva uppdraget att ta fram en regional livsmedelsstrategi.

Då en enskild aktör (som Vreta Kluster i Östergötland eller Agro Örebro) fått huvudmannskapet i framtagandet av strategin har förankringen av arbetet varit bredare än om exempelvis Länsstyrelsen haft uppdraget. Uppfattningen över lag är dock att de regionala strategierna går hand i hand med den nationella strategin.

Trots höga ambitioner i den nationella strategin har inte särskilt stora nationella anslag riktats till genomförandet regionalt – detta förväntas finansieras framför allt med projektmedel från EU vilket kräver medfinansiering. Mycket få insatser som görs av de innovationsstödande aktörerna finansieras med löpande verksamhetsbidrag, undantag finns i Västra Götalandsregionen.

I exempelvis Skåne argumenterar man för att livsmedelssektorn ska genomsyra flera politikområden och på så sätt integreras in i andra strategier. Detta är också en ambition som tycks finnas även nationellt, där jordbruksfrågorna flyttat in i näringsdepartementet. Detta skulle då vara argument för att inte särskilt avlysa medel för regionalt genomförande av livsmedelsstrategin - utan gå via ordinarie basfinansiering och regionala utvecklingsmedel.

Rapporten lyfter att det upplevs som ett gap mellan den nationella och regionala nivån i livsmedelsstrategin – naturligtvis delvis beroende på stora regionala skillnader areellt och i näringslivsstruktur. Det finns en uppfattning regionalt, att vissa frågor man jobbar med skulle behöva hanteras nationellt. Många parallella regionala projekt och initiativ görs utan nationell koordinering. Framgångar och lärdomar stannar i regionen. Även på nationell nivå finns, enligt undersökningen, uppfattningen om att det saknas nationell styrning. Tolkningen av livsmedelsstrategin har för vissa blivit ett styrdokument för näringslivsutveckling, för andra en strategi för landsbygdsutveckling och för ytterligare andra helt fokuserad på miljöåtgärder.

Nationella nätverk för kunskaps- och erfarenhetsutbyte på operativ nivå efterfrågas, SAMLA Sverige lyfts fram som ett positivt exempel på detta. Vidare skulle man gärna se tvärregional samling tillsammans med myndigheter på ledningsnivå, från flera politikområden samtidigt.

Rapporten lyfter fram ett antal utmaningar och möjligheter:

Utmaningar

- **Livsmedel är en lång och komplicerad värdekedja som omfattar många delbranscher** – det är långt från jord till jord, det är ett stort gap mellan restaurangled och primärproduktion.
- **Det saknas samlad kompetens kring hela kedjan** – olika länkar har olika politiska fokus (miljö, landsbygd, näringsliv, stadsplanering, destinationsutveckling).
- **Finansiering** – projektifieringen bidrar till kortsiktighet och stor administrativ overhead.
- **Statsstödsregler** – insatser riktade till primärproducenter får inte finansieras med medel från Regionalfonden. Landsbygdsprogrammets medel riktas endast till landsbygdsföretag, primärt primärproducerande.
- **Projektorganisation** – regionala projekt blir inlåsta till regionala resurser och förutsättningar som skiljer sig kraftigt åt.
- **Regional fragmentering** – näringslivet begränsas inte av regionala gränser, men blir lidande av att få helt olika stöd, beroende på vilken sida av en regiongräns företaget befinner sig. Det leder också till regionala inlåsnings effekter.

- **Geografiskt utspridd sektor** – man är olika framstående på olika saker i olika delar av landet vilket i sig inte gynnar utveckling av värdekedjan i sin helhet med ovanstående punkter i beaktande.

Möjligheter

- **Timing** – intresse för hållbarhet, självförsörjning, lokal produktion och förädling samt beredskap vid exempelvis pandemier förstärker intresset för livsmedelssektorn nu.
- **160 000 företag varav 95 % är färre än 10 anställda i sektorn** – en volymmässig stor potential för utveckling och tillväxt – i hela landet.
- **Omogen sektor** – livsmedelssektorn i Sverige har släpat efter andra länder och andra branscher. Här finns stort utrymme för innovation.
- **Hållbar utveckling** – livsmedel utgör en central funktion för grön omställning och en mer cirkulär ekonomi.

2.4 Innovationsekosystem i Skåne, analys av fyra specialiseringsområden

Rapporten är skriven av Lucas DuPriest, Jesper Salomonson, Magnus Nilsson, Markus Grillitsch, Josephine Rekers, CIRCLE, Lunds universitet 2021³.

Rapporten inleds med en beskrivning av svensk livsmedelssektor, där tillväxten 2011–2016 var lägre än EU-snittet. Detta delvis beroende på att de stora bolagen i landet är utlandsägda. Författarna lyfter fram ett antal **utmaningar som sektorn har när det gäller att bli mer innovativ**:

- Makten koncentrerad till få aktörer, i oligopol. De tio största företagen ansvarar för 50% av hela industrin.
- En volymfokuserad bransch, svårt att nå ut genom de stora distributörerna. Det blir en tröskel för tillväxt.
- Antalet, tillgången till och kostnaden för att använda testbäddar begränsar möjligheten för mindre företag att testa och skala upp produktion.
- Låg tillgång till forskningsbaserade data kring nyttoeffekterna av olika livsmedel som legitimitetsskapare för mindre företag.
- En linjär beskrivning av livsmedelskedjan är felaktig, den är per definition cirkulär – från jord till jord.
- Innovationsområdena är många från primärproduktion, till förädling, vidare till handel / distribution till konsumtion och återbruk.
- Matchningsfunktionen (resursmobilisering) som innovationsstödet fyller är inte så känt, men mycket viktigt (tillgång till nätverk).
- Systemet hänger inte ihop, entreprenörer hamnar mellan stolar. Det är ett fragmenterat stödssystem och ej sammankopplat utifrån företagets behov. Ej kraftsamlat. ”Revirpinkeri” och rivalitet – låg grad av samverkan. Siloagerande.
- Forskning tar lång tid och snabba små företag vill utvecklas fort, man går i otakt.
- Gällande regelverk och praxis passar inte nya innovationer.
- Regelverk kring hälsopåståenden dämpar utvecklingen av functional foods, kraven är många och svårtillämpade.

³ [Innovationsekosystem i Skåne - PDF Gratis nedladdning \(docplayer.se\)](https://www.docplayer.se/Innovationsekosystem-i-Skane-PDF-Gratis-nedladdning/)

- Konsumentgruppernas tröghet i att adoptera nya produkter saktar ner innovationstakten, det är svårt och dyrt att nå ut till den breda massan.
- Oligopolet begränsar möjligheterna att nå ut.
- Branschen ligger lågt i lönenivå och attraherar inte högutbildad arbetskraft (Skåne):

Tabell 8.1: Jämförande statistik Livsmedel Tech och Avancerade material och tillverkningsindustri 2018.

2018	Livsmedel	Tech	Avancerade material och tillverkningsindustri
Antal anställda	20844	20473	18939
Koncentrationsindex	1,60	0,88	0,70
Snittlön (100sek)	2675	4782	4550
Lönepremie	1,17	0,92	0,98
Andel akademiker (>2år)	0,22	0,64	0,30
kompetenspremie	1,25	1,07	0,96

Rapporten kommer till ett antal slutsatser:

- Det som historiskt drivit innovation och produktivitetshöjning i livsmedelsområdet i Skåne har varit närheten till forskningsmiljöer, det har lett till en positiv självbild inom sektorn.
- Innovationsgraden idag, i termer av nya innovativa företag och radikal innovation är över lag låg. Mindre företag har brist på tillgång till produktionskapacitet.
- Graden av innovativt entreprenörskap i de skånska innovationsekosystemen är låg. Detta medan övriga förutsättningar för innovation är goda: forskning, kunskapsintensiva branscher, välutvecklad stödstruktur och investeringar. Det finns brister i kulturen för entreprenörskap och innovation – nödvändigt att adressera i ett välfungerande innovationsekosystem.
- Framgångsrika exempel är viktiga, de göder den nödvändiga kulturen. Stigmatiserandet av misslyckanden behöver minskas, det är ju en del av innovationsprocessen.
- Stimulera sektorsövergripande innovationsprocesser av experiment-selection-scaleup, detta för att påverka den entreprenöriella och innovativa kulturen.

2.5 "Ny innovativ mat", workshops arrangerade av Tillväxtverket sep-dec 2021

Projektet "Ny innovativ mat" drivs av Tillväxtverket och är en pusselbit för att utveckla innovationssystemet så att det svarar mot företagens och entreprenörernas behov för att stärka innovationshöjden. Vinnova, LRF, Business Sweden, Svensk Handel, Formas, Jordbruksverket, Svensk Dagligvaruhandel, Livsmedelsverket, Visita, Livsmedelsföretagen och SLU har representanter i dessa workshops.

Arbetet med detta initiativ pågår i skrivande stund och sammanställningen nedan kommer att behöva uppdateras för att vara aktuell. Ett antal skäl hävstänger har identifierats, punkter i systemet som har möjlighet att påverka systemet i flera led och som har potential att driva långsiktig förändring. Dessa är:

- **Matområdet ses som en möjlighet** - Genom att visa att mat är en framtidsbransch, med stor potential och där det sker mycket utveckling kommer fler finansiärer med kapital att vilja investera i branschen. Även innovatörer med erfarenhet från att revolutionera andra branscher kommer att se mat som ett område med potential att verka inom.
- **Regelverk och stödsystem som gynnar innovation** - Regelverken bör vara utformade för att stimulera innovationshöjd, frihet för utforskande och att våga utmana status quo. Det ska vara friktionsfritt, intuitivt och snabbt för innovatören att förstå och göra rätt för att kunna följa de regleringar som finns.
- **Etablering & tillväxt som ny spelare på marknaden** - Ny innovativ mat har möjlighet att komma ut på marknaden och nå slutkonsument genom att aktörer med innovationshöjd tar en konkurrenskraftig position. Med en överblick över kundernas förväntningar, behov, drivkrafter och beteenden kan fler attraktiva produkter utvecklas och innovatörens affär och verksamhet växa.
- **Samarbete mellan olika kompetensområden och perspektiv** - Lösningar med innovationshöjd skapas genom att se en utmaning från fler perspektiv, där idéer utvecklas och byggs på genom att många kompetenser får möjlighet att bidra.
- **Upprätthållet momentum från idé till marknad** - Nya innovativa produkter kommer ut på marknaden på ett effektivt sätt genom att det finns snabba och etablerade processer som bidrar och guidar i produktutveckling och etablering snarare än att stoppa upp. Innovatören kan lägga kraft på att utveckla sitt företag, idé, produkt och processer, vilket ger förutsättningar för både högre innovationshöjd och fler innovativa produkter.
- **Anställa och behålla medarbetare med rätt kompetens** - För att åstadkomma detta måste företaget kunna ha ett attraktivt erbjudande till personalen som både innehåller lön, men även andra viktiga komponenter som att företaget är stabilt och har medel, vision, kultur och en innovativ produkt som attraherar de bästa i branschen både utomlands och i Sverige.

3. SAMMANFATTNING AV KARTLAGDA BEHOV

En sammanfattning av kunskapsläget när det gäller behov som företag och hela livsmedelskedjan har för att fler innovationer ska uppstå, följer nedan. Siffrorna inom parentes är hänvisningar till källorna i sidfoten⁴.

Identifierade behov som företag har

1. Livsmedelskedjan har en hög innovationsgrad men låg innovationshöjd, inte minst i primärproduktionsled. Det senare behövs för att uppnå en förbättrad förädlingsgrad och lönsamhet. (1, 2, 3, 4)
2. Tillgång till snabba etablerade processer för innovativ affärsutveckling med fokus på att växa och komma ut på marknaden. (1, 4, 5)
3. Sammanföra företagen i livsmedelskedjan med andra sektorers företag i sektorsövergripande innovationsprocesser och med innovationsdrivare som: mat som mervärde, globalisering och digitalisering (1, 2, 4, 5)
4. Utveckla företagarnas entreprenörskap och vilja att växa, att etablera en mer innovativ kultur och minska ett traditionsbundet mindset (1, 2, 4)
5. Utvecklad kunskap om, förmåga att nå, och förbättrad tillgång till: testbäddar, relevanta marknader, kompetenser (att anlita eller anställa) finansieringskällor och stöd till innovation. (2, 3, 5)

Identifierade behov som livsmedelskedjan har

1. Att se livsmedelskedjan som en helhet och stimulera vertikala samarbeten inom de många innovationsområdena, minska avståndet mellan de olika leden och utveckla vägarna ut på marknaderna. (1, 2, 3, 4)
2. Att myndigheterna koordinerar, satsar på långsiktighet och basfinansiering av innovationsstödet som minskar fragmentering, kortsiktighet och stödets fokus på städerna. (1, 2, 3)
3. Att attrahera och utveckla forskningssatsningar, fler samarbeten mellan näringsliv och forskning, kompetens och investeringar. (1, 4, 5)
4. En mer nationellt sammanhållen koordinering av regionala satsningar för att minska regionala inlåsningseffekter. (1, 2, 3)
5. Anpassade regler och lagar som underlättar innovation i alla leden och mellan landets olika delar, myndigheter som verkar främjande och rådgivande. (2, 3, 4, 5).

⁴ 1: Livsmedelskedjans nationella innovationssystem - en systembeskrivning, Sara Johansson, Jönköping University, 2021

2: Innovation i livsmedelskedjan, Sara Johansson & Lina Bjerke, Jönköping University, 2021.

3: Hur arbetar vi för att livsmedelsstrategin ska resultera i jobb och hållbar tillväxt i hela landet?, Sara Johansson, Jönköping University, 2021.

4: Innovationsekosystem i Skåne, analys av fyra specialiseringsområden, Lucas DuPriest et al., CIRCLE, Lunds Universitet 2021.

5: "Ny innovativ mat", workshops arrangerade av Tillväxtverket sep-dec 2021

4. REFLEKTIONER KRING SAMMANSTÄLLNINGEN

Sammanställningen av kunskapsläget har distribuerats till ett urval innovationsstödjande aktörer för genomläsning och reflektion.

- Den största utmaningen för innovation tar oproportionerligt lite plats i rapporterna – oligopolsituationen som trycker ner marginaler, kopierar småproducenters produkter under egna varumärken och utgör höga trösklar för uppskalad tillväxt som är svårt att ta sig över.
Quote: "Ica only wanted to source my alcohol-free beer so they could have it on their shelves alongside their own home-brand version to make their cheaper product more attractive!"
Detta hämmar inte bara innovationsförmågan, utan även incitamenten för hållbar utveckling.
- Rapporterna fokuserar mycket på produktionen av livsmedelsprodukter, mer ytligt på de innovationsområden inom tech som skapar förutsättningar för effektiv produktion, distribution och handel. De växande digitala aktörerna Karma, Mathem, Uber eats, Foodora passar inte in i den beskrivna bilden.
- Behoven som pekas ut är konkreta och korrelerar till en känd bild av sektorn.
- Det framkommer inte helt om insikten om de egna förutsättningarna (hinder och möjligheter) finns bland livsmedelskedjans aktörer. Det är viktigt faktor för att skapa förändring.
- Det konservativa tänkandet i sektorn lyfts fram i rapporterna, men är en faktor som är underskattad. Få innovationer växer ur ett konservativt tänkande.
- Förmågan att attrahera nya entreprenörer till matsektorn som inte har sitt ursprung där, det bör vara prioriterat. De kan tänka ännu mer nytt!
- Det bransch- och sektorsöverskridande arbetet med innovation lyfts fram i rapporten och det är mycket viktigt!
- Partners, resurser, strategiskt tänkande, tillgång till produktionsanläggning och finansiering för att växa från 1–3 personer till 10–20 personer är en stor utmaning.
- Affärsutveckling, försäljning och varumärkesutveckling tillsammans med en unik produkt och goda kontakter – det skapar framgång.
- De regionala livsmedelsstrategierna är mycket påverkade av vilka som varit med och tagit fram dem, det blir lätt ett likhetstecken mellan livsmedel-primärproduktion-jordbruk-gröna näringar bl a eftersom t ex LRF jobbar både nationellt och regionalt och är engagerade i frågan. Detta fokus gynnar inte innovation i sektorn.
- Hindret för lantbruksföretag att inte få delta i EU-projekt utanför Jordbruksverkets projekt bör adresseras.