SWEDEN FOOD ARENA®

Riktad och långsiktig forskningssatsning på Sveriges nya tillväxtbransch – livsmedel

Inspel från Sweden Food Arena till regeringens forsknings-, innovations- och högre utbildningsproposition 2020

Stockholm oktober 2019

Innehåll

Sammanfattning 1

Livsmedel – en framtidsbransch inom svensk ekonomi 3

Nuläge inom den svenska livsmedelsbranschen 6

Sweden Food Arena – en unik aktör som samlar livsmedelsbranschen 7

Vision, mål och missions med sikte på 2030 8

Förslag: så utvecklar vi tillsammans 20-talets innovativa tillväxtbransch! 11

Riktad och långsiktig forskningssatsning på Sveriges nya tillväxtbransch – livsmedel 12

20-talets strategiska innovationsprogram, samordning och samhandling 14

Europeiska forskningssatsningar 16

En forskarskola för livsmedel, anpassad till företagens förutsättningar 16

Tillväxt hos företag i olika skeenden 17

Start-up 17

Scale-up 18

Ge etablerade företag förutsättning att gå mot innovation och hållbar utveckling ... 18

Referenser 20

Sammanfattning

RIKTAD OCH LÅNGSIKTIG SATSNING PÅ SVERIGES NYA TILLVÄXTBRANSCH – LIVSMEDEL

- Långsiktig tioårig satsning på livsmedelsinnovation och forskning.
- Stegvis ökning till minst 400 MSEK, riktad mot behovsstyrd forskning.
- Rikta medel till Sweden Food Arena.
- Utgå från branschens definierade behov och styrkor – missioner.
- Ta fram breda kunskapsöversikter.
- Insatser som täcker alla Technology Readiness Levels (TRL-nivåer).
- Stärkt spets inom svensk livsmedelsforskning samt riktade insatser inom livsmedelsområden viktiga för svensk livsmedelssektor.
- Forsknings- och innovationssatsningar som följer råvarans väg till butik.
- Kommunicera forskningsresultat på ett företagsanpassat sätt.
- Säkerställ att livsmedelsbranschen representeras i relevanta råd och kommittéer.

20-TALETS STRATEGISKA INNOVATIONSPROGRAM, SAMORDNING OCH SAMHANDLING

- Skapa 20-talets strategiska innovationsprogram. Utgå från missioner, utveckla Systemdemonstratorer.
- Möjliggör snabb policyutveckling, regelverk etc där myndigheter ska vara både stödjande och främjande samt verka för samverkan och innovation.
- Stimulera samverkan mellan olika kunskapsdiscipliner.
- Samordna flera politikområden.

EUROPEISKA FORSKNINGSSATSNINGAR

- Ge Arenan i uppdrag att vara en samordnande behovsformulerande aktör även gentemot EU.
- Växla upp instituten, deltagandet och koordineringen av EU-projekt.

EN FORSKARSKOLA FÖR LIVSMEDEL, ANPASSAD TILL FÖRETAGENS FÖRUTSÄTTNINGAR

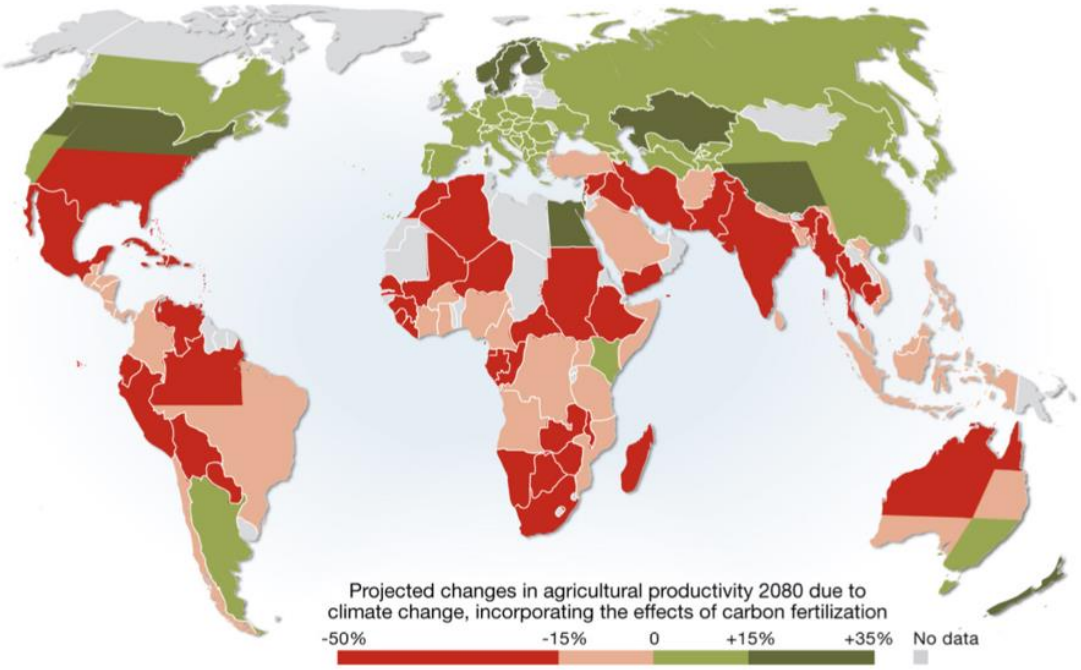
- Utveckla en forskarskola för livsmedel.

TILLVÄXT HOS FÖRETAG I OLIKA SKEENDEN

- *Ge företag tillgång till rådgivning, kompetens och nätverk i alla dess tillväxtskeenden. Stärk befintliga strukturer och skala upp bra modeller.*
- Säkerställ tillgång till livsmedelsinkubatorer i hela Sverige.
- Stärk utbudet av test- och demonstrationsmiljöer, ge små och medelstora företag finansiell möjlighet att nyttja infrastrukturen.
- Utveckla nya finansiella instrument.
- Bredda institutens uppdrag.
- Utveckla nationella forskarcheckar till små och medelstora företag.
- Skapa ett effektivt, enhetligt och samordnat nationellt stödsystem.
- Ge Business Sweden Invest ett tydligt uppdrag att bearbeta befintliga utlandsägda livsmedelsanläggningar.

Livsmedel – en framtidsbransch inom svensk ekonomi

Om klimatförändringarna fortsätter i nuvarande takt visar prognoser att det år 2080 endast på ett fåtal platser i världen finns en ökad möjlighet att odla mat. En av de platserna är Norden (se figur 1).



Figur 1. Förutsättningar att driva jordbruk år 2080 baserat på vilken effekt ökade koldioxidutsläpp kommer att ha på jorden (UNEP/GRID-Arendal, 2009).

Med en ökande befolkning krävs mängder av innovationer och forskning för att lyckas producera tillräckligt mycket mat. Det behövs nya produktionsmetoder, processer och produkter som lyckas kombinera hållbarhet med hög konsumentattraktivitet och god smak. Även ökad kunskap om handel, måltider och konsument är efterfrågad.

Sverige har i dag ett lantbruk i världsklass vad gäller djurhållning och miljötänk och en potential att utvecklas, med flera hundratusentals hektar mark som ligger i träda eller är obrukad.

Vi har en säker matproduktion med stort industrikunnande i kombination med världsledande leverantörer av digitaliseringskunnande, utrustning och förpackningar, en väl utvecklad handel och en restaurangsektor med stor bredd.

Vi har medvetna och nyfikna konsumenter som utgör en utmärkt testmarknad. Hela branschen har ett stort engagemang och tar ansvar för miljö och klimat.

Vi har en akademi med ledande forskare inom viktiga vetenskapsområden med anknytning till livsmedel.

Vi har en livsmedelsstrategi som är långsiktig och där riksdagen står enad.

Med andra ord: Sveriges livsmedelsbransch har förutsättningar och potential att bli en framtidsbransch som gör skillnad globalt.

Hållbar matinnovation är en av de viktigaste nycklarna till att lösa globala utmaningar såsom klimatkris, sviktande folkhälsa och sårbar livsmedelsförsörjning. En stark livsmedelsbransch är även avgörande för en levande landsbygd. Den svenska livsmedelsbranschen har stor potential att vara lösningen på alla tre dimensioner i hållbarhetsmålen – att verkliggöra miljö, social och ekonomisk hållbarhet (se figur 2).

Figur 2. Hållbarhetsmålen beskrivna som tre dimensioner utifrån ett livsmedelsperspektiv (Stockholm Resilience Center, 2016).

Livsmedelsbranschen vill genom hållbar matinnovation starta en positiv spiral. Med en högre innovationsnivå – d.v.s. att både bransch och stat ökar investeringar i behovsdriven forskning och innovation (FoI) – följer stärkt konkurrenskraft. Det gör det lättare för svenska livsmedelsaktörer inte bara att sälja sina produkter på den svenska marknaden, utan också att exportera till andra länder. Vi kan producera och sälja bättre mat i större volymer. En ökad innovation och produktion genererar en rad positiva effekter: fler jobb, mer tillväxt, bättre klimat, minskad sårbarhet, stärkt folkhälsa, levande landsbygd etc.

Livsmedelsindustrin är i dag den tredje största industribranschen i Sverige sett till omsättning och när vi inkluderar hela värdekedjan sysselsätter vi mer än 350 000 personer. Hela branschen genererar ett förädlingsvärde motsvarande cirka 200 miljarder kronor per år. För att fortsatt och än mer vara en viktig del av svenskt näringsliv som ger jobb i hela vårt avlånga land har vi även målet att bli en ledande och innovativ tillväxtnäring. Potentialen finns där. Det som behövs är att vi i Sverige bestämmer oss för att satsa. Andra länder har visat att om staten beslutar sig för att genomföra ett strategiskt och systematiskt innovationslyft tillsammans med livsmedelsbranschen/ näringslivet skapas just innovativ tillväxt. Att gå den vägen är alltså fullt görbart – andra har lyckats och det ska vi också göra.

> Sverige behöver ta tillvara på sin innovationskraft för att kunna konkurrera med de stora jordbruksländerna i världen. Vi ska konkurrera med kreativitet och hållbarhet, inte med de lägsta priserna. Det kräver satsningar på allt från forskning, förbättrad livsmedelsexport och ökad hållbarhet i produktionskedjan. På så vis skapar vi jobb och tillväxt i hela landet, samtidigt som vi kan bidra till tryggad livsmedelsförsörjning."

Landsbygdsminister Jennie Nilsson (2019)

Ett innovationslyft inom livsmedelsbranschen är inget vi kan åstadkomma helt på egen hand. Här krävs systemtänk och tvärvetenskap, här behövs innovationer vad gäller finansieringsinstrument, innovationsrådgivning, policys och regelverk. Därför är vår ambition att bidra till en hållbar omställning av livsmedelsbranschen i nära samarbete med akademi, institut, myndigheter och andra nyckelaktörer. På så vis kompletterar och förstärker vi varandra. Vi är övertygade om att vi klarar att göra en stor omställning som möjliggör att Sverige blir ett föregångsland vad gäller hållbar matproduktion, från jord till bord, samtidigt som vi kan ta ett större ansvar för internationell försörjning av både mat och produktions- och processmetoder.

Det är dags för ett gemensamt fokus i Sverige på att skapa förutsättningar för att bygga världsledande och lönsamma företag som kan erbjuda attraktiv, hälsosam och säker mat, producerade på ett hållbart och resurseffektivt sätt med minsta möjliga klimatpåverkan.

NULÄGE INOM DEN SVENSKA LIVSMEDELSBRANSCHEN

- Primärproduktionen har i dag strax över 60 000 företagare, varav sex procent i aktiebolagsform. Majoriteten är enskild firma. Branschen har över 50 000 helårsanställda. 70 procent av det som kommer från det svenska jordbruket vidareförädlas av livsmedelsföretagen i Sverige. (LRF, 2019b)
- Livsmedelsindustrin är i dag den tredje största industrigrenen i Sverige, har 48 000 anställda och omsätter 195 miljarder kronor varav 50 miljarder kronor på export. Det finns ungefär 4 600 livsmedelsföretag, varav 1 100 har noll eller en anställd. Småföretagen dominerar och endast 650 företag har fler än tio anställda. (Livsmedelsföretagen, 2019)
- Dagligvaruhandeln har 3 100 butiker i Sverige och 113 000 anställda, varav ungefär en tredjedel unga. År 2018 omsatte dagligvaruhandeln 357 miljarder kronor. (Handeln i Sverige, 2019)

- Hotell- och restaurangsektorn sysselsätter 200 000 personer runt om i hela Sverige. Måltidsexporten är i dag värd cirka 52 miljarder kronor. (Visita, 2019)

Den svenska livsmedelsbranschen är viktig för svensk ekonomi och har potential att bli den nya tillväxtsektorn med internationell lyskraft vad gäller innovation, kunskapsinnehåll och produktions- och tekniklösningar.

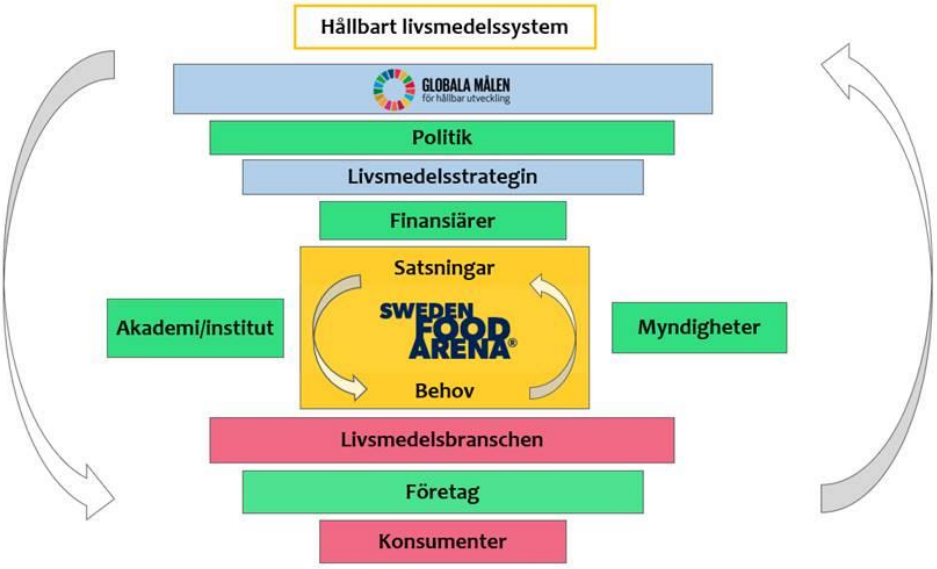
Sweden Food Arena – en unik aktör som samlar livsmedelsbranschen

Sweden Food Arena är en nationell arena där aktörer inom hela livsmedelssektorn har samlats för att öka takten vad gäller innovation och forskning med ambitionen att bli en innovativ tillväxtnäring. Arenan är ett resultat av regeringens livsmedelsstrategi vars syfte är att öka produktionen, bidra till en konkurrenskraftig livsmedelskedja samt öka sysselsättningen, exporten, innovationskraften och lönsamheten samtidigt som relevanta miljömål nås. Så här beskriver regeringen Arenan i budgetpropositionen hösten 2019:

> Sweden Food Arena [finns] på plats som en samordnad behovsformulerande aktör. Därmed finns det nu en mer tillgänglig och heltäckande aktör för universitet och högskolor att samverka med.

Regeringen, 2019

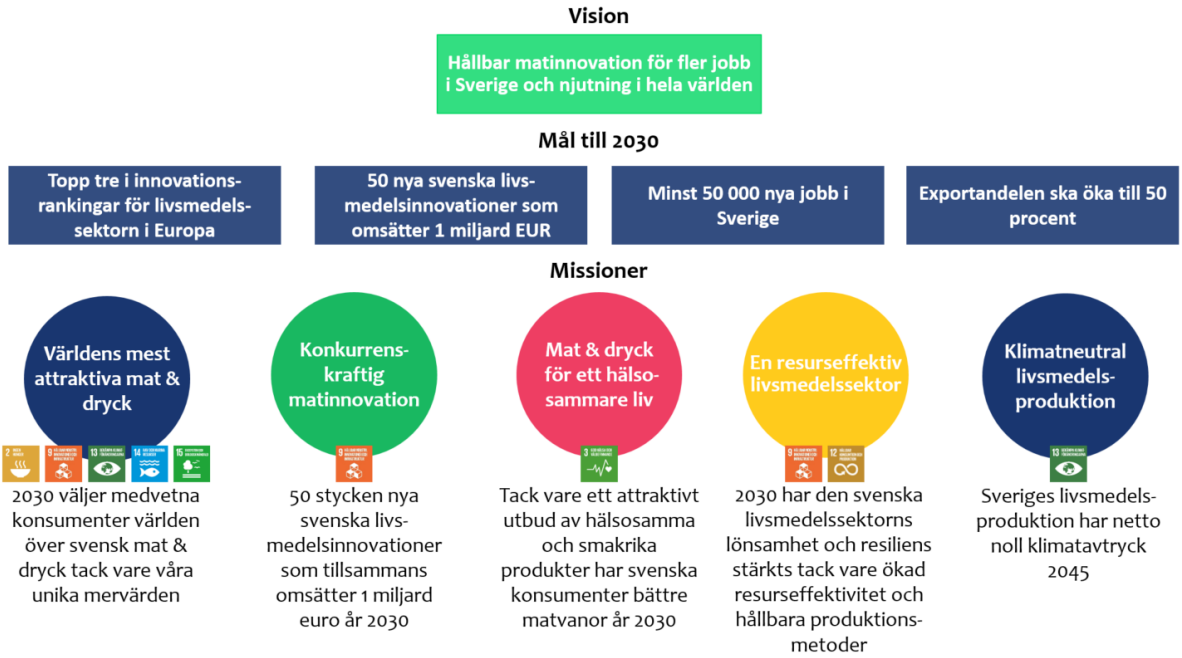
Sweden Food Arena är nu den naturliga samtalsparten för myndigheter, politik och andra aktörer när det kommer till forsknings- och innovationsfrågor inom livsmedelssektorn (se figur 3).



Figur 3. Sweden Food Arena är en samordnad behovsformulerande aktör vad gäller innovations- och forskningsfrågor inom livsmedelskedjan. För att nå de globala målen innan 2030 behöver vi utveckla ett hållbart livsmedelssystem som bara kan ske i samverkan med andra viktiga samhällsaktörer på ett nytt innovativt sätt.

VISION, MÅL OCH MISSIONS MED SIKTE PÅ 2030

Sweden Food Arenas vision är ”hållbar matinnovation för fler jobb i Sverige och njutning i hela världen”. För att uppnå denna vision har fyra mål och fem olika missioner definierats (se figur 4). Detta i en mycket grundlig process där ett stort antal parter inom Sweden Food Arena har bidragit. Målens funktion är att visa vägen mot visionen och ange inriktning för de satsningar som behövs för att nå dit. Missioner är tydliga uppdrag vi givit oss själva för att nå mål och vision och samtidigt bidra till de globala målen och den svenska livsmedelsstrategin. Syftet med missioner är att vara behovsformulerande och ge inriktning för de forsknings- och innovationssatsningar vi efterlyser.



Figur 4. Sweden Food Arenas vision, mål och missions, hösten 2019.

Med tydlig satsning på innovation och forskning inom livsmedelssektorn vill Sweden Food Arena tillsammans med alla viktiga nyckelaktörer – stat, akademi/institut, forskningsfinansiärer och myndigheter – medverka till att vi når följande mål år 2030:

- Sverige i topp tre i innovationsrankingar för livsmedelssektorn i Europa.
- 50 nya svenska livsmedelsinnovationer som tillsammans omsätter 1 miljard euro.
- Livsmedelssektorn bidrar till att skapa minst 50 000 nya jobb i Sverige (LRF, 2019a).
- Livsmedelssektorns exportandel ökar till 50 procent.

Samhällsekonomiskt är det en stor vinst att lantbruksnäringen växer. LRF har satt målet tre procents värdetillväxt per år. Då ökar det svenska lantbrukets produktionsvärde från 53 till 85 miljarder kronor fram till 2030. Denna tillväxt kommer från en kombination av ökade volymer och ett ökat värde på de produkter som säljs. Det ger närmare 50 000 nya arbetstillfällen i hela livsmedelskedjan – jobb som krävs för att nå 85 miljarder (LRF, 2019a).

Genom att fokusera på innovation kan Sverige öka tillväxten och förädlingsvärdet i hela livsmedelskedjan. Vi kan utveckla produkter som efterfrågas av konsumenter och utveckla attraktiva livsmedelsvarumärken som bygger på svenska mervärden. Vi sätter målet högt – 50 livsmedelsinnovationer som tillsamman omsätter 1 miljard euro.

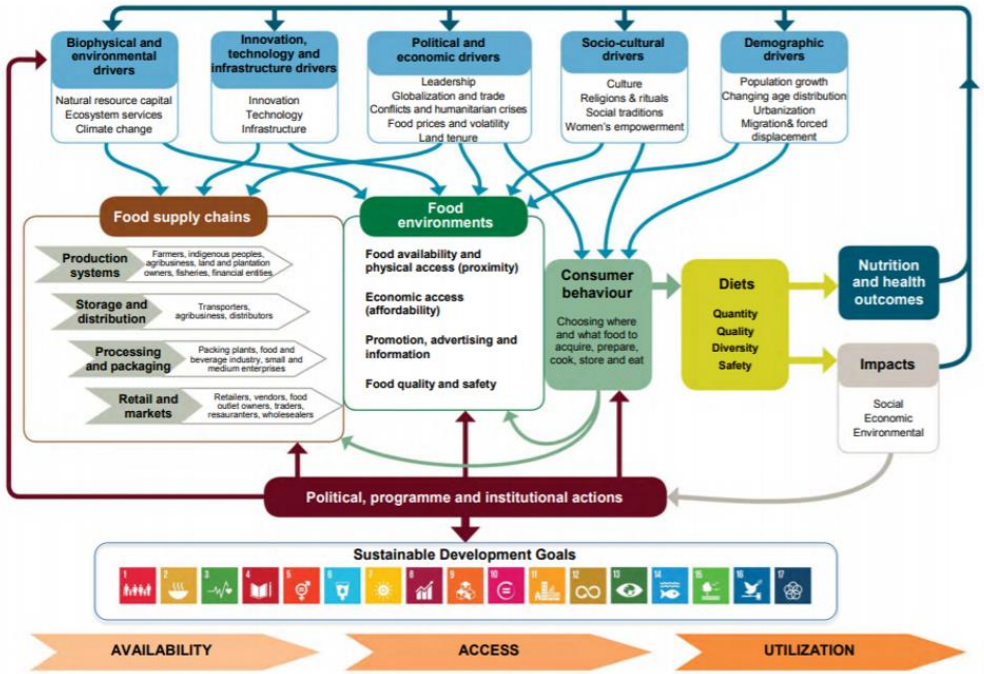
Det företag som inte är innovativt riskerar att tappa i konkurrenskraft och ohjälpligt släpa efter i den snabba utvecklingen av processer, produkter och tjänster. Detta är vad som hänt för svensk del. Näringen är underfinansierad och underinvesterad sedan årtionden tillbaka. Under perioden 2011-2016 försämrades konkurrenskraften ytterligare i den svenska livsmedelskedjan, enligt en rapport från Jordbruksverket (2019). Generellt sett är Sverige det näst mest innovativa landet i Europa, men när det gäller innovation inom livsmedelsbranschen återfinns Sverige först på fjortonde plats (Berger, 2018). Sweden Food Arenas mål är att med ökad innovation och forskning nå en topp tre-placering.

För att nå dessa fyra mål behövs en visionär forskningssatsning för livsmedelsbranschen där Sverige AB, både näringsliv och stat, är beredda att satsa så att svensk livsmedelsbransch blir en global leverantör av både mat, dryck och teknik. Målet med satsningen är en stärkt konkurrenskraft för den svenska livsmedelskedjan, helt i synergi med det mål som regeringens livsmedelsstrategi satt upp.

Stärkt livsmedelsforskning är en förutsättning för att skapa matinnovation. Staten har en mycket viktig roll i att tydliggöra och understryka sektorns betydelse och stora potential i både ord och handling.

Förslag: så utvecklar vi tillsammans 20-talets innovativa tillväxtbransch!

Livsmedelssystemet är en mycket komplex verksamhet som påverkas starkt av politiska beslut (se figur 5).



Figur 5. Ett exempel på beskrivning av det komplexa livsmedelssystemet (HLPE, 2017).

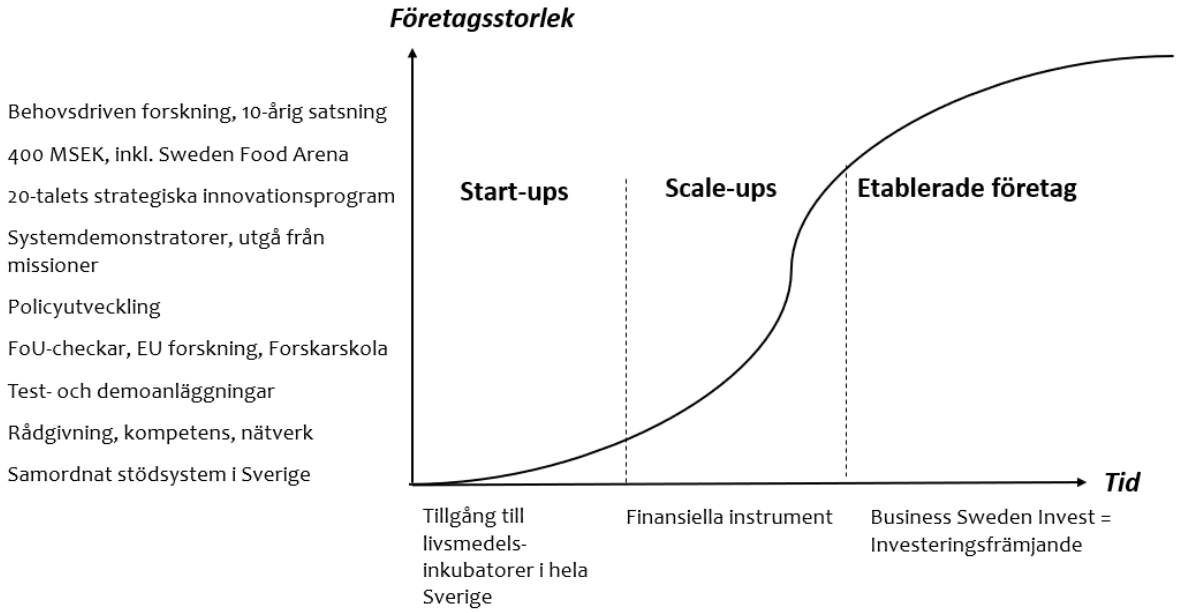
Omställning till en mer innovativ bransch kräver förändringar på systemnivå, tvärvetenskapliga satsningar och att flera sektorer, branscher och discipliner involveras. För att ta sig an komplexiteten inom livsmedelsbranschen och klara av en omställning innan 2030 krävs ett systemtänk där flera aktörer med olika kompetenser är involverade för att utveckla hållbara lösningar. Forskning bidrar även till att stötta aktörerna i kedjan att vara flexibla och kunna ställa om till nya lösningar – från primärproducent, producent, myndigheter till konsument. Vi påstår att livsmedelsbranschen är beredd att vara en utomordentlig arena för att utveckla nya arbetssätt.

Livsmedelsbranschen har sedan årtionden saknat en långsiktig och tydlig satsning inom forskning och innovation. Men branschen har en stor potential att bli en innovativ tillväxtmotor som skapar jobb och bidrar till att lösa flera globala utmaningar, samtidigt som den kan gå före och visa att det går att ställa om till en hållbar, ökande produktion med ökad lönsamhet. Det är dags att ta fram en nationell investeringsstrategi för

forskning och innovation inom livsmedelsbranschen. Sverige är dessutom ett avlångt land med olika förutsättningar för livsmedelsproduktion. Produktionen är regional, ofta även företagandet. Det finns stora möjligheter att utveckla de regionala styrkorna utifrån våra geografiska förutsättningar och samtidigt säkerställa att de regionala strategierna är koordinerade med den nationella satsningen.

RIKTAD OCH LÅNGSIKTIG FORSKNINGSSATSNING PÅ SVERIGES NYA TILLVÄXTBRANSCH – LIVSMEDEL

Som komplement till nyfikenhetsdriven forskning är det dags för en tydlig tioårig satsning på livsmedelsforskning och -innovation som svarar mot företagens efterfrågade behov. En satsning på forskning inom hållbar livsmedelsproduktion och nya lösningar är dessutom attraktivt både för investerare och nya generationer medarbetare vilket stärker både attraktionskraft, konkurrenskraft och tillväxt inom en sektor som alltid kommer vara relevant och central för samhället. Det finns redan i dag förslag på satsningar där flera företag vill ingå, men där det saknas finansiering från det offentliga. Nedan finns ett antal förslag, i text och bild, från Sweden Food Arena över vilka insatser som efterfrågas för att stimulera livsmedelsbranschen att bli en innovativ tillväxtnäring (se figur 6).



Figur 6. Schematisk beskrivning av hur ett företags tillväxtkurva kan se ut över tid, där storleken kan mätas i omsättning eller antal anställda. Tillsammans kan politik och det offentliga stimulera ett företags tillväxt genom anpassade insatser baserat på var på tillväxtkurvan företaget befinner sig.

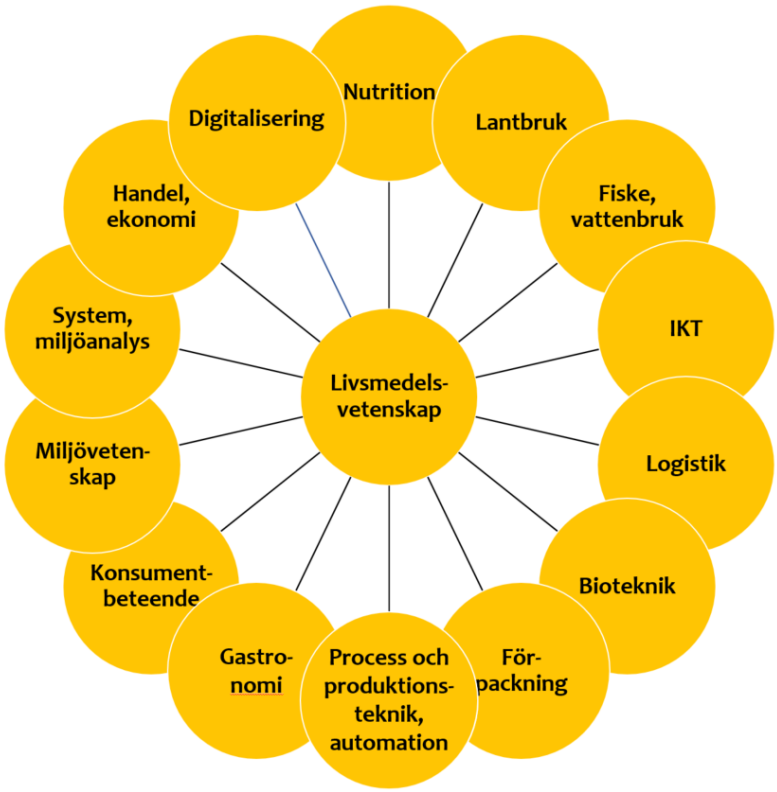
Förslag

- Tydlig signal från staten – livsmedel är en framtidssektor. Säkerställ **långsiktig tioårig satsning på livsmedelsinnovation och -forskning**: riktade satsningar mot livsmedel för att fylla specifika kunskapsluckor som ej fångas i andra forskningssatsningar eller intressesfärer.
- Under kommande fyraårsperiod vill vi se en **stegvis ökning upp till minst 400 miljoner kronor** per år med lång tidshorisont, riktad mot **behovsstyrd forskning** inom hela livsmedelskedjan. Branschen är beredd att möta upp detta, främst in-kind (tid, råvaror, provkörningar, m.m.) och på sikt med ökande lönsamhet även med egna medel. Tack vare livsmedelsstrategins satsning på att bilda Sweden Food Arena är livsmedelskedjan nu samlad vilket skapar förutsättningarna för detta. Den föreslagna stegvisa satsningen bör kompletteras med en samlad satsning på nyfikenhetsdriven forskning inom livsmedelsområdet.
- **Riktade medel till Sweden Food Arena** som ger möjlighet att utvecklas och bidra till samordning enligt figur 3 för att utveckla ett hållbart livsmedelssystem, till exempel arrangera företagsanpassade aktiviteter som lyfter branschens innovationsförmåga.
- Satsningarna ska **utgå från branschens definierade behov och styrkor**, både inom forskning och inom den tillgång vi har på råvaror, med ambition att utveckla dessa. Fokus ska vara stärkt konkurrenskraft, där möjlighetsorienterad behovsmotiverad forskning strävar efter att uppnå de **missioner** som livsmedelsbranschen har definierat.
- Resurser att **ta fram breda kunskapsöversikter** som stöd för beslut om FoI-satsningar inom livsmedelsbranschen.
- Medel fördelas på ett optimalt sätt mellan forskningsfinansierande myndigheter för att **täcka alla TRL-nivåer**. Respektive myndighet som har ett uppdrag att främja livsmedelsbranschen har ett för omgivningen tydligt definierat uppdrag.
- **Spets inom livsmedelsforskning stärks** och utvecklas där Sverige har förutsättningar att ta en internationellt stark position. Säkerställ **insatser inom forskningsområden** som är **viktiga för svensk livsmedelssektor**, men där internationella aktörer saknar intresse då vår marknad är för liten, t.ex. växtförädling, växtskyddsmedel, utveckling av våra unika smaker.

- Utveckla sammanhängande **forsknings- och innovationssatsningar som följer råvarans väg till butik.** Exempel:
    - Ost – från foder och ko till ostmognad och färdig produkt.
    - Bönor – från växtförädling, odlingsteknik och skördeutrusning till uppförande av nya produktionsanläggningar och varumärken.
- **Kommunicera forskningsresultat på ett företagsanpassat sätt** till relevanta behovsägare för att omsätta kunskapen i verksamheten och öka svenska företags konkurrenskraft.
- Höjd status på livsmedelsforskning. **Säkerställ att livsmedelsbranschen representeras i relevanta råd** och kommittéer inom Regeringskansliet och hos myndigheter.

20-TALETS STRATEGISKA INNOVATIONSPROGRAM, SAMORDNING OCH SAMHANDLING

Livsmedelsområdet är till sin natur tvärvetenskapligt och kräver samspel på olika sätt redan i dag. För att utveckla sektorn och möta de globala utmaningarna, behövs att ett stort antal områden och aktörer inkluderas för att utveckla framtidens effektiva forskning och innovation (se figur 7).



Figur 7. Illustration av komplexiteten inom livsmedelsområdet. För att skapa matinnovation krävs ett tvärvetenskapligt arbetssätt.

Forskning och innovation baserat på missioner kräver systemtänk, tvärvetenskap och ett multidisciplinärt angreppssätt, vilket innebär att involverade aktörer måste samhandla på ett nytt sätt.

Förslag

- Utveckla **20-talets strategiska innovationsprogram** inom livsmedelssektorn. Utgå från branschens definierade **missioner** som mobiliserar och samlar hela värdekedjan. Utveckla en form av **"systemdemonstratorer"**. Denna inkluderar framtagning av både produkter, processer och tjänster, men även policyutveckling och kännetecknas av agil utveckling och snabb prioritering av insatser. Det kan handla om sektorsövergripande och tvärvetenskapliga satsningar som inkluderar delar av eller hela kedjan samt relevanta utomstående aktörer.
- Resultat av **policyutveckling**, oavsett bransch, ska leda till snabb översyn av till exempel lagstiftning och **regelverk.** Inom livsmedelssektorn är idag framför allt delar av livsmedelslagstiftningen innovationshämmande. Tydliggör i regleringsbrev att **myndigheter** och dess personal ska vara **stödjande och främjande** och verka för **samverkan och innovation**.

- Riktade satsningar som **stimulerar samverkan mellan olika kunskapsdiscipliner**, t.ex. Food och Life Science, mellan olika branscher etc. På så sätt kan Sverige möta större globala utmaningar och de missioner som Sweden Food Arena har definierat.
- **Samordning av flera politikområden** för att bättre stödja företagens utvecklingsresa. Forsknings- och utbildningspolitik, näringspolitik inklusive export och investeringsfrämjande samt lantbrukspolitik bör sträva efter större samordning.

EUROPEISKA FORSKNINGSSATSNINGAR

Det är viktigt att livsmedelssektorn är framgångsrik i att ta del av EU:s kommande forskningsprogram (Horisont Europa) så att företagen i ännu högre grad kan ta del av det europeiska forskningssamarbetet.

- **Arenan** har en lämplig position att, inte bara på nationell nivå utan även mot **EU**, vara **"en samordnad behovsformulerande aktör"** för livsmedelskedjan. För att möjliggöra dessa aktiviteter krävs riktade medel till Arenan. Här kan erfarenheter från Vinnovas tidigare satsning på påverkansplattform för livsmedel tas till vara.
- Ge **instituten** ökad finansiering för att växla upp sitt **deltagande** i och även **koordinering av EU-projekt**. Detta är en viktig uppgift för instituten.

EN FORSKARSKOLA FÖR LIVSMEDEL, ANPASSAD TILL FÖRETAGENS FÖRUTSÄTTNINGAR

Livsmedelsbranschen behöver fler anställda som är disputerade inom livsmedelsområdet. Det ger företagen ökad forskningskompetens och stärker deras möjligheter att både ta emot forskningsresultat och beställa forskning. Sweden Food Arena har tillsammans med Food Science Sweden identifierat behovet av en utmaningsdriven forskarskola med fokus på ökad innovation och konkurrenskraft och beslutat att tillsammans jobba för etableringen av en sådan. Satsningen bör:

- Omfatta två-tre definierade forskningsområden gemensamma för branschen och akademin – områden som är efterfrågade av livsmedelsbranschen (läs Sweden Food Arenas missioner) och som bygger på svenska forskningsstyrkor,
- vara tvärvetenskaplig och multidisciplinär över universitets- och ämnesgränser,
- ha en stark koppling till näringslivet för att förbereda doktoranderna för anställning i företagen, och

- bygga på erfarenheterna från och bli en vidareutveckling av forskarskolan LiFT med målet att omfatta hela livsmedelskedjan.

Förslag

- En riktad satsning som förslagsvis inkluderas i det befintliga nationella forskningsprogrammet för livsmedel där den nationella kommittén för livsmedelsforskning tillsammans med Food Science Sweden och Sweden Food Arena får i uppdrag att driva och finansiera en **forskarskola för livsmedel**.

Tillväxt hos företag i olika skeenden

Företag som växer har olika behov av support från det offentliga i olika skeenden under sin utveckling. Här är många olika aktörer inblandade, även de som ligger utanför forskningspolitiken. För att få till kommersialisering av forskningsresultat och överföring av kunnande från akademi till företag och tillbaka, måste vi säkerställa att relevanta myndigheter och aktörer samverkar på ett effektivt och konstruktivt sätt. Tillväxtverket har i sitt förslag till livsmedelsstrategins handlingsplan för 2020-2025 beskrivit hur detta kan ske. Sweden Food Arena vill understryka betydelsen av dessa förslag för att få till fler innovationer hos företagen, en hållbar omställning och tillväxt inom livsmedelssektorn fram till 2030.

Förslag

- Säkerställ att företag i tillväxt i hela landet har **tillgång till rådgivning, kompetens och nätverk** inom olika kunskapsområden. Stärk befintliga **strukturer** och skala upp bra modeller.

START-UP

Det som ofta kännetecknar livsmedelsföretagande är att de har en stark lokal förankring vilket dels beror på att råvaran finns just där och därmed gör att produktionen förläggs i regionen, dels att kompetensen finns regionalt. Vid inkubation och acceleration krävs ett systemtänk redan från start, då många aktörer och faktorer är inblandade i livsmedelsområdet. Det behövs kunniga rådgivare med gemensam terminologi som t.ex. kan bistå vad gäller regler och legala krav kring råvaru- och livsmedelsproduktion samt kunskap om marknaden, distributionskedjor etc.

Förslag

- Säkerställ att det finns **inkubatorer som är specialiserade inom livsmedel** tillgängliga, virtuellt eller fysiskt, **i hela Sverige**.

SCALE-UP

Utmaningen för företag, oavsett bransch, är att gå från liten skala till att ta marknadsandelar nationellt eller internationellt. Då krävs produktionsresurser, kapital och tillgång till kompetens. Eftersom produktion av livsmedel kräver stora investeringar i produktionsutrustning, lokaler samt säkerställande av att man följer lagar och regler, är det av yttersta vikt att stat, näringsliv och myndigheter jobbar närmare varandra. Det behövs innovationer, inte bara av nya produkter, processer eller affärsmodeller, utan också vad gäller regelverk, policys och inte minst inom det finansiella systemet. Det måste finnas tillgång till en nationellt tillgänglig infrastruktur för små och medelstora företag att testa, utveckla och expandera sin produktion.

Förslag

- Utveckla och **stärk utbudet av test- och demonstrationsmiljöer** så att de i högre grad möter näringslivets behov. Säkerställ att små och medelstora företag har tillgång till och **finansiell möjlighet att nyttja infrastrukturen**.
- Utveckla **nya finansiella instrument** för att stimulera omställning och tillväxt i livsmedelskedjan.

GE ETABLERADE FÖRETAG FÖRUTSÄTTNING ATT GÅ MOT INNOVATION OCH HÅLLBAR UTVECKLING

Det finns en enorm potential att öka antalet anställda inom befintliga företag i livsmedelsbranschen, men då krävs det en långsiktig och uthållig satsning för att stärka främst de små och medelstora företagen. Nu är det dags för en riktad nationell satsning på livsmedelsföretag för ökad innovation och tillväxt.

En tydlig signal från staten om att man avser ta på sig ledartröjan för en hållbar omställning genom investering i innovation och forskning inom livsmedelsbranschen är attraktivt för både svenska och utländska livsmedelsbolag att bevaka och engagera sig i. Med skarp satsning på kompetensförsörjning och livslångt lärande, tydlig forskningssatsning kopplat till livsmedelsbranschen och tillhandahållande av relevanta

test- och demoanläggningar samt stöd för företagsutveckling i alla skeenden erbjuder Sverige ett attraktivt FoI-system att investera i som företag.

Det är de små och medelstora företagen som har störst potential att växa och anställa och de finns i hela Sverige. Även de stora företagen har en viktig roll i att leda omställningen till en hållbar ekonomi. Att investera i företagens tillväxtförmåga kan snabbt återbetala sig i ökat antal jobb och ökade skatteintäkter och som ett viktigt bidrag till en hållbar omställning.

Förslag

- **Ett breddat uppdrag till instituten**. Säkerställ att ny kunskap baserad på forskning inom akademi och institut når hela näringslivet genom företagsanpassad ”paketering” och kortare utbildningar i olika format.
- **Utveckla nationella forskarcheckar till små och medelstora företag** som vill nyttja extern kompetens under en kortare period (t.ex. tre dagar-tre veckor) för att testa eller utveckla sin idé för en rimlig peng.
- Renodla och skapa ett **effektivt, enhetligt och samordnat nationellt stödsystem** som stimulerar innovation och utveckling. Dagens regionala skillnader, t.ex. lokala projekt vars resultat stannar i regionen eller regioners olika finansiella styrka och prioriteringar, snedvrider utvecklingsförmågan och därmed konkurrensen mellan företag.
- **Business Sweden Invest** får **tydligt uppdrag** att stötta befintliga utländska livsmedelsföretag i Sverige. Genom **att bearbeta befintliga utlandsägda livsmedelsanläggningar** och forskningsenheter med ett tydligt budskap om att ta del av det attraktiva FoI-systemet i Sverige ökar attraktionskraften att investera i landet. Genom samordning med kommuner och regioner, koordinering med olika myndigheter, t.ex. Tillväxtverket, är detta en billig satsning som kan ge snabba resultat.

Referenser

Berger, Roland (2018) "Forskning och innovation för en livsmedelssektor i världsklass". [2019-10-29] Nåbar via: https://swedenfoodarena.se/wp-content/uploads/Forskning-och-innovation-livsmedelssektorn.pdf

Handeln i Sverige (2019) "Handeln i Sverige". [2019-10-28] Nåbar via: https://handelnisverige.se/om-handeln-i-sverige/

HLPE (2017) "Nutrition and food systems – A report by The High Level Panel of Experts on Food Security and Nutrition". [2019-10-28] Nåbar via: http://www.fao.org/3/a-i7846e.pdf

Jordbruksverket (2019) "Utvärdering och uppföljning av livsmedelsstrategin – årsrapport år 2019". [2019-10-29] Nåbar via: http://www.jordbruksverket.se/download/18.4e74d85d169db5a99b4dc3bc/1554384215195/Livsmedelsstrategin%20UU_RA19_9_190328.pdf

Livsmedelsföretagen (2019) "Sveriges tredje största industrigren". [2019-10-29] Nåbar via: https://www.livsmedelsforetagen.se/branschfakta/

LRF (2019a) "Fakta: LRF och det gröna näringslivet". [2019-10-28] Nåbar via: https://www.lrf.se/om-lrf/mer-om-lrf/lrf--det-grona-naringslivet/

LRF (2019b) "Lanbrukarnas riksförbund". [2019-10-29] Nåbar via: https://www.lrf.se/

Nilsson, Jennie (2019) "Budgetsatsning för att stärka livsmedelskedjans konkurrenskraft". [2019-10-28]. Nåbar: https://www.regeringen.se/pressmeddelanden/2019/09/budgetsatsning-for-att-starka-livsmedelskedjans-konkurrenskraft/

Regeringen (2019) "Budgetpropositionen för 2020". [2019-10-28] Nåbar via: https://www.regeringen.se/rattsliga-dokument/proposition/2019/09/prop.-2019201/

Stockholm Resilience Center (2016) "How food connects all the SDGs". [2019-10-28] Nåbar via: https://www.stockholmresilience.org/research/research-news/2016-06-14-how-food-connects-all-the-sdgs.html

UNEP/GRID-Arendal (2009) "Projected agriculture in 2080 due to climate change". [2019-10-28] Nåbar via: https://www.grida.no/resources/6829

Visita (2019) "Visitabarometern". [2019-10-29] Nåbar via: http://visitabarometern.se/