



Matstrategi Troms

2013-2016



Velkommen til et felles løft for mat fra Troms!

Matstrategigruppa har sammen med matbedriftene i Troms meislet ut en retning for utviklingen de neste årene, og vi håper DU vil være med.

Vi har satt et spesielt fokus på mulighetene som ligger i økt samarbeid mellom matprodusentene og reiselivsbransjen. Strategien skal styrke matbedriftene i Troms, og samtidig gi forbrukerne et mangfold av arktiske matvarer.

Organisasjonene som står bak strategien vil bidra aktivt til å oppnå dette gjennom sitt daglige virke.

Skal vi lykkes er vi avhengige av samspillet med bedrifter som leverer gode produkter og matopplevelser.

Vi ønsker deg velkommen med på laget!

Tromsø 1. september 2013

Fylkesmannen i Troms
v/ leder

Troms fylkeskommune
v/ leder v/ leder

Innovasjon Norge
v/ leder

Norges sjømatråd
v/ leder

Norges Råfisklag
v/ leder

Bioforsk Nord
Øystein Ballari

Dokumentet består av to deler:

Felles strategi for matfylket Troms

Vedlegg: Bakgrunn for matstrategien



Felles strategi for matfylket Troms

Matfylket Troms strekker seg fra høyfjell til åpent hav og naturen har gitt et grunnlag for en svært mangfoldig produksjon av mat. Troms har gode naturlige forutsetninger for beitebasert husdyrhold av sau, rein og geit. Det er gode forhold for potetproduksjon, søte gulrøtter og bær. På havet har skreifisket lange tradisjoner sammen med det kystnære fisket etter arktiske reker, og som porten til ishavet har også sel- og kvalfangst lang historie. Fylket har i tillegg store utmarks- og fjellområder som gir god avkastning fra fiske, fangst og sanking.

Dette mangfoldet har inspirert til etablering av en felles matstrategi for mat fra Troms, på tvers av sektorer. Matstrategien trekker opp en linje slik at blant annet matprodusenter, omsetningsledd, organisasjoner og myndigheter kan trekke i samme retning:

Å styrke matbedriftene i Troms og gi forbrukerne et mangfold av arktiske matvarer.

Hovedmålet for den første strategien, *Strategi for satsingen på lokal mat fra Troms (2009-2012)*, var *Økt salg av mat fra Troms*. Evalueringen av strategiperioden tyder på at både matprodusentene og serveringsstedene har hatt en god økning i omsetningen. Det er også gjennomført en rekke tiltak i perioden, blant annet fem Matverksted og deltakelse med egen stand på Matstreif i Oslo under banneret *Mat fra Troms i 2011 og 2012*.

Denne strategien, *Matstrategi Troms 2013-2016*, er både en videreføring og en revidering av den første. Revideringen er gjennomført våren 2013 basert på innspill fra næringsaktørene samt på organisasjonenes strategier for næringsutvikling. Detaljer fra dette arbeidet finner du i vedlegget. På grunnlag av disse innspillene er mål og satsingsområder formulert. Det er etablert en Matstrategigruppe bestående av representanter fra Fylkesmannen i Troms, Troms fylkeskommune, Innovasjon Norge Troms, Norges Sjømatråd, Norges Råfisklag og Bioforsk Nord Holt. Hovedoppgaven til Matstrategigruppen er å utforme strategien i samråd med næringslivet og følge den opp med årlige konkrete tiltaksplaner. Hovedansvaret er lagt til Fylkesmannen i Troms, men strategien er sektoroverskridende.



Hovedmålgruppen for Matstrategi Troms 2013-2016 er alle matprodusentene i Troms. Spesielt fokus er også satt på reiselivsbransjen.

Lokalmat, lokalt produsert mat, kortreist mat, småskalamat, lokalisert mat, matspesialiteter er begrep som alle beskriver hvor Matstrategi Troms vil. Dette er ord som mange har tanker om og som gir ulik mening for hver enkelt. Felles for dem er at de søker å si noe om opphav og ekthet.



Lokalmat er i vekst. Forbrukere er mer opptatt av lokalt produsert mat enn før. Norske spisetrender viser at forbruker ønsker seg mer regional og lokal mat, samt at norsk matkultur oppfattes som sunn, trygg og naturlig. Ifølge målinger fra AC Nielsen økte salget av norske matspesialiteter i dagligvarehandelen med 7 % i 2012, og totalomsetninger er beregnet til 2,8 milliarder kroner.

Fellesnevneren for mat fra Troms er opphavet, ellers kan produktene være svært ulike. De kommer fra ulike landbruksproduksjoner, reindrift, fiske, oppdrett, fangst og sanking. Bedriftene er ulike med hensyn til størrelse, foredlingsgrad, volum og profesjonalitet. Alle disse har egne, spesifikke utfordringer. Disse spesifikke utfordringene kommer ikke denne strategien nærmere inn på. Strategiens styrke er at den søker å forene små og store produsenter av mat fra sjø og land.

Matprodusenter og serveringssteder med fokus på mat produsert i Troms, er listet opp i vedlegget. Listen er ikke utfyllende, men den viser det store mangfoldet, fra de minste honningprodusentene med noen tusen i omsetning til de største sjømatprodusentene med omsetning i hundremillioners-klassen. Dette brede mangfoldet er avgjørende for at serveringsbedrifter skal kunne lage spennende, helhetlige menyer med mat fra regionen og gi gjestene en stor matopplevelse. Det gir også forbrukerne en unik mulighet til å fylle handlekurven med råvarer og produkter fra sitt nærområde. Troms har en rekke prisvinnende matprodusenter. For eksempel har prisen for Norges beste pinnekjøtt, Norges beste gardsost og Norges beste lutefisk gått til bedrifter fra Troms.





Mat fra Troms gir deg et arktisk mangfold!

MÅL: Bidra til å styrke matbedriftene i Troms.

For å nå målet er det valgt å fokusere på følgende områder:

Sterkere matprodusenter

- Ha fokus på rekruttering til bransjene, blant annet gjennom økt samarbeid med utdanningsinstitusjonene.
- Bidra til kompetanseheving med skreddersøm til den enkelte bedrift, spesiell satsing på bedrifter som ønsker å vokse.
- Bidra til å øke bedriftenes markedskompetanse, og der det oppstår behov, satse på fellesløsninger innen salgsoppfølging, distribusjon og markedsføring.
- Ha fokus på produktutvikling i fellesarrangement.

Mat er reiseliv!

- Skape møteplasser mellom matprodusentene og reiselivsbransjen.
- Legge til rette for økt satsing på produktutvikling i fellesskap med mål om å skape gode matopplevelser.
- Øke reiselivsaktørenes og matprodusentenes kunnskap om og kjennskap til hverandres bedrifter og produkter.

Arktisk Matregion

- Bidra til å skape og markedsføre en arktisk identitet.
- Bidra til å skape felles møteplasser og profileringsarenaer for matprodusenter i nord.
- Bidra til økt satsing på fylkesovergripende produsentsammenlutninger.
- Ha fokus på å skape bevisste forbrukere gjennom å spre stolthet og kunnskap om arktisk mat.



Matstrategi Troms 2013-2016 er et samarbeid mellom:



Fylkesmannen i Troms
Romssa Fylkkamánni



TROMS fylkeskommune
ROMSSA fylkkasuohkan



Foto:

Jon Marius Nilsson, Norges Sjømatråd, Norges Råfisklag, Annette Kvandahl Johansen, Mariann Sandnes, www.nordnorge.no: Shigeru Ohki, Rolf Ørjan Høgseth, Frank Andreassen, Destinasjon Harstad, Bioforsk: Lise Haug, Ulrike Naumann, Hilde Halland, Ragnar Vågå Pedersen, Morten Günther