

2019-12-19
N2019/03242/JL

Näringsdepartementet

Sveriges export- och investeringsråd
Box 240
101 24 Stockholm

Uppdrag att genomföra åtgärder under 2020–2025 inom ramen för livsmedelsstrategin

Regeringens beslut

Regeringen uppdrar åt Sveriges export- och investeringsråd (Business Sweden) att genomföra nedan beskrivna åtgärder under åren 2020–2025 inom ramen för livsmedelsstrategin för att uppnå livsmedelsstrategins övergripande mål om en ökad livsmedelsproduktion som är hållbar och konkurrenskraftig. Uppdragen som Business Sweden ska genomföra syftar att utveckla pågående insatser inom främst det strategiska området Konsument och marknad, vilket har som mål att konsumenterna ska ha ett högt förtroende för livsmedlen och kunna göra medvetna och hållbara val, exempelvis av närproducerat och ekologiskt. Marknaden för livsmedel ska kännetecknas av en väl fungerande konkurrens. Den svenska livsmedelsexporten ska ges förutsättningar att öka för att möta efterfrågan på relevanta marknader.

Åtgärder som ska genomföras under 2020–2025:

1. Genomföra ett livsmedellexportprogram med fokus på små och medelstora företag

Insatserna inom programmet ska anpassas till vad som efterfrågas av företagen i branschen och utformas utifrån företagens behov i nära samverkan med företag, branschorganisationer, berörda myndigheter och andra relevanta aktörer. I verksamheten ska insatser som bygger på samfinansiering prioriteras. Business Sweden ska:

- I samverkan med företag, branschorganisationer och regionala aktörer löpande samla grupper av företag för gemensamma satsningar och initiativ.
- Stödja grupper av företag vid val av lämpliga internationella avsättningsmarknader samt vid etablering på utvalda marknader.
- I samverkan med branschen sprida information om svensk livsmedelsproduktion på marknader av särskild betydelse samt vidareutveckla konceptet "Try Swedish".
- Beakta samverkansmöjligheter med Visit Sweden och programmet för måltidsturism samt med aktörer inom andra sektorer och i andra länder.
- I samverkan med relevanta aktörer stärka den livsmedelsspecifika kompetensen vid myndigheter och utlandskontor av särskild betydelse.
- I samråd med Livsmedelsverket och Statens jordbruksverk erbjuda kompletterande exportteknisk information.

Livsmedelsexportprogrammet ska ledas av en styrgrupp som ska samordna främjandet av livsmedelsrelaterad export samt synliggöra och tillvarata synergier i detta arbete. Styrgruppens uppgift är också att fastställa den strategiska inriktningen för insatserna, säkerställa att den förankras i branschen och att insatserna i största möjliga utsträckning motsvarar livsmedelsindustrins behov. Utifrån den beslutade strategiska inriktningen ska Business Sweden utforma aktiviteter och ansvara för genomförandet av insatserna. Styrgruppen är en del av "Team Sweden Livsmedel".

Ordförande i styrgruppen ska vara en representant för Business Sweden. Övriga ledamöter i styrgruppen ska utses av Business Sweden i samråd med Regeringskansliet (Näringsdepartementet). Minst halva styrgruppen ska bestå av företrädare för branschorganisationer eller företag. En jämn könsfördelning bland ledamöterna ska eftersträvas i styrgruppens sammansättning.

En styrgruppsmedlem ska karaktäriseras av högt engagemang och kunna vara en tydlig beställare för vilka livsmedelsexportfrämjande aktiviteter som behöver göras på kort och lång sikt. Utnämnda företagsrepresentanter i styrgruppen ska rotera och delta i styrgruppen max 3 år.

2. Fortsatt satsning på livsmedelsexportansvariga hos Business Sweden stationerade på potentiella tillväxtmarknader

Business Sweden ska tillsätta livsmedelsexportansvariga på prioriterade marknader i dialog med Regeringskansliet (Näringsdepartementet). I rollen som livsmedelsexportansvarig ska ingå att följa den aktuella marknaden och hjälpa livsmedelsbranschen och dess aktörer att på plats identifiera och åskådliggöra den potential som finns på marknaden. Vidare ska de livsmedelsexportansvariga inom ramen för Team Sweden-arbetet analysera vilka utmaningar och hinder som finns för att lyckas med export på den aktuella marknaden, ha ett tydligt främjarperspektiv och arbeta för en ökad livsmedelsexport. De livsmedelsexportansvariga ska även bistå i myndigheternas arbete med att öppna tredjelandsmarknader för export.

I takt med det ökade intresset för nya tredjelandsmarknader, ofta med andra typer av ekonomiska och politiska system, är det tydligt att företagen möts av nya utmaningar. Detta innefattar bl.a. samarbetspartners, logistik och finansiering. Livsmedelsbranschen har ett stort eget ansvar för att finna lösningar för att påbörja exporten men Business Sweden är också ett viktigt stöd. Livsmedelsexportansvariga ska bl.a. bidra till att svenska företag får en kontakt på den specifika marknaden och ska bidra till att svenska företag finner nya exportmöjligheter.

Följande prioriterade marknader ska förstärkas med en livsmedelsexportansvarig:

- USA/Kanada
- Japan/Sydkorea
- Singapore, med uppgift att täcka Sydostasien

3. Ett regionalt exportprogram för livsmedelsföretag inom ramen för Business Swedens regionala exportrådgivning

Business Sweden ska fullfölja genomförandet av ett livsmedelsprogram inom ramen för den regionala exportrådgivningen. Programmet ska rikta sig mot livsmedelsföretag med stor potential att nå ut på exportmarknaden och innovativa livsmedelsföretag.

Det regionala exportprogrammet ska innehålla särskilt utformade stödtjänster för företagen med stor exportpotential. Business Sweden ska ange hur många företag som det är rimligt att programmet omfattar.

Business Sweden ska också bidra till att skapa regionala plattformar för utbyte mellan livsmedelsföretag.

Programmet ska bl.a. bidra till att fler företag kommer ut på exportmarknaden och att fler företag med exportpotential identifieras och kontaktas. För att långsiktigt öka den svenska livsmedelsexporten krävs att fler företag prioriterar exportmarknaden och får stöd och hjälp att satsa på export.

Inom ramen för programmet ska det också arbetas med utgående delegationer och förbereda företag i exportarbetet liksom ett nära samarbete med de utlandsstationerade livsmedelsexportansvariga för att kunna bistå med expertis på hemmaplan.

För uppdragets genomförande får Business Sweden använda högst 22 miljoner kronor under 2020. För åren 2021–2025 beräknas 20 miljoner kronor per år för genomförande av uppdraget. Utgifterna för uppdraget ska belasta det under utgiftsområde 23 Areella näringar, landsbygd och livsmedel, upptagna anslaget 1:15 Konkurrenskraftig livsmedelssektor, anslagspost 6. Medlen ska betalas ut efter rekvisition ställd till Kammarkollegiet. Rekvisitionen ska ske senast den 1 december 2020. Medel som inte har utnyttjats ska återbetalas till Kammarkollegiet på bankgiro 5052-5781 senast den 28 februari nästkommande år. Stöd till företag får beviljas i enlighet med förordningen (2018:1500) om stöd för åtgärder inom ramen för livsmedelsstrategin.

En redovisning av uppdragets genomförande och en ekonomisk redovisning ska lämnas senast den 28 februari varje år fr.o.m. 2021 till Regeringskansliet (Näringsdepartementet) med kopia till Tillväxtverket (samordnande myndighet). En slutredovisning av uppdraget och en ekonomisk redovisning ska lämnas till regeringen (Näringsdepartementet) och Tillväxtverket senast den 28 februari 2026.

Business Sweden ska i fråga om statligt stöd till näringslivet tillämpa kommissionens förordning (EU) nr 1407/2013 av den 18 december 2013 om tillämpningen av artiklarna 107 och 108 i fördraget om Europeiska unionens funktionssätt på stöd av mindre betydelse eller 2 (6) kommissionens förordning (EU) nr 717/2014 av den 27 juni 2014 om tillämpningen av artiklarna 107 och 108 i fördraget om Europeiska unionens funktionssätt på stöd av mindre betydelse inom fiskeri- och vattenbrukssektorn. De uppgifter som en medlemsstat har enligt artikel 6.1,

6.3 och 6.4 i kommissionens förordningar ska utföras av Sveriges export- och investeringsråd.

Skälen för regeringens beslut

Den 20 juni 2017 beslutade riksdagen om med övergripande mål för livsmedelsstrategin och mål för de tre strategiska områdena Regler och villkor, Konsument och marknad samt Kunskap och innovation ((prop. 2016/17:104) En livsmedelsstrategi för Sverige – fler jobb och hållbar tillväxt i hela landet).

Det övergripande målet för livsmedelsstrategin är en konkurrenskraftig livsmedelskedja där den totala livsmedelsproduktionen ökar, samtidigt som relevanta nationella miljömål nås, i syfte att skapa tillväxt och sysselsättning och bidra till hållbar utveckling i hela landet. Produktionsökningen, både konventionell och ekologisk, bör svara mot konsumenternas efterfrågan. En produktionsökning skulle kunna bidra till en ökad självförsörjningsgrad av livsmedel. Sårbarheten i livsmedelskedjan ska minska.

Livsmedelsföretagens förmåga att etablera sig på utländska marknader är av central betydelse för ökad produktion, fler jobb och hållbar tillväxt inom svensk livsmedelssektor. Exporten har haft en positiv utveckling de senaste decennierna, men varit beroende av ett fåtal företag. De stora företagen svarar för omkring 90 procent av exporten och de mindre för ca 10 procent. Därmed blir den svenska produktionen känslig för enskilda företags framgångar och motgångar. Livsmedelsproduktionen kan på det viset bli sårbar för enskilda företags framgång i produktutveckling, uppköp samt beslut att förlägga produktion utanför Sverige. För att säkra den svenska livsmedelsindustrins position på den globala marknaden kan det offentliga främjandet spela en viktig roll genom att bidra med kompetens och resurser för att sänka de trösklar som företagen möter.

Den svenska livsmedelsindustrin består nästan uteslutande av små och medelstora företag. Det är inom små och medelstora företag som flera av framtidens exportsuccéer kommer att finnas och det är främst där som majoriteten av framtidens nya arbetstillfällen kommer att skapas. Att dessa företag växer och internationaliseras är avgörande för att den svenska livsmedelsproduktionen ska öka.

Livsmedelsföretag möter delvis andra hinder i sin internationalisering än företag inom andra industrigrenar. Handel med livsmedel och

jordbruksvaror kompliceras ofta av hållbarhetsaspekter som medför särskilda krav på transporter, lagerhållning och förpackningar. Handeln kan också försvåras av sanitära och fytosanitära åtgärder, så väl som olika typer av tekniska regler, t.ex. märknings- eller förpackningskrav. Det är därför av stor vikt att det statliga exportfrämjandet klarar av att hjälpa även dessa företag och att stödet finns tillgängligt oberoende av var i landet företagen bedriver sin verksamhet.

Den nationella livsmedelsstrategin är långsiktig med sikte mot 2030 och har t.o.m. 2019 genomförts genom en handlingsplan med ett antal åtgärder. Med dessa åtgärder fortsätter regeringen arbetet mot livsmedelsstrategins mål om en ökad produktion, som är hållbar och konkurrenskraftig.

På regeringens vägnar

Jennie Nilsson

Johan Krallis Anell

Kopia till

Statsrådsberedningen/SAM

Utrikesdepartementet/HI och FH

Socialdepartementet/SF

Finansdepartementet/BA och KO

Utbildningsdepartementet/UH och GV

Miljödepartementet/KE och NM

Kulturdepartementet/CSM

Infrastrukturdepartementet/D och DF

Forskningsrådet för miljö, areella näringar och samhällsbyggande

Kommerskollegium

Livsmedelsverket

länsstyrelserna

Naturvårdsverket

Sveriges lantbruksuniversitet

Statens jordbruksverk

Tillväxtverket

Verket för innovationssystem