

Projektrapport

Digital mötes- plats för lokal- producerade livsmedel

Projektledare: Mari Ramnek, Zebra i Norr

Projektperiod: september 2018-april 2019

”Att handla
närproducerat
ger mig ro i
min oroade
själ för
framtiden.”

Innehåll

Bakgrund och inledning.....	5
Genomförande.....	9
Resultat av projektet	12
Konsumentgrupp 1 – privatpersoner	12
Konsumentgrupp 2 – restaurang	22
Konsumentgrupp 3 – offentlig verksamhet.....	27
Primärproducenter och förädlingsföretag.....	28
Summerande diskussion.....	37



Bakgrund och inledning

Under de senaste åren har diskussionen om vår matkonsumtion och dess negativa påverkan på miljö och klimat tagit stor plats i såväl samhällsdebatten som vid middagsborden. Media fylls idag av tips för hur vi ska konsumera och äta rätt för att minska klimatpåverkan.

Vi kan dock konstatera – utan att gå närmare in på det i denna projektrapport – att frågan om hur vi ska äta rätt är mycket komplex. För oavsett var livsmedlen produceras påverkar det miljön. Påverkan kan vara både negativ och positiv – exempelvis bidra till ett rikt odlingslandskap – och livsmedelsproduktionen kan vara mer eller mindre hållbar.

Transporter är en energikrävande del av livsmedlens livscykel och förutom utsläppen finns ytterligare negativa konsekvenser av långa avstånd mellan producent och konsument. För att klara transporterna innehåller långväga livsmedel ofta mera tillsatssämnen. De behöver också förpackas mer än närproducerade matvaror och långa transporter betyder att en större del av maten far illa, mängder av mat går till spillo under sin väg från producent till konsument. Det är inte hållbart, vare sig ekonomiskt, miljömässigt eller etiskt. Men avståndet mellan producent och konsument är inte det enda som belastar miljön. Även odlingssätt och produktionsmetoder har en

stor påverkan.

Men – vi kan inte låta bli att äta. Däremot kan vi välja hur vi påverkar klimatet genom att välja vad vi äter. Länsstyrelsens rapport "Nära mat – klimatavtryck från norrbottnisk livsmedelsproduktion" visar tydligt på att ökad livsmedelsproduktion i Norrbotten skulle ge såväl globala klimat- och miljövinster som uppenbara fördelar för regionen. Alla är vinnare på att matproduktionen i hög utsträckning sker nära oss konsumenter. Det skulle kunna ge sysselsättning och arbetstillfällen om man kunde stimulera ökat företagande inom de gröna näringarna i Norrbotten. En miljon kronor i ökad omsättning på ett matproducerande jordbruksföretag ger drygt 2,5 nya jobb. Mot bakgrund av detta vill vi titta på hur vi får norrbottningarna att handla mer närproducerad mat.

Frågeställningar som ligger till grund för detta arbete är:

- Hur ser en lösning ut som bidrar till visionen om mer norrbottnisk mat på tallriken?

Det långsiktiga målet syftar till hur en digital lösning ska bidra till visionen om ”Mer norrbott-nisk mat på tallriken”.

- Vad är maximal tröskelhöjd för de boende inom fyrkanten-området att handla mer närodlad mat? (läs mer om geografisk avgränsning på sidan 10)
- Vilka behov har potentiella konsumenter och producenter, och vilka av behoven skulle en digital lösning för närproducerade livsmedel kunna fylla?

Projektets syfte

Projektet är en förstudie och syftar till att undersöka möjligheterna för att skapa en digital mötes- eller handelsplats för närproducerade livsmedel i Norrbotten. Inom projektets ramar har vi undersökt hur efterfrågan och behovet ser ut hos tre potentiella kundgrupper; privata konsumenter, restauranger samt offentlig verksamhet. Vi har även undersökt vad producenterna – primär-producenter och förädlingsföretag – har för behov och hur en lösning skulle kunna utformas för att vara intressant för dem.

Projektets mål

Det kortsiktiga målet med förstudien är att undersöka förutsättningar och intresse för en digital lösning för närproducerade livsmedel i Norrbotten som såväl konsumenter som producenter anser tillför värde.

Det långsiktiga målet syftar till hur en digital lösning ska bidra till visionen om ”Mer norrbott-nisk mat på tallriken” vilket skulle leda till positiva effekter som:

- Ökad efterfrågan och konsumtion av nära mat vilket leder till ökad livsmedelsproduktion i Norrbotten.
- Regional dynamisk näringsutveckling och tillväxt
 - Det är lätt att se möjligheter i den nu pågående debatten om klimat, hållbarhet och

hälsa där vi i Norrbotten har en unik möjlighet att utvecklas i samklang med de allt större miljö- och klimatkrav som ställs.

- Nya arbetstillfällen
- Ökad matsäkerhet
 - Sett både till att vi i högre utsträckning har kontroll över livsmedlens innehåll och hur de har producerats, men också matsäkerhet i händelse av kris.
- Minskade transporter och dess negativa miljö-påverkan
- Ökad biologisk mångfald och bevarande av öppna landskap
 - Genom att tillvarata Norrbottens unika odlingsförutsättningar, bevarande av unika arter inom odling och djurhållning.

Finansiering

Projektet finansieras med EU-medel inom landsbygdsprogrammet 2014-2020. (Stödet från Landsbygdsprogrammet 2014-2020 finansieras delvis av pengar från Europeiska jordbruksfonden för landsbygdsutveckling.)

Projektteam

Projektledare är Mari Ramnek, ägare av konsultbyrå Zebra i Norr. Hon är utbildad marknads-ekonom och projektledare, med ett brinnande intresse för närproducerat.

Projektet genomförs i samarbete med kommunikationsbyrå Oh My som har mångårig erfarenhet att jobba med regional utveckling. Under de senaste åren har de designat och byggt närmare 350 digitala lösningar (plattformar, webbplatser och kampanjsajter).

”En fungerande
säljkanal skulle
vara ett starkt
incitament för att
börja producera.
Gör det lättare
och låt oss
fokusera på det
vi vill göra.”



Genomförande

Metod

I projektet har vi valt att använda oss av såväl kvalitativ som kvantitativ metodik. Fokusgruppsintervjuer och djupintervjuer har utgjort de kvalitativa metoderna medan användandet av webbenkäter står för den kvantitativa metoden för insamlandet av data.

Som undersökningsdesign valdes tvärsnittsstudie vilket passar undersökningens syfte. Det innebär att vi samlat in data under en begränsad tid på tre veckor under oktober-november 2018 som ger en ögonblicksbild av de variabler som undersöks.

Urval

Urvalet är ett bekvämlighetsurval. En nackdel med bekvämlighetsurval är att det inte kan användas för att generalisera resultaten, eftersom det inte är slumpmässigt och därmed eventuellt inte representativt för populationen. Urvalet är ändå tillräckligt stort för att ett antal slutsatser ska kunna dras.

Enkäter

Tre enkäter konstruerades för att undersöka olika potentiella användargrupperns syn på en digital mötesplats och handelsplats.

- Kundgrupp 1 – Privatpersoner
- Kundgrupp 2 – Restauranger (kökschefer, F&B-managers, krögare)
- Producenter – Primärproducenter och förädlingsföretag

Frågorna i enkäterna utformades beroende på målgrupp. Samtliga enkäter hade inledningsvis ett antal bakgrundsfrågor följt av frågor kring attityder och associationer till begreppet när-

producerat samt frågor om beteenden och vad de har för behov och önskemål. Svarsalternativen till frågorna var uttömmande. På frågor med svars-skala var skalan utformad så att respondenterna var tvingade att ta ställning, då inget varken/eller-alternativ fanns att välja.

Med webbenkät som distributionsform behövdes inte tillgång till några register. Inga respondenter identifierades och inga personuppgifter har hanterats vid något tillfälle under arbetets gång.

Enkäten som riktade sig till producenter spreds i LRF:s och Länsstyrelsens register och utskicket hanterades till fullo av respektive aktör.

Fokusgruppsintervjuer

Tre fokusgruppsintervjuer på vardera 2,5-3 timmar genomfördes för att samtala med de tre primära användargrupperna (privatpersoner, restauranger samt producenter). Intervjuerna kartlade uppfattningar, åsikter och attityder gällande närproducerat, konsumtionsvanor samt huruvida en digital mötes- och/eller handelsplats skulle kunna möta deras behov. Frågorna ställdes till hela gruppen och uppmuntrade till diskussion.

Vid sammansättningen av fokusgruppen med privata konsumenter var urvalet noggrant för att få en bredd i åsikter och deltagare som i hög grad speglar populationen. Såväl avseende kön, ålder som värderingar. Majoriteten av respondenterna åker inte en extra mil för att handla närproducerat, men skulle möjligen kunna reflektera över ursprung på livsmedel om det inte innebar några större insatser från deras sida. Ett antal i gruppen överväger inte att handla närproducerat.

Vid ansökan om projektet hade vi för avsikt att

”Ju mer jag lär mig och ju mer jag förstår – ju lägre blir trösklarna.”

genomföra totalt sex fokusgruppsintervjuer. Mycket arbetstid lades på att samla producenterna i de fyra planerade producentgrupperna. Efter flera veckors arbete samt i samråd med Länsstyrelsen krympte vi omfattningen till en fokusgrupp med producenter kompletterat med intervjuer och samtal med ytterligare producenter för att få en så bra bild som möjligt. Vi skulle vilja påstå att de två främsta skälen till svårigheterna att få producenterna att medverka i fokusgruppsintervju var tidsbrist samt projektrötthet. Det har genom åren initierats många projekt inom området och producenterna har upplevt att det tagit mycket tid och kraft i anspråk, och att många projekt sedan runnit ut i sanden eller inte resulterat i något utbyte.

Avgränsningar

Avgränsning 1: Geografi

Projektets geografiska avgränsning är fyrkanten-området i Norrbotten, det vill säga Piteå-Älvsbyn-Boden-Luleå. Webbenkäten som riktar sig till potentiella konsumenter har filtrerats och resultat och analys har baserats på respondenter boendes inom detta område.

När det gäller producenterna är frågan om de befinner sig inom eller utanför fyrkanten-området inte lika relevant då deras varor med lätthet kan transporteras till andra delar i Norrbotten än där de själva verkar.

Avgränsning 2: Hållbar affärsmodell

Vid projektets början beslutade vi att endast titta på hållbara lösningar. Det vill säga idéer och affärsmodeller som inte vilar på bidrag och stöd, med långsiktiga förutsättningar att verka för mer norrbottnisk mat på tallriken.

Reservationer

Webbenkäten riktad till konsumentgrupp 1 (privatpersoner) distribuerades på Facebook, i bland annat Köp & Sälj-grupper där ett antagande är att medlemmarna i gruppen speglar samhället och dess åsikter i stort. Vi har i inläggen varit mycket tydliga med att vi hoppas på svar från såväl de som är kritiska eller står långt från tanken om att handla närproducerat som de som är positiva till frågan. Sannolikheten är dock stor att de som i grunden har en mer positiv syn på eller intresse för frågan i högre grad väljer att besvara enkäten.

Social desirability bias

I den här typen av undersökningar finns också en tendens att människor vill framställa sig i bättre dager än vad de egentligen har täckning för. Mäter man vilken grad människor utför socialt önskvärda handlingar bör man räkna med att nivåerna överskattas något på grund av denna tendens. Det kan exempelvis handla om valdeltagande, huruvida man skänker pengar till välgörenhet eller i detta fall vilken attityd man har till närproducerad mat samt hur sannolikt det vore att man skulle handla mer närproducerat givet ett antal förutsättningar. För att minska effekten har vi dels valt att genomföra undersökningen i form av ett webbformulär, inte med telefonintervjuer, vilket minskar risken för social påverkan. Vi har vid frågeformulering och svarsalternativ också gett respondenten möjlighet att svara sanningsenligt utan att ”tappa ansiktet”. Resultatet bör därför betraktas med visst mått av tillförsikt.



Älvsbyn ● Boden
● Luleå
● Piteå

Resultat av projektet

Konsumentgrupp 1 – privatpersoner

Resultat och analys/diskussion

Den datainsamling som gjorts i gruppen potentiella privata konsumenter består av webbenkät och fokusgruppsintervju. Intervjun som genomfördes med 12 deltagare gav oss en djupare förståelse för resonemang och åsikter – och vi kunde konstatera att resultaten från intervjun förstärkte och befäste de resultat vi fått i webbenkäten.

Ursprung, tillgänglighet och smak/kvalité det allra viktigaste vid inköp av mat

På frågan vad som främst påverkar respondenter vid matinköp fanns 10 svarsalternativ, och uppgift var att välja de tre alternativ som de ansåg vara viktigast. Resultatet ser ut enligt följande:

1. Produkternas ursprung: 55,88%
2. Tillgänglighet (närhet till affär, bra parkeringsmöjligheter etc): 54,58%
3. Smak och kvalitet: 51,31%

Vi konstaterar att det är väldigt jämnt mellan första-, andra- och tredjeplatsen. På fjärde plats kommer priset med 32,68% följt av hälsoaspekter (näringvärde, tillsatser, ekologiskt) med 32,03%.

Minst påverkan har bekvämlighet som vi exemplifierat med möjlighet till onlinebeställning och utkörning av varor. Endast 4,58% anger att det är en av de tre viktigaste faktorerna som påverkar dem när de handlar mat.

Produkternas ursprung spelar en stor roll för norrbottningarna. Denna frågas resultat visar dock inte på att det är just närproducerat som anses vara viktigast, utan endast att varornas ursprung är en viktig faktor. I kombination med andra resultat i undersökningen anser vi dock att resultatet visar på att det finns en potentiellt stor efterfrågan på närproducerade livsmedel i Norrbotten.

Närproducerat associeras med främjande av de lokala producenterna, korta transporter och hög kvalité

Det de privata konsumenterna förknippar med begreppet närproducerat är att det *gynnar lokala producenter*, att det innebär *korta transportsträckor*, att livsmedlen håller *hög kvalitet* samt att det är en *tydlig avsändare*. Hälften av respondenterna uppgav att de i hög grad förknippade begreppet med att det var *dyrt*.

Deltagarna i undersökningen anser att livs-

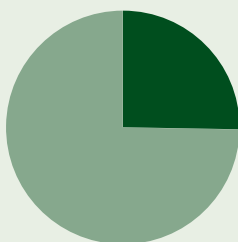
KONSUMENTGRUPP 1 - PRIVATPERSONER

355

TOTALT ANTAL RESPONDENTER*

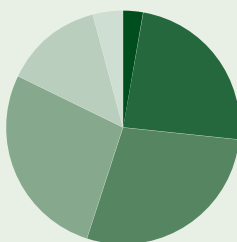
*Webbenkäten bestod av totalt 23 frågor och hade 447 respondenter.
Efter att ha filtererat svaren och fått fram respondenter i fyrkanten-området var antalet 355 stycken.

KÖNS- FÖRDELNING



- Män: 25,35%
- Kvinnor: 74,65%

ÅLDERS- FÖRDELNING



- 0-24 år: 2,82%
- 25-34 år: 23,94%
- 35-44 år: 28,45%
- 45-54 år: 27,04%
- 55-64 år: 13,80%
- 65 år eller äldre: 3,94%

ANSVAR FÖR MATINKÖP

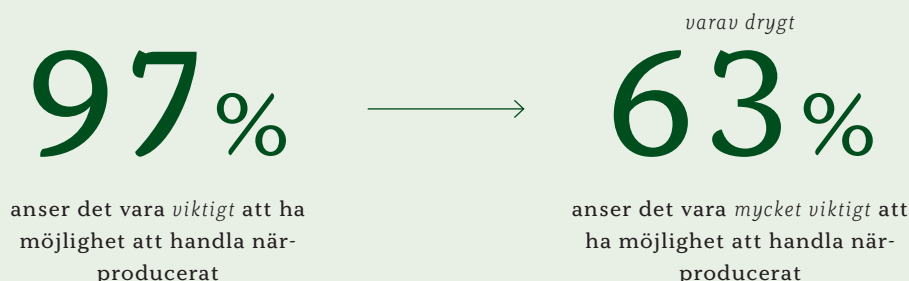
cirka
97%

av respondenterna är
helt eller delvis ansvariga
för hushållets matinköp

DISCLAIMER

Deltagarna är mycket positiva på frågan om deras generella attityd till närproducerade livsmedel. 71,57% anger sig vara mycket positiv och 26,47% positiv. Det här får man ha i beaktande vid analys av resultat. Det är sannolikt inte representativt för alla invånare i fyrkanten-området.

HUR VIKTIGT ÄR DET ATT HA MÖJLIGHET ATT HANDLA NÄRPRODUCERAT?



*34% svarar viktigt på frågan och 2,61% svarar inte särskilt viktigt alternativt helt oviktigt.

medels ursprung är den viktigaste faktorn som påverkar då de gör matinköp, och att en majoritet anser det vara mycket viktigt att kunna handla just närproducerade livsmedel. Dessa svar i kombination med kommande resultat om konsumenternas möjligheter att idag handla nära mat visar på att det finns en uppenbar efterfrågan som inte är tillgodosedd. Det visar också på att det finns ett behov av lösning som möjliggör för konsumenterna att lättare kunna handla närproducerad mat.

Varför närproducerat?

Det främsta skälet (68,3%) är för att stödja bönderna och en levande landsbygd med öppna landskap. Det följs sedan av skälet att stötta det lokala näringslivet och främja sysselsättningen (60,78%). På tredje plats hittar vi skälet att man som konsument vill veta var maten kommer ifrån, det vill säga ursprung (41,5%).

Högre kvalitet på maten (24,51%) och smaken (8,17%) kommer betydligt längre ned då man listar skälen till varför man handlar närproducerat.

Det är intressant att jämföra detta med vad som påverkar konsumenten generellt när de handlar mat. Man ansåg att varornas ursprung var viktigast, följt av bekvämlighetsaspekter i form av närhet till butik och parkeringsmöjligheter. På tredje plats kom smak och kvalitet. Men när det gäller konsumtion av nära mat så anser konsumenterna att det handlar om en välgörenhets-

insats. Man vill stötta producenter, öppna landskap, levande landsbygd och lokalt näringsliv samt främja sysselsättningen. Frågan är vad som motiverar norrbottningar med en något mer sval inställning till nära mat att ändå handla närproducerat? Kan vi anta att kvalitet och smak är en viktigare faktor för dem?

Vi tror att det är viktigt att kommunikationen byggs på varornas höga kvalitet och fina smak snarare än på en välgörenhetstanke. Det lokala får istället bli en skön känsla i magen och inget som basuneras ut. De som motiveras av att stötta lokala producenter kommer ändå att förstå vilka effekter det ger att handla nära mat. Men om allt vilar på att konsumenten gör en välgörenhetsinsats då de handlar nära mat är riskerna stora att man inte når det stora flertalet konsumenter som förvisso gärna gör goda val, men där smak och kvalitet är viktigare aspekter.

Fyra av fem norrbottningar upplever att det finns bra förutsättningar till att handla närproducerad mat, men kännedomen om vart producenterna finns är mer osäker...

18% av norrbottningarna är oeniga med påståendet om att det finns bra förutsättningar och möjligheter att handla närproducerade livsmedel. Nästan 20% är helt eniga och drygt 61% anger att de är enig samma påstående.

Vi kan anta att respondenterna i hög utsträck-



Det livsmedel som anses vara viktigast är kött, följt av mejeri, ägg, grönsaker och rotfrukt/potatis. Livsmedelsgrupperna chark och fisk ligger något lägre men fortsatt mycket högt.

mellan

80-85%

anser det vara viktigt eller mycket viktigt att det finns närproducerade alternativ inom dessa kategorier

*Bröd anses vara något mindre viktigt.

ning tycker att förutsättningarna för att handla nära mat är goda då de som svarat på enkäten generellt sett är mycket positiva till frågan om närproducerat. Man kan ana att många gör en extra insats för att kunna handla nära mat. Troligen har dessa respondenter koll på producenter i sin omgivning dit de åker för att göra inköp, eller så vet de vilka butiker som kan erbjuda de närproducerade livsmedel de önskar handla. Högst sannolikt skulle resultatet på denna fråga skilja sig om vi ställde frågan till 300 slumpvis utvalda på stan.

På frågan/påståendet "Jag anser mig ha god koll på producenter i min region som jag kan kontakta, besöka och handla utav." är det 15,03% som säger sig vara helt eniga i påståendet. 41,17% är delvis eller helt oeniga i påståendet. Närmare hälften upplever inte att de har god koll på producenter i regionen, detta trots att respondenterna i undersökningen verkar stå frågan om närproducerad mat nära. Högst sannolikt är kännedomen ännu lägre bland invånarna i fyrkanten-området generellt sett.

...och associerar närproducerat med mindre lättillgängligt samt begränsad tillgång

På frågan om vad de förknippar med begreppet närproducerat kan vi se att en stor andel av respondenterna ger uttryck för att närproducerat inte är lättillgängligt. (44,11% anger att de i låg grad eller mycket låg grad förknippar det med

lättillgängligt.) De ger uttryck för att det är en begränsad tillgång på närproducerat – 66,34% anger att de i mycket hög grad eller i hög grad förknippar begreppet närproducerat med just begränsad tillgång.

Att handla närproducerat kräver engagemang från konsumenten

Vi frågade också om de anser att matbutiker såsom ICA, Coop, Willys med flera är bra på att presentera och därmed underlätta för dem som konsument att hitta och handla närproducerade livsmedel i butiken. Här är respondenterna mer tveksamma. Endast 8,5% är helt eniga i påståendet, 47,71% delvis eniga. 43,79% är delvis eller helt oeniga, det vill säga att de anser att mataf-färerna inte underlättar för kunden att handla nära mat. Det talar för att respondenterna – på frågan om det fanns bra förutsättningar och möjligheter att handla nära mat – är konsument som faktiskt gör det lilla extra för att kunna handla närproducerat vilket stärker vår teori.

Resultaten på ovanstående frågor i kombination med de diskussioner som fördes i fokusgruppsintervjun, visar på att många privata konsumenter tycker att det är ganska svårt att hitta och handla närproducerade livsmedel. De som idag handlar lokalproducerad mat lägger tid och kraft på det. De har koll på vilka producenter som finns i deras närhet och är beredda att besöka dem för att göra sina inköp. Men för gemene norrbottning

De väljer gärna rätt – förutsatt att varorna finns där de normalt befinner sig.

är det inte helt lätt att handla närproducerat. Begränsad kännedom om producenter, brist på tid och engagemang för att faktiskt bege sig ut till producenterna i kombination med att det är svårt att hitta varorna i mataffären där man normalt sett handlar bidrar till det.

Ökad kännedom om producenter i regionen är till viss del en viktig faktor för att kunna öka konsumtionen och jobba för mer norrbottnisk mat på tallriken. Dock skulle den kunskapen främst vara viktig för de redan frälsta, vilket är en mycket liten del av de privata konsumenterna i Norrbotten. För det stora flertalet är den tröskeln alldeles för hög och för att få dem att handla mer närproducerat krävs något annat än ökad kännedom om producenter.

Ekonomi påverkar valet av ursprung och producent

Respondenterna ger uttryck för en vilja att betala mer för närproducerad mat än livsmedel med annat ursprung. 52,29% är helt eniga i påståendet, 41,83% är delvis eniga i påståendet. Mycket få är helt eller delvis oeniga i påståendet. Fokusgruppen bekräftade att priset påverkar deras konsumtion i viss mån. Blir skillnaden orimligt stor väljer man ett annat, icke närproducerat alternativ.

Drygt hälften av respondenterna uppger att de helt eller delvis begränsas av hushållets ekonomi, och att om ekonomin tillät skulle de handla mer närproducerat. Det innebär att det finns en betalningsvilja för nära mat men att respondenterna redan idag begränsas på grund av ekonomiska skäl, trots en långvarig högkonjunktur. Knappt hälften anser att hushållets ekonomi inte påverkar inköpen av närproducerad mat.

En stundande lågkonjunktur kan påverka valet av livsmedel

Vi ska påminna oss om två saker. För det första

har vi att göra med en mycket positiv grupp respondenter och kan sannolikt utgå från att denna betalningsvilja inte finns i samma utsträckning hos norrbottningarna generellt sett. För det andra ska vi komma ihåg att vi befinner oss i en högkonjunktur – hushållen har överlag en god ekonomi. Vid en lågkonjunktur kommer en högre andel konsumenter titta på prislappen före ursprunget. Fokusgruppens resonemang i frågan om efterfrågan och konsumtion av närproducerat i framtiden handlade bland annat om att man såg att det kan vara konjunkturkänsligt. De menade att priset påverkar deras inköp av nära mat redan idag, trots att vi befinner oss i en högkonjunktur. En kommande lågkonjunktur förutspår de kommer att minska deras konsumtion.

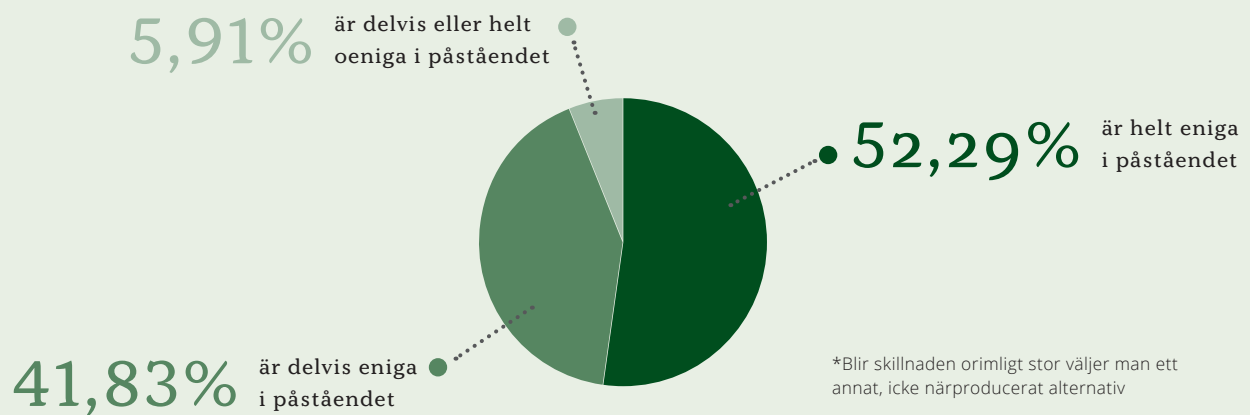
Det här visar också på ytterligare en anledning till att kommunikationen runt närproducerat bör lyfta smak och kvalitet snarare än välgörenhetsfaktorer såsom att stötta bönder och öppna landskap. Vid en lågkonjunktur kommer ett ökat antal konsumenter att välja varor med lägre kvalitet och pris, än fler kommer att välja bort välgörenhet. Det vill säga – att bygga kommunikationen på välgörenhet är mer riskabelt vid en lågkonjunktur än att bygga den på kvalitet.

Närproducerat behöver finnas tillgängligt i vardagen

Trots att respondenterna i tidigare frågor visat sig vara mycket positiva till närproducerat och sannolikt också är benägna att göra mer för att handla nära mat, är det knappt en femtedel (17,36%) som inte upplever något problem med att åka till producenterna för att handla. Nästan hälften (48,96%) kan tänka sig att beställa närproducerade varor online och hämta upp varorna på en centralt belägen upphämtningsplats. En tredjedel (28,82%) handlar gärna nära mat men då förutsatt att varorna finns i den matbutik man normalt gör

EKONOMI PÅVERKAR VALET AV URSPRUNG OCH PRODUCENT

"ÄR DU VILLIG ATT BETALA MER FÖR NÄRPRODUCERAD MAT
ÄN LIVSMEDEL MED ANNAT URSPRUNG?"



54%

ÄR VILLIGA ATT BETALA MER
FÖR NÄRPRODUCERAD MAT

men att man redan idag anser att man
handlar mindre närproducerat än man skulle
önska på grund av hushållets ekonomi

knappt
46%

ANSER ATT HUSHÅLLET EKONOMI
INTE PÅVERKAR INKÖPEN AV
NÄRPRODUCERAD MAT

sina livsmedelsinköp. En liten grupp (3,82%) anser att tröskeln är tillräckligt låg om varorna kan beställas online samt levereras hem till dörren.

Fokusgruppen gav likaså uttryck för att det inte får innebära några egentliga extra insatser för att de skulle handla nära mat. De väljer gärna rätt – förutsatt att varorna finns där de normalt befinner sig. Gruppen enades om att en förutsättning för att handla nära mat är att inköpen kan göras enkelt, smidigt och lättillgängligt. ICA:s och Novus omfattande rapport "Konsument 2030" menar att konsumenterna kommer att bli mer bekväma framöver. De spår dock att endast 10-15% av livsmedelsinköpen år 2030 kommer att ske online, och då utgöras av främst basvaror. De fysiska besöken i butik kommer fortsatt att vara viktiga för att kunna titta och känna på varor man köper.

Tillgänglighet, historien bakom och ökad kunskap är värdeskapande för närproducerad mat

I fritext har respondenterna svarat på vad som skulle få dem att handla närproducerade varor, eller till och med öka sin befintliga konsumtion. Vi ville ta reda på om det fanns någon särskild funktionalitet, innehåll eller service som är särskilt viktig. 156 respondenter har svarat i fritextform och resultatet kan sammanfattas under tre huvudpunkter:

1. Tillgänglighet

- Att varorna finns i den ordinarie matbutiken.
- Större utbud/sortiment samlat på ett ställe
- Att butikerna underlättar för konsumenten att hitta nära mat.
- Onlinebeställningsmöjlighet
- Lätt för mig som konsument (lättanvänt, lätt att förstå, lätt att göra rätt)
- Bra öppettider

2. Historia och information om produkter och producenter

- Kunskap om varorna
- Kunskap om producenterna – relationsbyggande
- Kunskap om vad det betyder att välja närproducerat
- Besöksdagar hos producenterna (kunskap om produkternas ursprung och hur framställningen går till. Skapa ett intresse hos konsumenterna.)
- Tips och kunskap (ta vara på hela råvaran,

recept, hur man förvarar större inköp på bästa sätt, vilka grönsaker kan frysas o.s.v.)

3. Fysiska mötesplatser för nära mat

- Matmarknad 1-2 gånger per månad.
- Farmers market, fast plats, regelbundna intervaller
- Saluhall/upphämningsplats

Fokusgruppen diskuterade värdet av kunskap och de ansåg att en digital handels- eller mötesplats borde utbilda konsumenten. De önskade konkret information om vad deras val har för betydelse och vad de resulterar i.

Vi vet att människor är lata och bekväma av naturen. Människan är ett vanedjur vilket innebär att de handlar mat på den affär de redan känner till. Vi vet också att respondenterna i denna undersökning är mycket positiva till närproducerat och vår analys är att de skulle acceptera en högre arbetsinsats för att handla nära mat än vad norrbottningarna i fyrkanten-området överlag skulle göra.

För att en satsning ska ge effekt, öka konsumtionen av nära mat och nå visionen om mer norrbottnisk mat på tallriken är det viktigt att lösningen vi föreslår passar den breda massan, det vill säga människor som gärna gör kloka val om förutsättningarna är de rätta. Vi känner oss förvissade om att det inte får krävas några särskilda, extra insatser från konsumenterna om en lösning ska få verkligt genomslag på konsumtionen av närproducerat.

Kan en digital mötes- och/eller handelsplats underlätta inköpen? Skulle en sådan lösning till och med kunna öka konsumtionen?

De avslutande frågorna i undersökningen handlade om hur en digital mötesplats eller handelsplats skulle kunna underlätta inköpen av närproducerad mat. Vi definierade begreppen på följande sätt:

- **Mötesplats:** Webbplats som presenterar närproducerad mat, producenter i regionen och uppmuntrar till diskussion och samtal mellan konsumenterna och producenter. Ingen butik, utan mer av en kontaktförmedling.
- **Handelsplats:** E-handel (butik online) där du kan köpa närproducerad mat.

Resultatet visar att en digital mötes- och/eller handelsplats troligen skulle underlätta för

DIGITAL MÖTESPLATS

cirka
87%

uppger sig vara *helt eller delvis eniga*
i påståendet:

"Jag anser att en digital mötesplats
(jmf. kontaktförmedling) som ger mig
kännedom om producenter i regionen skulle
underlätta mina inköp."

cirka
85%

uppger sig vara *helt eller delvis eniga*
i påståendet:

"En handelsplats skulle underlätta mina
inköp."



4 / 5

respondenter upplever att *deras inköp skulle underlättas* om det fanns
en digital mötes- eller handelsplats som fungerade som en arena för
producenter och konsumenter att mötas och föra dialog på.

*En något mindre andel – men fortsatt mycket hög – säger att de sannolikt skulle öka sin konsumtion.

norrbottningar som redan står frågan om närproducerat nära. Det vill säga de som idag är med i EKO-ringar på Facebook eller har kontakt med en eller flera producenter varifrån de handlar nära mat. Baserat på frågorna som rör människors bekvämlighet och hur långt konsumenter är villiga att sträcka sig för att handla närproducerade varor drar vi slutsatsen att en lösning måste tala till en bredare grupp än de frälsta om vi vill nå effekt.

Det som talar emot en digital lösning är den kostnad som väldigt få konsumenter är benägna att betala för hemleverans – något man ändå tycker är mer eller mindre ett krav för att handla online. Det finns dessutom redan många digitala forum för att bygga en brygga mellan konsumenter och producenter, så en lösning bör innehålla något mer än ytterligare en digital plattform för dialog och beställning. Lösningen måste således innehålla något mer som håller på sikt och kan till-

tala de som inte har ett beetende att handla och söka information om lokala producenter.

Efterfrågan av nära mat i framtiden.

Fokusgruppen diskuterade framtiden och hur efterfrågan på närproducerat kan komma att utvecklas framöver. Är detta bara i sin linda eller är det en tillfällig grön våg som sköljer över oss. Gruppen var enig och övertygade om att de yngre generationerna kommer att bära denna fråga högt. De har detta i sitt DNA – de har vuxit upp med frågan om klimathot hängande över sig. Unga människor kommer att vara betydligt mer medvetna som konsumenter och de kommer att ställa krav på företag. Man resonerade också om att människor generellt sett har blivit så oerhört medvetna, och ju mer upplysta vi blir ju mer påverkas vi i våra val.



”Jag tror på
ungdomen.
De kommer inte
att gå med på
vad som helst.
De kommer att
ställa krav!”

Konsumentgrupp 2 – restaurang

Resultat och analys/diskussion

En grupp som potentiellt skulle kunna tänkas nyttja en lösning för inköp av närproducerade livsmedel är restauranger. Den datainsamling som gjorts i denna grupp består av webbenkät och fokusgruppsintervju. I intervjun deltog 7 kökschefer och restaurangägare.

Webbenkäten bestod av totalt 27 frågor och hade 11 respondenter – kökschefer, food & beverage managers, krögare med ansvar för råvaruinköp till sina verksamheter – alla inom fyrkanten-området i Norrbotten. Trots påståtningar upplevde vi det svårt att nå ett högre deltagarantal i enkäten. Vi ska dock påminna oss om att det potentiella underlaget – det vill säga antalet kökschefer på restauranger som arbetar eller skulle kunna förväntas arbeta med närproducerade livsmedel i Luleå, Boden, Älvsbyn och Piteå är ganska få i antal.

Respondenterna är positiva på frågan om deras generella attityd till närproducerade livsmedel, 60% anger mycket positiv och 40% säger sig vara positiv. Av respondenterna uppger 30% att de mycket ofta använder sig av närproducerade råvaror. 40% uppger ofta medan 30% svarar sällan. Alla är dock eniga om att de gärna skulle vilja använda sig av mer närproducerade råvaror än de gör idag.

Smak, kvalité, pris och ursprung påverkar inköpen till restauranger

Fokusgruppen uppgav att de gärna handlar närproducerat men smak och kvalitet var utan tvekan viktigare. Om mer långväga varor upplevdes ha har bättre smak går det före frågan om ursprung. Intervjupersonerna ansåg dock att det sällan var några problem att hitta hög kvalitet bland de närproducerade råvarorna. 90% av respondenterna sa sig i hög grad förknippa begreppet närproducerat med bättre smak.

Det finns en tydlig skillnad mellan olika restaurangers förmåga att kunna ta betalt av gäst. Intervjupersonerna var ense om att närproducerade livsmedel hade en högre prislapp, och för ungefär hälften var det inga hinder att ta ut kostnaden av gäst genom prissättningen i menyn. För andra upplevdes det problematiskt vilket direkt slår på verksamhetens råvarukostnad och köksekonomi.

Levande landsbygd och värna om det lokala näringslivet viktigt vid inköp till restaurangen

Vi ställde frågan om vilka skäl som främst motiverar restaurangerna till att vilja handla närproducerade livsmedel, och de ombads att välja tre av de femton alternativ som gavs. I topp hamnade "stödja bönderna och en levande landsbygd med öppna landskap" följt av "stötta det lokala näringslivet/främja sysselsättningen". På plats tre återfinns att maten känns mer äkta och naturlig.

Med tanke på att smak och kvalitet är den viktigaste faktorn då restaurangerna gör sina råvaruinköp är det anmärkningsvärt och intressant att det främst är sociala faktorer som påverkar då de handlar närproducerade livsmedel. Endast en av fem uppger smak och högre kvalitet som skäl till att handla nära mat.

Hur viktigt är det att ha möjlighet att handla närproducerade varor?

Restaurangerna anser det vara viktigt att kunna handla närproducerade livsmedel. 40% av respondenterna uppger att det är mycket viktigt medan 60% säger att det är viktigt. I fokusgruppen gavs uttryck för att frågan om närproducerat blivit allt viktigare bara under det senaste året. Kravbilden är högre och fler kunder upplevs ha en grön profil som de vill leva upp till i samband med bokningar av events och konferenser. Men det är inte bara företagskunderna som restaurangerna upplever har blivit mer medvetna i sin konsumtion, även de privata gästerna frågar i mycket högre utsträckning om ursprung och innehåll. Restaurangerna ser också en tydlig ökning av efterfrågan på vegetariska och veganska alternativ som en direkt effekt av debatten om svenskarnas köttkonsumtion. Den efterfrågan som restaurangerna möter hos såväl företagskunder som privata gäster speglar debatten i samhället kring hur vi ska bli mer medvetna som konsumenter för att minska vårt klimatavtryck men de kan också se att det i viss mån är en generationsfråga. Det är uppenbart att frågan står högt på agendan hos de yngre generationerna.



Kött, rotfrukter, mejeri, fisk och ägg viktigt att ha tillgång till, grönsaker upplevs vara svårt att få tillgång till för restaurangköket...

De livsmedel som restaurangerna anser är "mycket viktiga" är kött, rotfrukter, potatis, mejeri, fisk och ägg. Den kategori som de anser vara viktig men också svårast är grönsaker där utbudet är begränsat och dessutom tillgängligt under en kort säsong.

...svårt att få igen råvarupriset, osäker tillgång och begränsat urval samt smala inköskanaler uppfattas som hinder

På påståendet "Jag anser att det idag finns bra förutsättningar för mig och vår verksamhet att handla närproducerade råvaror." anger 20% att de är helt eniga i påståendet. 40% säger sig vara delvis eniga och lika stor andel säger sig vara delvis oeniga.

Resultatet på frågan "För dig som köper in närproducerade råvaror – i vilken grad påverkar följande faktorer dina inköp?" visar på att det som i hög eller mycket hög grad påverkar dem är högre inköspriser, svårighet att ta ut merkostnad av gäst, osäker tillgång/osäkra leveranser, begränsat utbud och bristande inköskanaler.

Fokusgruppen anser att det kräver mycket arbetstid, intresse och engagemang om man menar allvar med sina ambitioner att handla nära mat. Arbetet med att säkerställa kvalitet samt att leta producenter, etablera kontakter och ha löpande dialog med leverantörer tar tid vilket gör att den verkliga kostnaden för dessa livsmedel är betydligt högre än vad prislappen på varan visar.

Medvetenhet om producenter finns, med ökat utbyte mellan producent och inköpare skulle generera vinst för alla

I enkäten fanns påståendet "Jag anser mig ha god koll på producenter i regionen (bönder/odlare/förädlingsföretag) samt deras kapacitet och utbud." Här uppgav 20% att de var helt eniga i påståendet medan 50% sa sig vara delvis eniga. 30% uppgav delvis eller helt oeniga.

Fokusgruppen ansåg sig ha relativt god koll på producenter i regionen men var övertygade om att det fanns fler som troligen vore av intresse för dem. De trodde också att de sannolikt hade mycket att lära då det kommer till vad det finns för utbud, men kanske också möjligheter till att

faktiskt påverka vad som produceras. De menade att såväl de som producenterna förmodligen skulle ha mycket att vinna på ökad samverkan vid förädlingsprocessen och tyckte att det var något som borde bli bättre.

Större krav och medvetenhet kring närproducerat spås vara framtiden enligt restaurangerna

Närmare 78% tror att deras gästers uppskattning och efterfrågan på närproducerat kommer att öka på fem års sikt. Den bilden stärks av fokusgruppens diskussion om hur kravbild och medvetenheten hos deras gäster ökat, både företagskunder och privata gäster.

Det fördes även resonemang runt hur ett mer långsiktigt tänk kring inköp håller på att ta plats i branschen – mycket tack vare den miljö- och klimatdebatt som pågår i samhället. Det diskuteras mycket om att ta vara på hela råvaran och man tänker i större utsträckning på zero waste. Tidigare var svinnet stort vilket givetvis påverkade köksekonomi negativt. Just kunskap om hur restaurangerna i högre utsträckning kan ta vara på hela råvaran är något som efterfrågas. Att ta vara på hela djuret och inte bara en styckningsdetalj. Eller ta vara på mer av en rotsak eller grönsak än det vi gjort tidigare. Hur en eventuell framtida lösning ska kunna bistå restaurangerna i detta är något vi tar med oss i de vidare diskussionerna.

När det gäller menyarbetet på restaurangerna har det tidigare skett relativt statiskt med menybyte cirka fyra-fem gånger per år. Vid dessa byten har alla rätter bytts ut på en och samma gång. Det har ställt krav på leverantörerna att kunna säkerställa leverans under en längre tid vilket gjort det svårt för mindre producenter att kunna leverera. Redan idag börjar man kunna se ett mer följsamt arbete med menyer där restaurangerna i än högre utsträckning anpassar sig efter utbud och säsong. Fokusgruppsdeltagarna tror att vi kommer att få se mer av detta framöver. En rätt in, en rätt ut. Och vissa rätter kan finnas med under en kortare period vilket får styras av tillfällig tillgång på råvara. Det här skulle förstås också vara mycket uppskattat av gäster som skulle uppleva en större variation i utbudet.

Ökad kännedom viktigt för att lyckas sälja närproducerat till restauranger...

Restaurangerna anser att en mötes- och handelsplats som skulle öka kännedomen om producen-

ter i länet skulle underlätta deras arbete. Drygt hälften svarar att de är helt eniga i det påståendet medan drygt 33% uppger delvis enig. Trots att respondenterna samt deltagarna i fokusgruppsintervjun sa sig ha ganska god koll menar de samtidigt att det säkert finns mycket de inte känner till – exempelvis potentiella nya leverantörer och nya livsmedel. Inte minst ny kunskap om hur restaurangerna kan ta vara på mer av råvaran och även ökat samarbete och dialog med producenter som kan leda till många positiva effekter.

...enkelhet och krav på minskad tid för efterforskning till att hitta rätt producent också viktigt...

Främst nämns att lösningen måste vara enkel att använda och tidsbesparande för restaurangerna i form av minskad tid i telefon samt minskad tid att leta efter producenter och råvaror. En samordnad säljkanal av närproducerade livsmedel fordrar en bred kompetens (råvarukunskap) för att kunna möta restaurangernas krav på information. Utöver den grundläggande informationen om vikt och pris behöver de också mycket detaljkunskap som hjälper dem att handla rätt varor. Det kan utöver ursprung – om vi pratar kött – handla om djurets ålder vid slakt, vad djuret ätit de sista månaderna i livet samt slaktvikt.

...liksom möjlighet till dialog med producent

Men man efterfrågar också större utrymme för dialog för att exempelvis få kännedom om andra råvaror än de man specifikt efterfrågat och för att kunna påverka leveranser. Exempelvis dialog om att man önskar rödbetor levererade med blsten kvar för att högre utsträckning ta vara på hela råvaran.

Ett behov som fokusgruppen gav uttryck för var möjligheten att lägga fram sina önskemål för att se vilken/vilka producenter som är intresserade av att matcha förfrågan. En sådan funktion skulle också i högre utsträckning kunna trygga producenterna och göra att de redan vid sådd eller beslut kring djurbestand vet att de har avsättning för sina produkter. Men även för förädlingsföretagen skulle det vara en trygghet att producera på känd efterfrågan.

Utbildning och ökad kunskap är något som restaurangerna har förhoppningar på om en ny lösning tar form. Att en plattform också fungerar som utbildningsportal, inte minst i tänket kring zero waste. Men också information om kommande skördar eller nya produkter som väntas komma.

"EN MÖTES- OCH HANDELSPLATS SOM SKULLE ÖKA KÄNNEDOMEN OM PRODUCENTER I LÄNET SKULLE UNDERLÄTTA DERAS ARBETE"

drygt
50%

är helt *eniga* i påståendet

drygt
33%

är helt *delvis eniga* i påståendet

Restaurangerna tror att **inköpskanaler som förenklar och underlättar** deras arbete också skulle kunna leda till **ökade inköp**.



Konsumentgrupp 3 – offentlig verksamhet

Vi har genomfört samtal och intervjuer för att undersöka huruvida den offentliga verksamheten kan vara en potentiell kund till en digital mötes- och/eller handelsplats.

För offentlig verksamhet finns ett omfattande regelverk som omgärdar livsmedelsinköpen. Konsekvensen är att få kommuner ställer krav på närproducerat i livsmedelsupphandlingar. I oktober 2017 var det en av 20 svenska kommuner som ställde sådana krav med hänvisning till att lagen står i vägen. Men det finns också kommuner som hittat sätt att kringgå de grundläggande lagarna om fri rörlighet för varor och tjänster som omöjliggör att ställa krav på att maten ska vara producerad i ett visst geografiskt område. Genom en väl genomtänkt kravställning i upphandlingen så kan både ekologiskt och närproducerat få förtur. Dessa skillnader kan vi utifrån våra samtal också se i Norrbotten – vissa kommuner anser att det är mycket svårt att hitta fungerande vägar och menar att de kommuner som gjort sådana upphandlingar tassar på gränsen till vad som är lagligt. Andra kommuner har kommit ganska långt och upphandlar idag närproducerade livsmedel i olika omfattning.

Offentlig verksamhet är för byråkratiskt, fokus bör ligga på att underlätta för privata konsumenter och restauranger i första hand

Utifrån vårt uppdrag har vi tittat på om en digital mötes- och/eller handelsplats skulle kunna vara ett verktyg för den offentliga verksamheten. Vi är, efter våra samtal och intervjuer, ganska övertygade om att den upphandlingslagstiftning som omgärdar livsmedelsinköpen samt kommunernas egna ställda krav står i vägen för det. Därmed inte sagt att kommunerna även fortsättningsvis kan och ska upphandla närproducerad mat. Det är också viktigt att komma ihåg att endast ca 4-5% av sålda livsmedel utgörs av den offentligt upphandlade maten.

Dessa två faktum leder till vår slutsats om att man bör fokusera på att hitta en optimal lösning för i första hand de privata konsumenterna i Norrbotten för att vi ska nå verklig effekt och bidra till visionen om "Mer norrbottnisk mat på tallriken".

Primärproducenter och förädlingsföretag

Producenterna upplever en större efterfrågan än vad de är förmögna att leverera

På påståendet "Jag anser att det finns en uppenbar efterfrågan på det jag producerar." svarar majoriteten av producenterna att det finns en tydlig efterfrågan. Så många som 74,63% är helt enig i påståendet medan 22,39% uppger sig vara delvis eniga. Endast 2,99% säger sig vara delvis oeniga och därmed ge uttryck för att de inte riktigt upplever en efterfrågan på de varor de producerar.

4 av 5 producenter upplever att efterfrågan är större än utbudet av närproducerade livsmedel. 82% av producenterna uppger att de helt eller åtminstone delvis är villiga att expandera sin verksamhet genom ökad produktion/nya produkter om de såg att det finns avsättning för produkterna.

Producenterna i Norrbotten ger uttryck för att det finns en stor efterfrågan på närproducerade livsmedel. Enligt dem är efterfrågan större än tillgången, det vill säga större än vad producenterna förmår leverera, vilket innebär att det finnas utrymme för expansion och/eller nyetablering. Glädjande resultat är att producenterna ställer sig mycket positiva till att faktiskt expandera sin verksamhet genom ökad produktion alternativt nya produkter om de kan se att det finns avsättning för deras varor. Över 40% anger att de är helt eniga i påståendet om viljan att expandera – det vill säga att de ställer sig mycket positiva till att utöka sin produktion.

Den lösning som föreslås i denna rapport – baserad på resultaten av de undersökningar vi gjort – bör kunna visualisera efterfrågan hos konsumenter och därmed stimulera befintliga producenter att expandera. Alternativt stimulera till nyetablering.

Majoriteten säljer sina varor på den egna gården, dock med baksidor såsom brist på privatliv och långa arbetsdagar

Försäljning från den egna gården eller i egen gårdsbutik är den viktigaste kanalen (52,38%), följt av försäljning till grossister och uppköpare (25,40%).

Respondenterna anser att det finns baksidor med att sälja från den egna gården – drygt 40% tycker att det är förenat med nackdelar. Det som främst lyfts fram är brist på privatliv, att det kräver mycket arbetstid vilket gör dagarna långa samt att det förutsätter att man som producent måste förstå och arbeta med marknadsföring och försäljning.

Majoriteten gillar marknadsföringen som en del av jobbet

Drygt 60% av producenterna uppger att de gillar att ha försäljning och marknadsföring som en del av sin arbetsvardag, 11% uppger att de inte alls gillade arbetsmomenten som innefattar marknadsföring.

Drygt hälften av producenterna (53,96%) anser dock att det är svårt att kommunicera sina produkters kvalitet och nå ut till kunder på marknaden (privata konsumenter, restauranger, butiker, grossister).

En stor andel av respondenterna (71,43%) anser att storytelling är viktigt att använda i marknadsföringen. Att lyfta fram producenten samt produktens historia och uppkomst utgör enligt dem ett värde för konsumenten och gynnar försäljningen.

Fyra av fem producenter är intresserade av nya lösningar för att lyfta fram närproducerat i Norrbotten

På påståendet "I vilken utsträckning anser du det vara intressant med nya säljkanaler, det vill säga nya vägar och sätt att sälja dina produkter?" uppger 40,98% att det är i mycket hög grad intressant. 42,62% anger i hög grad intressant. Endast 16,4% anser att en ny säljkanal vore mer eller mindre ointressant.

På påståendet "Jag ställer mig positiv till att medverka och sälja mina produkter i en sådan lösning förutsatt att det vore realistiskt möjligt för mig." uppger 54,10% av respondenterna att de är helt eniga i påståendet medan 26,23% säger sig vara delvis eniga. En av fem producenter (19,67%) säger sig vara helt eller delvis oeniga. Bland

PRIMÄRPRODUCENTER OCH FÖRÄDLINGSFÖRETAG



WEBBENKÄT

75

respondenter deltog

Webbenkäten bestod av 27 frågor och distribuerades av Länsstyrelsen och LRF Norrbotten.



FOKUSGRUPP

7

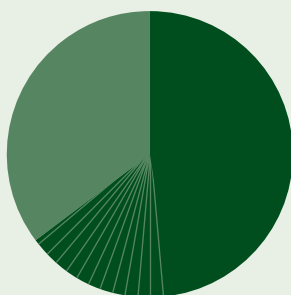
respondenter deltog

Fokusgruppsintervjun genomfördes under 2,5 timmar och gav oss en djupare förståelse för vissa resonemang och åsikter – och vi kunde konstatera att resultaten från intervjun förstärkte och befäste de resultat vi fått i webbenkäten.



INTERVJUER & SAMTAL

PRODUCENT

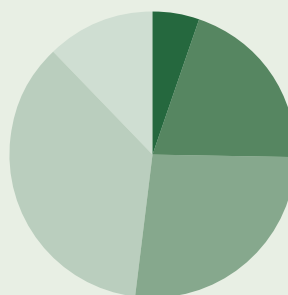


- Primärproducent: 76%
- Förädlingsföretag: 41%

*Notera att flera primärproducenter även är förädlingsföretag vilket förklarar procentsatserna.

Samtliga bedriver sin verksamhet i Norrbotten

ÅLDER



- 0-24 år: 0,00%
- 25-34 år: 5,33%
- 35-44 år: 20,00%
- 45-54 år: 26,67%
- 55-64 år: 36,00%
- 65 år eller äldre: 12,00%



"JAG STÄLLER MIG POSITIV TILL EN LÖSNING (DIGITAL MÖTES- OCH HANDELSPLATS) FÖR NÄRA MAT I NORRBOTTEN SOM SKULLE SAMLA OCH LYFTA FRAM PRODUCENTERNA SAMT MÖJLIGGÖRA FÖR FLER KONSUMENTER ATT HANDLA NÄRPRODUCERADE LIVSMEDEL."

drygt
55%

är helt *eniga* i påståendet

cirka
30%

är *delvis* *eniga* i påståendet

Endast 14,75% är mer tveksamma genom att svara delvis eller helt enig i påståendet.

skeptikerna hittar vi några olika förklaringar till tvivel. Vissa upplever att det gjorts många projekt och försök som runnit ut i sanden. Problem med att få slakten att fungera nämns också, liksom ens egen höga ålder som gör att man inte har något intresse.

Vi frågade även om producenterna ansåg att det vore önskvärt med en service där någon tog hand om marknadsföring, distribution och införsäljning till lokala butiker. En av fyra producenter – 24,59% – uppger att de är helt eniga medan närmare hälften – 47,54% – säger sig vara delvis eniga. 28% ställer sig mer tveksamma genom att svara delvis eller helt oenig.

Resultaten på frågorna ovan visar på att en stor del av producenterna ställer sig positiva till en ny lösning för att lyfta fram närproducerade livsmedel i Norrbotten. 83,6% är mycket intresserade av nya säljkanaler och drygt 80% är positiva till att för egen del medverka i en framtida lösning. Vi ska då ha i åtanke att drygt en av fem respondenter är mjölkproducenter som redan idag har en väl fungerande säljkanal genom Norrmejerier.

Och trots att producenterna i tidigare frågor uppgett att de gillar att hålla på med försäljning och marknadsföring så är det – trots det – en stor andel som är intresserade av att faktiskt få släppa frågan om marknadsföring, försäljning och distribution vidare till någon annan för att, som vi tolkar det, få fokusera på sin kärnverksamhet och det man brinner för; odling, djurhållning och

förädling. Några producenter formulerar sig på följande sätt:

"Jag är tämligen luttrad, har försökt med olika sätt men det är alltid någon hake, det kanske är bättre att vara duktig på att producera och låta dem som är duktiga på att sälja sköta marknaden."

"Utan en samordning av sälj, marknadsföring och distribution kan livsmedelsproduktionen inte ta fart."

Matchning av efterfrågade råvaror mellan producent och restaurang

Vid fokusgruppsintervjun framkom också önskemål från producenterna om att kunna matcha specifik efterfrågan. Det skulle exempelvis kunna handla om en restaurangs årsbehov av lammkött eller ägg men med leveransbehov längre fram i tiden vilket ger producenter möjligheten att planera sin produktion utifrån efterfrågan. Detta behov gav även restaurangerna uttryck för vid deras fokusgruppsintervju vilket gör frågan högst intressant i detta projekt. Hur kan efterfrågan hos konsumenter visualiseras så att producenter får möjlighet att matcha köpbehov och därmed också känna större trygghet i att det finns avsättning för deras produkter.

Vad tror producenterna om framtiden?

Vi ställde ett par frågor om framtiden för att se vad producenterna tror om utvecklingen avseende efterfrågan på samt produktionen av närproducerat.

På påståendet "Hur tror du att utvecklingen avseende efterfrågan på närproducerat kommer att se ut på 5 års sikt?" uppgav nästan 64% att de trodde att norrbottningarnas uppskattning och efterfrågan skulle komma att öka de kommande åren. Närmare 33% förutspår att efterfrågan kommer att se ut ungefär som idag, medan endast drygt 3% tror att efterfrågan kommer att minska.

Men hur tror producenterna att utvecklingen kommer att se ut på producentsidan? På påståendet "Hur tror du att utvecklingen avseende produktionen av närproducerat kommer att se ut på 5 års sikt?" uppgav närmare 28% att de tror att antalet producenter i länet kommer att minska. Drygt 40% tror att antalet kommer att vara ungefär som idag medan lite drygt 31% tror att antalet producenter kommer att öka i takt med att efterfrågan ökar.

Samtalen i den fokusgruppsintervju som gjorts är inne på samma spår. Om producenterna siar rätt så innebär det antingen att efterfrågan kommer att vara betydligt större än tillgången. Det kan också innebära att antalet producenter är färre

men större – och att de tack vare ökad produktion kan tillfredsställa marknadens behov.

Positivt är att det stora flertalet av producenterna (63,93%) tror på en ökad efterfrågan och det vittnar även många rapporter och spaningar om. Trender, klimathänsyn, hälsofokus och djuretik är faktorer som ofta brukar lyftas fram i analyser av konsumtionsutvecklingen idag. Däremot är det rimligt att anta att en kommande lågkonjunktur kommer att påverka efterfrågan i någon mån.

I vår förstudie ska vi undersöka förutsättningarna för en plattform för försäljning av närproducerade livsmedel i Norrbotten. Fokus har varit att titta på potentiella kunders behov och efterfrågan samt producenternas syn på nya säljkanaler. Men vi får inte tappa bort en fundamental fråga – och det handlar om tillgång. Det är en fråga som i mångt och mycket glöms bort i debatten kring hur vi ska äta rätt och minska vår klimatpåverkan. Vi vet att vad vi lägger på tallriken spelar roll för vår miljö och vårt klimat. Och utifrån denna kunskap publiceras den ena artikeln efter den andra med information om vad vi bör äta. Men väldigt ofta glöms frågan bort om vem som ska producera. Vad behövs för att öka livsmedelsproduktionen? Hur röjer vi undan de hinder som står i vägen för jordbrukare och förädlingsföretag? Hur får vi fler att vilja och våga bli producent?

HUR TROR DU ATT UTVECKLINGEN AVSEENDE EFTERFRÅGAN PÅ NÄRPRODUCERAT KOMMER ATT SE UT PÅ 5 ÅRS SIKT?

nästan
64%

uppgav att de trodde att norrbottningarnas uppskattning och efterfrågan skulle komma att öka de kommande åren

närmare
33%

förutspår att efterfrågan kommer att se ut ungefär som idag

Endast drygt 3% tror att efterfrågan kommer att minska



EXEMPEL PÅ ANDRA DIGITALA PLATTFORMAR

Att mathandeln är en bransch i förändring är knappast en nyhet för någon. I Sydkorea hade Tesco en önskan om att bli nummer ett i landet – utan att öppna fler butiker. Deras taktik var helt enkelt att flytta butikerna dit människor rör sig och använda tekniken för att underlätta koreanernas vardag. Helt sonika satte de upp bilder från en vanlig mataffär i tunnelbanan, där människor befinner sig och ofta har ett par minuter över, och skapa en möjlighet att skanna de matvaror man ville ha levererade hem genom sin smartphone.

Andra digitala lösningar värda att nämna är bland annat beställnings- och betaldiskarna på Max hamburgerrestauranger, där kunderna enkelt kan skraddarsy och beställa sin mat.

Den ideella föreningen Inlandsmat har utvecklat en e-handelsbutik för de producenter som är anslutna i föreningen för försäljning och distribution av lokala producenters varor.



Maxs beställnings- och betalösning



Tescos beställningsfunktion i tunnelbanan i Sydkorea

”Utan en
samordning av
sälj, marknads-
föring och
distribution
kan livsmedels-
produktionen
inte ta fart.”



Summerande diskussion

Att närproducerade livsmedel röner stort intresse hos såväl privata konsumenter som hos restaurangerna råder det ingen tvekan om. Frågan om hur vi genom förändrad konsumtion minskar vår klimatpåverkan är brännande aktuell, främst bland de medelålders och yngre generationerna. Baserat på research samt den kvalitativa och kvantitativa undersökningen som gjorts i förstudien lyfter vi fram sju slutsatser som ligger till grund för den idé på lösning som presenteras.

Slutsats 1: Efterfrågan finns

En ökad medvetenhet om sin egen påverkan och inte minst sin möjlighet att påverka gör att fler och fler konsumenter ställer krav på producenter och handel. Utifrån de undersökningar som gjorts inom ramen för detta projekt drar vi slutsatsen att det finns en uppenbar efterfrågan hos privata konsumenter.

Slutsats 2: Lösningen ska formas med de privata konsumenterna i fokus

Den offentlig verksamheten står för 4-5% av livsmedelskonsumtionen och detta faktum, i kombination med att det finns en omfattande och

till viss del begränsande upphandlingslagstiftning som omgärdar de offentliga livsmedelsinköpen, gör oss övertygade om att en lösning med det långsiktiga målet om "Mer norrbottnisk mat på tallriken" ska utvecklas med de privata konsumenterna i fokus.

Slutsats 3: Restaurangerna har behov av att effektivisera inköpen

De restauranger som idag jobbar med närproducerade livsmedel har behov av effektiva inköpskanaler som förenklar deras arbete, men som också möjliggör till dialog med producenterna. Både restauranger och producenter efterfrågar en kontaktyta där köpare bland annat kan göra

Norrbottnen har många, kunniga livsmedelsproducenter med framåtanda och en vilja att expandera.

förfrågningar om större inköpsvolymen långt innan faktiskt behov. En funktion som kan fånga upp och visualisera framtida köpbehov möjliggör för producenterna att i högre utsträckning kunna producera på känd efterfrågan.

Slutsats 4: Producenterna är med på noterna

Där en efterfrågan finns brukar allt som oftast ett utbud uppstå. Även om man kan tycka att samhällsdebatten om hur vi ska handla och äta rätt ofta helt glömmer bort frågan om vem som ska producera, så konstaterar vi att Norrbotten har många, kunniga livsmedelsproducenter med framåtanda och en vilja att expandera förutsatt efterfrågan på deras produkter. Förstudiens resultat visar på att en stor andel av producenterna ställer sig mycket positiva till nya säljkanaler, och trots att många uppger att de gillar att ha försäljning och marknadsföring som en del av sin arbetsvardag så är det lika många som anser att det är svårt att kommunicera sina produkters kvalitet och nå ut till kunder på marknaden. De ställer sig positiva till en ny lösning och möjligheten att få hjälp med marknadsföring, distribution och införsäljning till handeln.

Slutsats 5: Minsta motståndets lag

För att nå effekt måste lösningen passa den breda skaran norrbottningar. Att skapa en plattform för medvetna konsumenter som redan idag deltar i EKO-ringar på Facebook eller handlar hos producenter i länet kommer inte att leda till någon märkbar förändring i konsumtion av nära mat. Lösningen måste tvärtom passa människor som inte är benägna att göra någon extra kraftanstängning. Närproducerat måste helt enkelt tas nära konsumenten.

Och vi tror att en lösning som snabbt kan skapa förändring i konsumtionsmönster involverar etablerade aktörer såsom ICA, Coop, Willys etc. där människor gör sina vardagliga matinköp. En sådan lösning skulle också ge producenterna större trygghet jämfört med att leverera direkt till slutkund vilket de i stor utsträckning gör idag.

Slutsats 6: Predika inte för redan frälsta

En del är beredda att cykla långt för att få tag på en lokalproducerad grönsak. De personerna kommer vi inte behöva övertala om att välja de produkter vi rekommenderar. I vår kommunikation måste vi istället våga prata om hög kvalitet. Självfallet måste produkten i sig leverera, men det gäller också att ladda varumärket med en sådan känsla, från förpackningsdesign till att berätta och bygga producenternas historier. Det kommer attrahera en helt annan målgrupp, och därmed gynna såväl producenterna, butikerna och givetvis vår miljö.

Slutsats 7: Avstånd påverkar valet av lösning

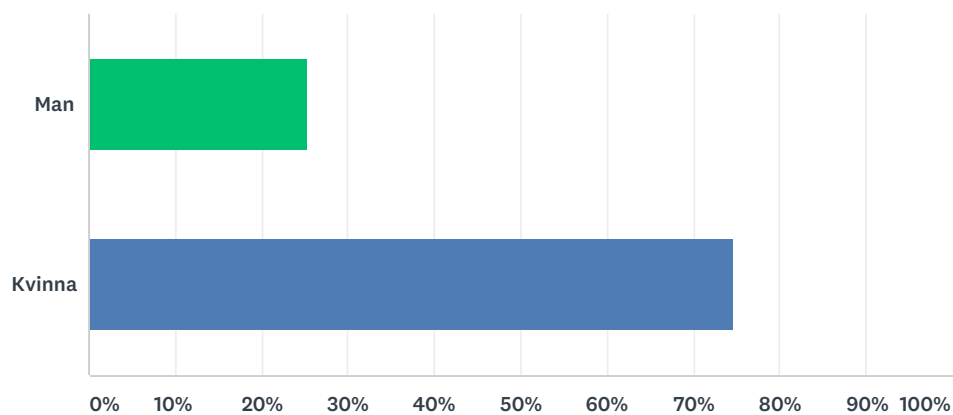
Att handskas med livsmedel ställer stora krav. Det handlar om transittider, kylda och icke kylda transporter, obrutna kylkedjor, lagermöjligheter, lagertider m.m. Dessutom bor vi i en landsända med långa avstånd mellan konsumenterna vilket är ytterligare en parameter att ta hänsyn till. Logistik, leveransmöjligheter och människors vilja att betala för utkörning måste beaktas då vi utarbetar ett förslag på lösning.

Med avstamp i dessa sju slutsatser har vi arbetat fram en idé som vi tror skulle förändra konsumtionen av nära mat i Norrbotten – på riktigt!



Q1 Är du...

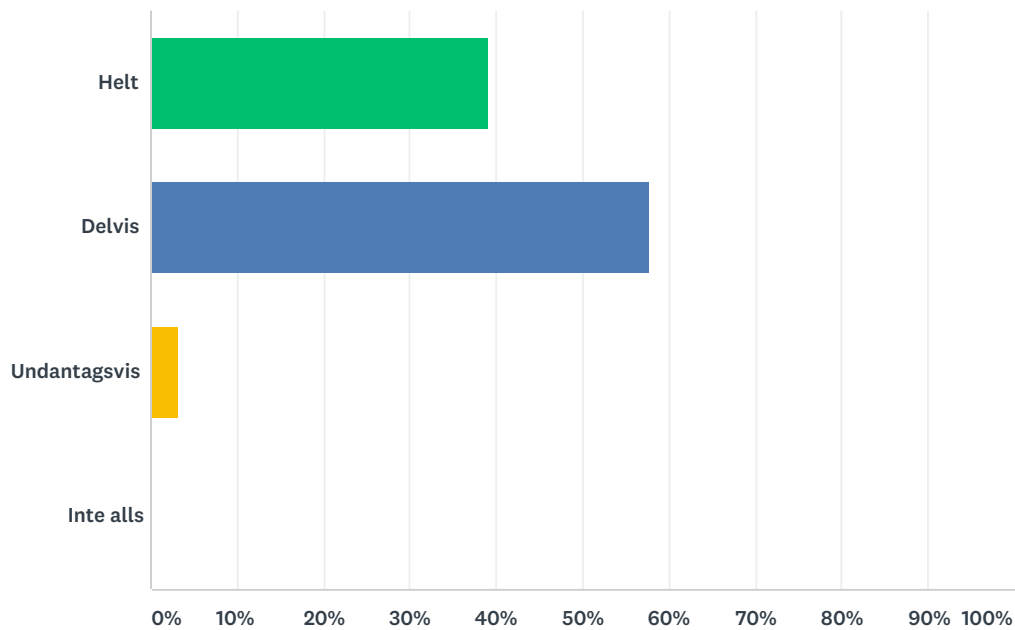
Answered: 355 Skipped: 0



SVARSVAL	SVAR	
Man	25,35%	90
Kvinna	74,65%	265
TOTALT		355

Q2 I vilken utsträckning ansvarar du för matinköpen i ditt hushåll?

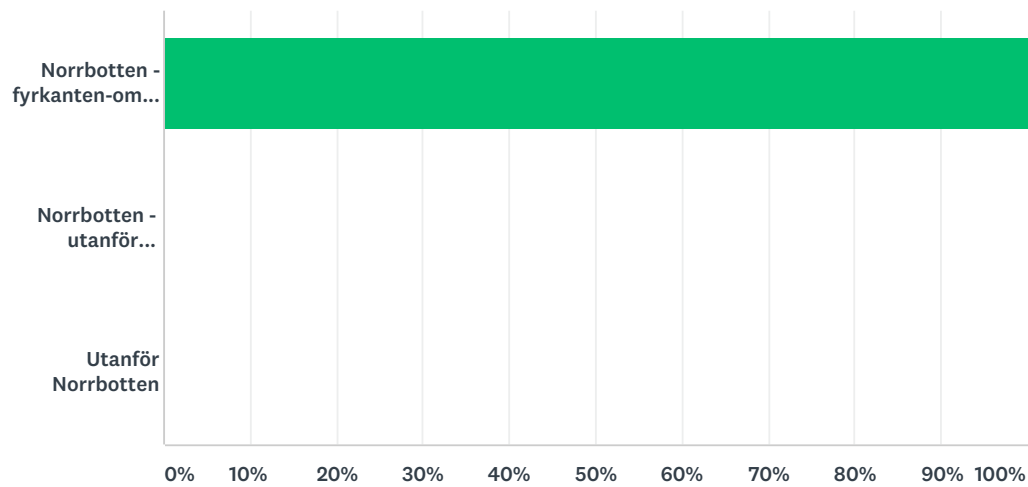
Answered: 355 Skipped: 0



SVARSVAL	SVAR	
Helt	39,15%	139
Delvis	57,75%	205
Undantagsvis	3,10%	11
Inte alls	0,00%	0
TOTALT		355

Q3 Var bor du?

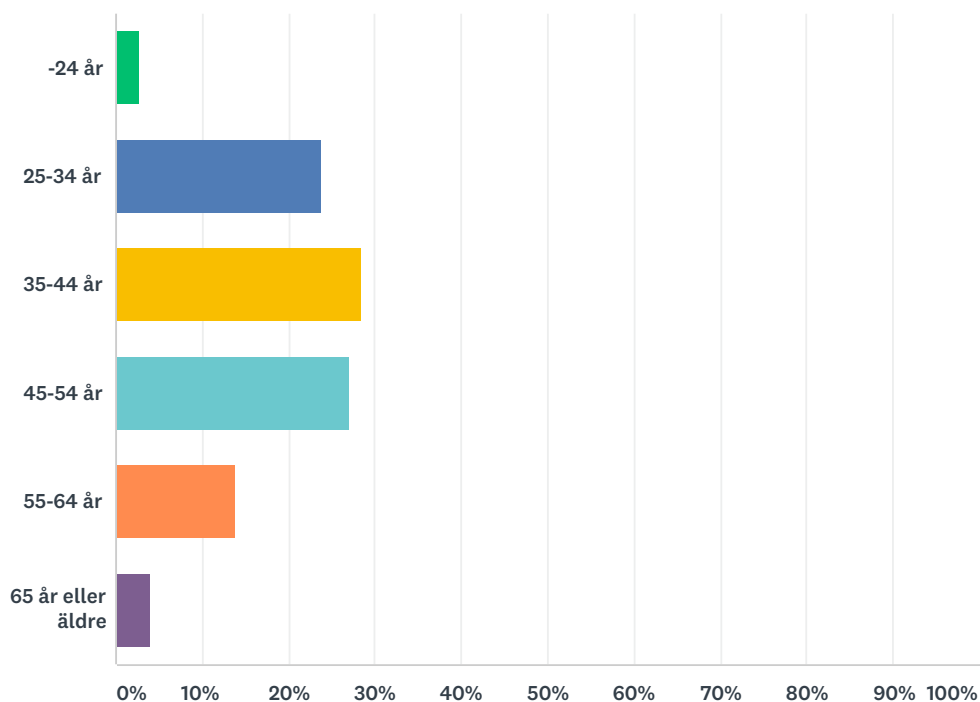
Answered: 355 Skipped: 0



SVARSVAL	SVAR	
Norrbotten - fyrkanten-området (Luleå-Boden-Piteå-Älvsbyn)	100,00%	355
Norrbotten - utanför fyrkanten-områden	0,00%	0
Utanför Norrbotten	0,00%	0
TOTALT		355

Q4 Ålder?

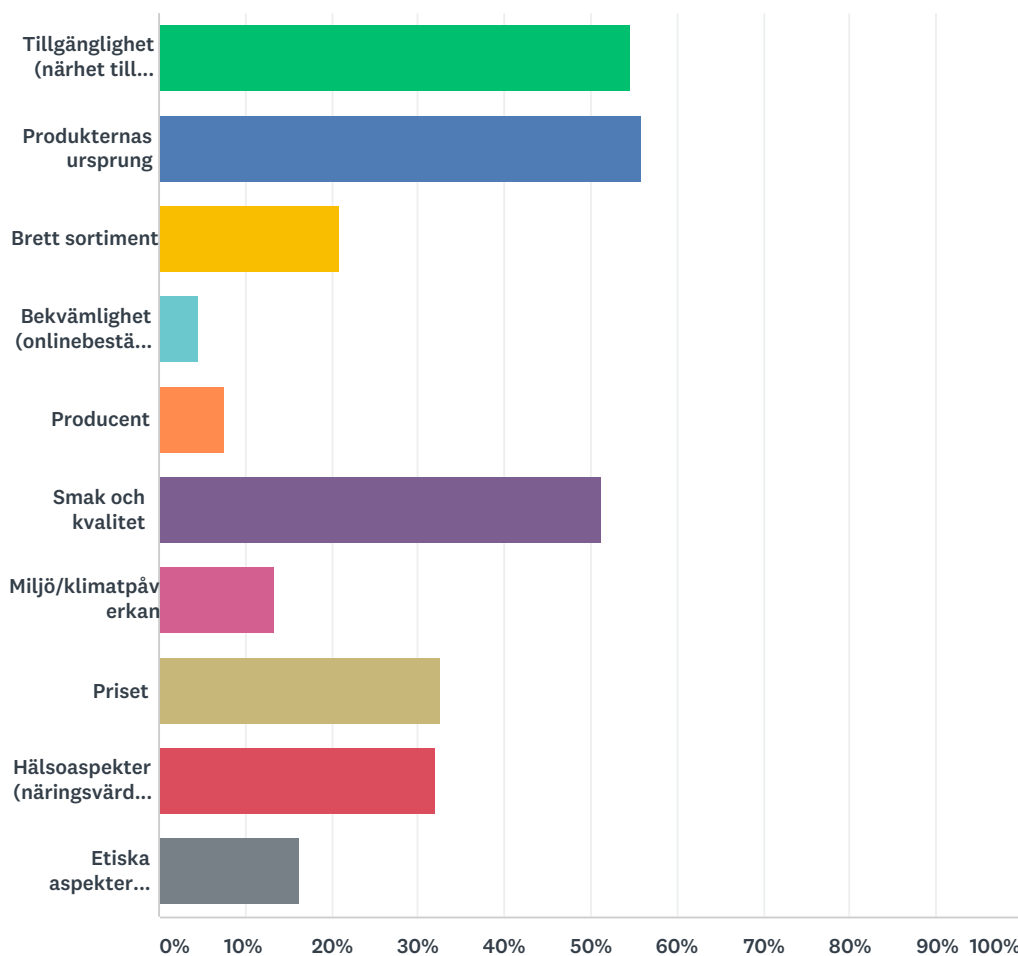
Answered: 355 Skipped: 0



SVARSVAL	SVAR	
-24 år	2,82%	10
25-34 år	23,94%	85
35-44 år	28,45%	101
45-54 år	27,04%	96
55-64 år	13,80%	49
65 år eller äldre	3,94%	14
TOTALT		355

Q5 Vad påverkar dig främst när du handlar mat? Välj de tre alternativ som är viktigast för dig.

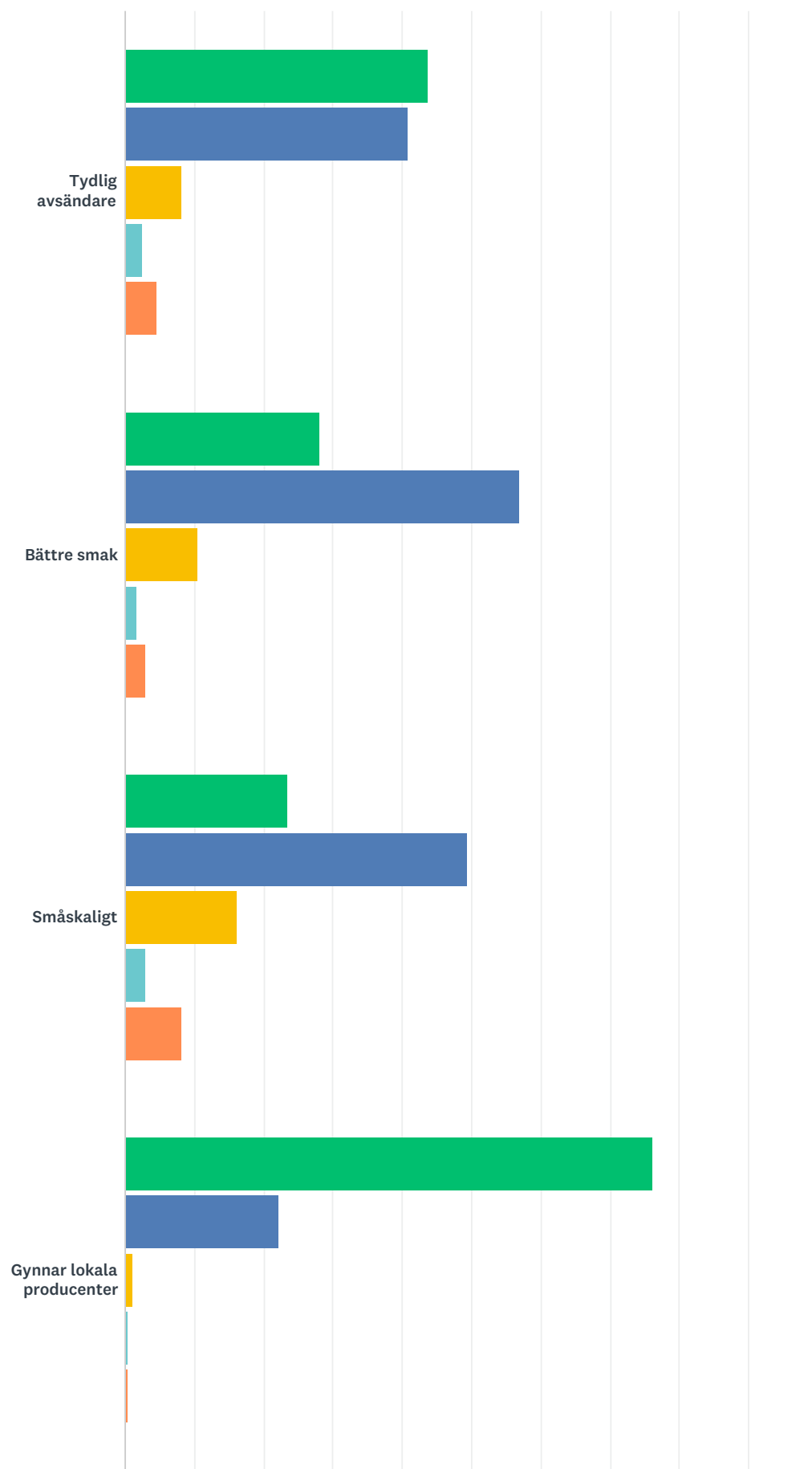
Answered: 306 Skipped: 49

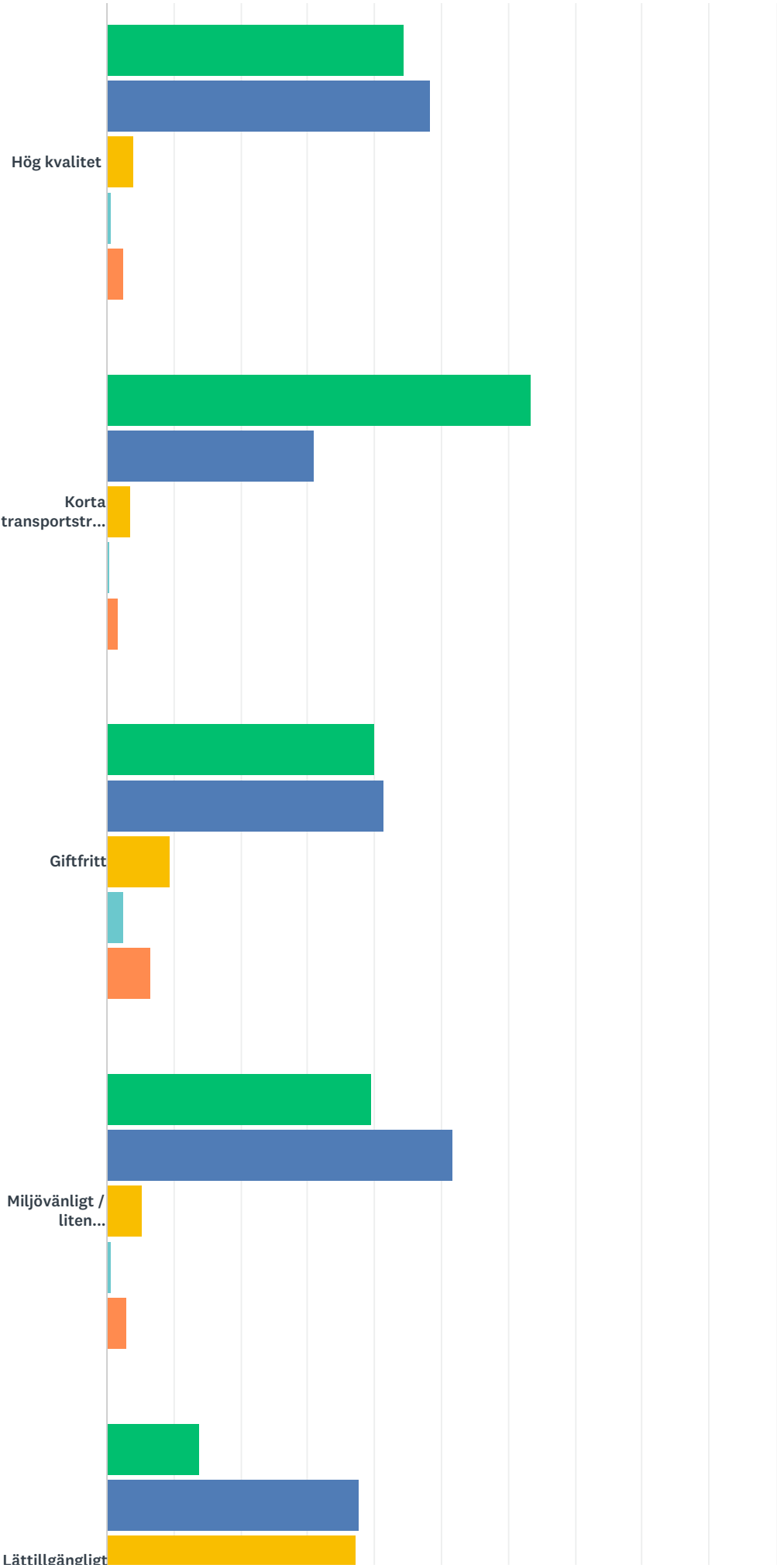


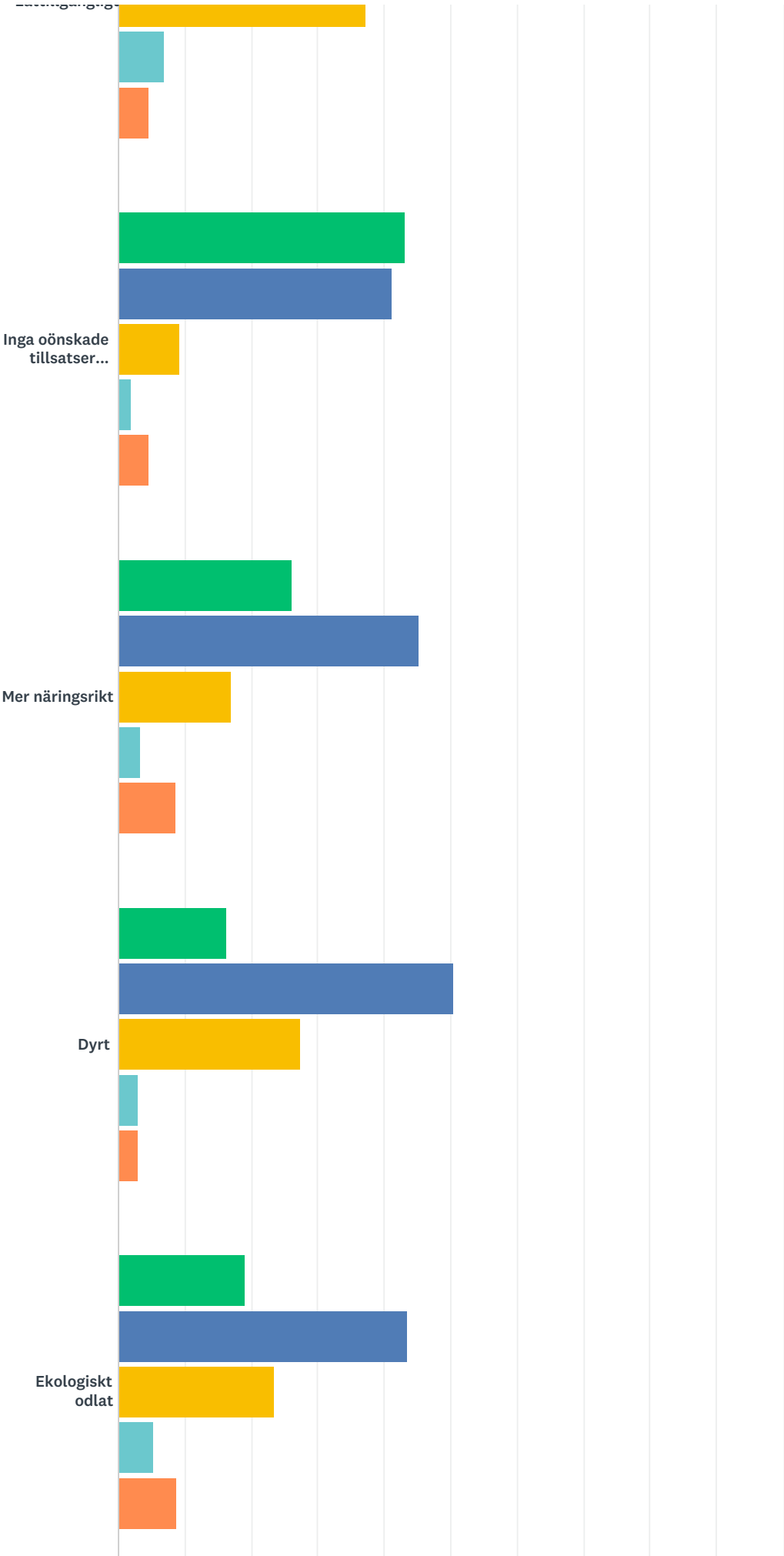
SVARSVAL	SVAR	
Tillgänglighet (närhet till affär, bra parkeringsmöjligheter etc)	54,58%	167
Produkternas ursprung	55,88%	171
Brett sortiment	20,92%	64
Bekvämlighet (onlinebeställning, utkörning av varor etc.)	4,58%	14
Producent	7,52%	23
Smak och kvalitet	51,31%	157
Miljö/klimatpåverkan	13,40%	41
Priset	32,68%	100
Hälsoaspekter (näringssvärde, fria från tillsatser, ekologiskt etc)	32,03%	98
Etiska aspekter (ex.vis rättvisemärkt, djurhållning)	16,34%	50
Totalt antal svarande: 306		

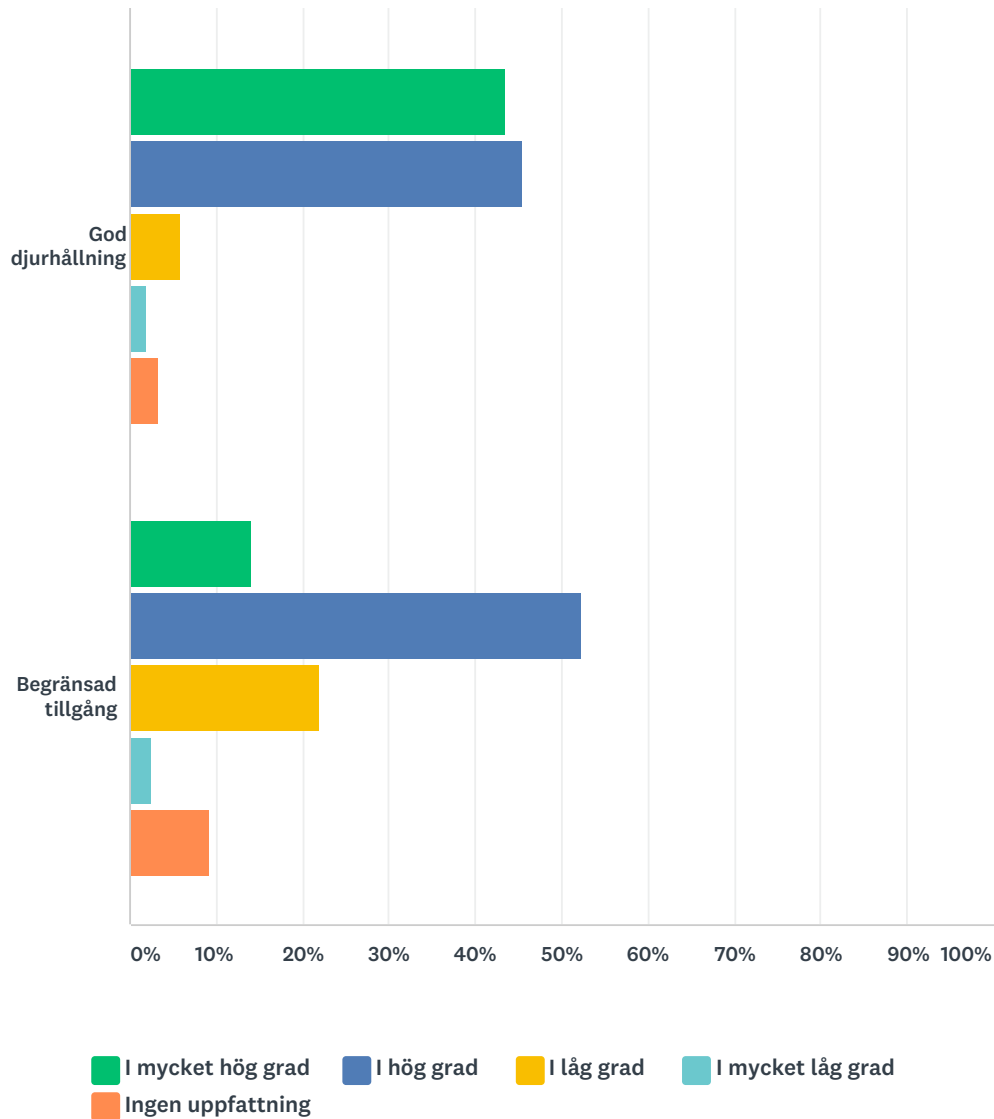
Q6 I vilken grad förknippar du följande med begreppet närproducerat?

Answered: 306 Skipped: 49







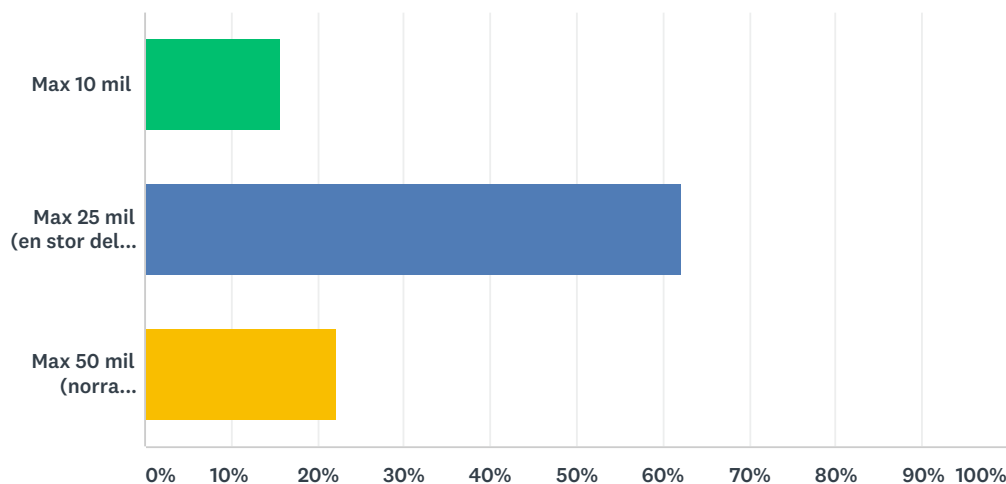


	I MYCKET HÖG GRAD	I HÖG GRAD	I LÅG GRAD	I MYCKET LÅG GRAD	INGEN UPPFATTNING	TOTALT
Tydlig avsändare	43,79% 134	40,85% 125	8,17% 25	2,61% 8	4,58% 14	306
Bättre smak	28,10% 86	56,86% 174	10,46% 32	1,63% 5	2,94% 9	306
Småskaligt	23,53% 72	49,35% 151	16,01% 49	2,94% 9	8,17% 25	306
Gynnar lokala producenter	76,14% 233	22,22% 68	0,98% 3	0,33% 1	0,33% 1	306
Hög kvalitet	44,44% 136	48,37% 148	3,92% 12	0,65% 2	2,61% 8	306
Korta transportsträckor	63,40% 194	31,05% 95	3,59% 11	0,33% 1	1,63% 5	306
Giftfritt	39,87% 122	41,50% 127	9,48% 29	2,61% 8	6,54% 20	306
Miljövänligt / liten klimatpåverkan	39,54% 121	51,63% 158	5,23% 16	0,65% 2	2,94% 9	306
Lättillgängligt	13,73% 42	37,58% 115	37,25% 114	6,86% 21	4,58% 14	306
Inga oönskade tillsatser (antibiotika, smakförstärkare m.fl.)	43,14% 132	41,18% 126	9,15% 28	1,96% 6	4,58% 14	306

Mer näringsrikt	26,14% 80	45,10% 138	16,99% 52	3,27% 10	8,50% 26	306
Dyrt	16,34% 50	50,33% 154	27,45% 84	2,94% 9	2,94% 9	306
Ekologiskt odlat	18,95% 58	43,46% 133	23,53% 72	5,23% 16	8,82% 27	306
God djurhållning	43,46% 133	45,42% 139	5,88% 18	1,96% 6	3,27% 10	306
Begränsad tillgång	14,05% 43	52,29% 160	21,90% 67	2,61% 8	9,15% 28	306

Q7 Hur långt anser du att det maximalt får vara till livsmedlets ursprung för att du ska anse att det är närproducerat och därmed uppfylla de mervärden som du är ute efter som konsument?

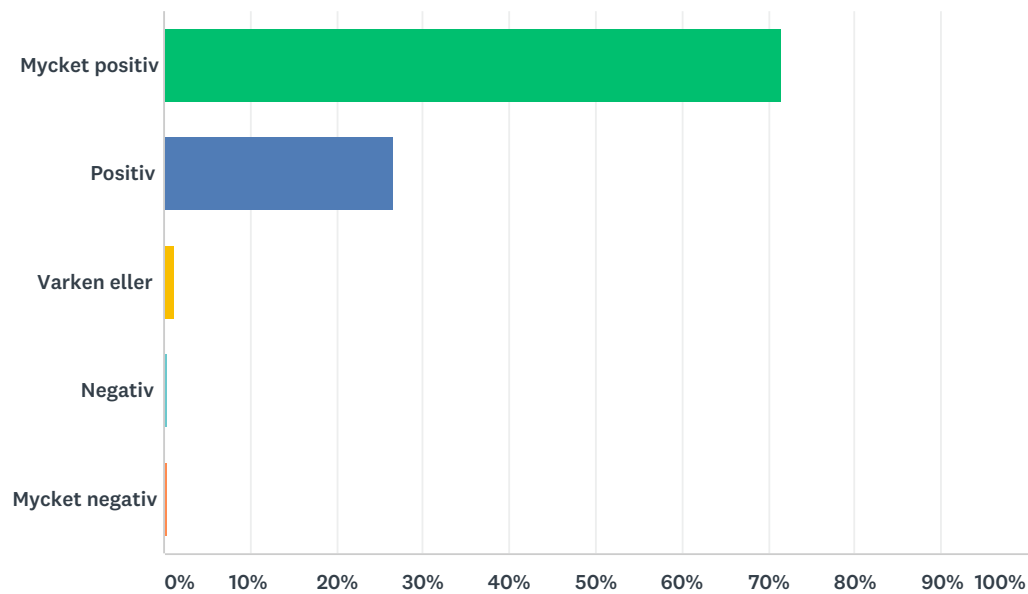
Answered: 306 Skipped: 49



SVARSVAL	SVAR	
Max 10 mil	15,69%	48
Max 25 mil (en stor del av Norrbotten täcks in förutsatt att du som konsument finns inom fyrkanten.)	62,09%	190
Max 50 mil (norra Norrland)	22,22%	68
TOTALT		306

Q8 Vad stämmer bäst överens med din generella attityd till närproducerade livsmedel?

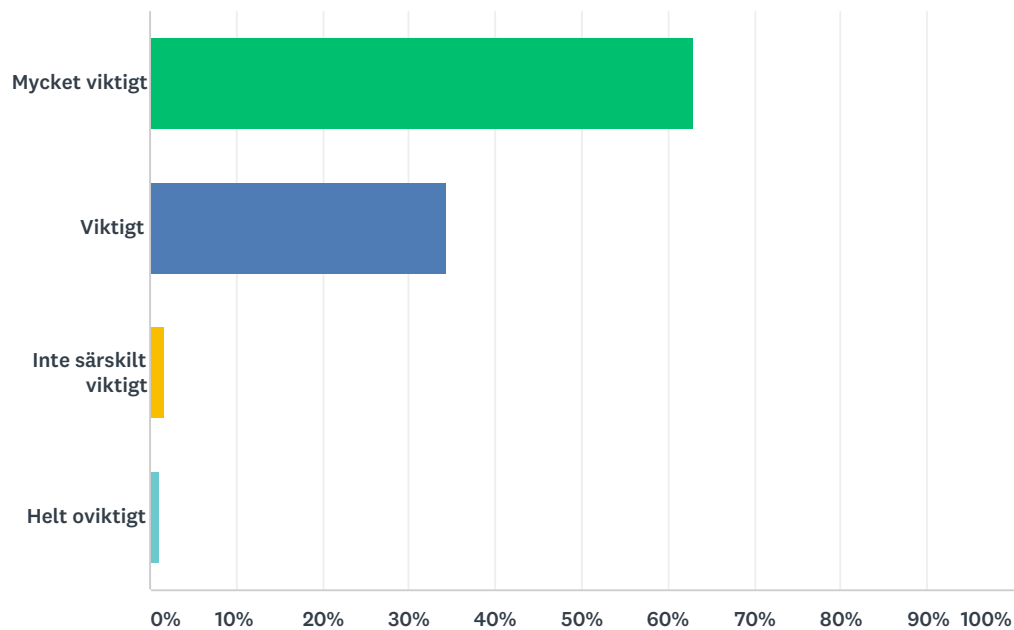
Answered: 306 Skipped: 49



SVARSVAL	SVAR	
Mycket positiv	71,57%	219
Positiv	26,47%	81
Varken eller	1,31%	4
Negativ	0,33%	1
Mycket negativ	0,33%	1
TOTALT		306

Q9 Hur viktigt anser du det vara att kunna handla närproducerade varor?

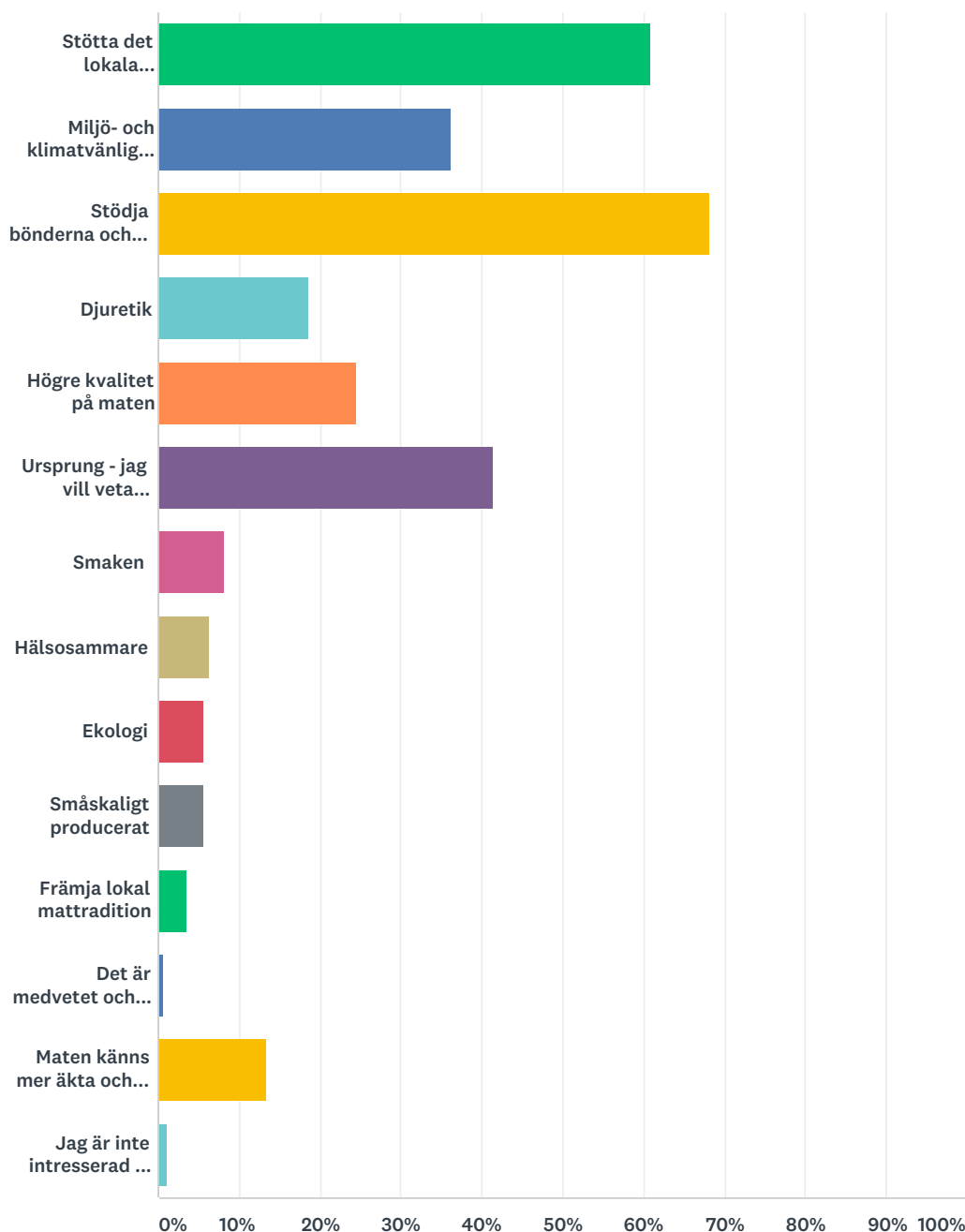
Answered: 306 Skipped: 49



SVARSVAL	SVAR	
Mycket viktigt	63,07%	193
Viktigt	34,31%	105
Inte särskilt viktigt	1,63%	5
Helt oviktigt	0,98%	3
TOTALT		306

Q10 Vilka av nedanstående skäl motiverar dig främst till att vilja handla mat som är närproducerad? Välj maximalt tre av nedan alternativ.

Answered: 306 Skipped: 49

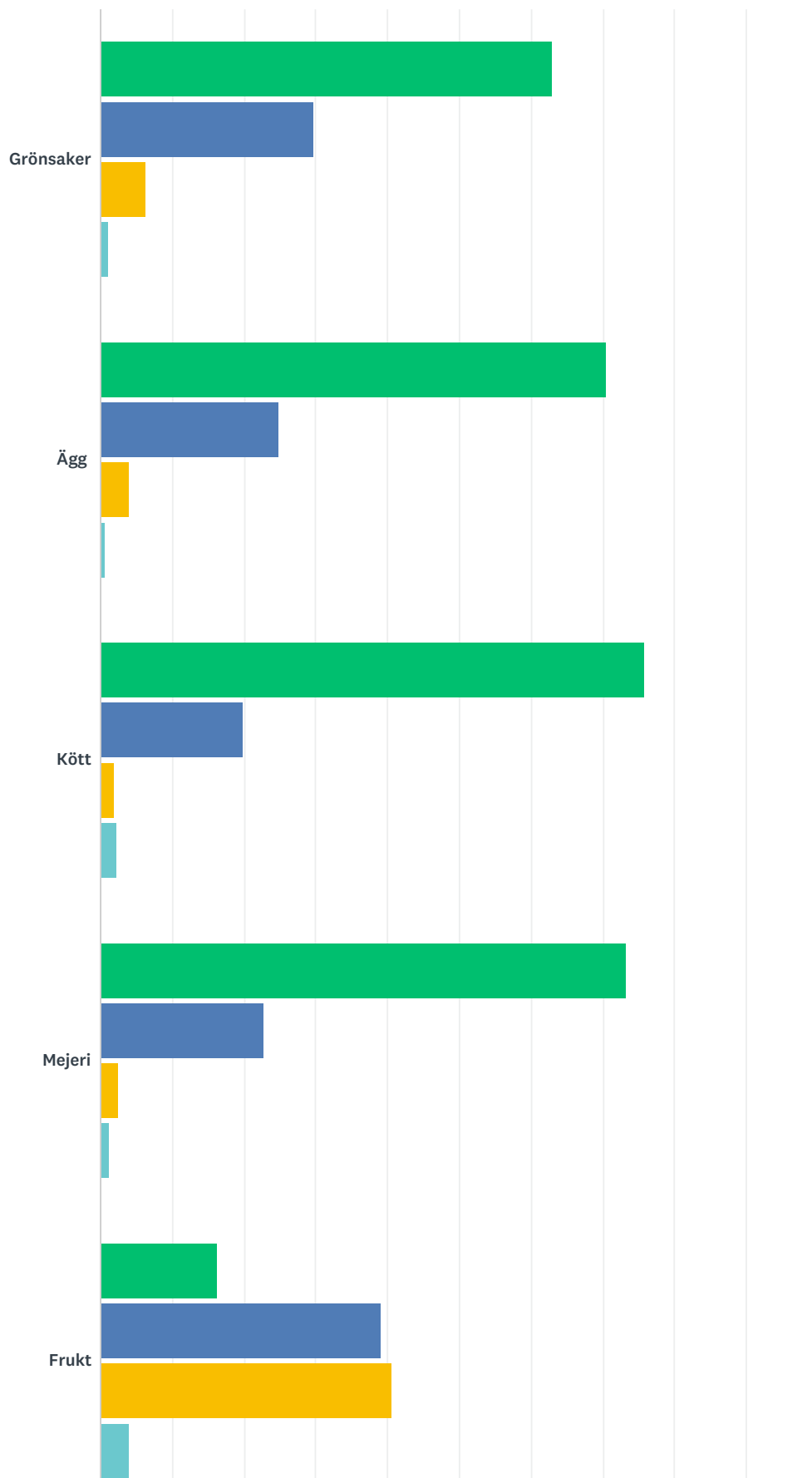


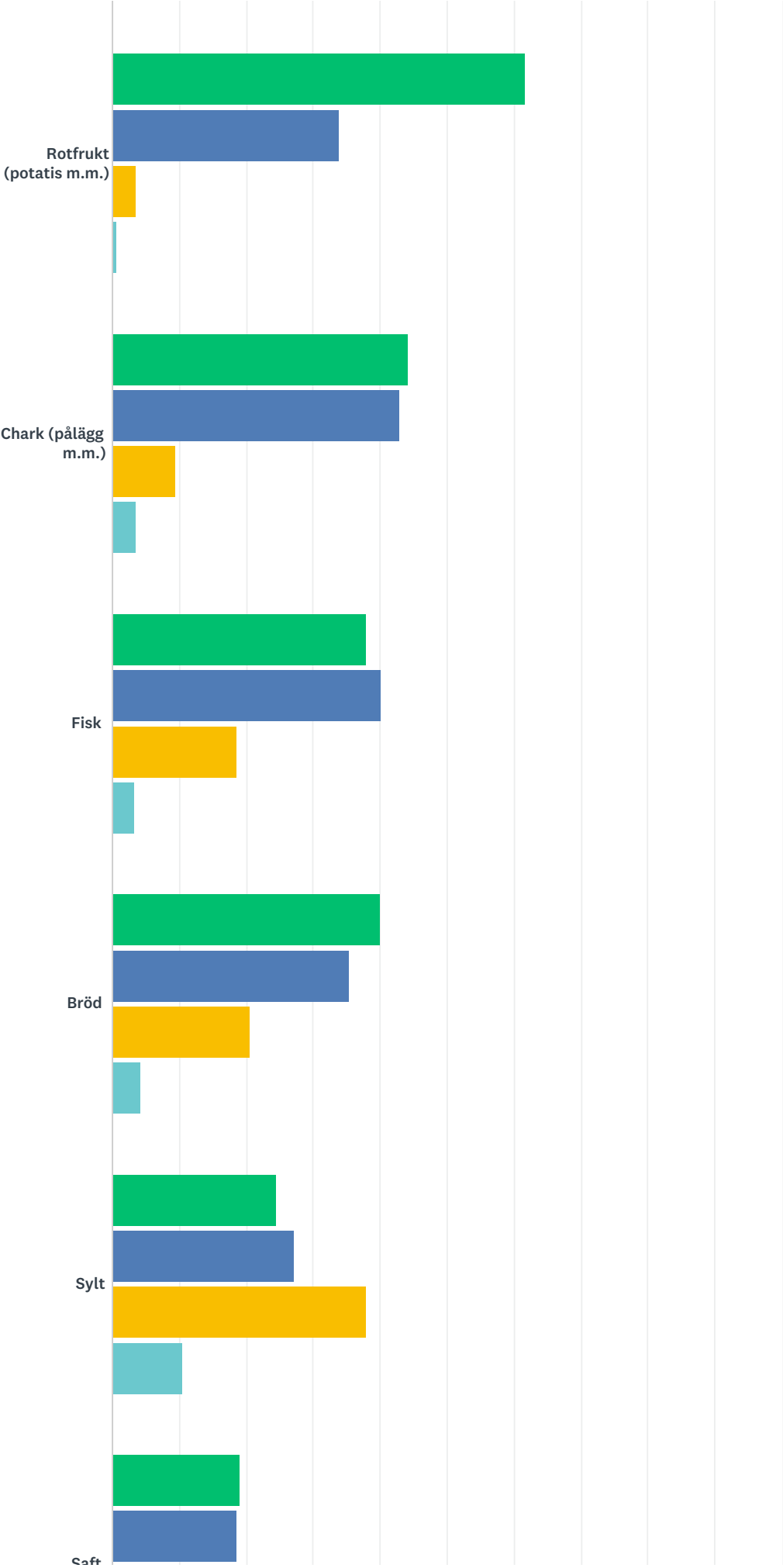
SVARSVAL	SVAR	
Stötta det lokala näringslivet / främja sysselsättningen	60,78%	186
Miljö- och klimatvänligt producerat	36,27%	111
Stödja bönderna och en levande landsbygd med öppna landskap	68,30%	209
Djuretik	18,63%	57
Högre kvalitet på maten	24,51%	75
Ursprung - jag vill veta varifrån maten kommer	41,50%	127

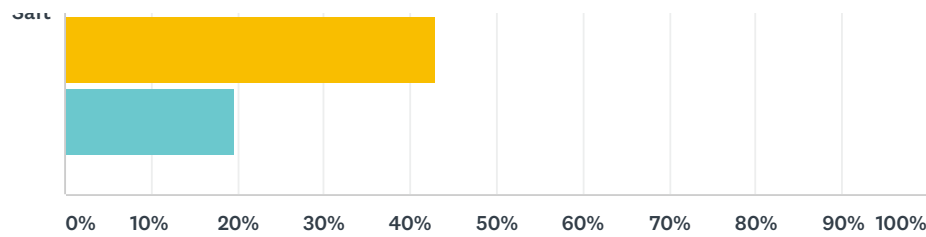
Smaken	8,17%	25
Hälsosammare	6,21%	19
Ekologi	5,56%	17
Småskaligt producerat	5,56%	17
Främja lokal mattradition	3,59%	11
Det är medvetet och "ligger i tiden"	0,65%	2
Maten känns mer äkta och naturlig	13,40%	41
Jag är inte intresserad av att handla närproducerat.	0,98%	3
Totalt antal svarande: 306		

Q11 Hur viktigt anser du det vara att det finns ett utbud av närproducerade alternativ inom följande livsmedelskategorier:

Answered: 306 Skipped: 49





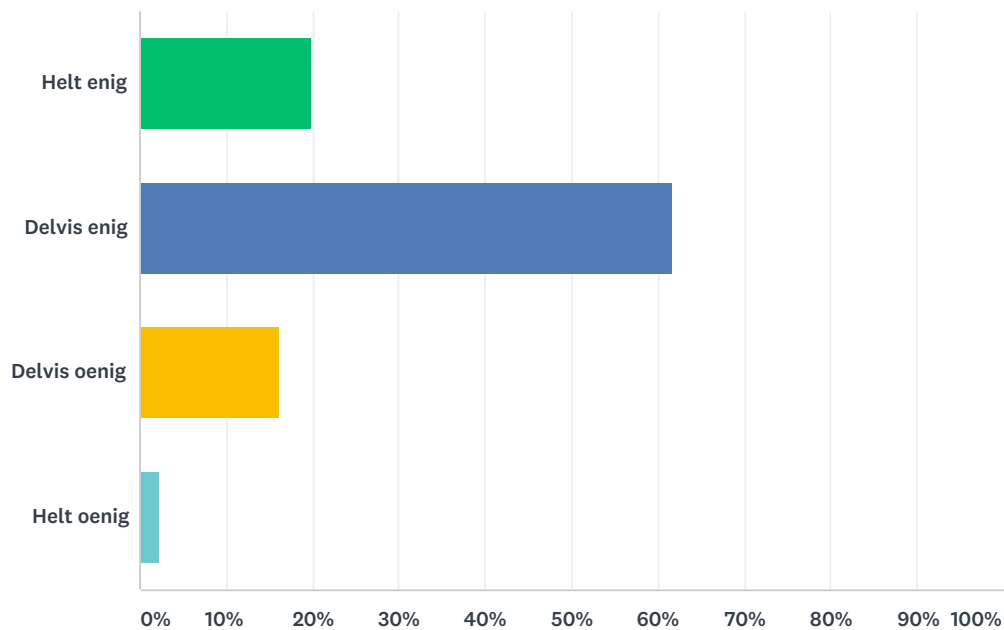


■ Mycket viktigt
 ■ Viktigt
 ■ Mindre viktigt
 ■ Inte alls viktigt

	MYCKET VIKTIGT	VIKTIGT	MINDRE VIKTIGT	INTE ALLS VIKTIGT	TOTALT
Grönsaker	63,07% 193	29,74% 91	6,21% 19	0,98% 3	306
Ägg	70,59% 216	24,84% 76	3,92% 12	0,65% 2	306
Kött	75,82% 232	19,93% 61	1,96% 6	2,29% 7	306
Mejeri	73,20% 224	22,88% 70	2,61% 8	1,31% 4	306
Frukt	16,34% 50	39,22% 120	40,52% 124	3,92% 12	306
Rotfrukt (potatis m.m.)	61,76% 189	33,99% 104	3,59% 11	0,65% 2	306
Chark (pålägg m.m.)	44,12% 135	42,81% 131	9,48% 29	3,59% 11	306
Fisk	37,91% 116	40,20% 123	18,63% 57	3,27% 10	306
Bröd	39,87% 122	35,29% 108	20,59% 63	4,25% 13	306
Sylt	24,51% 75	27,12% 83	37,91% 116	10,46% 32	306
Saft	18,95% 58	18,63% 57	42,81% 131	19,61% 60	306

Q12 Jag anser att det idag finns bra förutsättningar och möjligheter för mig att handla närproducerade livsmedel.

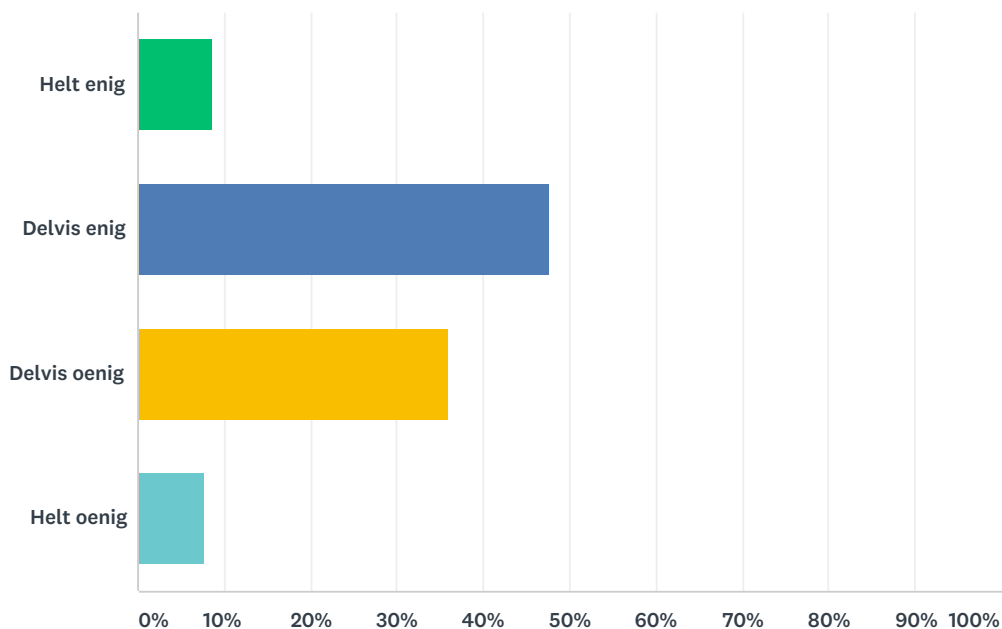
Answered: 306 Skipped: 49



SVARSVAL	SVAR	
Helt enig	19,93%	61
Delvis enig	61,76%	189
Delvis oenig	16,01%	49
Helt oenig	2,29%	7
TOTALT		306

Q13 Jag anser att matbutiker såsom ICA, Coop, Willys med flera är bra på att presentera och därmed underlätta för mig att hitta och handla närproducerade livsmedel i butiken.

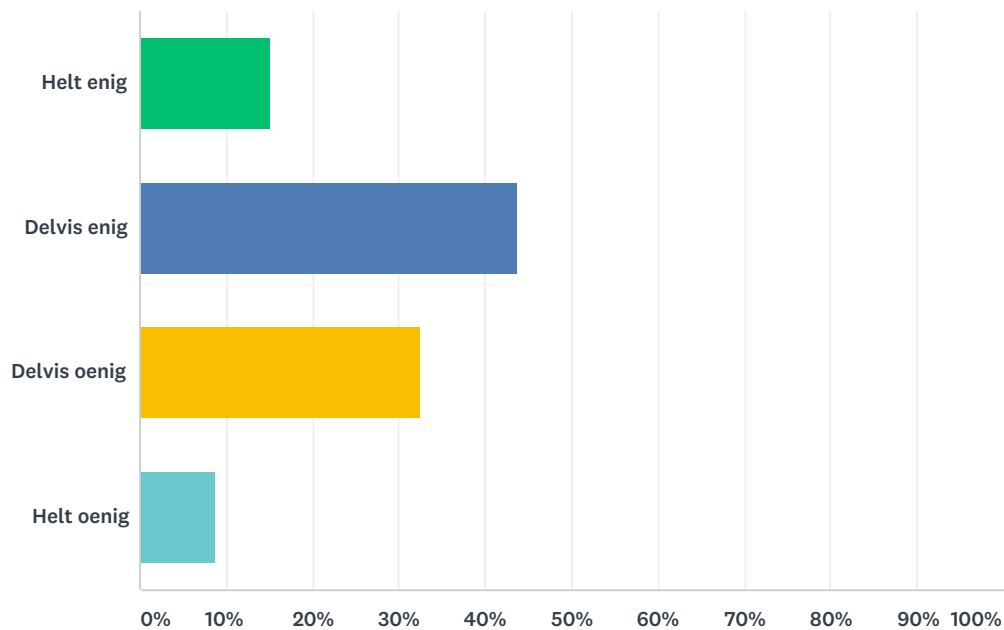
Answered: 306 Skipped: 49



SVARSVAL	SVAR	
Helt enig	8,50%	26
Delvis enig	47,71%	146
Delvis oenig	35,95%	110
Helt oenig	7,84%	24
TOTALT		306

Q14 Jag anser mig ha god koll på producenter i min region som jag kan kontakta, besöka och handla utav.

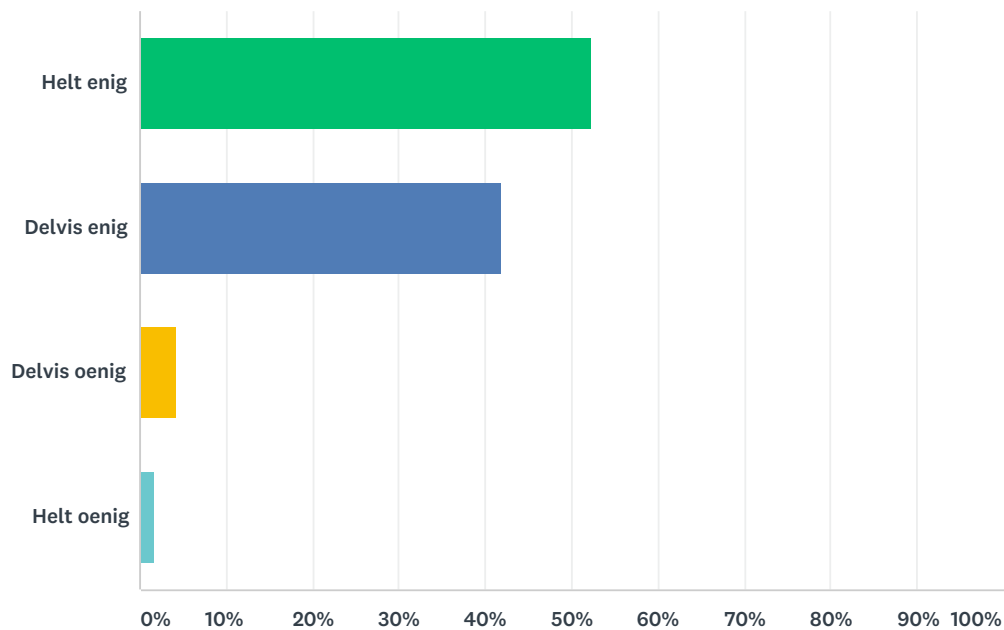
Answered: 306 Skipped: 49



SVARSVAL	SVAR	
Helt enig	15,03%	46
Delvis enig	43,79%	134
Delvis oenig	32,35%	99
Helt oenig	8,82%	27
TOTALT		306

Q15 Jag är villig att betala lite mer för närproducerade livsmedel än produkter med annat ursprung.

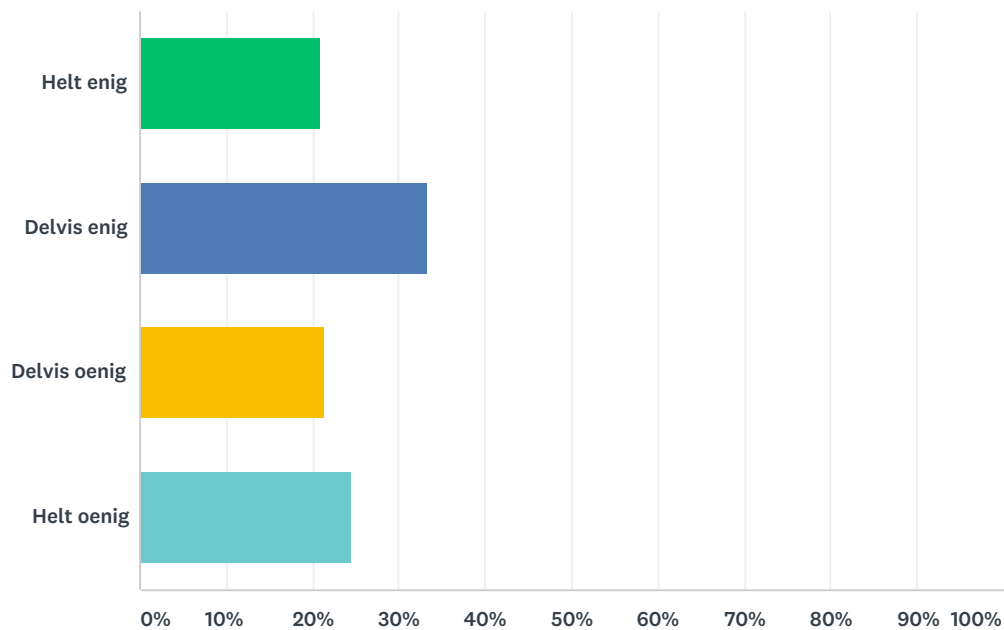
Answered: 306 Skipped: 49



SVARSVAL	SVAR	
Helt enig	52,29%	160
Delvis enig	41,83%	128
Delvis oenig	4,25%	13
Helt oenig	1,63%	5
TOTALT		306

Q16 Jag anser att hushållets ekonomi idag gör så att jag handlar mindre närproducerade livsmedel än jag skulle önska.

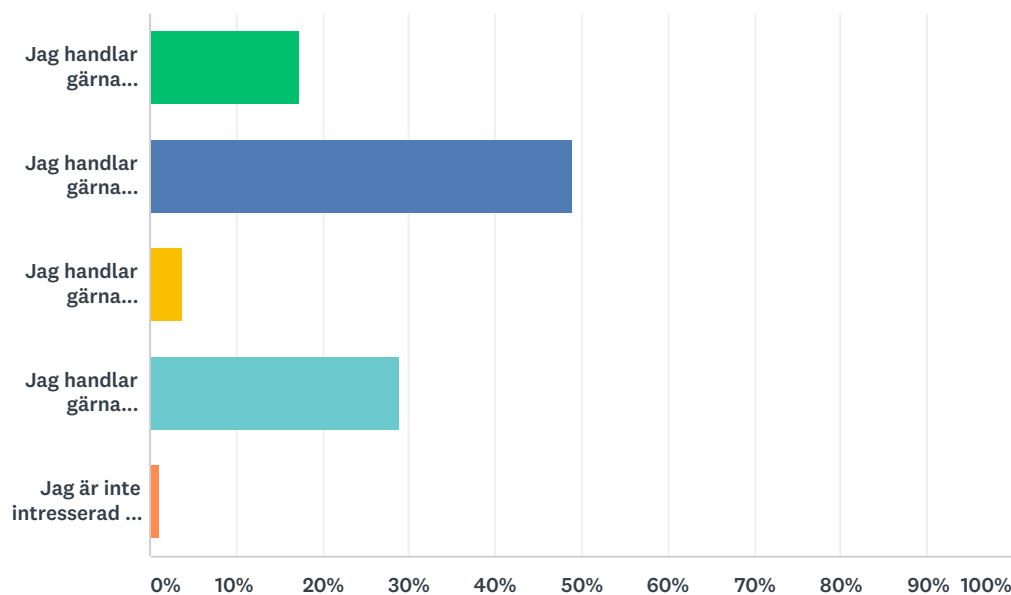
Answered: 306 Skipped: 49



SVARSVAL	SVAR	
Helt enig	20,92%	64
Delvis enig	33,33%	102
Delvis oenig	21,24%	65
Helt oenig	24,51%	75
TOTALT		306

Q17 Välj det som passar bäst in på dig.

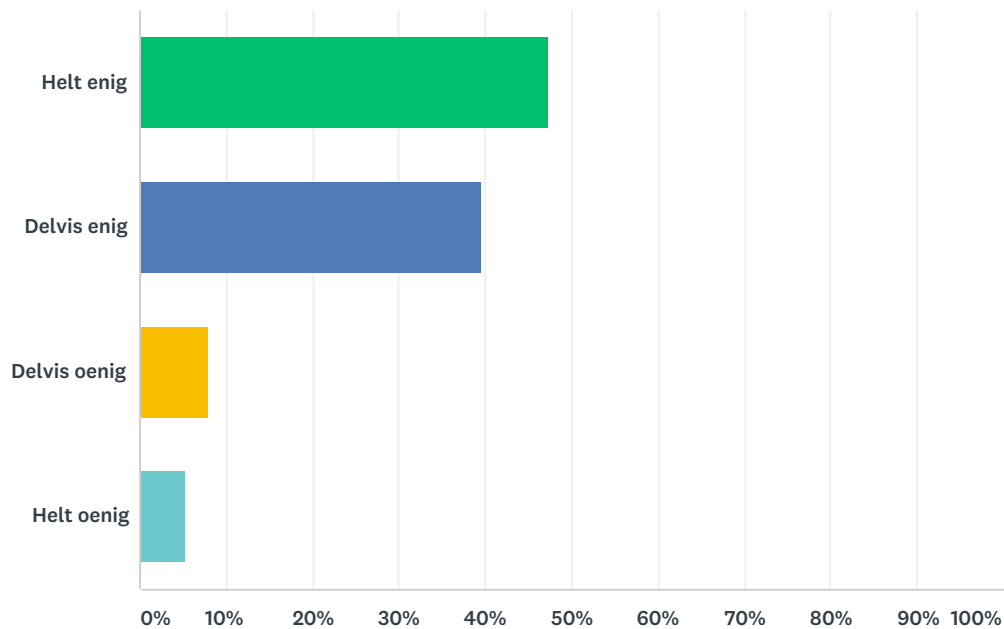
Answered: 288 Skipped: 67



SVARSVAL	SVAR
Jag handlar gärna närproducerad mat och ser inga hinder i att behöva åka till de olika producenterna (bönder/odlare/gårdsbutiker) för att köpa det jag behöver.	17,36% 50
Jag handlar gärna närproducerad mat och kan tänka mig att göra inköp på en digital handelsplats och hämta mina varor på ett centralt beläget utlämningsställe.	48,96% 141
Jag handlar gärna närproducerad mat och kan tänka mig att göra inköp på en digital handelsplats, men endast förutsatt att det levereras hem till dörren.	3,82% 11
Jag handlar gärna närproducerad mat, men endast om varorna finns att välja bland övrigt sortiment i den matvarubutik där jag gör mina livsmedelsinköp.	28,82% 83
Jag är inte intresserad av att handla närproducerad mat.	1,04% 3
TOTALT	288

Q18 Jag anser att en digital mötesplats (jmf. kontaktförmedling) som ger mig kännedom om producenter i regionen skulle underlätta mina inköp.

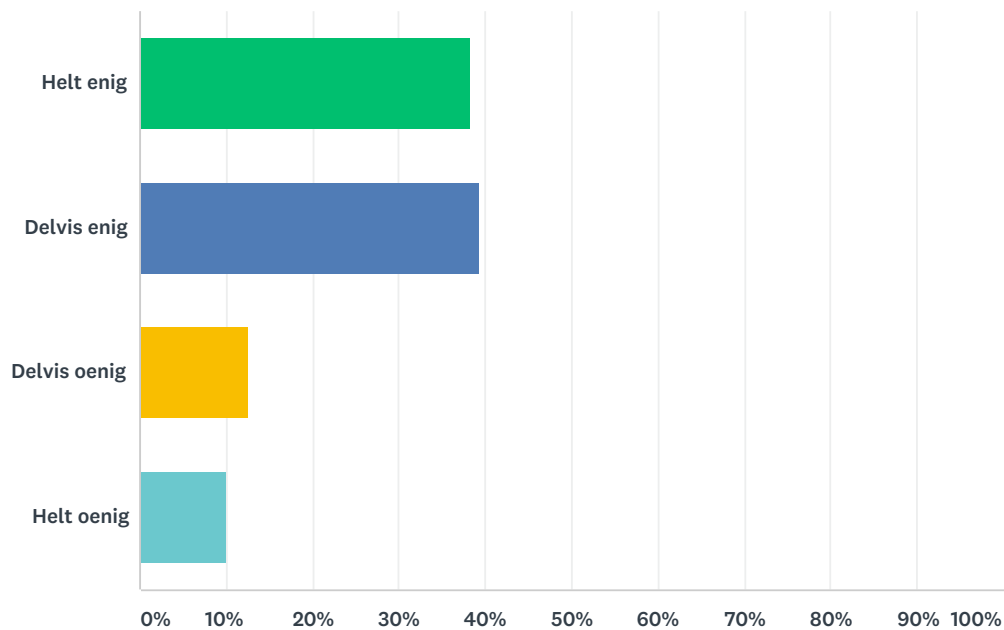
Answered: 288 Skipped: 67



SVARSVAL	SVAR	
Helt enig	47,22%	136
Delvis enig	39,58%	114
Delvis oenig	7,99%	23
Helt oenig	5,21%	15
TOTALT		288

Q19 Jag skulle sannolikt öka min konsumtion av närproducerade livsmedel om det fanns en digital mötesplats. (jmf. kontaktförmedling)

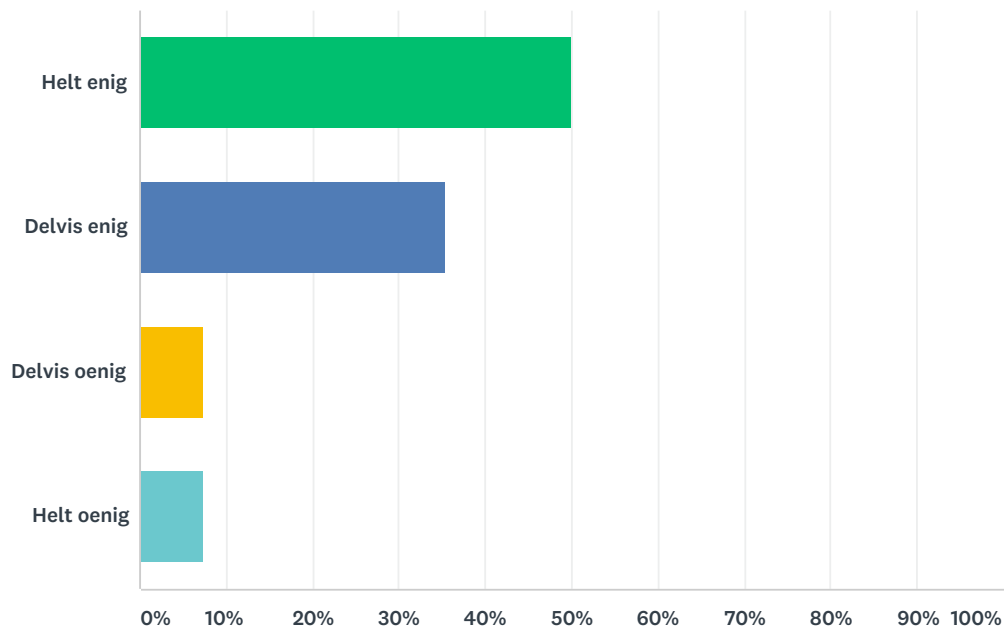
Answered: 288 Skipped: 67



SVARSVAL	SVAR	
Helt enig	38,19%	110
Delvis enig	39,24%	113
Delvis oenig	12,50%	36
Helt oenig	10,07%	29
TOTALT		288

Q20 Jag anser att en digital mötes- och handelsplats (webbplats med regionens producenter samt e-handel/butik) skulle underlätta mina inköp av närproducerad mat.

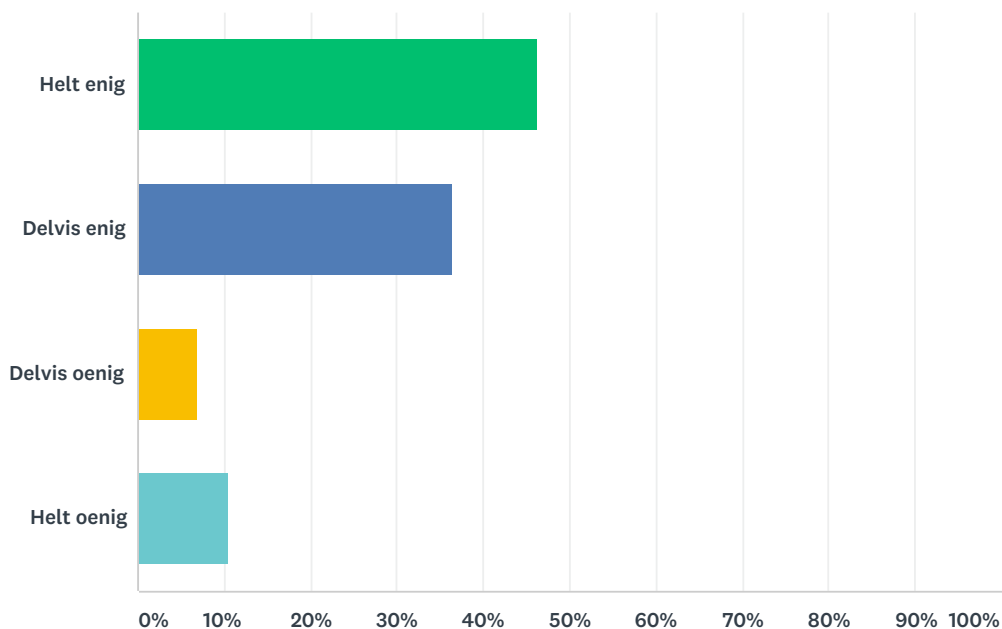
Answered: 288 Skipped: 67



SVARSVAL	SVAR	
Helt enig	50,00%	144
Delvis enig	35,42%	102
Delvis oenig	7,29%	21
Helt oenig	7,29%	21
TOTALT		288

Q21 Jag skulle sannolikt öka min konsumtion av närproducerade livsmedel om det fanns en digital mötes- och handelsplats (webbplats med regionens producenter samt e-handel/butik).

Answered: 288 Skipped: 67



SVARSVAL	SVAR	
Helt enig	46,18%	133
Delvis enig	36,46%	105
Delvis oenig	6,94%	20
Helt oenig	10,42%	30
TOTALT		288

Q22 Vad skulle få dig att handla närproducerade varor? Eller kanske till och med öka din konsumtion? Finns det någon särskild funktionalitet, innehåll eller service som är särskilt viktigt på en mötes- och handelsplats?

Answered: 156 Skipped: 199

#	SVAR	DATUM
1	Kött grönsaker ägg mjölk	2018-10-20 07:50
2	Tydligare skyltning i affärerna när det finns lokala alternativ!	2018-10-19 13:09
3	Nära att hämta	2018-10-18 20:56
4	Enkelt om det fanns i butiken, men helt ok även med de som man kan åka till. Vore inte dumt med en matmarknad typ 1-2 ggr per månad året runt.	2018-10-18 17:43
5	Vet ej	2018-10-18 17:37
6	Vet ej	2018-10-18 14:56
7	Att det finns att handla på de butiker som kör hem varorna	2018-10-18 13:53
8	Nej	2018-10-18 12:51
9	Ett pris som är bra, mjölk utan skruvkork	2018-10-18 10:52
10	Ingen åsikt	2018-10-18 10:39
11	Jag saknar fysiska mötesplatser där jag kan köpa lokalproducerade livsmedel, tex Farmers marketing på en fast plats med regelbundna intervaller, tex varje lördag på Rådhusorget i Piteå	2018-10-18 10:17
12	Ska vara bra utbud	2018-10-18 08:02
13	Bra parkering, gärna centralt.	2018-10-18 07:50
14	Att det fanns på de butiker jag handlar på. Handlar ofta på Willys pga bra parkeringsmöjligheter och oftast mindre folk. Tror inte jag sett något närproducerat där.	2018-10-18 07:14
15	I komplement till e-handel att det går att finna de flesta varor i större handelsbutiker tex Coop Ica	2018-10-18 06:45
16	Kännedom till lokala producenter	2018-10-18 06:22
17	Tillgänglighet	2018-10-18 06:08
18	Nej	2018-10-18 05:45
19	Större utbud, priset	2018-10-18 05:41
20	lättillgänglighet	2018-10-18 05:30
21	Utbud och tillgänglighet	2018-10-17 20:19
22	tillgängligheten	2018-10-17 20:16
23	Ursprungsmärkning så man vet var varan kommer från	2018-10-17 19:35
24	Nä	2018-10-17 18:06
25	-	2018-10-17 17:55
26	Rimliga priser. Bra information om vara man kan få tag på varorna och under vilka tider.	2018-10-17 15:36
27	Vet ej	2018-10-17 14:21
28	Hemkörning av varor	2018-10-17 13:53
29	Info om när säsongsvaror kommer in, t ex i en app med notis- så kan man planera veckans matsedel/inköp efter det.	2018-10-17 12:50
30	Mer närproducerat i våra mataffärer! Det är väl knappast klimatsmart att behöva köra omkring hos olika producenter och handla från gården deras	2018-10-17 11:52
31	Vet ej	2018-10-17 11:47

32	Priset. Jag önskar jag hade råd att handla mer nära men tyvärr är de ofta dyrare än köttet på ica	2018-10-17 11:45
33	Nej	2018-10-17 11:29
34	Ett bra utbud av varor	2018-10-17 10:33
35	Visshet och kontinuitet att möjlighet finns att handla regelbundet. Gärna centralt.	2018-10-17 10:23
36	Bättre köttkvalitet	2018-10-17 10:16
37	.	2018-10-17 10:11
38	Alltså jag handlar redan mycket närproducerat, för att öka kanske någon form av marknad någon gång per år så man också kan prata med dom som producerar varorna liksom	2018-10-17 10:01
39	smidigt. samlat. inte utspritt. Finns inte tid för det	2018-10-17 10:00
40	Tillgängligheten	2018-10-17 09:59
41	Att varorna är blir billigare.	2018-10-17 09:55
42	Vetskapen om VAD som finns att köpa. Tillgänglighet, att kunna hitta allt på samma ställe. Gärna att "besöksdagar" ordnas till olika producenter, så man får se var produkterna kommer ifrån och hur tillverkningen/framställningen kan se ut. Det skulle skapa ett intresse hos konsumenter att handla lokalt.	2018-10-17 09:11
43	Lätt använd	2018-10-17 09:03
44	Tydlig historik kring produkterna.	2018-10-17 09:02
45	Hemleverans frifrakt	2018-10-17 08:55
46	Att veta ursprunget att det jag köper och attvdevfinns en transpersons och kontroll på tillverkaren/producenten	2018-10-17 08:40
47	Ingen, är ensamstående med 3 tonåringar att försörja så handla närproducerat när jag har möjlighet. tyvärr styr min ekonomi	2018-10-17 08:32
48	Saluhall med endast lokala varor att beställa och hämta på upphämningsplats	2018-10-12 19:11
49	Enkel webbplats	2018-10-12 13:07
50	Någon app, eller hemsida. Något i stil med mat.se eller linas matkasse.	2018-10-12 09:38
51	Möjlighet att betala direkt vid bokning, o därmed enkel hämtning utan mkt kontakt/väntan.	2018-10-11 20:52
52	Information om hur/var en kan köpa produkten	2018-10-11 19:11
53	Marknad i Luleå Centrum	2018-10-11 15:13
54	Jag väljer närproducerade varor i stor utsträckning redan nu! En presentation av gårdarna som är representerade skulle jag vilja se så jag vet från var varorna kommer ifrån. Lättillgänglighet med bra öppettider att hämta varorna är också viktigt.	2018-10-10 21:05
55	För att det ska vara värt att åka och handla på ett särskilt ställe är det bra om det finns flera olika varor att handla annars tar det för mycket tid att åka runt till olika gårdar.	2018-10-10 20:53
56	Största anledningen till att man väljer annat är att det är enkelt på hyllan i butiken. Så genom att knyta ihop flera och förenkla låter som en ypperlig ide. Vi hade nyttjat det.	2018-10-10 20:11
57	Om inte varorna finns i butik skulle det underlätta att veta var man kan inhandla produkterna. Att det gick att köpa potatis mm i Böle exempelvis fick jag veta av en närstående, inte genom reklam.	2018-10-09 19:50
58	Slaktmetod. Saknar slakt med bultpistol på den lokala gården. Jag vill inte köpa kött även hos en liten producent vars djur gått den kvävande koldioxiddöden till mötes. Stort avgörande för vår familj.	2018-10-09 19:32
59	Mer lättåtkomligt	2018-10-09 19:31
60	Kan inte komma på något, tyvärr.	2018-10-09 19:28
61	Det ska finnas i standardsortimentet på de vanliga livsmedelsbutikerna. Visst det är mysigt att åka ut till respektive producent, men det blir inte hållbart över tid, blir dyrt och i te miljövänligt heller.	2018-10-09 19:23
62	Gärna ett centralt utlämningsställe eller butik som är mer centralt belägen.	2018-10-09 19:22
63	Lätt att beställa gärna där jag köper annan mat online med.	2018-10-09 19:00
64	Lätt tillgängligt	2018-10-09 18:49

65	Tydlighet i butik eller butik online där man även ser "skillnaden" i pris. Priset skulle inte avskräcka men ge en konkret preferens att göra lokalproducerat mer tydligt på tex ICAs onlinesajt hjälper med länk ut till "producenten" eller samlat näridlat forum skulle ge en genuin känsla på de lokalproducerade produkterna	2018-10-09 17:55
66	Kanske tips på hur jag kan ta hand om vissa produkter. Vad kan jag frysa ner o spara i grönsaksväg. Hur tillreder jag tex lammkött. Enkla tips o recept.	2018-10-09 17:42
67	Vet ej	2018-10-09 17:05
68	Hitta allt på "ett och samma ställe"	2018-10-09 13:21
69	Att det finns i den butik där jag handlar eller att det finns flera lokala handlare på sett ställe (typ marknad) så man slipper köra runt.	2018-10-09 12:37
70	Nej	2018-10-09 10:33
71	Gå in på www.produceratinorr.se / app sedan kunna välja mat att handla efter kategori likt en vanlig sofistikerad e-handelsplattform idag. Sedan välja var att hämta efter max 2 dygn: hemkört (dyrare), på ICA Kvantum, COOP eller Willys. Jag skulle använda tjänsten för storinköpen som planeras i stor utsträckning och samtidigt veta att det är lokalt producerat. Alternativet/kompletterar är ett Amazon GO-liknande koncept i Piteå där allt lokalt inom 25 mils radie finns representerat på hyllan.	2018-10-09 09:37
72	Bra sökfunktioner för att hitta varan man söker, och tydliga prisjämförelsemöjligheter.	2018-10-09 08:55
73	Lättillgänglig	2018-10-09 08:23
74	Gärna utkörning	2018-10-09 08:05
75	Avstånd från centrum, parkeringsmöjligheter och öppettider.	2018-10-09 08:02
76	Kanske färdiga middagspaket	2018-10-09 07:28
77	Tillgänglighet	2018-10-09 05:44
78	Sambeställning av tex kött. Dela flera på en 1/2 oxe.	2018-10-08 22:22
79	Finns det så skulle jag absolut köpa dem. Handelsplats och mötesplatsen skall vara lätta att förstå och tydliga med hur man köper/beställer.	2018-10-08 21:36
80	Online och hemkörning. Annars inte. Tänkt hur ni ska underlätta och spara tid för mig som konsument. Tid är vår tids nya guld. Kämpa!	2018-10-08 20:54
81	Bättre skyltat vid närproducerade varor.	2018-10-08 20:45
82	Större utbud på samma ställe	2018-10-08 20:22
83	För mig är det en stor fördel att kunna klicka hem och hämta upp.	2018-10-08 19:14
84	Ett argument för en central upphämningsplats för sina handlade råvaror är att vi minskar antalet bilfärder där vi enskilt åker ut till gården. Men vi tappar kontakten med hur det är producerat.	2018-10-08 18:37
85	Glöm inte fiskproducenterna (läs lokala yrkesfiskare) och för den delen viltkött om det nu är möjligt oerhört svårt för icke invigda att få tag på.	2018-10-08 18:33
86	Färdiga blandningar anpassad för familj med olika val av rot el/och grönsaker ?!	2018-10-08 17:53
87	Nära tillgång	2018-10-08 17:50
88	...	2018-10-08 17:34
89	Att den finns!	2018-10-08 17:24
90	Kommer inte på något förutom en digital mötesplats där all information är samlad.	2018-10-08 17:13
91	Om det finns i butiken jag handlar i	2018-10-08 17:06
92	Förutom att det är närproducerat så vill jag också gärna handla ekologiskt. Dvs inte besprutad med olika bekämpningsmedel, hållbart odlande där man inte utarmar jorden man odlar i, hållbara bevattningssystem och gödsling osv. Så tydlighet kring hur sakerna är producerade mer än bara "närodlat" för det säger ju ingenting om hur något är framställt, utan bara om platsen där det odlats.	2018-10-08 16:43
93	Lättanvänd, få klick	2018-10-08 16:12
94	Lättillgänglighet till produkterna	2018-10-08 15:52
95	Snabb leverans och humana priser.	2018-10-08 15:44
96	Inget att tillägga	2018-10-08 15:25

97	Eftersom jag inte har någon bil handlar jag på närmaste mataffär. Men kan jag hämta upp närproducerat, eller ännu bättre få det hemskickat, skulle jag handla mer. Och om det skulle finnas en portal där även småskaliga matproducenter kan sälja sina produkter vore det toppen. På Kvantum finns mest de stora producenterna. Jag skulle också vilja att det angavs hur många procent som är norrbottniska råvaror - att jokkmokkskorv tillverkas i jokkmokk spelar mindre roll om grisarna är från Danmark (bara ett exempel, jag vet inte om det är så)	2018-10-08 14:42
98	Jag tycker att reko-ringar är ett utmärkt medel för detta.	2018-10-08 14:15
99	Enkelt att välja inköp och att betala	2018-10-08 13:58
100	Mindre lyxförpackningar. Mer enkla som inte väger. Ett utbud av såväl tillgänglighet på affär o hem t dörren o hämta hos bonde. Inte enbart, som var enda svaret ovan. Både och är ju bäst.	2018-10-08 13:40
101	Vet ej	2018-10-08 13:19
102	Information och tydlighet, göra det enklare för mig som konsument.	2018-10-08 13:18
103	Service och information	2018-10-08 13:10
104	Närproducerat betyder tyvärr inte alltid etisk djurhållning eller utan tillsatser, så jag väljer ändå vissa producenter framför andra. Det skulle vara bra med en plats där mycket information finns om just dessa delar hos producenterna.	2018-10-08 13:02
105	Att varorna finns i de butiker jag gör mina inköp	2018-10-08 13:00
106	Utbudet på affärerna är fortfarande dåligt. Vill ha mer ☺	2018-10-08 13:00
107	Jag tycker att det är viktigt att närproducerat finns i våra affärer och skolor! Om jag ska handla digitalt så måste det gå att göra det på ett enkelt och tydligt sätt. Viktigast är att det är bra råvaror och ekologiskt.	2018-10-08 12:44
108	Aktuell information om tillgängliga varor.	2018-10-08 12:35
109	-	2018-10-08 12:33
110	Ökad marknadsföring från de fysiska butikerna eller en klockren digital butik.	2018-10-08 12:24
111	Enkelt, tydligt och bra uppdaterat	2018-10-08 12:13
112	Vetskap om var de finns	2018-10-08 12:11
113	Kännedom om vart jag ska vända mig.	2018-10-08 12:03
114	Det vore toppen för mig som konsument o för miljön att slippa köra runt o hämta mina varor. En mötesplats vore toppen.	2018-10-08 12:02
115	Kort tydlig info kring produkterna med tex kilopris jmf med andra råvarorna	2018-10-08 11:54
116	Tydlighet och detaljerad information kring vad man ska handla.	2018-10-08 11:46
117	Att de fanns lättillgängligt även i min lokala matvarubutik	2018-10-08 11:45
118	Priset	2018-10-08 11:43
119	Lättillgängligt	2018-10-08 11:22
120	Skall vara enkelt	2018-10-08 11:14
121	Mer ekologisk odling av närproducerat	2018-10-08 11:10
122	Öppettider	2018-10-08 11:05
123	Lättillgänglig och snabbt intagen information om ursprung och fördelar. Även presentation av leverantör = relationsbyggande	2018-10-08 10:59
124	Närhet. Gårdsbutiker i all ära, men en potatid-, grönsaks-, kött- och äggbuss är great. Svårt att hinna annars då man jobbar heltid	2018-10-08 10:45
125	Tillgängligheten är avgörande. Vet jag vart jag kan handla lokalproducerat underlättar det för mig. Idag vet jag att ICA Kvantum ofta har ett hyfsat utbud vilket gör att jag gärna handlar där.	2018-10-08 10:43
126	Det måste vara enkelt och tillgängligt.	2018-10-08 10:25
127	Att min livsvarubutik handhållen lokalproducerat	2018-10-08 10:23
128	Att man både kan handla i butik och online. En sida med alla lokala alternativ gemensamt är bra!	2018-10-08 10:19
129	Kunna köpa från många olika producenter - på ett ställe. Antingen i butik eller e-butik som levereras ut/hämtas upp på ett ställe nära hemmet.	2018-10-08 10:14
130	Tillgänglighet och pris	2018-10-08 10:11

131	Önskar att jag hade ekonomin för att helt och hållet köpa närproducerat, för att stötta våra bönder, få bra kvalitet, veta att djuren har det bra och kortare transportsträckor, än att köpa ex kyckling från Thailand.	2018-10-08 10:11
132	Vet ej	2018-10-08 10:09
133	Korrekt och noggrann information om ursprung, hur man arbetar och varför det är bättre att välja denna produkt. T ex enkla Co2 uträkningar, hur man behandlar djur, besprutning osv. Ärliga produkter vinner	2018-10-08 09:58
134	Bilder på var varorna kommer ifrån. Personlighet säljer	2018-10-08 09:54
135	Om jag visste mer vad som fanns, och om det var samlat så att jag kunde få en överblick över de varor jag är intresserad av. Filter så att jag kan välja ut de produkter jag är intresserad av. Säsongsinformation om vilka varor som finns tillgängliga under året. Hur vi som konsumenter kan bidra?	2018-10-08 09:51
136	Lägre pris, lättillgängligt	2018-10-08 09:47
137	Presentera bönderna, varorna och varför och vad som ex tysk mjök innebär. Då blir det mer personligt och man handlar mer av "Peter Olsson" än en anonym.	2018-10-08 09:45
138	Vill gärna se kunna känna på produkterna, främst de gröna	2018-10-08 09:42
139	Dels att det finns tillgängligt i den mataffär jag handlar (Ica Djupviken). Dels att det vore lätt att beställa från lokala producenter eller någon som samordnar. Kunna hämta varor hyfsat centralt och gärna från olika leverantörer på samma ställe.	2018-10-08 09:39
140	Priset är den viktigaste faktorn!	2018-10-08 09:32
141	Större utbud och "nära till hands"	2018-10-08 09:28
142	Sortiment lättillgängligt.Vad finns, vad kostar det?	2018-10-08 09:26
143	Bra utbud	2018-10-08 09:25
144	Bättre marknadsföring	2018-10-08 09:19
145	I en drömvärld så får jag det hemskickat eller kan hämta på närmaste Ica (vore rimligen bättre för miljön om man kan samköra transporterna)	2018-10-08 09:17
146	Finns i butiker	2018-10-08 09:16
147	Kunna hämta alla varor på en plats eller få hemleverans.	2018-10-08 09:06
148	Enkelt, gärna förbetalt att bara hämta.	2018-10-08 08:34
149	Inte vad jag kan komma på	2018-10-08 08:26
150	Billigare pris	2018-10-08 08:23
151	Ökad kunskap.	2018-10-08 08:22
152	Att det är enkelt. Till exempel samlat på ett och samma ställe så man ej behöver åka till flera olika ställen för att handla.	2018-10-08 08:21
153	Nej	2018-10-08 08:13
154	Att kunna beställa via digitala kanaler och antingen få utkört eller hämta själv.	2018-10-06 15:08
155	Ett enkelt och överskådlig sätt att beställa (app?!) och få det levererat till ett utlämningsställe	2018-10-05 15:57
156	Bra pris.	2018-10-05 14:42

Q23 Det där var den sista frågan! Finns det något du vill tillägga eller få sagt?

Answered: 82 Skipped: 273

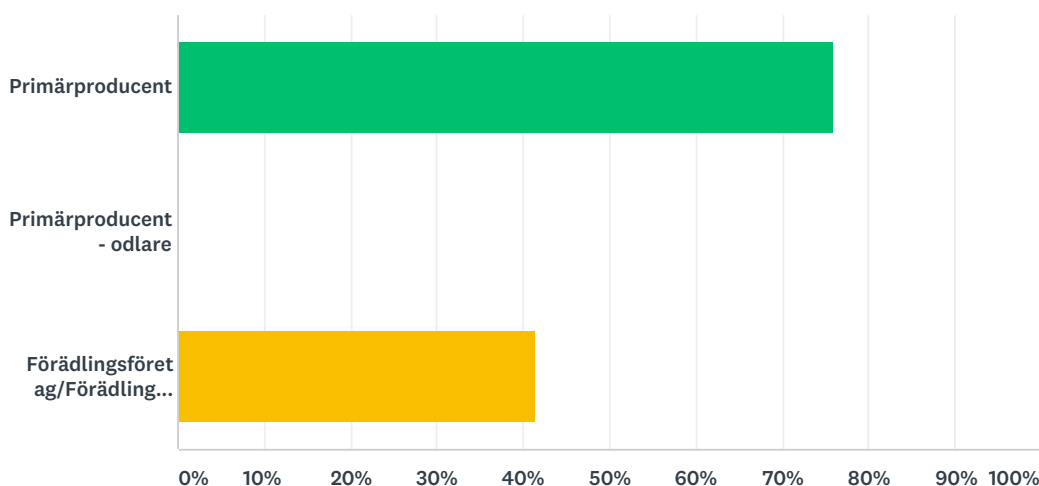
#	SVAR	DATUM
1	Nej	2018-10-18 20:56
2	Nej	2018-10-18 17:37
3	Nej	2018-10-18 14:56
4	Jag är nöjd	2018-10-18 10:52
5	Nä	2018-10-18 10:39
6	Nej	2018-10-18 08:02
7	Saft och sylt gör jag själv därav svaren att det inte spelar mindre roll.	2018-10-18 07:50
8	En viktig aspekt med att centralisera leverans från närproducenter är miljöaspekten. Det är inte hållbart miljömässigt att konsumenterna kör ut till gårdar på mils omvägar. Vad börjar vi få för utsläpp då?	2018-10-18 06:45
9	Nej	2018-10-18 06:22
10	Nej	2018-10-18 06:08
11	Nej	2018-10-18 05:45
12	många livsmedelsbutiker är värdelösa på lokalproducerat och ibland "gömms" tex äpplen så högt upp så ingen ser dom, skulle åxå behövas mer info till dom ovetande om hur bra matvaror som finns/tillverkas och deras höga kvalitet	2018-10-17 20:16
13	Nä	2018-10-17 18:06
14	Nej	2018-10-17 14:21
15	Bra initiativ!	2018-10-17 12:50
16	Mer lokalproducerat ut till butikerna, det är ju där man är när man handlar	2018-10-17 11:29
17	Alldeles för höga priser på lokalproducerade varor. Vi är många som har mkt låg inkomst tex. sjukpension, då är det för det mesta priset tyvärr, som avgör, vad som inhandlas.	2018-10-17 11:02
18	Nej	2018-10-17 10:33
19	Vi konsumenter har all makt i våra val. Hejja!!	2018-10-17 10:23
20	Nej	2018-10-17 10:16
21	.	2018-10-17 10:11
22	Nej. Bra enkät!	2018-10-17 09:59
23	Nej	2018-10-17 09:55
24	Nej tack:)	2018-10-17 09:11
25	Nej	2018-10-17 09:03
26	Tycker att det bara borde få finnas närproducerat kött i butiker om det ska finnas kött. Av det jag har hört om den lokala mejeriproduktionen så är det fruktansvärt för djuren så bara att det är nära betyder inte att djuren har det bra men korta transporter minskar ju miljöpåverkan och djuren är inte fullproppade med antibiotika.	2018-10-12 19:11
27	Hoppas på möjlighet att kunns äta mer, och mer lättillgänglig, lokalproducerad mat i framtiden!	2018-10-12 09:38
28	Bra undersökning! Hoppas det främjar det när/lokalproducerade.	2018-10-11 19:11
29	Ett mycket fint initiativ	2018-10-11 15:13
30	Närproducerat ligger i tiden och vi måste börja tänka på miljön och gynna producenterna i länet. Vilket roligt projekt ni framför och jag hoppas att detta ska öka handeln inom detta område!	2018-10-10 21:05
31	Jag tycker också att man ska uppmuntra till egen odling under säsong, av grönsaker och frukt!	2018-10-10 20:53

32	Bra initiativ!	2018-10-10 20:36
33	Kör! Bygg systemet.	2018-10-10 20:11
34	Nej	2018-10-09 19:50
35	Nej	2018-10-09 19:31
36	Bra idé med en handels- och mötesplats! Bra för bygden!	2018-10-09 19:28
37	Bra initiativ, hoppas att ni kan realisera detta. Det är en viktig fråga och helt rätt i tiden.	2018-10-09 19:22
38	Nej	2018-10-09 19:00
39	Nej	2018-10-09 18:49
40	Bra initiativ!	2018-10-09 17:55
41	Nej	2018-10-09 10:33
42	Västerbotten vs Norrbotten 1-0 idag på ostfronten. Speciellt premium. När får vi en vettig Ostguru i Norrbotten? CHEESE-US!!	2018-10-09 09:37
43	No	2018-10-09 08:23
44	Jej	2018-10-09 08:05
45	Jag är lokalpatriot även utanför livsmedelssektorn.	2018-10-09 08:02
46	Lycka till!	2018-10-09 07:28
47	En god ide, hoppas att det blir av, tror många är intresserade. Vi vill veta vad vi äter och var det kommer ifrån. Lycka till!	2018-10-08 21:36
48	En mycket bra idé!	2018-10-08 19:47
49	Jag funderar på, att dels är närproducerat en fråga om ekonomi. Så i dagsläget kan det vara en klassfråga. Men att det kanske får bero som det ser ut nu. Och fokus kan ligga på beteendeförändringen.	2018-10-08 18:37
50	Bra initiativ ☐	2018-10-08 18:33
51	Bra frågor kanske någonslags grönsaksprenumeration var eller varannan vecka	2018-10-08 17:53
52	Nej	2018-10-08 17:50
53	Bra initiativ! Någon har tänkt till pt oss som har tankarna på annat. Tur vi är olika ☺	2018-10-08 17:24
54	Ser mycket fram emot att se hur Piteå/Norrbotten utvecklas inom detta!	2018-10-08 16:43
55	Otroligt viktig och bra enkät! ☐ ☐	2018-10-08 16:19
56	nej	2018-10-08 15:25
57	Ni borde ha med "annat" som alternativ då det gäller kön... Onödigt att exkludera queer, icke-binära m fl	2018-10-08 14:15
58	Bra och viktiga frågeställningar. Resultaten bör spridas till offentliga/kommunala tjänste'folk' och politiker. Alltså vad vi alla tycker och vill ha.	2018-10-08 13:58
59	Tack. Digital mötesplats kanske är bra för andra. Jag iaf just nu skulle inte orka med ännu en digital grej. Men bra om denna enkät syftar till något annat än just det. Bra övriga frågor men svårt svara antingen toppen eller botten. Inget ibland.	2018-10-08 13:40
60	Nej	2018-10-08 13:19
61	Heja!	2018-10-08 13:13
62	Nej	2018-10-08 13:10
63	Nej	2018-10-08 13:00
64	Närproducerat ☐	2018-10-08 13:00
65	Detta har jag väntat länge på! En slags samordning av lokalt producerade varor som underlättar inköp! Heja!	2018-10-08 12:35
66	Nej	2018-10-08 12:24
67	Nej	2018-10-08 12:11
68	Bra jobbar Nicky-Boy! Hoppas ni lyckas få till en plattform som lockar fler "skeptiker" som gillar att handla billigt. Antar att Fröken Ramnek är med i detta. Heja er!!	2018-10-08 11:10

69	.	2018-10-08 11:05
70	Kör hårt!	2018-10-08 10:59
71	Nope	2018-10-08 10:45
72	Ser fram emot när ni har lanserat den digitala mötes- och handelsplatsen.	2018-10-08 10:25
73	Nej.	2018-10-08 10:14
74	Nej	2018-10-08 10:11
75	Önskar att alla skulle handla närproducerat, att man använder närproducerat i skola, sjukhus och äldreboenden osv.	2018-10-08 10:11
76	Nej	2018-10-08 10:09
77	Ser fram emot att enklare kunna komma i kontakt med och kunna beställa lokala varor	2018-10-08 09:39
78	Nej	2018-10-08 09:28
79	Kör!	2018-10-08 09:17
80	Nej	2018-10-08 08:26
81	Nej	2018-10-08 08:13
82	Nej.	2018-10-05 14:42

Q1 Välj det som passar bäst in på dig och din verksamhet. Notera att det är möjligt att välja båda svarsalternativen. Jag är:

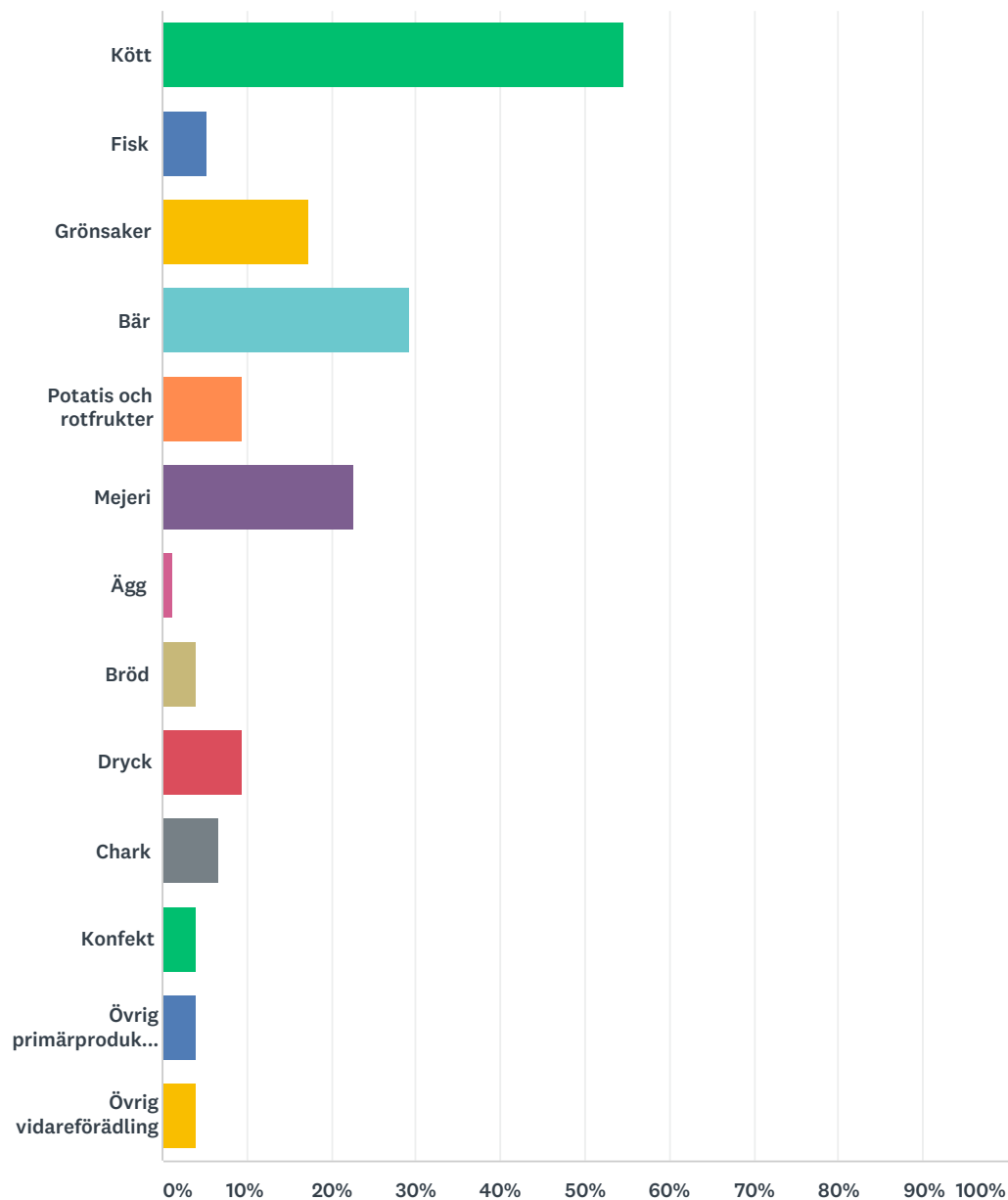
Answered: 75 Skipped: 0



SVARSVAL	SVAR	
Primärproducent	76,00%	57
Primärproducent - odlare	0,00%	0
Förädlingsföretag/Förädlingsverksamhet	41,33%	31
Totalt antal svarande: 75		

Q2 Inom vilken livsmedelsgrupp finns din huvudsakliga verksamhet? Flera svarsalternativ är möjliga.

Answered: 75 Skipped: 0



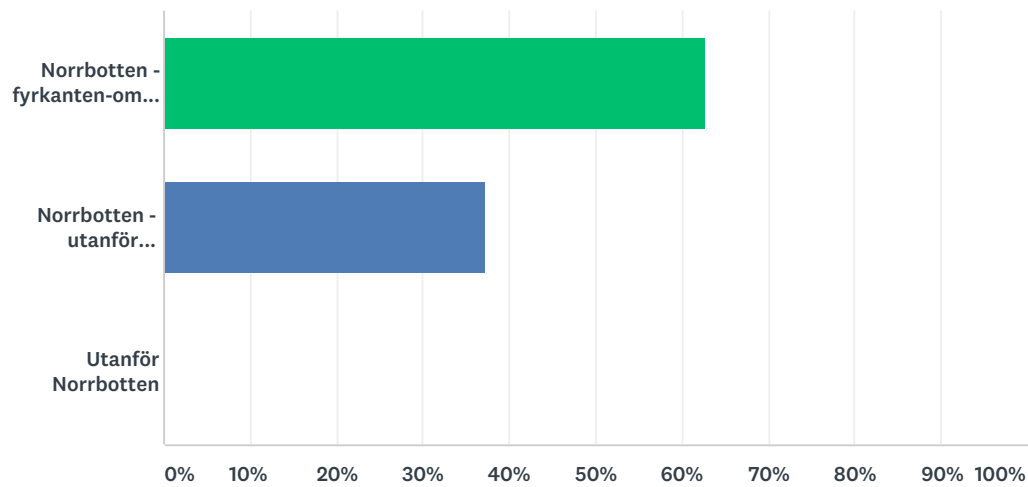
SVARSVAL	SVAR	
Kött	54,67%	41
Fisk	5,33%	4
Grönsaker	17,33%	13
Bär	29,33%	22
Potatis och rotfrukter	9,33%	7
Mejeri	22,67%	17
Ägg	1,33%	1
Bröd	4,00%	3

Dryck	9,33%	7
Chark	6,67%	5
Konfekt	4,00%	3
Övrig primärproduktion	4,00%	3
Övrig vidareförädling	4,00%	3
Totalt antal svarande: 75		

#	EVENTUELL KOMMENTAR	DATUM
1	Resten för husbehov	2018-11-26 10:26
2	Utegris	2018-11-21 14:47
3	honung + kött	2018-11-20 19:59
4	Vi kommer att förädla mjölk i vårt mejeri med början nästa år.	2018-11-20 16:58

Q3 Var är din verksamhet belägen?

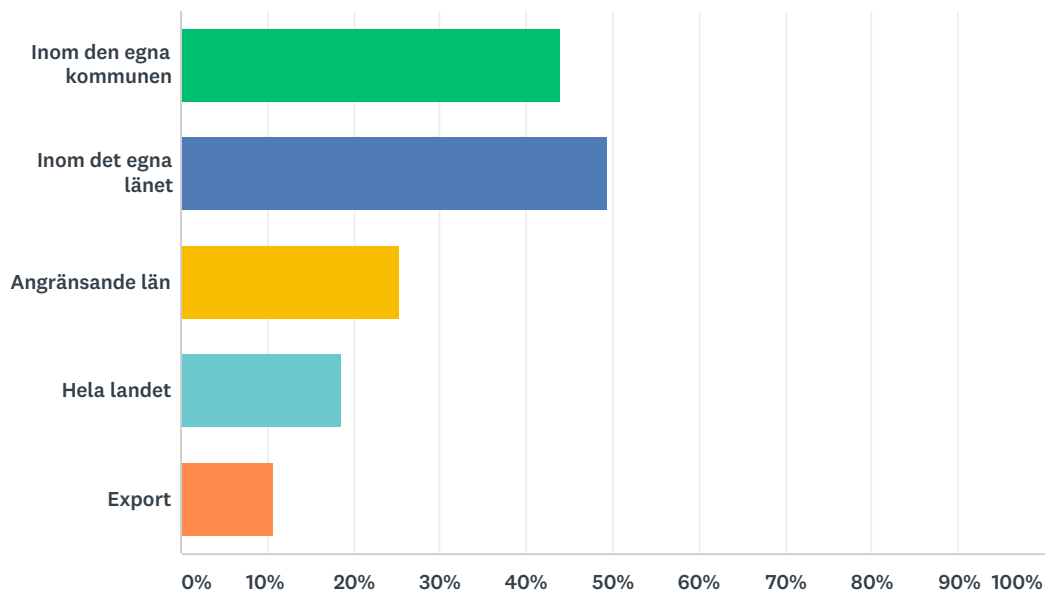
Answered: 75 Skipped: 0



SVARSVAL	SVAR	
Norrbotten - fyrkanten-området (Luleå-Boden-Piteå-Älvsbyn)	62,67%	47
Norrbotten - utanför fyrkanten-området	37,33%	28
Utanför Norrbotten	0,00%	0
TOTALT		75

Q4 Var säljs dina produkter främst idag? Flera svarsalternativ är möjliga.

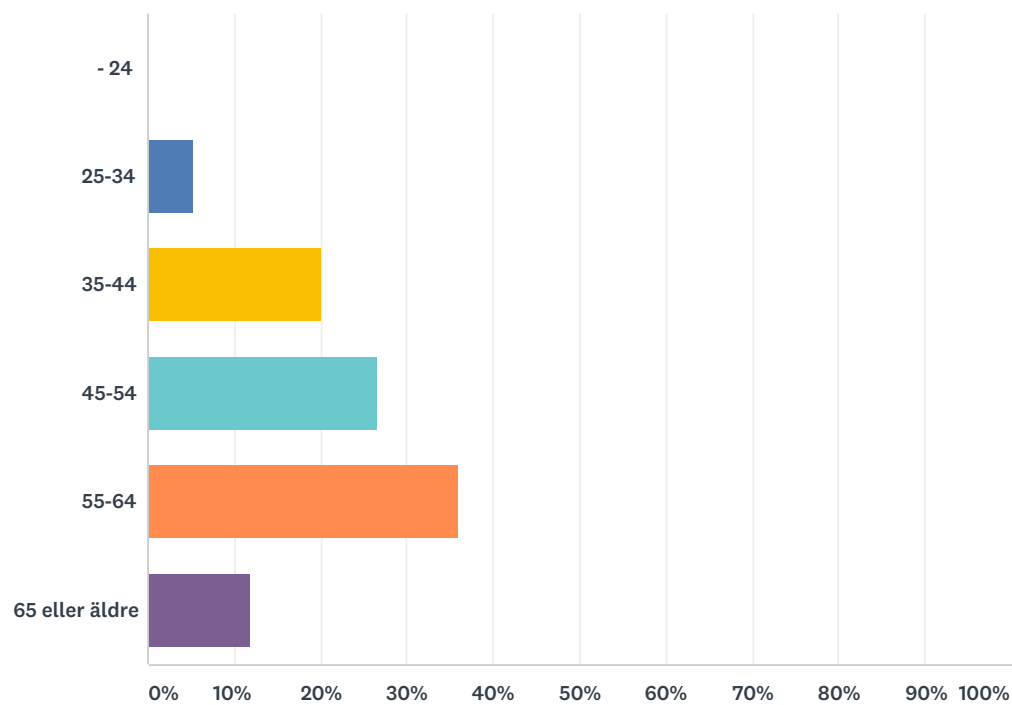
Answered: 75 Skipped: 0



SVARSVAL	SVAR	
Inom den egna kommunen	44,00%	33
Inom det egna länet	49,33%	37
Angränsande län	25,33%	19
Hela landet	18,67%	14
Export	10,67%	8
Totalt antal svarande: 75		

Q5 Din ålder?

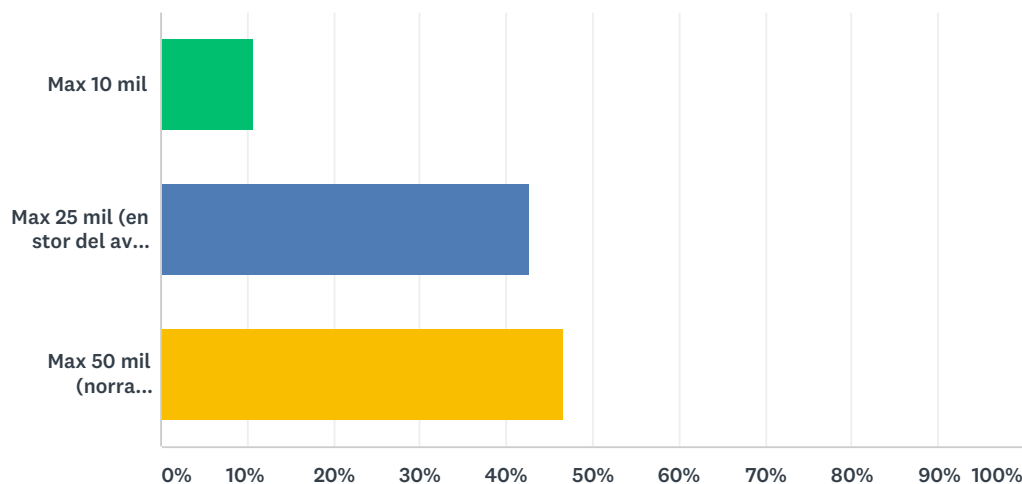
Answered: 75 Skipped: 0



SVARSVAL	SVAR	
- 24	0,00%	0
25-34	5,33%	4
35-44	20,00%	15
45-54	26,67%	20
55-64	36,00%	27
65 eller äldre	12,00%	9
TOTALT		75

Q6 Hur långt anser du som producent att det maximalt får vara från konsument till livsmedlets ursprung för att det ska kvalificera sig som närproducerat?

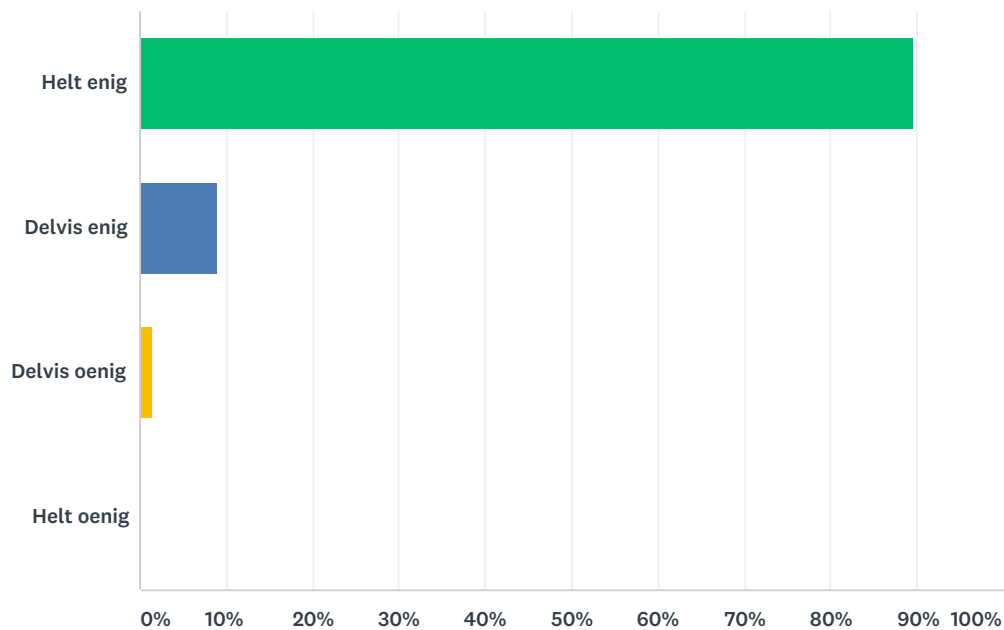
Answered: 75 Skipped: 0



SVARSVAL	SVAR	
Max 10 mil	10,67%	8
Max 25 mil (en stor del av Norrbotten täcks in förutsatt att du som konsument finns inom fyrkanten.)	42,67%	32
Max 50 mil (norra Norrland)	46,67%	35
TOTALT		75

Q7 Jag känner stolthet över de produkter som min verksamhet producerar.

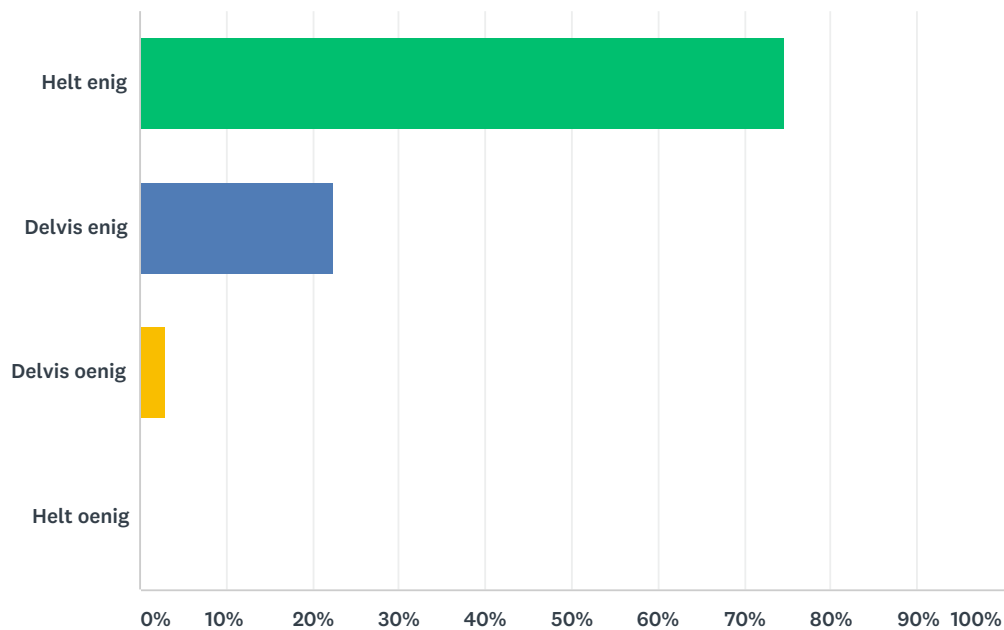
Answered: 67 Skipped: 8



SVARSVAL	SVAR	
Helt enig	89,55%	60
Delvis enig	8,96%	6
Delvis oenig	1,49%	1
Helt oenig	0,00%	0
TOTALT		67

Q8 Jag anser att det finns en uppenbar efterfrågan på det jag producerar.

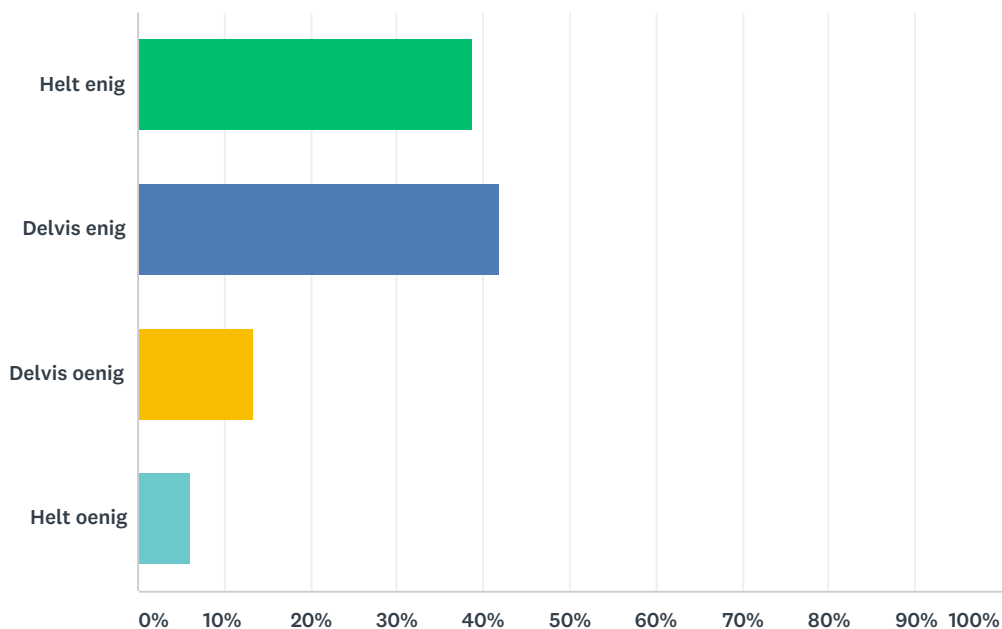
Answered: 67 Skipped: 8



SVARSVAL	SVAR	
Helt enig	74,63%	50
Delvis enig	22,39%	15
Delvis oenig	2,99%	2
Helt oenig	0,00%	0
TOTALT		67

Q9 Jag anser att det finns en större efterfrågan på de livsmedel jag producerar än vad jag och andra producenter i regionen förmår att leverera.

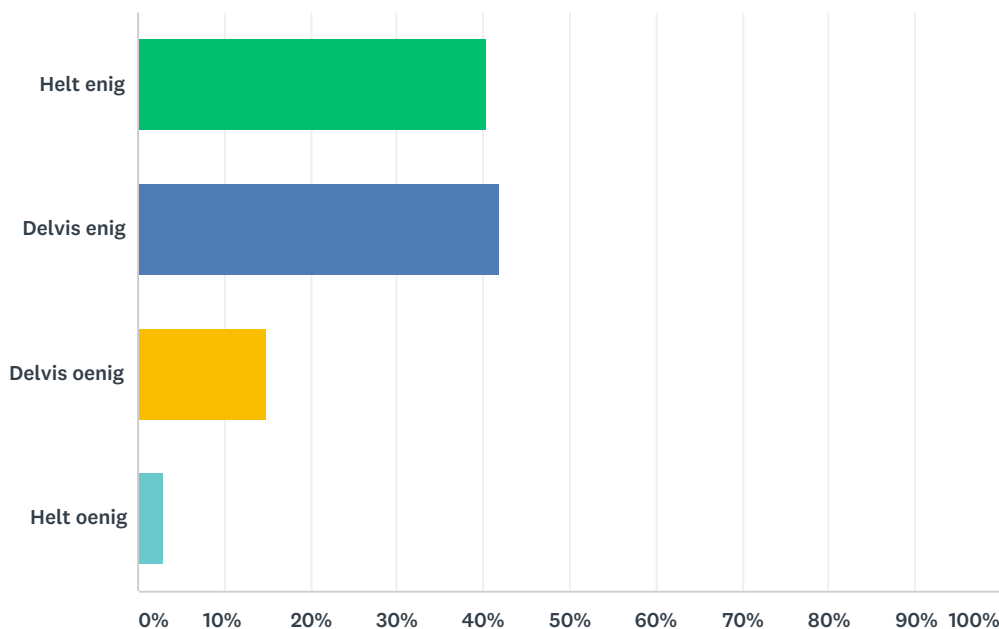
Answered: 67 Skipped: 8



SVARSVAL	SVAR	
Helt enig	38,81%	26
Delvis enig	41,79%	28
Delvis oenig	13,43%	9
Helt oenig	5,97%	4
TOTALT		67

Q10 Jag skulle vara intresserad av att expandera verksamheten genom ökad produktion och/eller nya produkter om jag kunde se att det fanns avsättning för produkterna, det vill säga köpare/kunder.

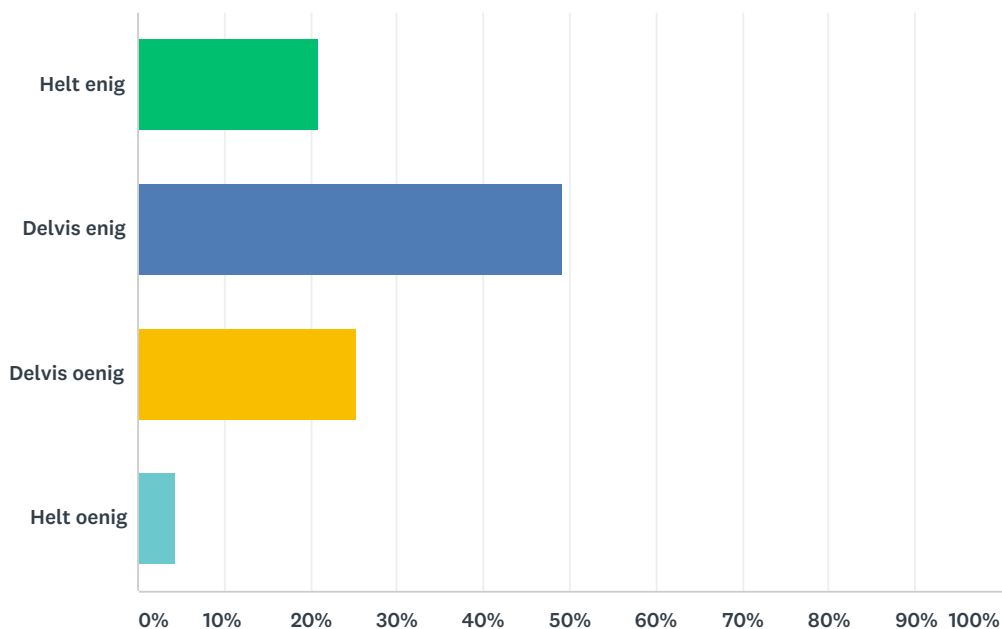
Answered: 67 Skipped: 8



SVARSVAL	SVAR	
Helt enig	40,30%	27
Delvis enig	41,79%	28
Delvis oenig	14,93%	10
Helt oenig	2,99%	2
TOTALT		67

Q11 Jag upplever att kunderna inte är särskilt priskänsliga, utan snarare ute efter produkter med hög kvalitet som överensstämmer med deras värderingar.

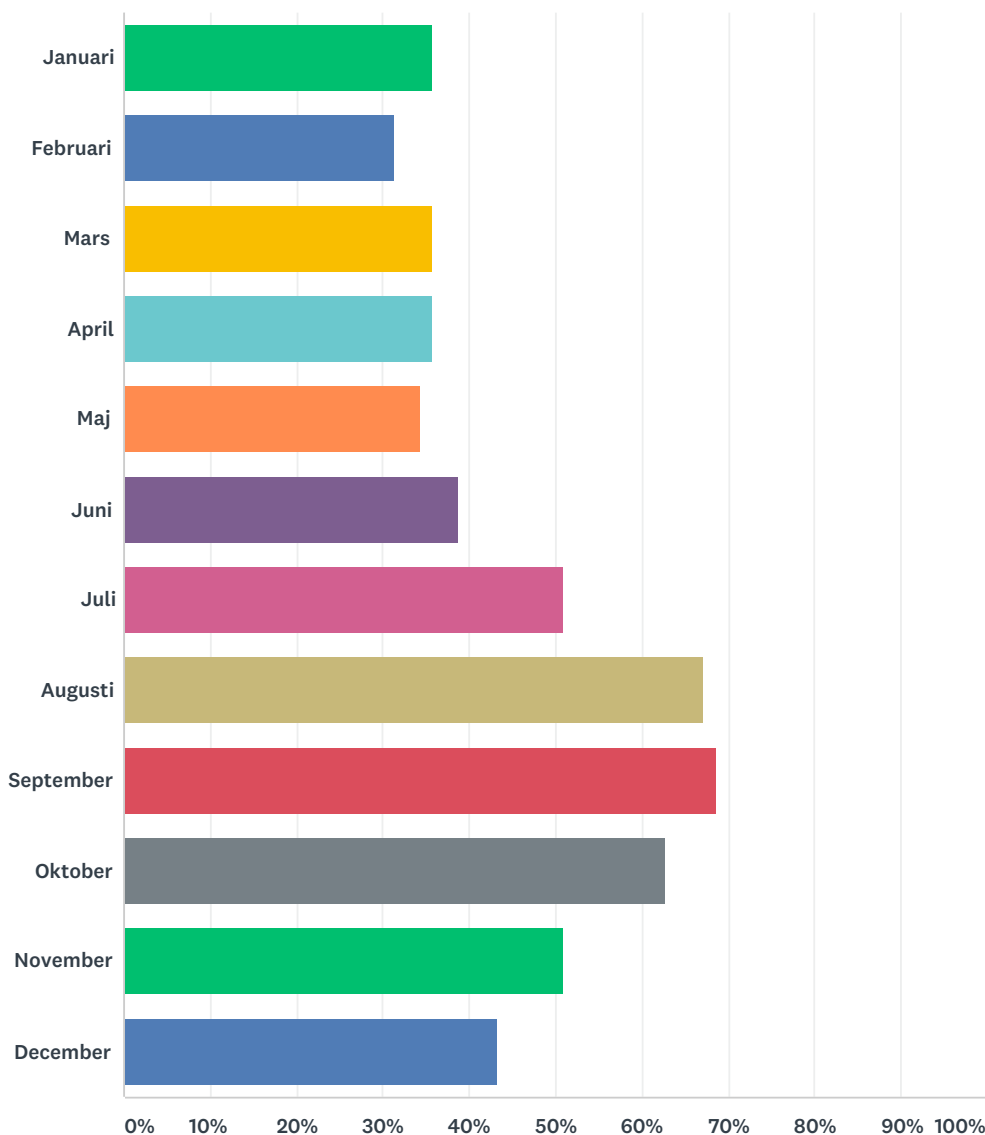
Answered: 67 Skipped: 8



SVARSVAL	SVAR	
Helt enig	20,90%	14
Delvis enig	49,25%	33
Delvis oenig	25,37%	17
Helt oenig	4,48%	3
TOTALT		67

Q12 Jag kan - med min nuvarande verksamhet - leverera och sälja färska produkter (färsckvaror såsom grönsaker, färsck/icke fryst kött/fisk etc) följande månader:

Answered: 67 Skipped: 8

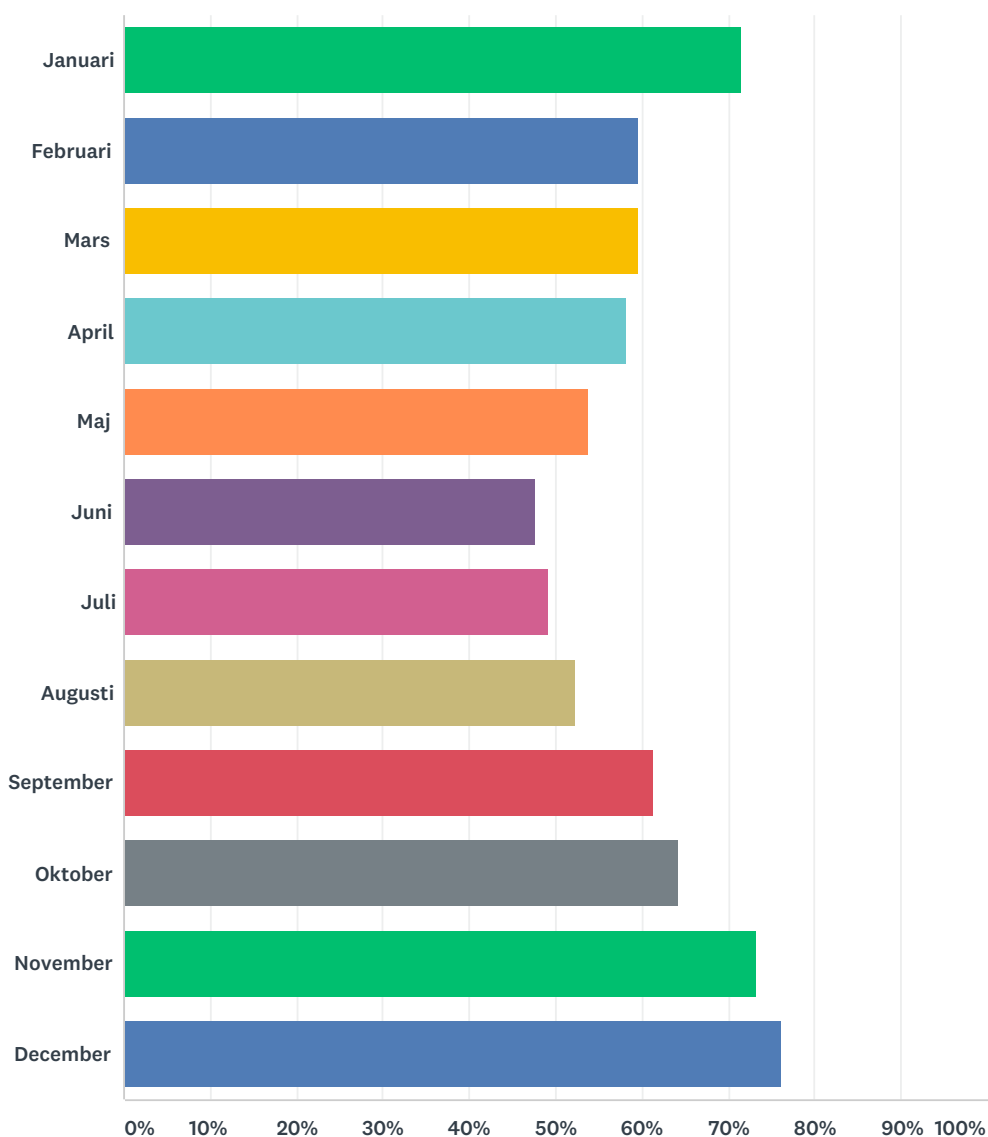


SVARSVAL	SVAR	
Januari	35,82%	24
Februari	31,34%	21
Mars	35,82%	24
April	35,82%	24
Maj	34,33%	23
Juni	38,81%	26
Juli	50,75%	34
Augusti	67,16%	45
September	68,66%	46

Oktober	62,69%	42
November	50,75%	34
December	43,28%	29
Totalt antal svarande: 67		

Q13 Jag kan - med min nuvarande verksamhet - leverera och sälja lagrade produkter (produkter med längre hållbarhet) följande månader:

Answered: 67 Skipped: 8

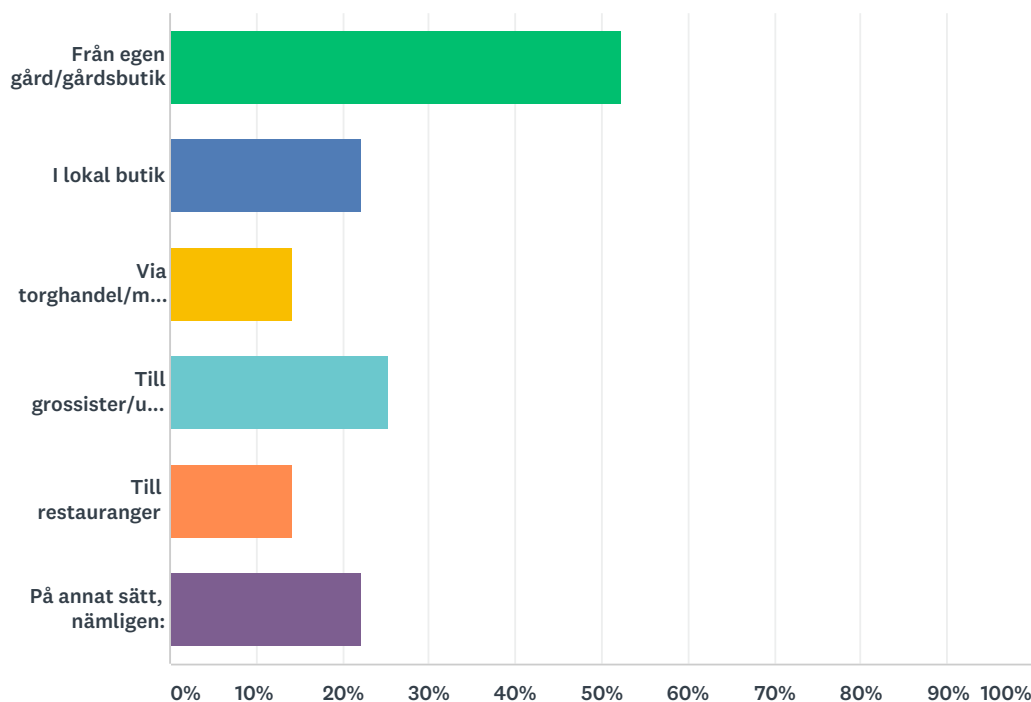


SVARSVAL	SVAR	
Januari	71,64%	48
Februari	59,70%	40
Mars	59,70%	40
April	58,21%	39
Maj	53,73%	36
Juni	47,76%	32
Juli	49,25%	33
Augusti	52,24%	35
September	61,19%	41
Oktober	64,18%	43

November	73,13%	49
December	76,12%	51
Totalt antal svarande: 67		

Q14 Hur säljer du främst dina varor/produkter idag? Välj maximalt två alternativ som är viktigast för dig.

Answered: 63 Skipped: 12



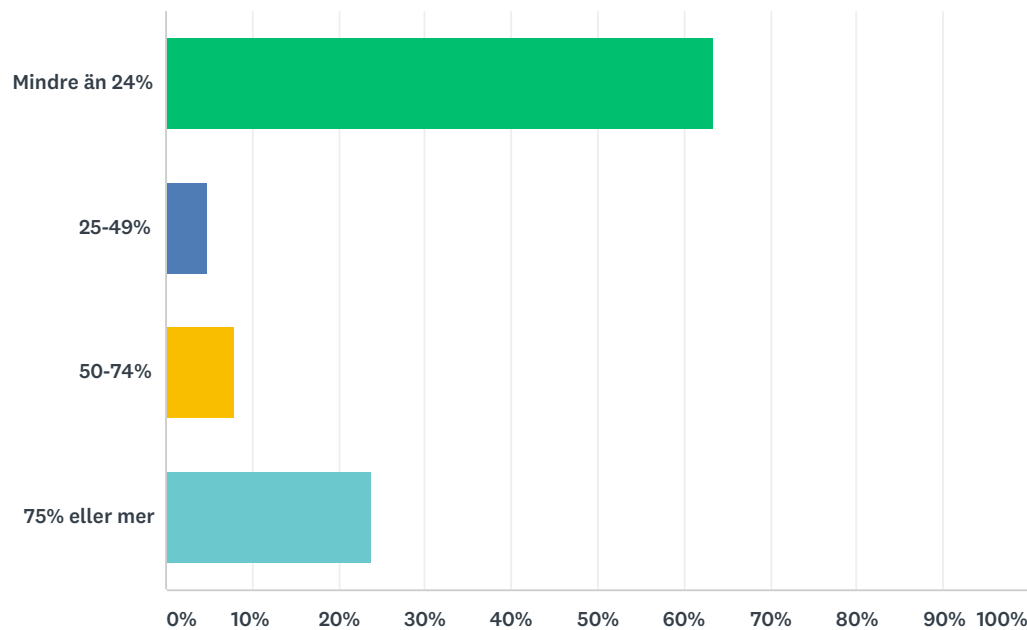
SVARSVAL	SVAR
Från egen gård/gårdsbutik	52,38% 33
I lokal butik	22,22% 14
Via torghandel/marknader	14,29% 9
Till grossister/uppköpare	25,40% 16
Till restauranger	14,29% 9
På annat sätt, nämligen:	22,22% 14
Totalt antal svarande: 63	

#	PÅ ANNAT SÄTT, NÄMLIGEN:	DATUM
1	dir till butiker utan grossistled	2018-11-23 08:57
2	producenter	2018-11-22 15:25
3	Norrmejerier min förening har som uppgift att förädla och sälja mjölken	2018-11-21 14:03
4	Till lokala slakteriet	2018-11-21 07:05
5	slakteri	2018-11-20 21:05
6	Från egen båt	2018-11-20 18:07
7	Till slakteri	2018-11-20 16:31
8	Via partners i Sverige och på export	2018-11-20 11:07
9	Mun mot mun, ryktre om bra produkt	2018-11-19 23:19
10	webbutik	2018-11-19 22:38
11	Till gårdsbutiker och delikatessaffärer	2018-11-19 21:16

12	Webbutik	2018-11-19 19:54
13	Till Norrmejerier	2018-11-19 17:24
14	Via återförsäljare	2018-11-19 15:46

Q15 Hur stor del av din totala försäljning uppskattar du görs direkt från egen gård/gårdsbutik?

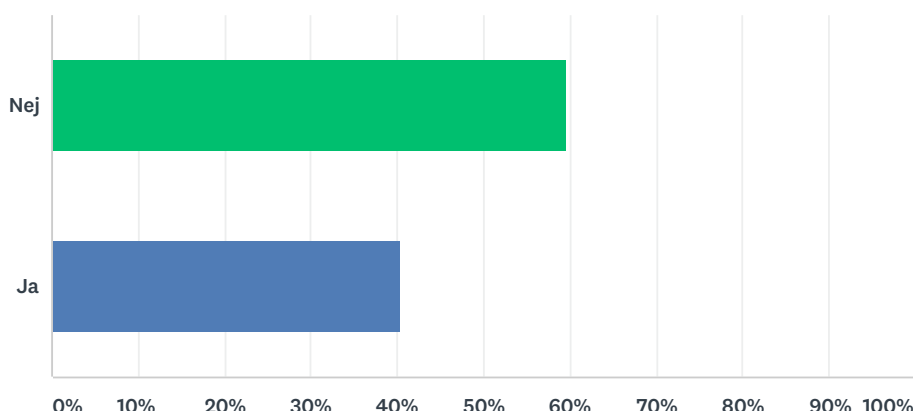
Answered: 63 Skipped: 12



SVARSVAL	SVAR	
Mindre än 24%	63,49%	40
25-49%	4,76%	3
50-74%	7,94%	5
75% eller mer	23,81%	15
TOTALT		63

Q16 Kan du som säljer från egen gård se några nackdelar med detta? (Kostnader, privatliv, arbetstid etc)

Answered: 57 Skipped: 18



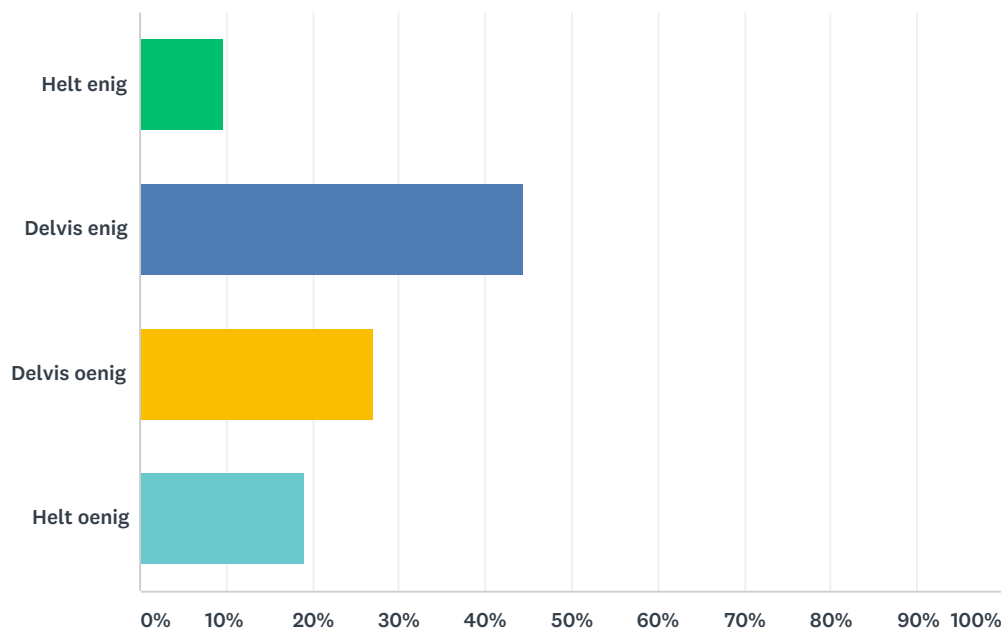
SVARSVAL	SVAR	
Nej	59,65%	34
Ja	40,35%	23
TOTALT		57

#	OM JA, VILKA?	DATUM
1	Arbetstiden. har ej tid att vänta på kunder	2018-12-04 09:35
2	Öppettider - privatliv	2018-12-01 18:34
3	Man jobbar mer än heltid	2018-11-29 14:23
4	Privatliv arbetstid	2018-11-29 12:25
5	Dyrt slakteri	2018-11-26 10:28
6	Lagerhållning. Säljer inget hemifrån	2018-11-25 18:26
7	Bra snurr från midsommar t o m första veckan i aug, då behöver extra mycket personal samtidigt som ordinarie personal vill ha ledigt, svårt att få tag på bra ansvarfull personal som bara vill jobba ngr veckor. Det innebär att vi själva mer eller mindre får dräpa oss, absolut inga lediga dagar utan tvärt om ska vi hinna både butiken, marknaderna o leverera till återförsäljare	2018-11-23 08:57
8	Ojämna intäkter, större risker, logistiska utmaningar med obrutna köldkedjor etc., mycket tid för införsäljning och marknadsföring	2018-11-22 20:16
9	inte nackdelar utan det är mer utmaningar att handskas med konsumenter om man inte är van att jobba med människor.	2018-11-21 16:45
10	Bristande exponering	2018-11-21 14:49
11	Kyl- och frysutrymmen, stycklokaler skulle behöva kompletteras.	2018-11-21 11:39
12	En del kunder respekterar inte ens privatliv när man har företaget på gården. Och det går åt mycket tid att passa en butik som ibland har få kunder.	2018-11-21 07:05
13	Måste vara hemma	2018-11-20 20:21
14	Vi kommer öppna lanthandel som bara säljer det mest lokala så jag kan inte svara ja på denna fråga.	2018-11-20 17:02
15	Att det är inte riktigt lagligt att hantera kylvaror som jag gör och om jag ska göra det helt enligt regelboken blir det för dyrt.	2018-11-20 16:31
16	Svårigheten att få till en kontinuitet - slaktköer på godkänt slakteri	2018-11-20 13:47
17	tar mer tid	2018-11-20 12:00

18	Hitta kunderna	2018-11-19 23:19
19	Tar tid när kunder hämtar köttlådor	2018-11-19 17:24
20	Begränsad kundkrets, svårt att motivera resan	2018-11-19 16:13

Q17 Jag upplever det ganska svårt att kommunicera mina produkters kvalitet och nå ut till kunder på marknaden (privata konsumenter, restauranger, butiker, grossister).

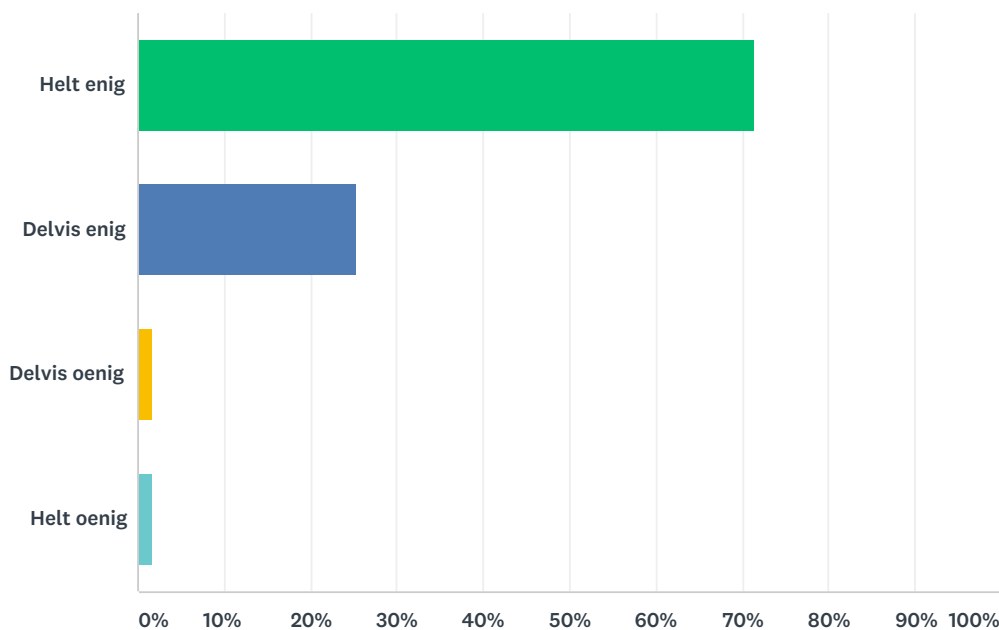
Answered: 63 Skipped: 12



SVARSVAL	SVAR	
Helt enig	9,52%	6
Delvis enig	44,44%	28
Delvis oenig	26,98%	17
Helt oenig	19,05%	12
TOTALT		63

Q18 Jag anser att det är viktigt att lyfta fram producenten samt produktens historia och uppkomst då man säljer närproducerade livsmedel. Det utgör ett värde för konsumenten och/eller gynnar försäljningen.

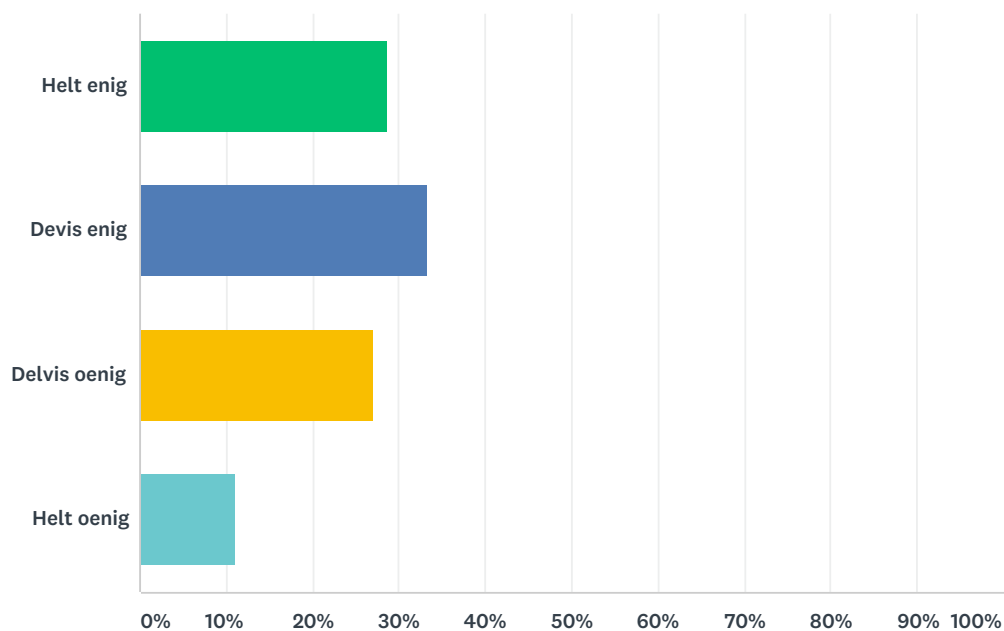
Answered: 63 Skipped: 12



SVARSVAL	SVAR	
Helt enig	71,43%	45
Delvis enig	25,40%	16
Delvis oenig	1,59%	1
Helt oenig	1,59%	1
TOTALT		63

Q19 Jag gillar att hålla på med försäljning och marknadsföring.

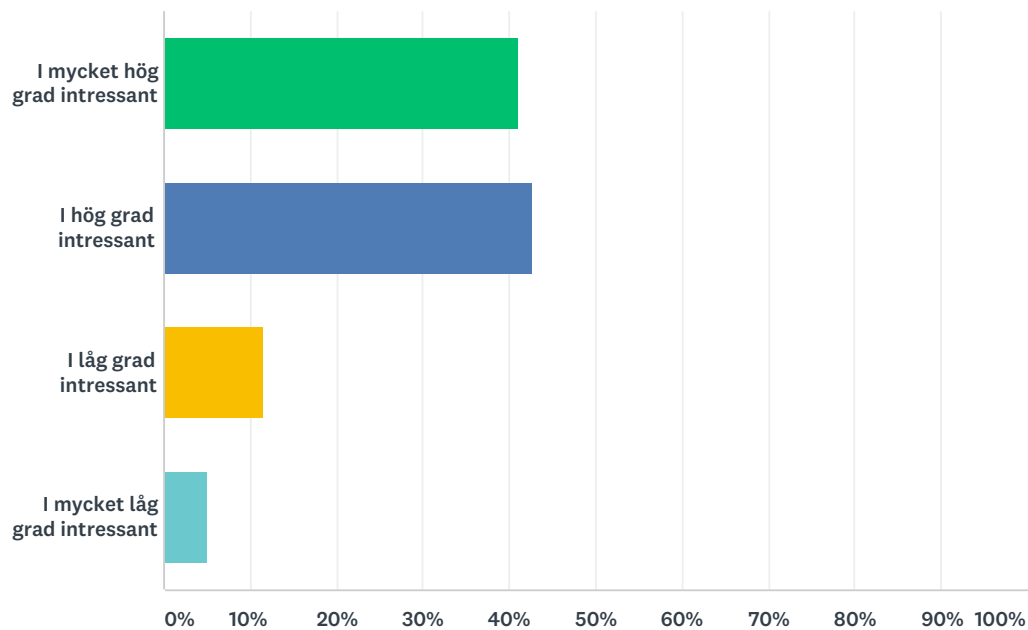
Answered: 63 Skipped: 12



SVARSVAL	SVAR	
Helt enig	28,57%	18
Devis enig	33,33%	21
Delvis oenig	26,98%	17
Helt oenig	11,11%	7
TOTALT		63

Q20 I vilken utsträckning anser du det vara intressant med nya säljkanaler, det vill säga nya vägar och sätt att sälja dina produkter?

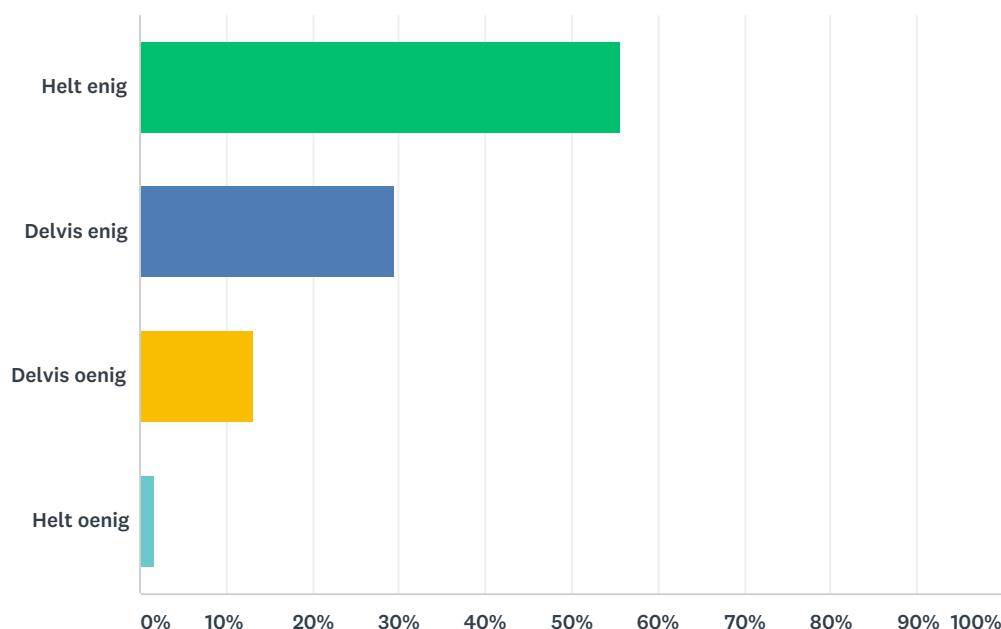
Answered: 61 Skipped: 14



SVARSVAL	SVAR	
I mycket hög grad intressant	40,98%	25
I hög grad intressant	42,62%	26
I låg grad intressant	11,48%	7
I mycket låg grad intressant	4,92%	3
TOTALT		61

Q21 Jag ställer mig positiv till en lösning (digital mötes- och handelsplats) för nära mat i Norrbotten som skulle samla och lyfta fram producenterna samt möjliggöra för fler konsumenter att handla närproducerade livsmedel.

Answered: 61 Skipped: 14

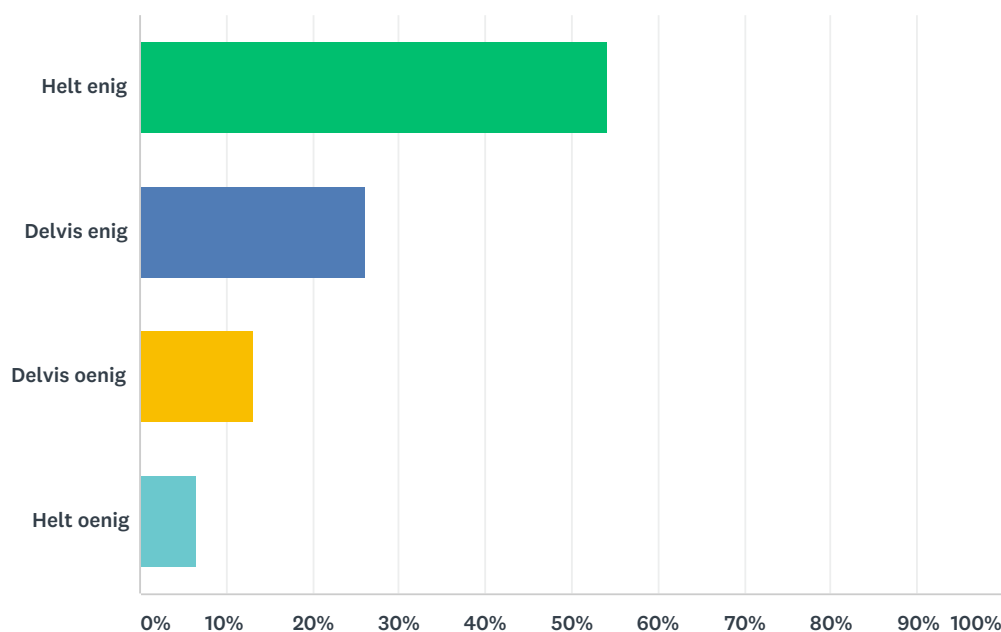


SVARSVAL	SVAR	
Helt enig	55,74%	34
Delvis enig	29,51%	18
Delvis oenig	13,11%	8
Helt oenig	1,64%	1
TOTALT		61

#	EVENTUELL KOMMENTAR	DATUM
1	Inte för att sälja det jag producerar i dagsläget kanske, men skulle ev kunna vara intressant om vi börjar med vidareförädlade produkter	2018-11-30 17:48
2	Problemet är regelverk som skapar kostnader i samband med köthantering. Att sälja är inget problem.	2018-11-25 18:31
3	väldigt tveksam, avstånden/transport/tillgång är ett problem, ev skulle väl REKO ring kunna fungera i fyrkanten	2018-11-23 09:27
4	Det beror naturligtvis på kostnad.	2018-11-21 11:43
5	Bara man inte försöker uppfinna hjulet flera gånger. Det är gjort många projekt för att lyfta lokal mat, nu senast Bondens egen butik (LRF), och så finns reko-ringar mm så jag anser att man bör ta till vara alla erfarenheter från tidigare projekt.	2018-11-21 07:13
6	Helt enig om vi kan vara samlingsplats för det här. Annars blir handelsplatsen en konkurrent.	2018-11-20 17:09
7	Beror på hur det skulle se ut	2018-11-20 16:55
8	Min erfarenhet säger att det är inte enkelt men om någon kommer fram till en bra lösning som är ekonomiskt vettig så ok.	2018-11-20 16:38
9	Om slakteriet är med på noterna så vi får slaktat, idag begränsar de detta	2018-11-20 12:08

Q22 Jag ställer mig positiv till att medverka och sälja mina produkter i en sådan lösning förutsatt att det vore realistiskt möjligt för mig.

Answered: 61 Skipped: 14



SVARSVAL	SVAR	
Helt enig	54,10%	33
Delvis enig	26,23%	16
Delvis oenig	13,11%	8
Helt oenig	6,56%	4
TOTALT		61

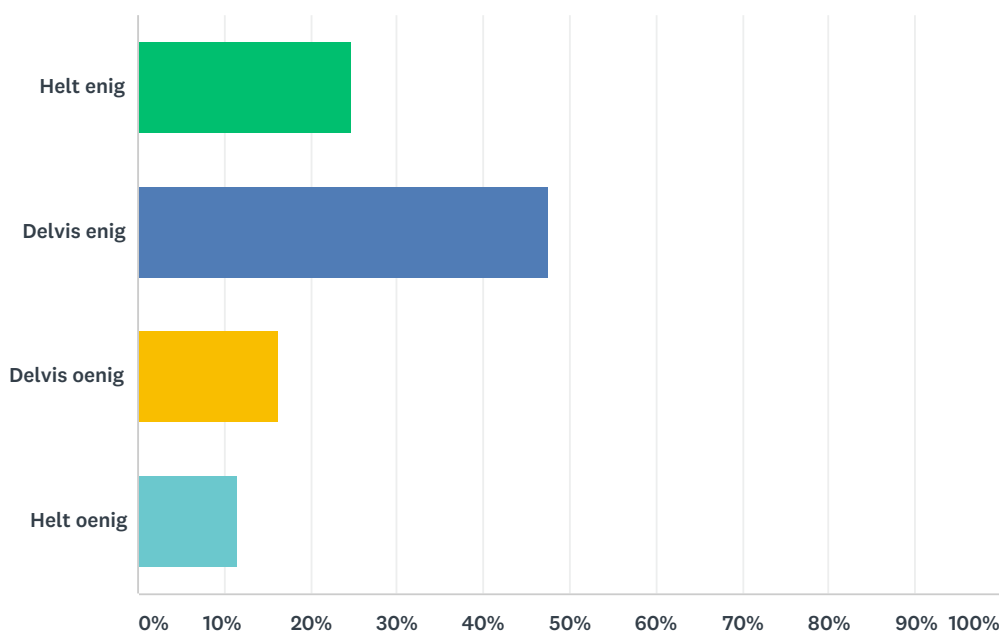
Q23 Om du är oenig i ovanstående påstående - vilka är de främsta anledningarna till det?

Answered: 17 Skipped: 58

#	SVAR	DATUM
1	Vill styra och bestämma över min tid och mitt arbete helt själv- lite bortskämd efter mer än tjugo år kanske...	2018-12-01 20:30
2	Hinner inte	2018-11-26 10:29
3	ålder	2018-11-24 21:19
4	tror inte på det, det blir för små volymer	2018-11-23 09:27
5	-	2018-11-22 20:19
6	vi vill hellre ha en direkt kontakt med konsumenten	2018-11-21 16:48
7	Jag har redan via Norrmejerier en handelsplats men tycker att det är relevant för andra livsmedel. Där kan Norrmejerier vara en part för distribution.	2018-11-21 14:07
8	.	2018-11-21 13:01
9	Mitt största problem idag är inte säljkanaler utan att få slakten att fungera (lammslakten). Men om jag kommer framåt i den frågan kommer jag ha större säkerhet i leveranser och kan därför sälja bättre. Som det är nu så går mycket tid till att bekymra sig om slakteriets bristande kommunikation gentemot leverantörer, tyvärr.	2018-11-21 07:13
10	Jag tror mer på samarbete inom kommun tycker länet blir för stort för gemensam marknadsföring.	2018-11-20 18:37
11	Tror jag redan svarat på det. Ju fler som knyter an till vår idé desto mer kan vi satsa. Bildas det handelsplatser överallt så kommer vi inte att kunna satsa lika mycket på andras varor. Då krymper vi yta för det och satsar mer på kafé istället.	2018-11-20 17:09
12	Jag är tämligen luttrad, har försökt med olika sätt men det är alltid någon hake, det kanske är bättre att vara duktig på att producera och låta dem som är duktiga på att sälja sköta marknaden.	2018-11-20 16:38
13	Tid	2018-11-20 12:08
14	Vi finns redan i god riksdistribution	2018-11-20 11:08
15	Enig	2018-11-20 08:37
16	Har varit med på många projekt som bara gynnar projektledarna, ej producenten och då projektiden gått ut dör allt. Tyvärr, men nu gäller det att överbevisa mej.	2018-11-19 23:25
17	Har så liten försäljning , just nu går det åt "av sig självt",har bara använt Facebook.	2018-11-19 17:27

Q24 Jag anser att det vore önskvärt med en service där någon tog hand om marknadsföring, distribution och införsäljning till lokala butiker.

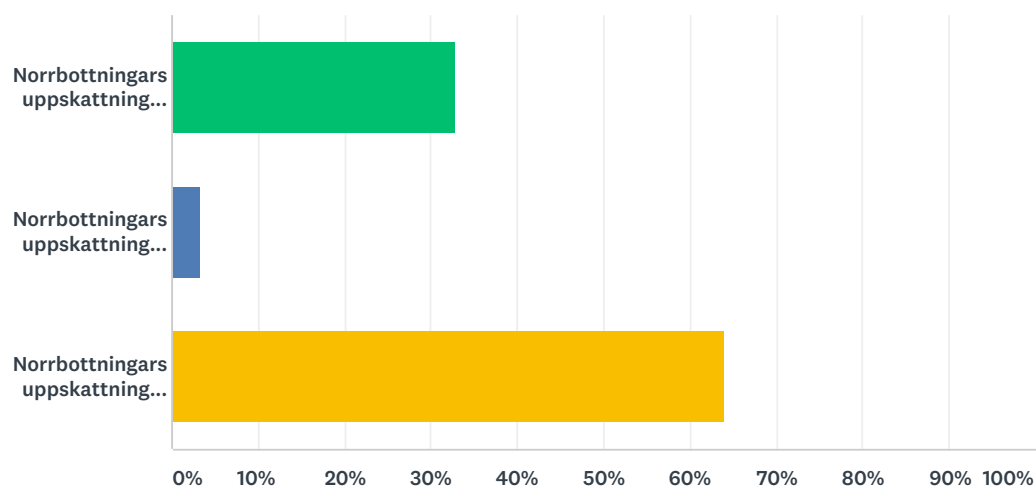
Answered: 61 Skipped: 14



SVARSVAL	SVAR	
Helt enig	24,59%	15
Delvis enig	47,54%	29
Delvis oenig	16,39%	10
Helt oenig	11,48%	7
TOTALT		61

Q25 Hur tror du att utvecklingen avseende efterfrågan på närproducerat kommer att se ut på 5 års sikt?

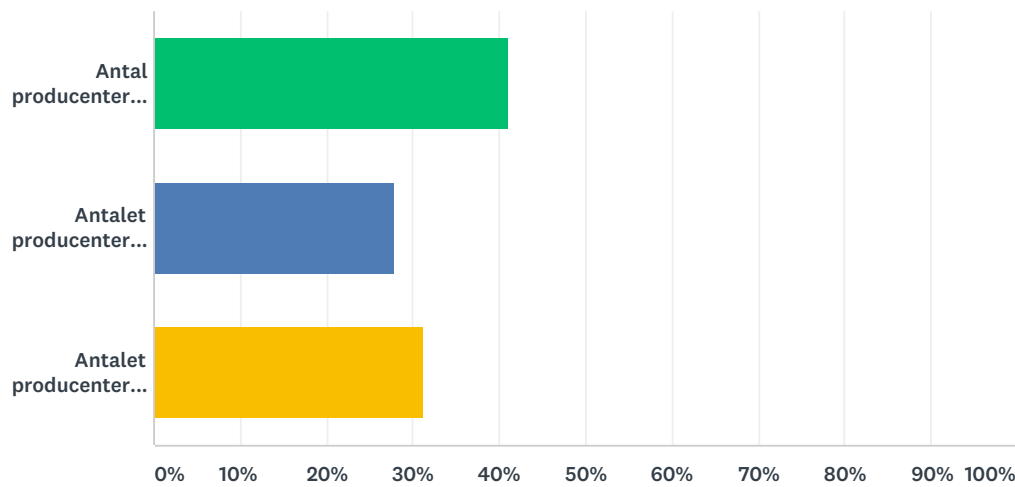
Answered: 61 Skipped: 14



SVARSVAL	SVAR	
Norrbottningars uppskattning och efterfrågan på närproducerade livsmedel kommer att vara ungefär som idag.	32,79%	20
Norrbottningars uppskattning och efterfrågan på närproducerade livsmedel kommer att minska.	3,28%	2
Norrbottningars uppskattning och efterfrågan på närproducerade livsmedel kommer att öka.	63,93%	39
TOTALT		61

Q26 Hur tror du att utvecklingen avseende produktionen av närproducerat kommer att se ut på 5 års sikt?

Answered: 61 Skipped: 14



SVARSVAL		SVAR	
Antal producenter kommer att vara ungefär som idag.		40,98%	25
Antalet producenter kommer att minska.		27,87%	17
Antalet producenter kommer att öka.		31,15%	19
TOTALT			61

Q27 Finns det något som du vill tillägga, förtydliga eller reflektera kring?

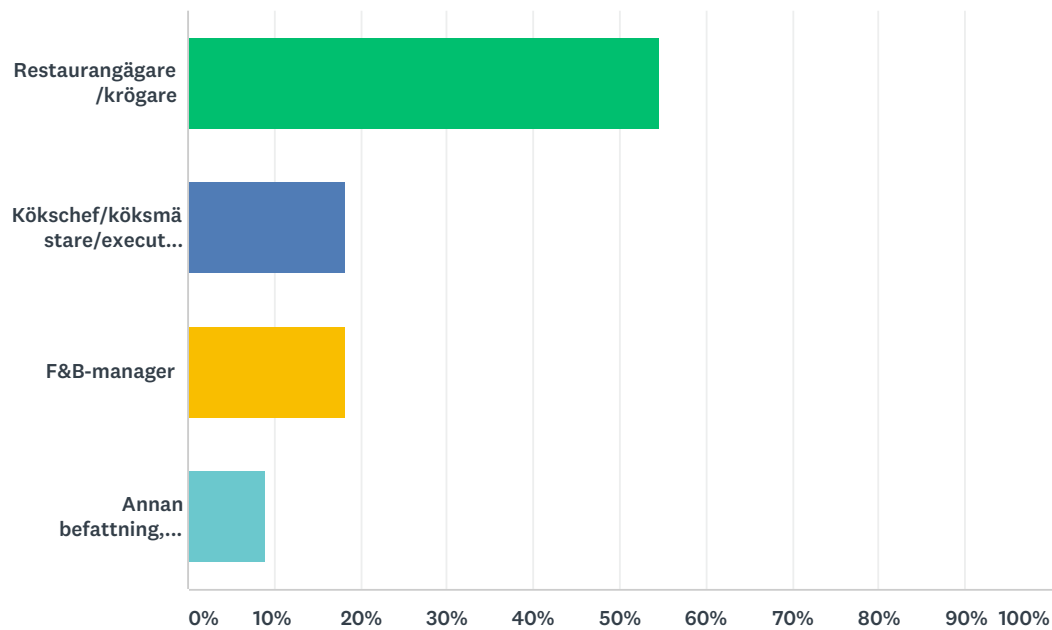
Answered: 17 Skipped: 58

#	SVAR	DATUM
1	Det största hindret för ökat grönsaksodling i friland/fält är brist på försäkringar att teckna med försäkringsbolag (det finns idag enbart förs. för fröer/omsådd och hagel och vilt). Behovet är skördeskador av insekter (ex. kålfluga) och torka. Jag har förlorat flera årsskördar pga insektangrepp av kålfluga i kålodling. Jag har betalat alla förluster själv. Jag kan idag försäkra allt (hundar, katter osv.) men inte mina växande grödor. Nog är grönsaksodlare på friland satta på undantag ! Därför kommer inte grönsaksodling att växa i volym, trots en stor efterfrågan. mch Anders Wuotila, Wuotila Bär o Grönsaker. 35 års erfarenhet av odling och långtidslagring i kyl i Rantajärvi lagret .	2018-12-04 09:44
2	Lagrar inga varor - men var tvungen att fylla i en månad ändå.	2018-11-25 18:31
3	Vad som är Närproducerat är för mig beroende av produkten. Ex grönsaker ca 25 mil, mjölk/kött ca 50 mil, sylt/soft o andra mer förädlade produkter, hela Sverige. fråga 12 säljer inga råvaror, allt är förädlad fråga 11, slutkunden kan efterfråga kvalitet o är inte alltid priskänslig, butiken/återförsäljaren ser mer till pris o utseende eftersom de vill kunna ha en hög marginal. Många av de sk producenter är inte professionella! Ser allt som oftast "närproducerade" produkter som saknar eller har helt felaktig märkning. Vill man vara producent så bör man ha ambitionen att följa de regelverk som finns. Då det gäller producenter så poppar det upp nya hela tiden, många av dem har inget som helst krav eller mål av lönsamhet eftersom de gör detta mer som hobby. Dessutom saknar de ofta egna ideer utan försöker hela tiden leta produkter de kan kopiera. Det gör det väldigt svårt att överleva för heltidsproducenten. Då det gäller sk Gårdsbutiker har det gått inflation i detta, det har poppat upp ganska många o det är väl i o för sig trevligt men tjänar någon nå pengar på det, tror inte det... vi får väl mer betraktas som kullinariskt inslag i landskapsbilden. Befolkningsunderlaget i Norrbotten + stadsbornas vilja att åka ut på landsbygden är för låg 11 av 12 månader på året	2018-11-23 09:27
4	Viljan finns, frågan är om marknaden finns och är mogen... man vill känna sig säker på att våga satsa...	2018-11-22 20:19
5	bra initiativ med nära mat , o ta fram alternativa mötesplatser för producent o konsument.	2018-11-21 13:01
6	Det finns behov av fler slakterier. Det vore bra om regler för hemslakt kunde luckras upp, alternativt mobila slakterier.	2018-11-21 11:43
7	Att konsumenter vill köpa närproducerad mat är ofta tydlig. Men det saknas producenter!	2018-11-21 07:13
8	Myndigheterna måste förenkla regelverket samt drastiskt ändra synen på det småskaliga kustnära fisket och ta tag i sälfrågan på allvar	2018-11-20 18:17
9	Jättebra enkät! Kul att få säga hur det är för oss. Vi ser gärna att distributionen samordnas. Fördelar med synergier osv.	2018-11-20 17:09
10	Som jag tidigare skrev, det är bättre att göra det man är duktig på än att kludda med allt möjligt. Därför inte sagt att den som är intresserad av att sälja inte ska göra det.	2018-11-20 16:38
11	Behövs inte fler mellanhänder som ska ha sin del av kakan. Priserna måste hålla en sådan nivå att produktionen blir ekonomiskt bärkraftig. De flesta kostnadsökningar är politiska och svåra att påverka.	2018-11-20 15:57
12	Fråga 13 var ej aktuell för mig. Kryssade i januari bara för att komma vidare. Fokus måste ligga på hela Norrbotten och inte bara fyrkanten. Utan en samordning av sälj, MF, distribution kan livsmedelsproduktionen inte ta fart.	2018-11-20 15:20
13	Det är enklare att sälja livkalvar än återttag och sälja kött. Det tar tid även om kr/ kg blir högre. Grönsaker är så olika beroende på vädret och kort säsong, att hastigt komma ut med en sort då det lyckas eller inte komma igång då det misslyckas. Jag är ännu i mycket liten skala på grönsaker men tycker det är roligt.	2018-11-20 12:08
14	Tror inte jag är rätt person att svara på denna enkät. Jag representerar Polarbröd och vi arbetar ju på en mycket stor marknad.	2018-11-20 11:08
15	Viktigt att utbilda dagligvaruhandeln om de ska sälja mathantverk, att de frontar och lyfter fram sådana produkter, att de får stå samlade och inte sprids ut i en stor butik. Att det finns en acceptans och förståelse till produkternas högre pris och att de får finnas kvar i butiken fast de är mer "långsamma" i sin försäljning och kanske inte lika lönsamma som etablerade varumärken.	2018-11-20 08:37

16	Jag hoppas att jag har fel på fråga 26	2018-11-19 23:25
17	Jag hoppas att det kommer att öka, men är rädd att det kommer minska ist...	2018-11-19 17:27

Q1 Vad är din befattning?

Answered: 11 Skipped: 0

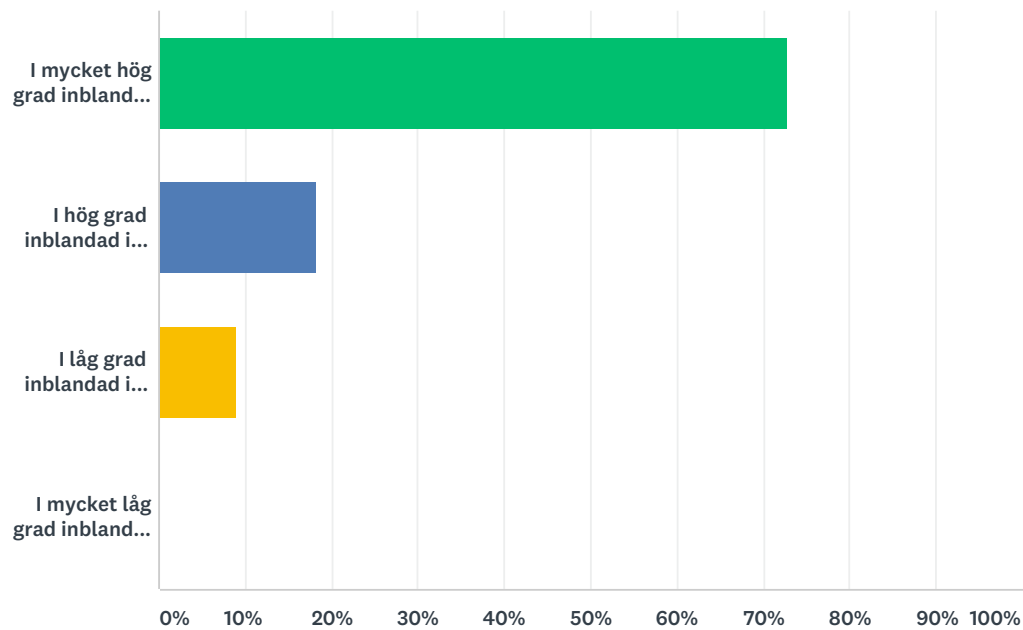


SVARSVAL	SVAR
Restaurangägare/krögare	54,55% 6
Kökschef/köksmästare/executive chef	18,18% 2
F&B-manager	18,18% 2
Annan befattning, nämligen:	9,09% 1
TOTALT	11

#	ANNAN BEFATTNING, NÄMLIGEN:	DATUM
1	Bemanningsföretag för kockar	2018-10-16 09:11

Q2 I vilken utsträckning är du inblandad i råvaruinköp i ditt arbete?

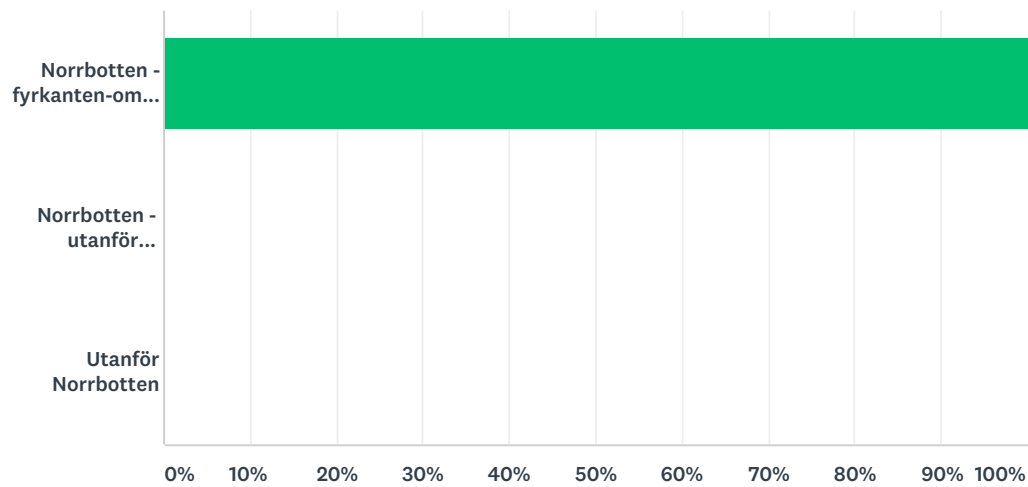
Answered: 11 Skipped: 0



SVARSVAL	SVAR	
I mycket hög grad inblandad i inköpen.	72,73%	8
I hög grad inblandad i inköpen.	18,18%	2
I låg grad inblandad i inköpen.	9,09%	1
I mycket låg grad inblandad i inköpen.	0,00%	0
TOTALT		11

Q3 Var är din arbetsplats belägen?

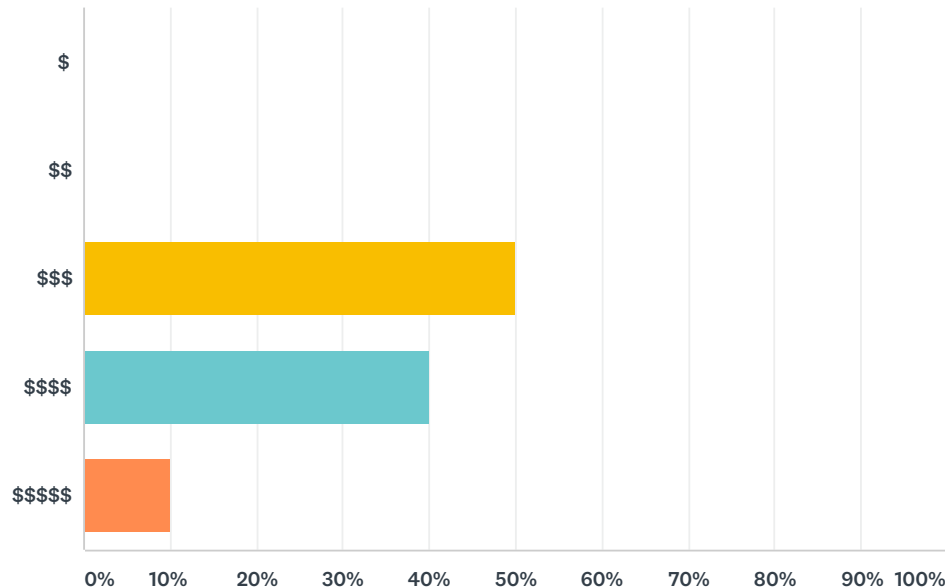
Answered: 11 Skipped: 0



SVARSVAL	SVAR	
Norrbotten - fyrkanten-området (Luleå-Boden-Piteå-Älvsbyn)	100,00%	11
Norrbotten - utanför fyrkanten-områden	0,00%	0
Utanför Norrbotten	0,00%	0
TOTALT		11

Q4 Inom vilken prisklass skulle du uppskatta att restaurangen du arbetar på ligger? Svarsalternativen spänner från de billigaste till de dyraste restaurangerna i Norrbotten.

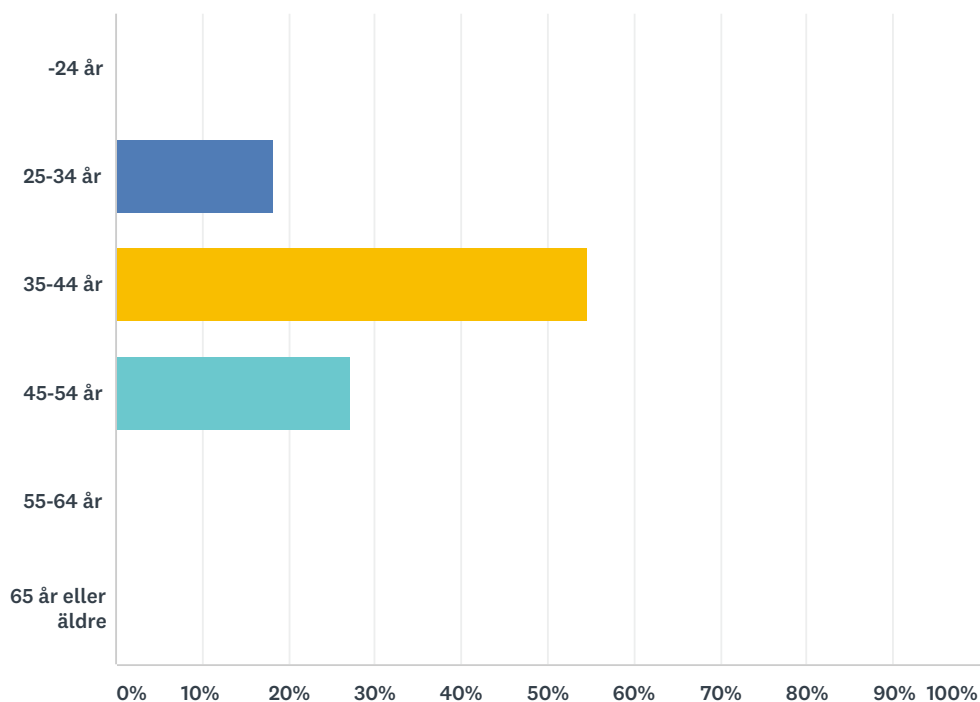
Answered: 10 Skipped: 1



SVARSVAL	SVAR	
\$	0,00%	0
\$\$	0,00%	0
\$\$\$	50,00%	5
\$\$\$\$	40,00%	4
\$\$\$\$\$	10,00%	1
TOTALT		10

Q5 Din ålder?

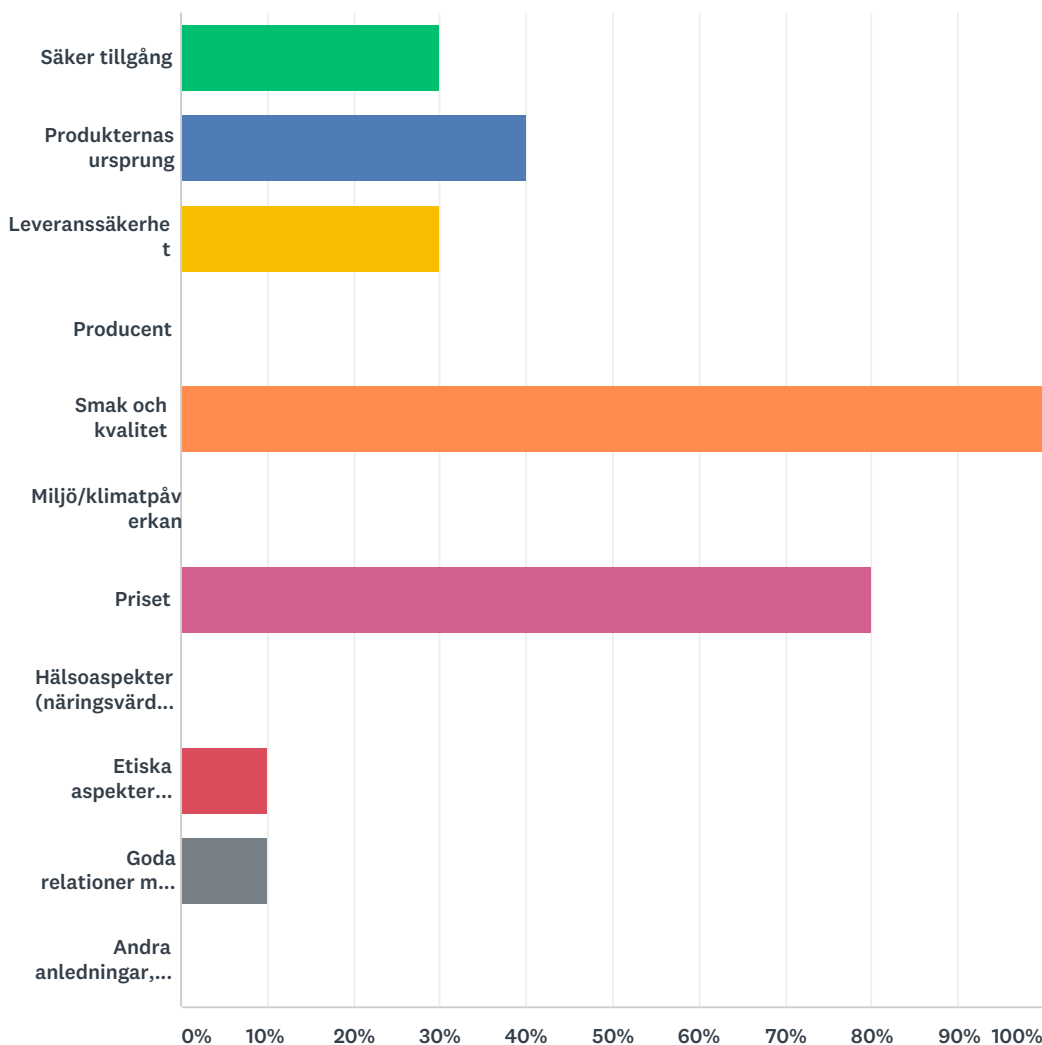
Answered: 11 Skipped: 0



SVARSVAL	SVAR	
-24 år	0,00%	0
25-34 år	18,18%	2
35-44 år	54,55%	6
45-54 år	27,27%	3
55-64 år	0,00%	0
65 år eller äldre	0,00%	0
TOTALT		11

Q6 Vad påverkar dig främst då du väljer råvaror (inte bara närproducerade) till er verksamhet? Välj de tre alternativ som är viktigast för dig.

Answered: 10 Skipped: 1



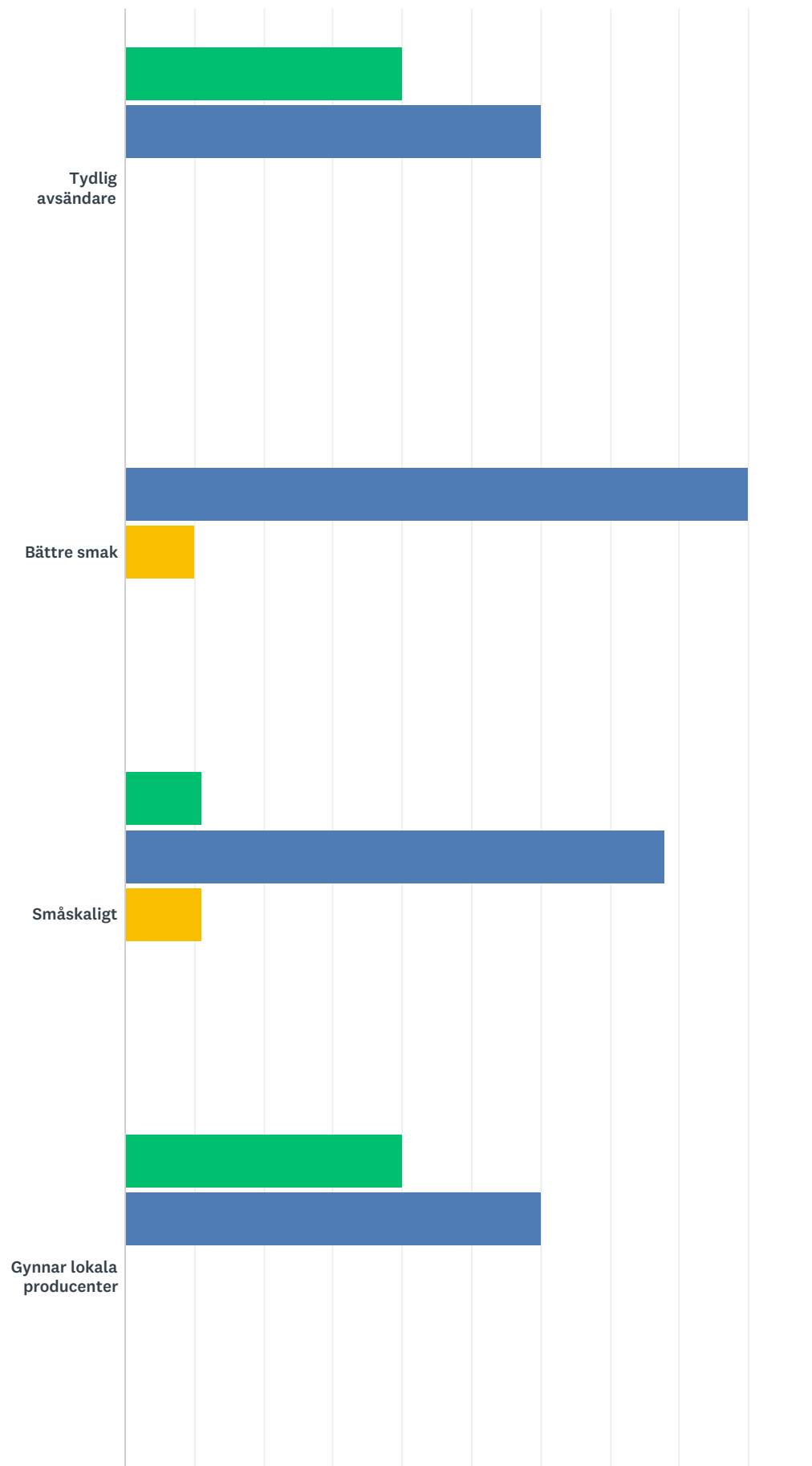
SVARSVAL	SVAR	
Säker tillgång	30,00%	3
Produkternas ursprung	40,00%	4
Leveranssäkerhet	30,00%	3
Producent	0,00%	0
Smak och kvalitet	100,00%	10
Miljö/klimatpåverkan	0,00%	0
Priset	80,00%	8
Hälsoaspekter (näringvärde, fria från oönskade tillsatser, ekologiskt etc)	0,00%	0
Etiska aspekter (ex.vis rättvisemärkt, djurhållning)	10,00%	1
Goda relationer med leverantör	10,00%	1

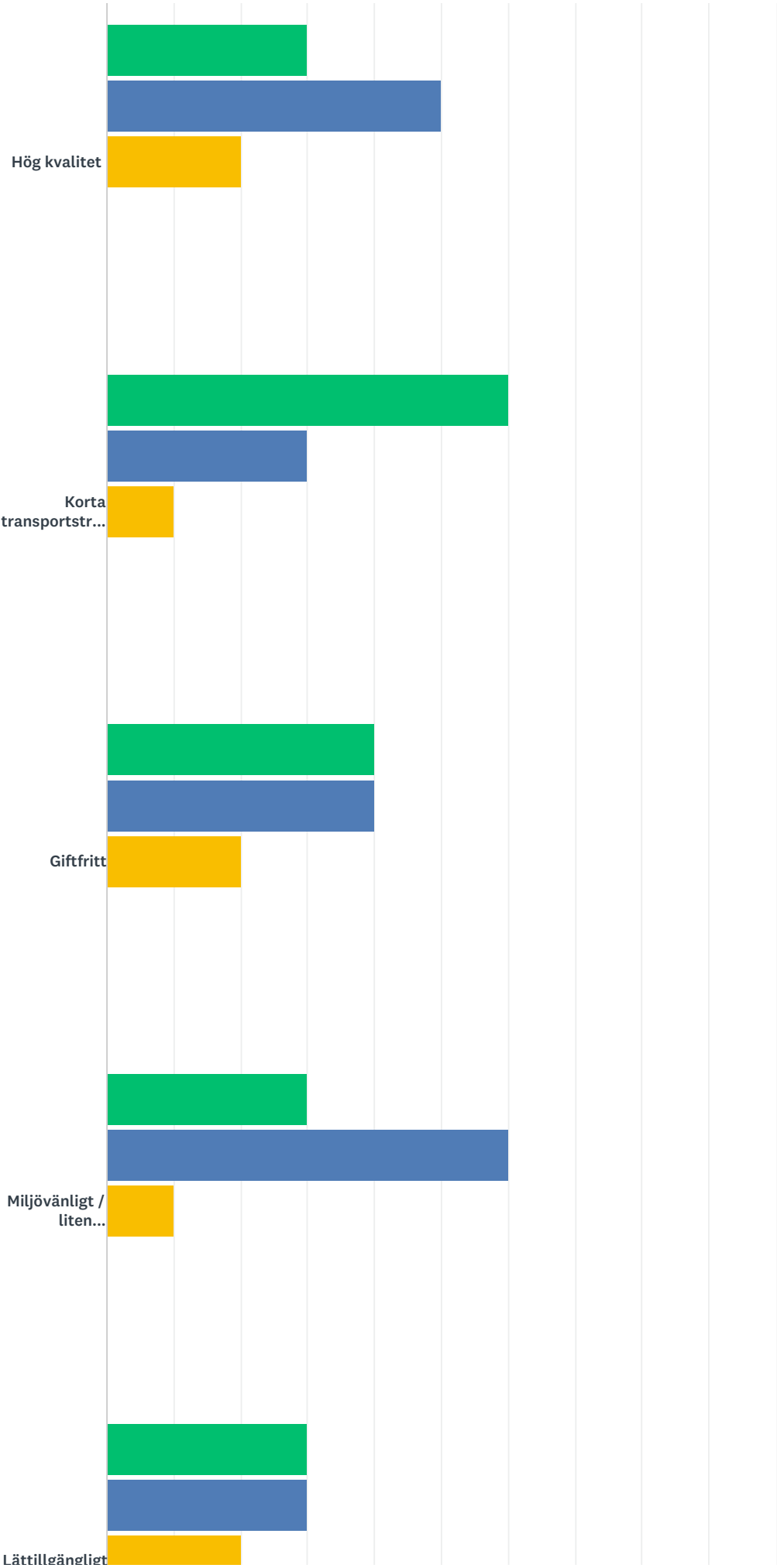
Andra anledningar, nämligen:	0,00%	0
Totalt antal svarande: 10		

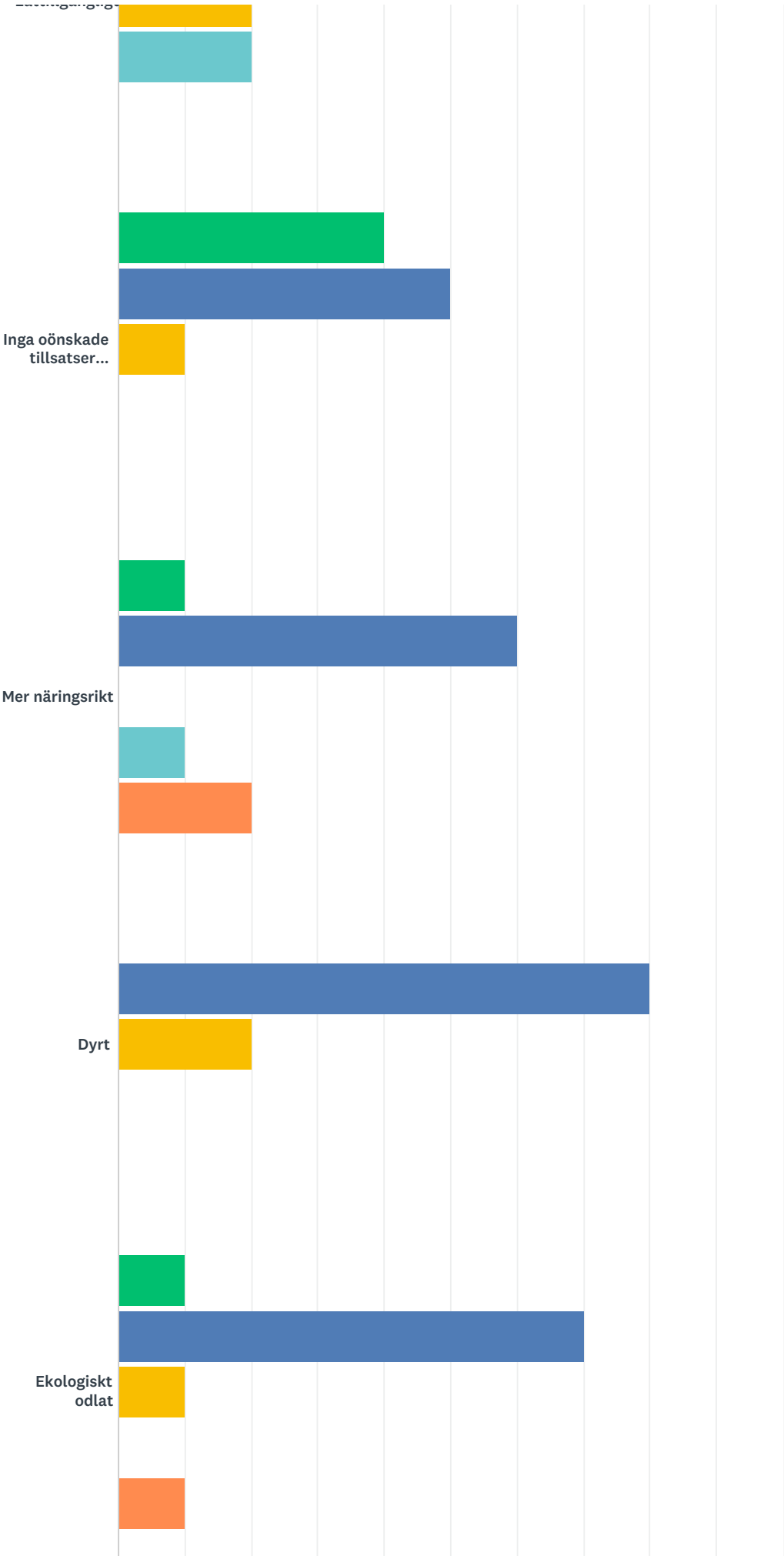
#	ANDRA ANLEDNINGAR, NÄMLIGEN:	DATUM
	Det finns inga svar.	

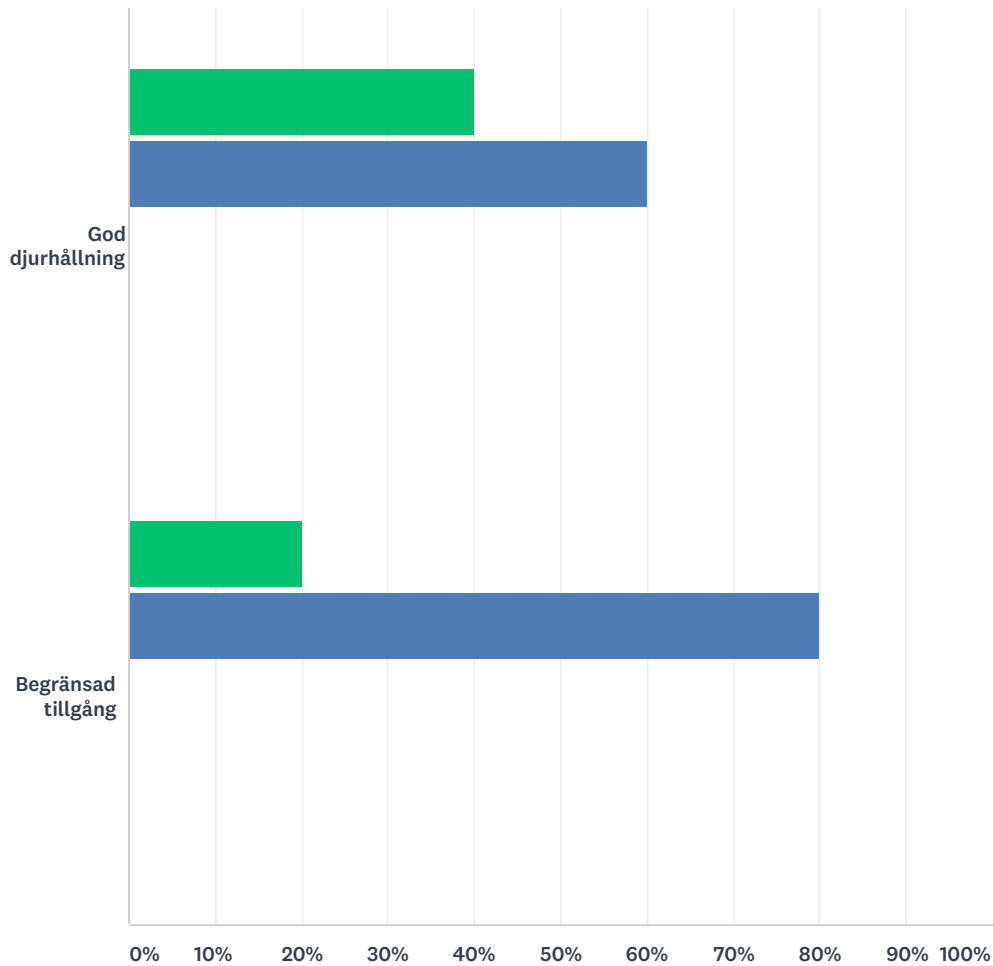
Q7 I vilken grad förknippar du följande med begreppet närproducerat?

Answered: 10 Skipped: 1









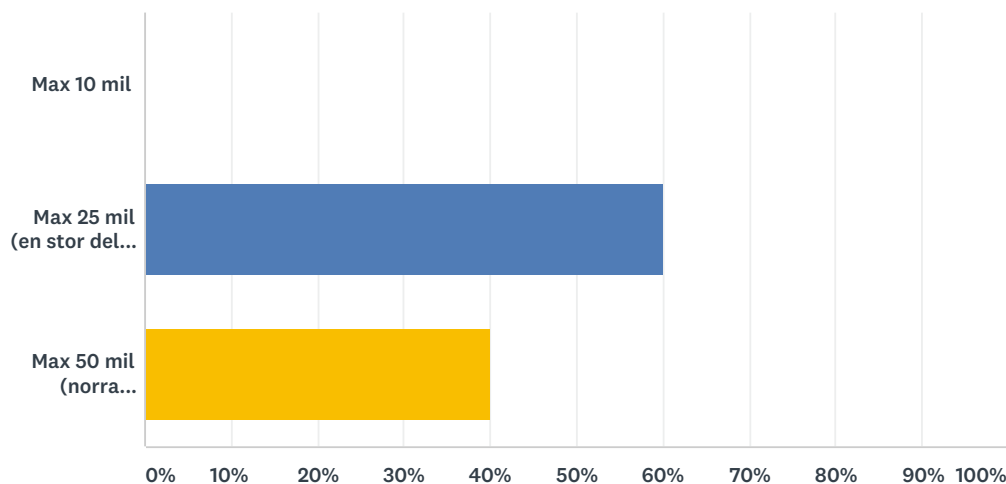
■ I mycket hög grad
 ■ I hög grad
 ■ I låg grad
 ■ I mycket låg grad
 ■ Ingen uppfattning

	I MYCKET HÖG GRAD	I HÖG GRAD	I LÅG GRAD	I MYCKET LÅG GRAD	INGEN UPPFATTNING	TOTALT
Tydlig avsändare	40,00% 4	60,00% 6	0,00% 0	0,00% 0	0,00% 0	10
Bättre smak	0,00% 0	90,00% 9	10,00% 1	0,00% 0	0,00% 0	10
Småskaligt	11,11% 1	77,78% 7	11,11% 1	0,00% 0	0,00% 0	9
Gynnar lokala producenter	40,00% 4	60,00% 6	0,00% 0	0,00% 0	0,00% 0	10
Hög kvalitet	30,00% 3	50,00% 5	20,00% 2	0,00% 0	0,00% 0	10
Korta transportsträckor	60,00% 6	30,00% 3	10,00% 1	0,00% 0	0,00% 0	10
Giffritt	40,00% 4	40,00% 4	20,00% 2	0,00% 0	0,00% 0	10
Miljövänligt / liten klimatpåverkan	30,00% 3	60,00% 6	10,00% 1	0,00% 0	0,00% 0	10
Lättillgängligt	30,00% 3	30,00% 3	20,00% 2	20,00% 2	0,00% 0	10
Inga oönskade tillsatser (antibiotika, smakförstärkare m.fl.)	40,00% 4	50,00% 5	10,00% 1	0,00% 0	0,00% 0	10

Mer näringsrikt	10,00% 1	60,00% 6	0,00% 0	10,00% 1	20,00% 2	10
Dyrt	0,00% 0	80,00% 8	20,00% 2	0,00% 0	0,00% 0	10
Ekologiskt odlat	10,00% 1	70,00% 7	10,00% 1	0,00% 0	10,00% 1	10
God djurhållning	40,00% 4	60,00% 6	0,00% 0	0,00% 0	0,00% 0	10
Begränsad tillgång	20,00% 2	80,00% 8	0,00% 0	0,00% 0	0,00% 0	10

Q8 Hur långt anser du att det maximalt får vara till livsmedlets ursprung för att du ska anse att det är närproducerat och därmed uppfyller de mervärden som du är ute efter som konsument?

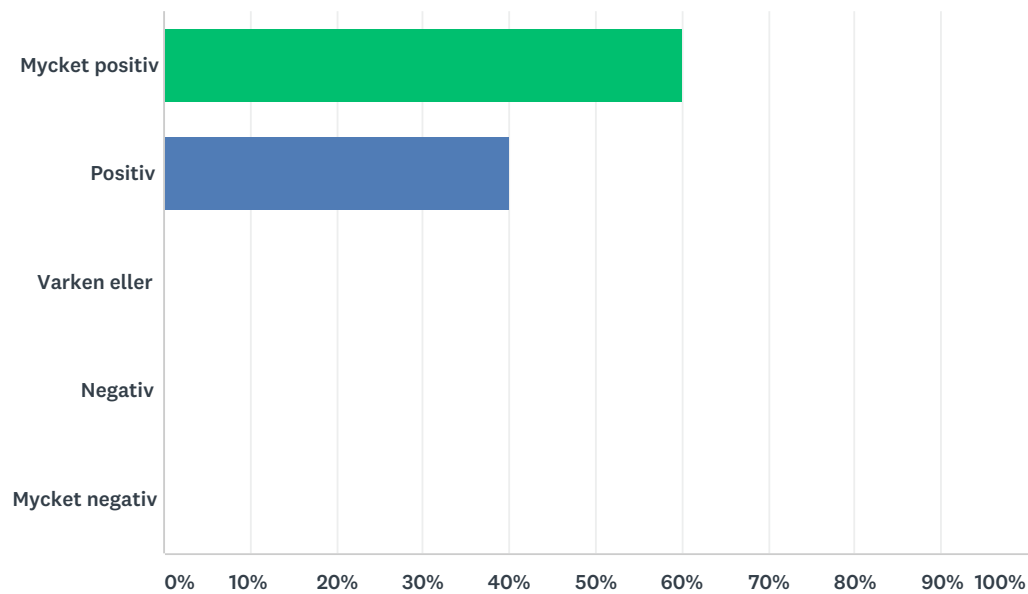
Answered: 10 Skipped: 1



SVARSVAL	SVAR	
Max 10 mil	0,00%	0
Max 25 mil (en stor del av Norrbotten täcks in förutsatt att du som konsument finns inom fyrkanten.)	60,00%	6
Max 50 mil (norra Norrland)	40,00%	4
TOTALT		10

Q9 Vad stämmer bäst överens med din generella attityd till närproducerade livsmedel?

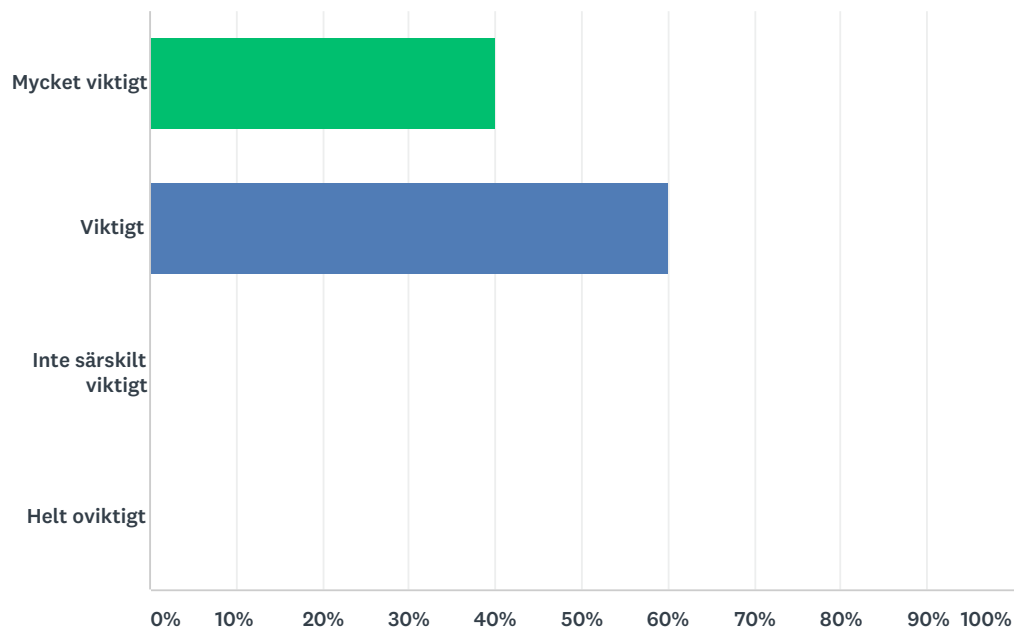
Answered: 10 Skipped: 1



SVARSVAL	SVAR	
Mycket positiv	60,00%	6
Positiv	40,00%	4
Varken eller	0,00%	0
Negativ	0,00%	0
Mycket negativ	0,00%	0
TOTALT		10

Q10 Hur viktigt anser du det vara att kunna handla närproducerade varor?

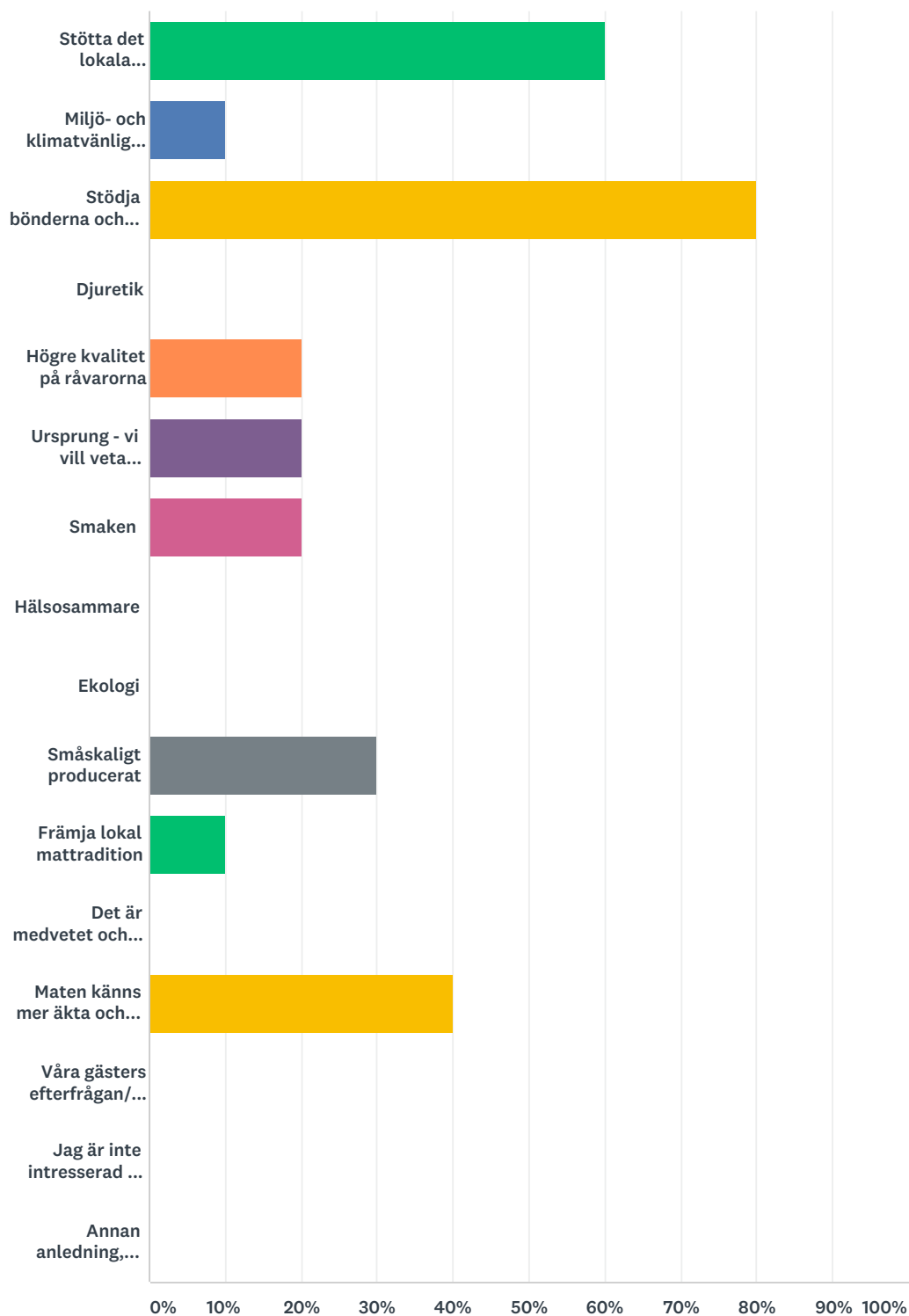
Answered: 10 Skipped: 1



SVARSVAL	SVAR	
Mycket viktigt	40,00%	4
Viktigt	60,00%	6
Inte särskilt viktigt	0,00%	0
Helt oviktigt	0,00%	0
TOTALT		10

Q11 Vilka av nedanstående skäl motiverar dig främst till att vilja handla närproducerade råvaror/livsmedel? Välj maximalt tre av nedan alternativ.

Answered: 10 Skipped: 1



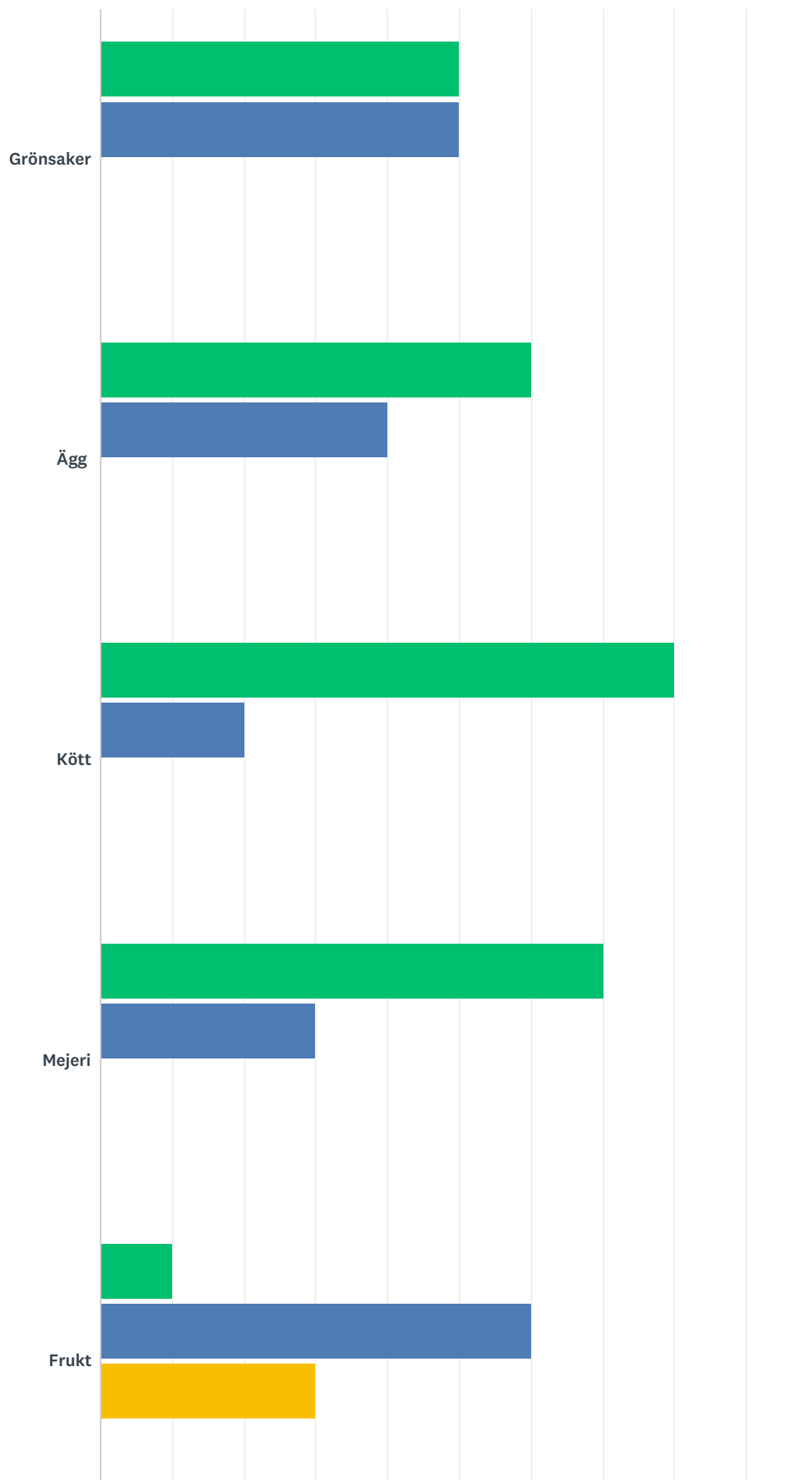
SVARSVAL	SVAR	
Stötta det lokala näringslivet / främja sysselsättningen	60,00%	6
Miljö- och klimatvänligt producerat	10,00%	1

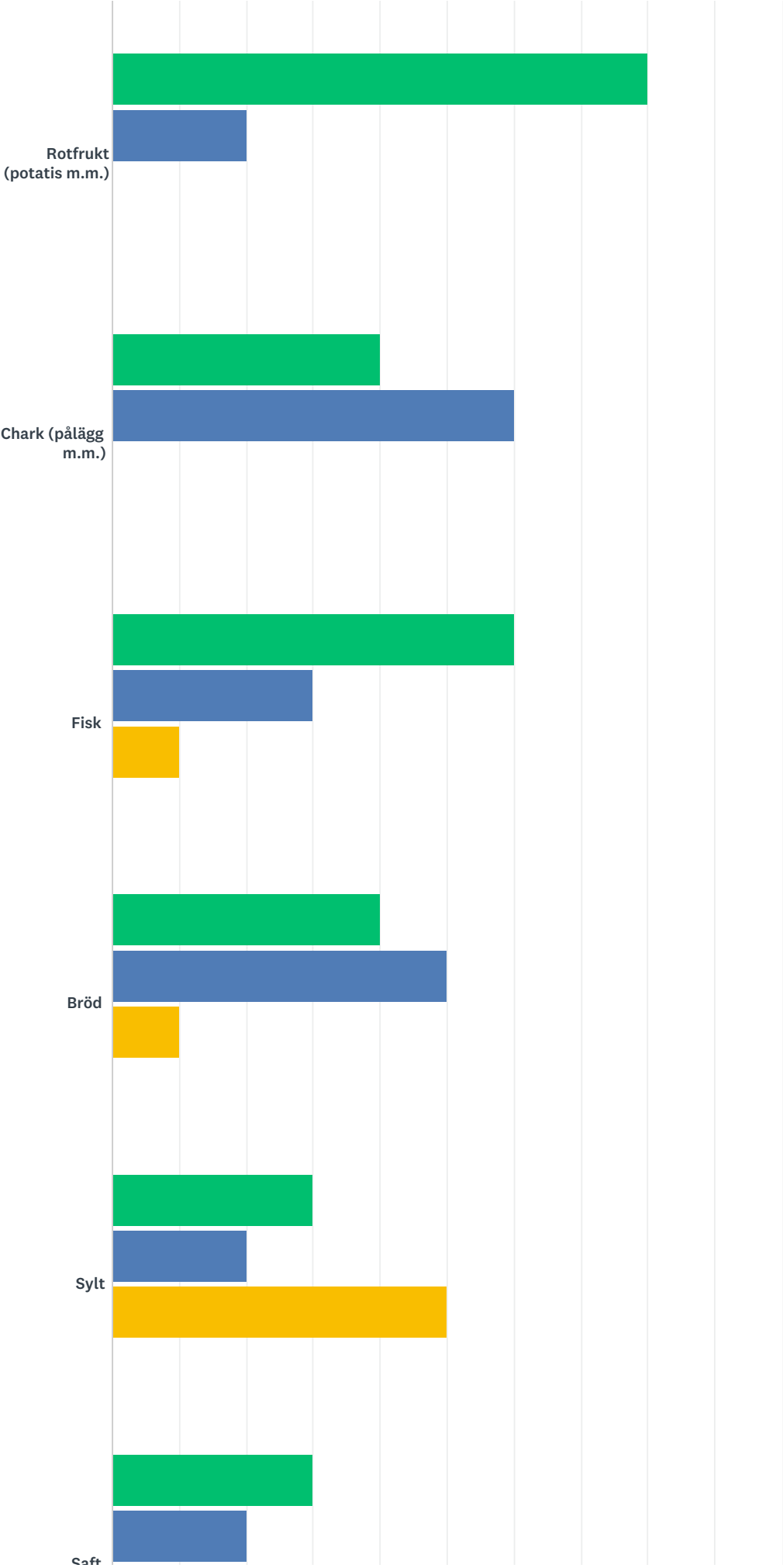
Stödja bönderna och en levande landsbygd med öppna landskap	80,00%	8
Djuretik	0,00%	0
Högre kvalitet på råvarorna	20,00%	2
Ursprung - vi vill veta varifrån råvarorna/livsmedlen kommer	20,00%	2
Smaken	20,00%	2
Hälsosammare	0,00%	0
Ekologi	0,00%	0
Småskaligt producerat	30,00%	3
Främja lokal mattradition	10,00%	1
Det är medvetet och "ligger i tiden" att jobba med närproducerade råvaror	0,00%	0
Maten känns mer äkta och naturlig	40,00%	4
Våra gästers efterfrågan/uppskattning	0,00%	0
Jag är inte intresserad av att köpa närproducerade varor	0,00%	0
Annan anledning, nämligen:	0,00%	0
Totalt antal svarande: 10		

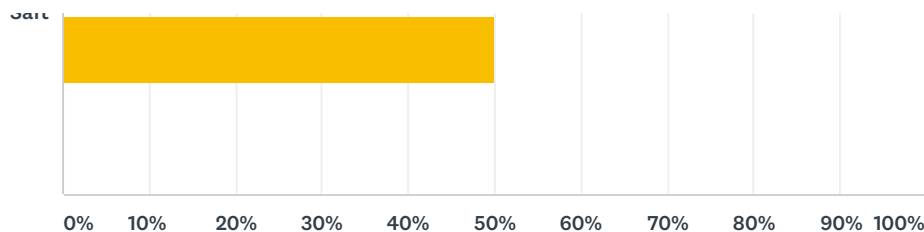
#	ANNAN ANLEDNING, NÄMLIGEN:	DATUM
	Det finns inga svar.	

Q12 Hur viktigt anser du det vara att det finns ett utbud av närproducerade alternativ inom följande livsmedelskategorier:

Answered: 10 Skipped: 1





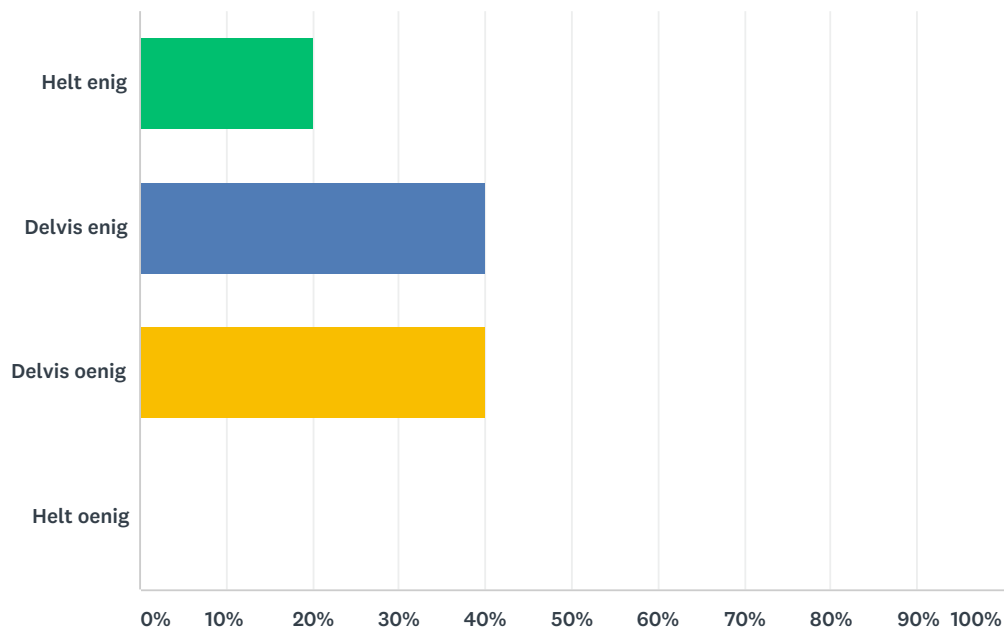


■ Mycket viktigt
 ■ Viktigt
 ■ Mindre viktigt
 ■ Inte alls viktigt

	MYCKET VIKTIGT	VIKTIGT	MINDRE VIKTIGT	INTE ALLS VIKTIGT	TOTALT
Grönsaker	50,00% 5	50,00% 5	0,00% 0	0,00% 0	10
Ägg	60,00% 6	40,00% 4	0,00% 0	0,00% 0	10
Kött	80,00% 8	20,00% 2	0,00% 0	0,00% 0	10
Mejeri	70,00% 7	30,00% 3	0,00% 0	0,00% 0	10
Frukt	10,00% 1	60,00% 6	30,00% 3	0,00% 0	10
Rotfrukt (potatis m.m.)	80,00% 8	20,00% 2	0,00% 0	0,00% 0	10
Chark (pålägg m.m.)	40,00% 4	60,00% 6	0,00% 0	0,00% 0	10
Fisk	60,00% 6	30,00% 3	10,00% 1	0,00% 0	10
Bröd	40,00% 4	50,00% 5	10,00% 1	0,00% 0	10
Sylt	30,00% 3	20,00% 2	50,00% 5	0,00% 0	10
Saft	30,00% 3	20,00% 2	50,00% 5	0,00% 0	10

Q13 Jag anser att det idag finns bra förutsättningar för mig och vår verksamhet att handla närproducerade råvaror.

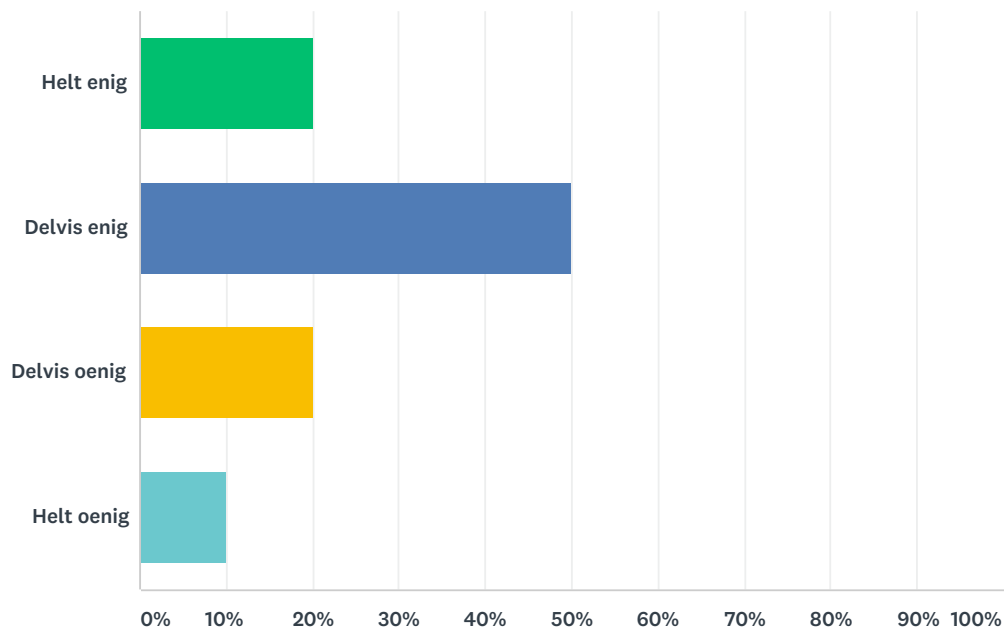
Answered: 10 Skipped: 1



SVARSVAL	SVAR	
Helt enig	20,00%	2
Delvis enig	40,00%	4
Delvis oenig	40,00%	4
Helt oenig	0,00%	0
TOTALT		10

Q14 Jag anser mig ha god koll på producenter i regionen (bönder/odlare/förädlingsföretag) samt deras kapacitet och utbud.

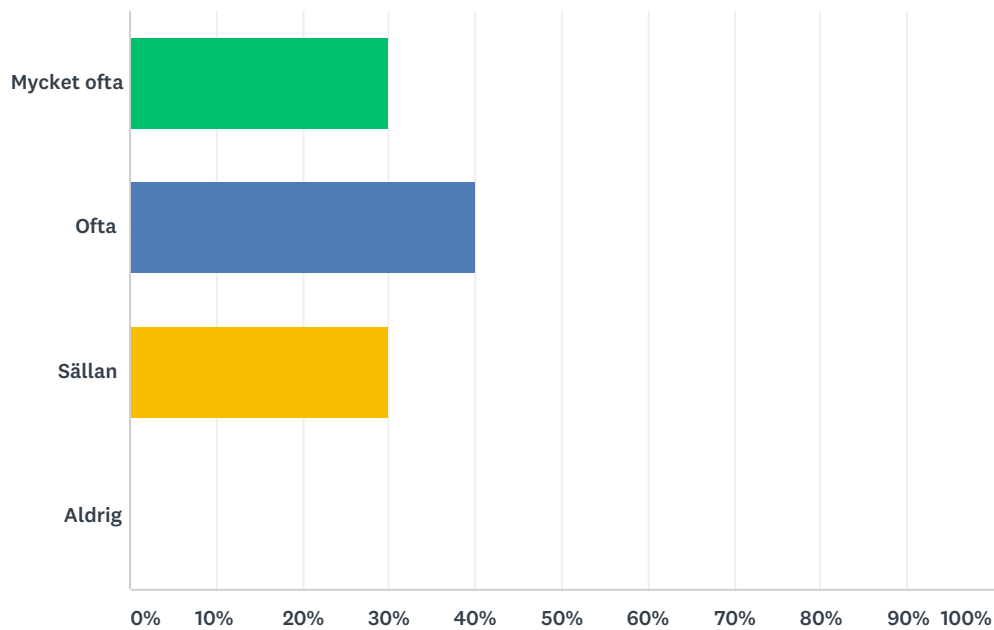
Answered: 10 Skipped: 1



SVARSVAL	SVAR	
Helt enig	20,00%	2
Delvis enig	50,00%	5
Delvis oenig	20,00%	2
Helt oenig	10,00%	1
TOTALT		10

Q15 Använder ni er idag av några närproducerade råvaror?

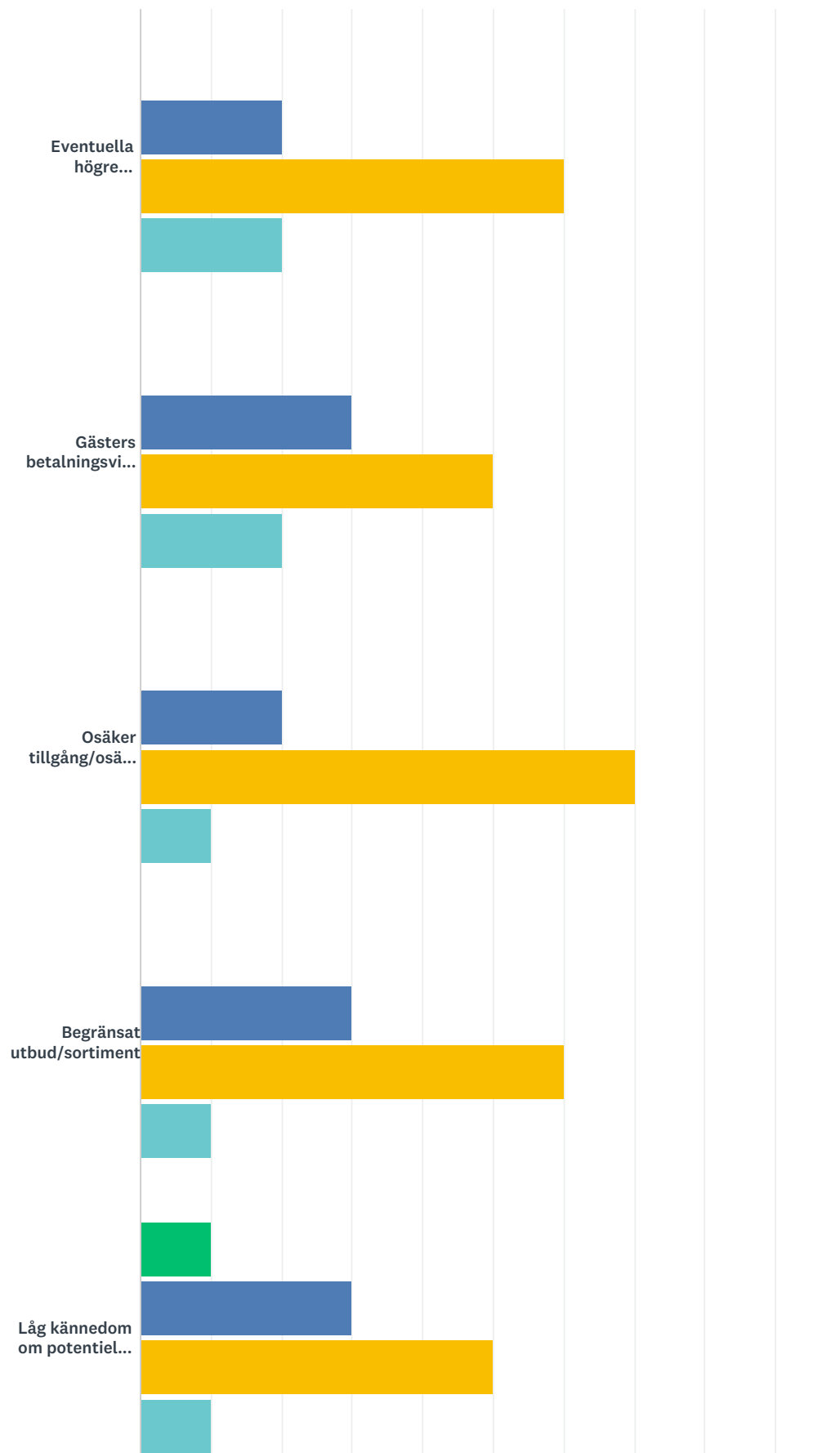
Answered: 10 Skipped: 1

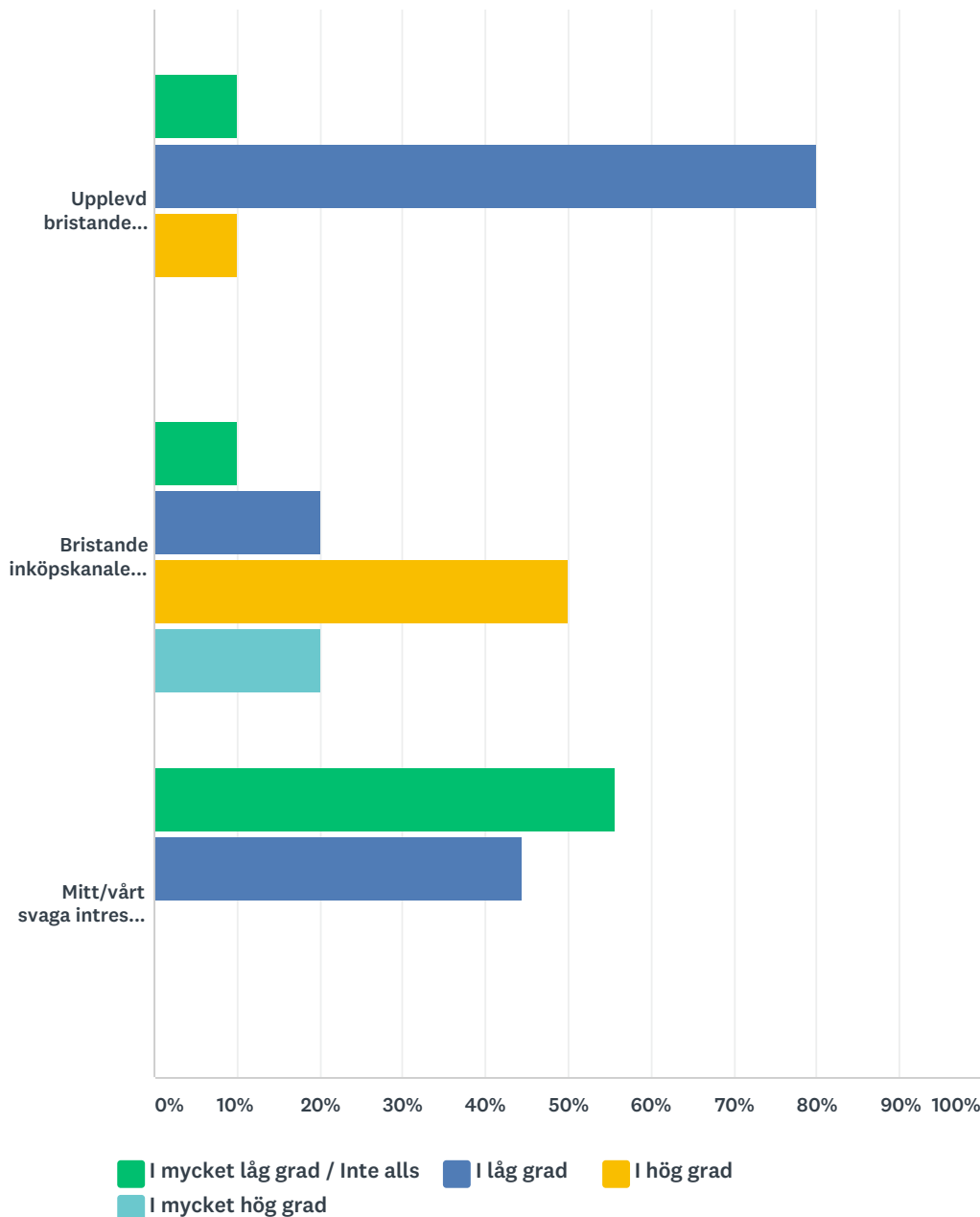


SVARSVAL	SVAR
Mycket ofta	30,00% 3
Ofta	40,00% 4
Sällan	30,00% 3
Aldrig	0,00% 0
TOTALT	10

Q16 För dig som köper in närproducerade råvaror - i vilken grad påverkar följande faktorer dina inköp?

Answered: 10 Skipped: 1





	I MYCKET LÅG GRAD / INTE ALLS	I LÅG GRAD	I HÖG GRAD	I MYCKET HÖG GRAD	TOTALT
Eventuella högre inköspriser än varor med annat ursprung	0,00% 0	20,00% 2	60,00% 6	20,00% 2	10
Gästers betalningsvilja för närproducerade råvaror (svårighet att ta ut eventuell merkostnad av gäst)	0,00% 0	30,00% 3	50,00% 5	20,00% 2	10
Osäker tillgång/osäkra leveranser	0,00% 0	20,00% 2	70,00% 7	10,00% 1	10
Begränsat utbud/sortiment	0,00% 0	30,00% 3	60,00% 6	10,00% 1	10
Låg kännedom om potentiella leverantörer i regionen och deras kapacitet	10,00% 1	30,00% 3	50,00% 5	10,00% 1	10
Upplevd bristande kvalitet jämfört med varor med annat ursprung	10,00% 1	80,00% 8	10,00% 1	0,00% 0	10
Bristande inköpskanaler (leverantörer, återförsäljare, grossister)	10,00% 1	20,00% 2	50,00% 5	20,00% 2	10
Mitt/vårt svaga intresse av närproducerade livsmedel	55,56% 5	44,44% 4	0,00% 0	0,00% 0	9

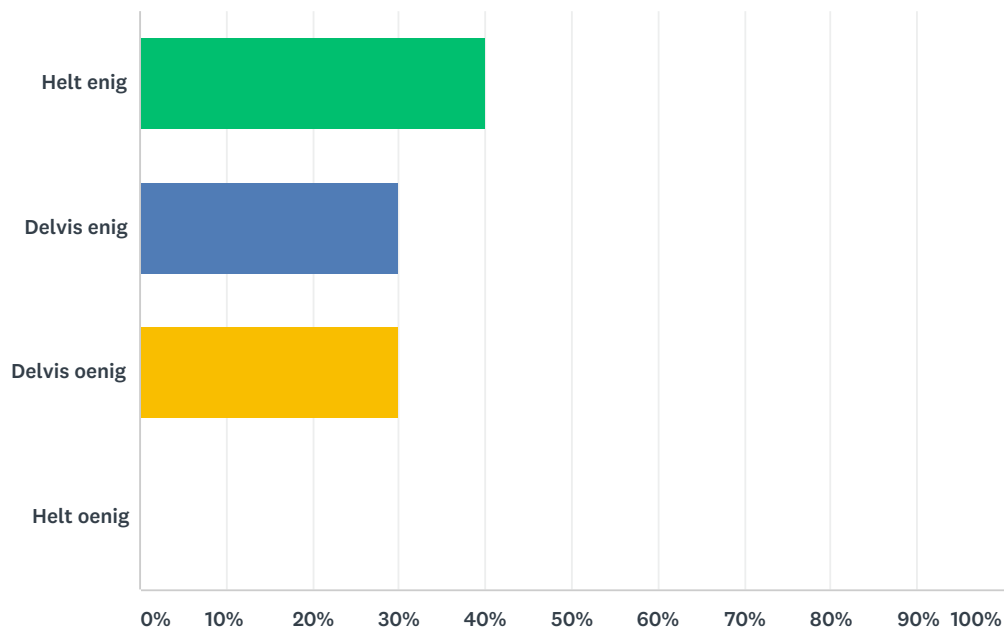
Q17 Vilka eventuella ytterligare utmaningar gällande inköp av närproducerade livsmedel/råvaror ser du finns?

Answered: 5 Skipped: 6

#	SVAR	DATUM
1	Hitta leverantörer, vad de erbjuder.	2018-11-07 13:24
2	CENTRALA INKÖP I STÖRRE KEDJA	2018-10-22 14:22
3	Tekniken och blandat med lättillgängligt.	2018-10-17 21:00
4	Det tar tid att söka efter dessa leverantörer och vad de har att erbjuda. Tid är för oss krögare pengar.	2018-10-16 14:28
5	Att man skulle kunna odla i växthus året runt.	2018-10-16 09:16

Q18 Jag/vår restaurang är generellt sett villiga att betala lite mer för närproducerade livsmedel än för produkter med annat ursprung.

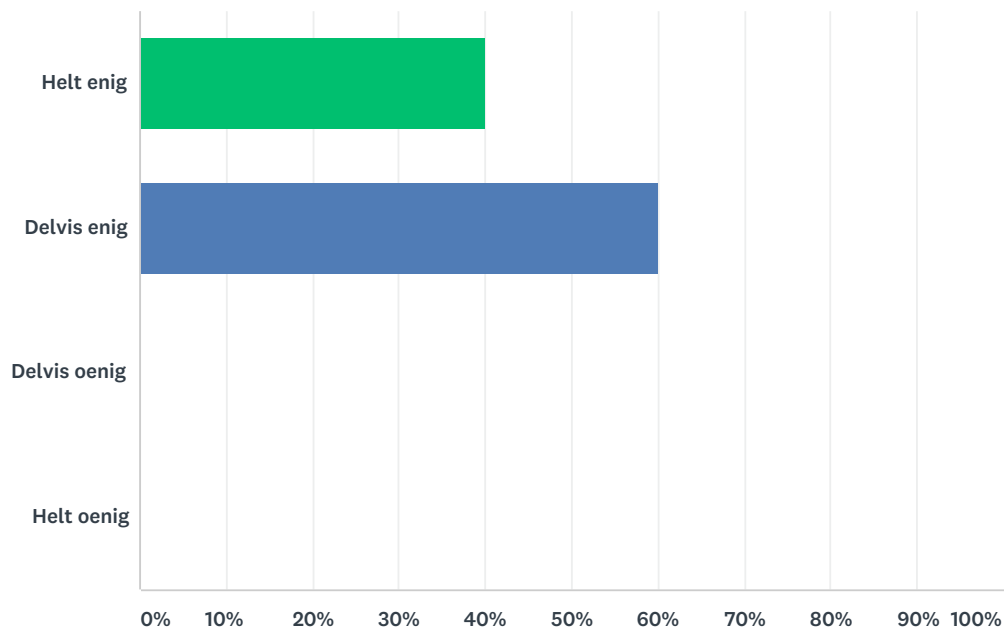
Answered: 10 Skipped: 1



SVARSVAL	SVAR	
Helt enig	40,00%	4
Delvis enig	30,00%	3
Delvis oenig	30,00%	3
Helt oenig	0,00%	0
TOTALT		10

Q19 Jag önskar att vår restaurang/verksamhet skulle kunna köpa in mer närproducerade livsmedel än vi gör idag.

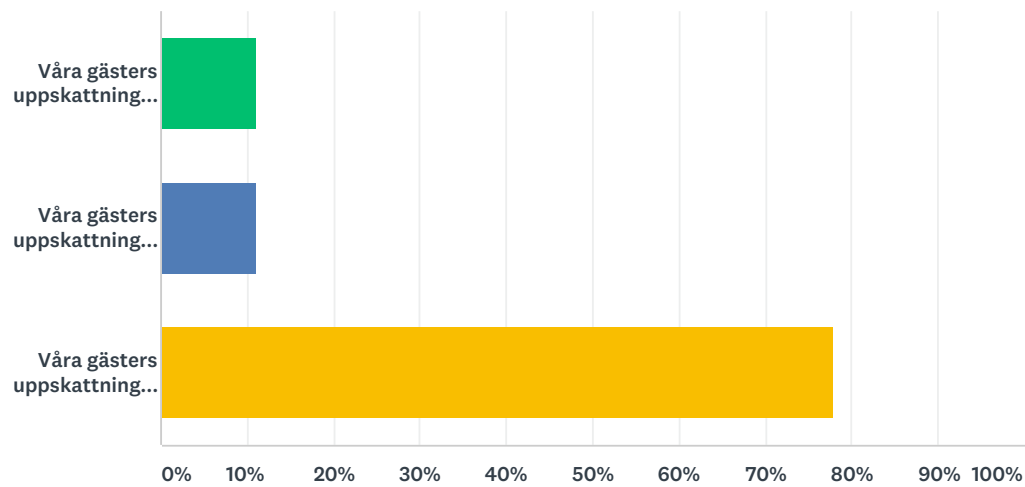
Answered: 10 Skipped: 1



SVARSVAL	SVAR	
Helt enig	40,00%	4
Delvis enig	60,00%	6
Delvis oenig	0,00%	0
Helt oenig	0,00%	0
TOTALT		10

Q20 Hur tror du att utvecklingen kring närproducerat kommer att se ut på 5 års sikt?

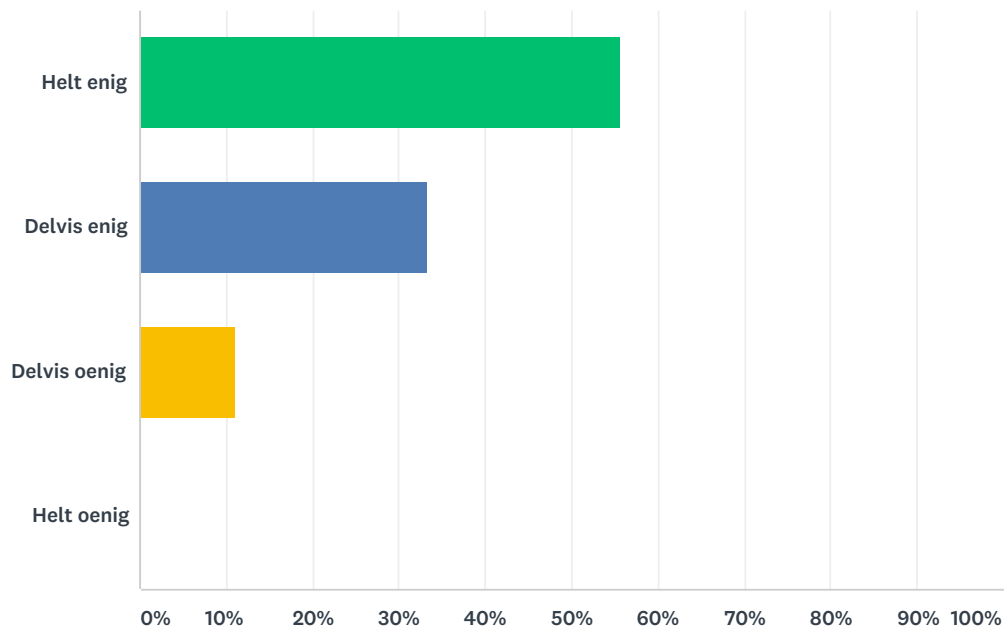
Answered: 9 Skipped: 2



SVARSVAL	SVAR	
Våra gästers uppskattning och efterfrågan på närproducerade råvaror kommer att vara ungefär som idag.	11,11%	1
Våra gästers uppskattning och efterfrågan på närproducerade råvaror kommer att minska.	11,11%	1
Våra gästers uppskattning och efterfrågan på närproducerade råvaror kommer att öka.	77,78%	7
TOTALT		9

Q21 Jag anser att en digital mötesplats (jmf. med kontaktförmedling) som ger mig kännedom om producenter i regionen skulle underlätta för mig.

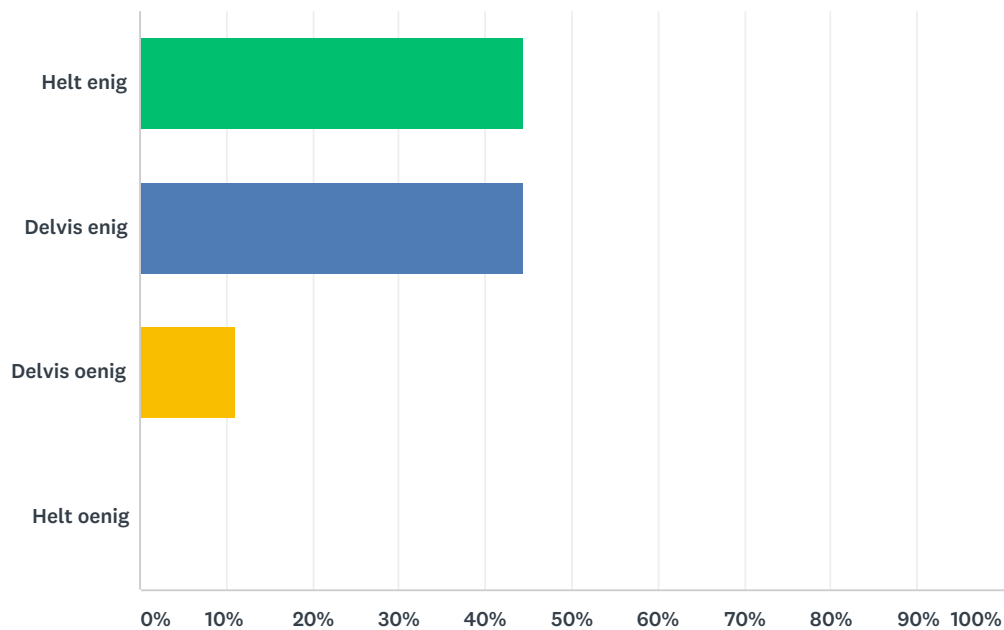
Answered: 9 Skipped: 2



SVARSVAL	SVAR	
Helt enig	55,56%	5
Delvis enig	33,33%	3
Delvis oenig	11,11%	1
Helt oenig	0,00%	0
TOTALT		9

Q22 Vår restaurang skulle sannolikt öka inköpen av närproducerade livsmedel om det fanns en digital mötesplats. (jmf. kontaktförmedling)

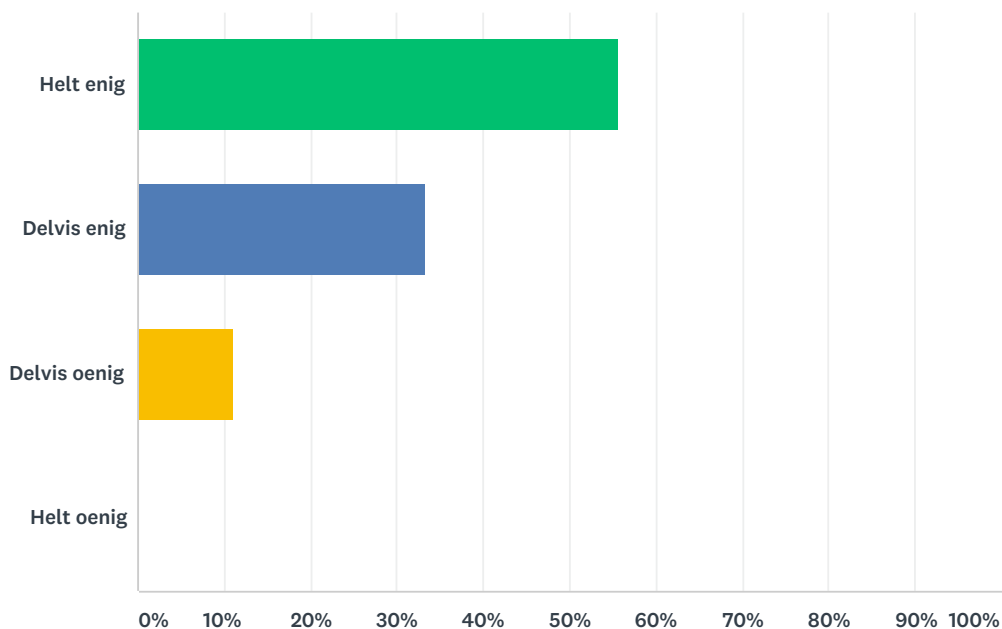
Answered: 9 Skipped: 2



SVARSVAL	SVAR	
Helt enig	44,44%	4
Delvis enig	44,44%	4
Delvis oenig	11,11%	1
Helt oenig	0,00%	0
TOTALT		9

Q23 Jag anser att en digital mötes- och handelsplats (webbplats med regionens producenter samt e-handel/butik) skulle underlätta mina inköp av närproducerade livsmedel.

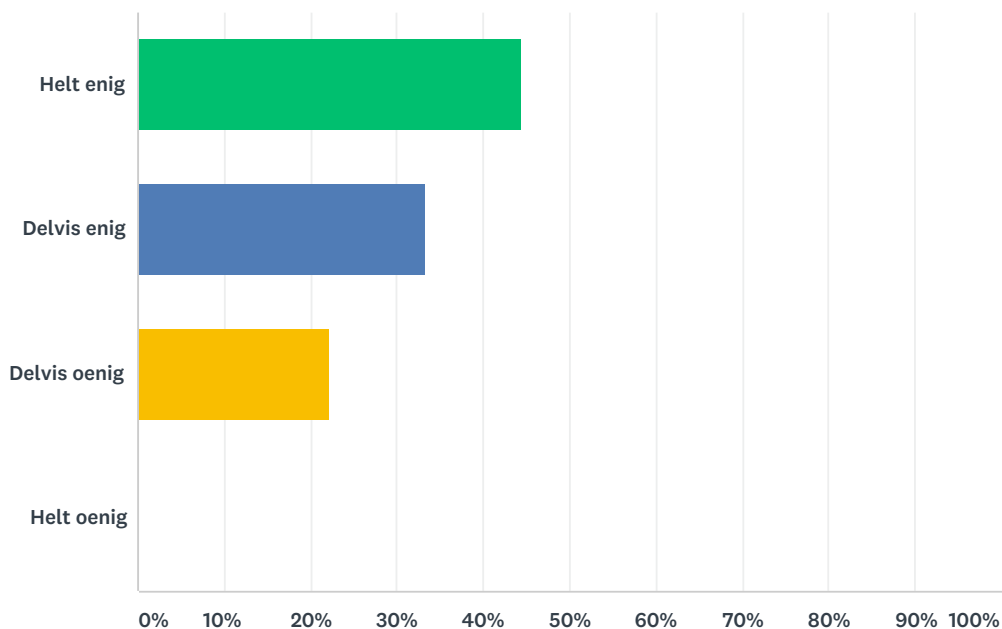
Answered: 9 Skipped: 2



SVARSVAL	SVAR	
Helt enig	55,56%	5
Delvis enig	33,33%	3
Delvis oenig	11,11%	1
Helt oenig	0,00%	0
TOTALT		9

Q24 Vår restaurang skulle sannolikt öka inköpen av närproducerade livsmedel om det fanns en digital mötes- och handelsplats (webbplats med regionens producenter samt e-handel/butik).

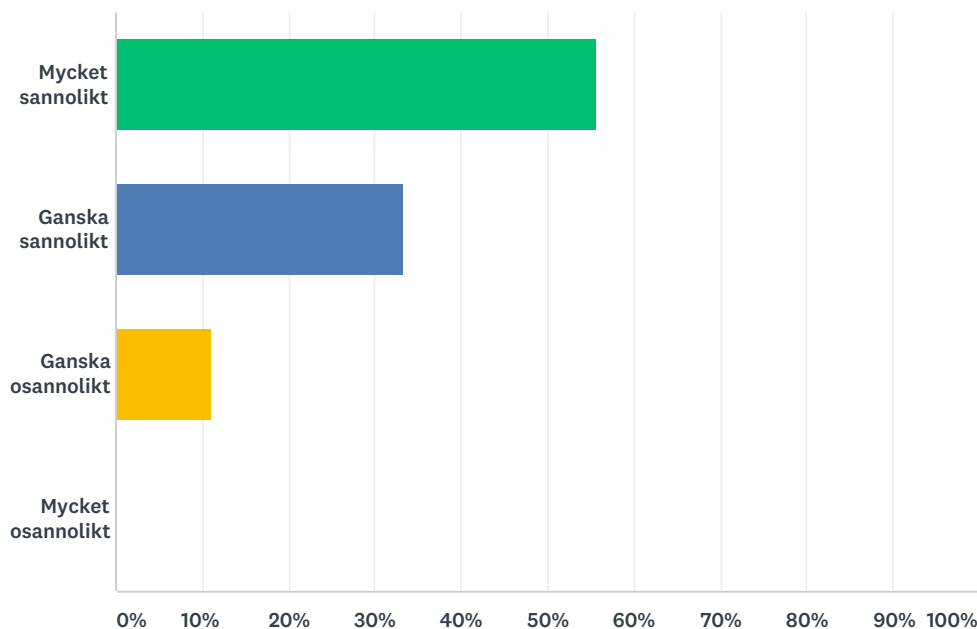
Answered: 9 Skipped: 2



SVARSVAL	SVAR	
Helt enig	44,44%	4
Delvis enig	33,33%	3
Delvis oenig	22,22%	2
Helt oenig	0,00%	0
TOTALT		9

Q25 Om det fanns en mötes- och handelsplats för närproducerade livsmedel som skulle underlätta inköp, hur sannolikt vore det att du skulle använda dig av en sådan inköpskanal.

Answered: 9 Skipped: 2



SVARSVAL	SVAR	
Mycket sannolikt	55,56%	5
Ganska sannolikt	33,33%	3
Ganska osannolikt	11,11%	1
Mycket osannolikt	0,00%	0
TOTALT		9

Q26 Vad är viktigt (innehåll och/eller funktioner) på en mötes- och handelsplats för att lösa de eventuella utmaningar som finns när det gäller inköp av närproducerade livsmedel?

Answered: 7 Skipped: 4

#	SVAR	DATUM
1	Leverantören får presentera sej själv och sina produkter och mängd på de sätt som den önskar. De får den peng de önskar utan mellanhänder för sina produkter.	2018-11-07 13:28
2	direkt avisering om varan inte finns eller kort i lager.	2018-10-23 09:47
3	Svårt att svara på tyvärr	2018-10-22 14:23
4	Enkla sökfunktioner, smidig logistik med betalning, returer, leveranser mm. Tydlig information om produkterna och producenterna då vi gärna berättar om dom lokala producenterna för våra gäster	2018-10-19 08:59
5	Enkelt och smidigt.	2018-10-17 21:01
6	Att den ej är för avanserad. Får ej ta en massa tid att beställa samt att leverantörerna måste uppdatera saldo helatiden när varorna tar slut eller liknande.	2018-10-17 10:58
7	Att det, skall gå snabbt att beställa varor.	2018-10-16 09:17

Q27 Det där var den sista frågan! Finns det något du vill tillägga eller få sagt?

Answered: 3 Skipped: 8

#	SVAR	DATUM
1	Lycka till!!! Ser fram mot resultatet av detta.	2018-11-07 13:28
2	nej	2018-10-22 14:23
3	Nej	2018-10-16 09:17