



Skånsk trädgårdsstrategi

– utveckling av den skånska
trädgårdsbranschen 2015–2020



Skåne — ett trädgårdsland

Den skånska trädgårdskulturen är väl rotad, såväl i den skånska folksjelen som i Skånes bördiga jord.

Här finns trädgårdsföretagen,
trädgårdsanläggningarna och kunskapen.
Något som är värt att ta vara på och utveckla,
på ett långsiktigt hållbart vis.

I Skåne finns goda förutsättningar för ökad odling av frukt, bär, grönsaker, potatis, krukväxter, snittblommor, träd, buskar, perenner och andra trädgårdsprodukter. Det är livsmedel för sund matglädje och växter som bygger och ger karaktär åt samhällets gröna oaser. Gemensamt för allt som trädgårdsnäringen producerar är att det gynnar människors hälsa och välbefinnande. En stark trädgårdsbransch betyder också arbetstillfällen, en levande landsbygd och ett aktivt samspel mellan stad och land.

För regionen Skåne är trädgårdsproduktion en levande och viktig del av kulturarvet. Att utveckla trädgårdsbranschen kan ge såväl ekonomiska som ekologiska och sociala vinster. En effektiv utvecklingsprocess kräver en strategi för alla berörda att enas runt. Det är den du nu har i din hand.

Målgrupper

Skånsk trädgårdsstrategi vänder sig till branschorganisationer, beslutsfattare och andra som är intresserade av framtida strategiska satsningar inom trädgårdsområdet.

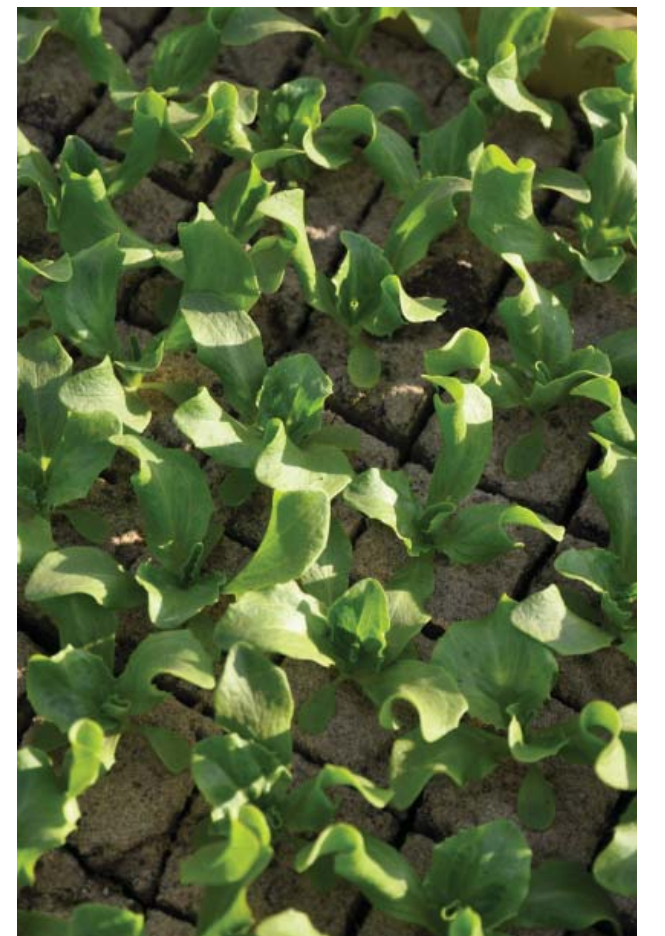
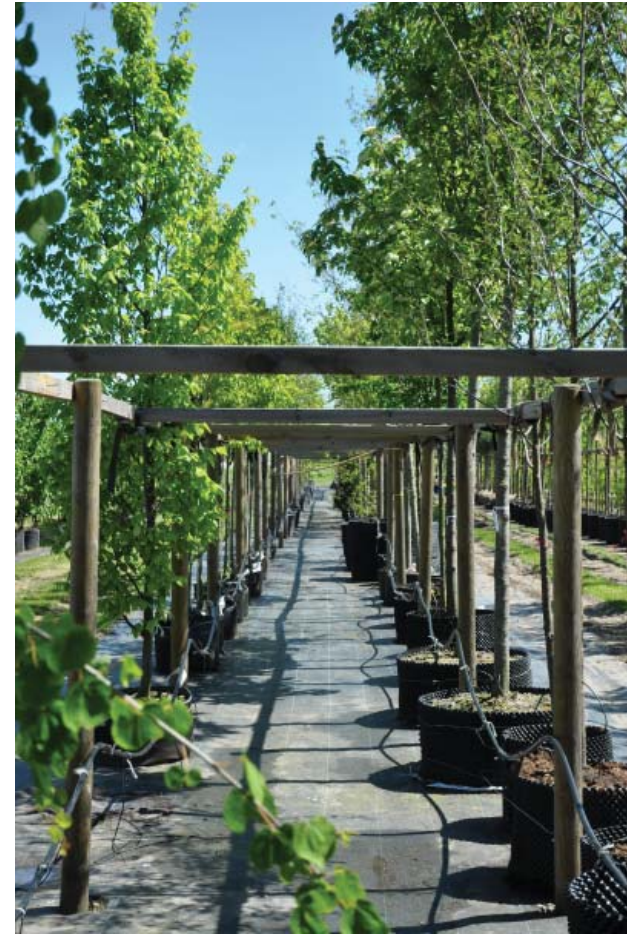
Strategins syften

- Lyfta fram möjligheter för utveckling av trädgårdsbranschen i Skåne, i syfte att främja landsbygdens näringsliv och sysselsättning, förbättra livskvaliteten och främja en hållbar samhällsutveckling.
- Peka på fokusområden och åtgärder där förutsättningarna för utveckling är goda.
- Vara ett gemensamt verktyg för effektiv prioritering och samordning av resurser i utvecklingsarbetet.
- Sprida kunskap om den skånska trädgårdsbranschen och dess betydelse i dagens och morgondagens samhälle.
- Inspirera till framtida strategiska satsningar inom området.

Vision: Skåne är trädgårdsbranschens ledande nav i Norden år 2020

Övergripande mål

- Ökad skånsk odling och förädling av ett brett sortiment av trädgårdsprodukter för såväl den inhemska marknaden som för en långsiktig exportsatsning.
- Skåne är en ledande region för ny kunskap och innovationer inom trädgårdsområdet.
- Skåne är ett nav för logistik och handel med trädgårdsprodukter och tjänster inom trädgårdsbranschen.



Skåne har unika förutsättningar

I Skåne är våren tidig, sommaren lång och hösten mild. De goda jordarna lämpar sig för trädgårdskulturer och vattnet är av hög kvalitet. Förutsättningarna för trädgårdsproduktion är kort sagt utmärkta. Det är därför naturligt och rimligt att använda dem på bästa sätt, till gagn för Skåne och för hela vår del av världen. Detta är särskilt angeläget i ljuset av de pågående klimatförändringarna, som kommer att innebära försämrade odlingsförutsättningar på många andra håll.

I Skåne finns en stark trädgårdstradition och ett utbrett odlingskunnande. Här finns också landets främsta utbildningar inom trädgårdsområdet, från grundläggande nivå på trädgårdsskolor till de mest avancerade på Sveriges lantbruksuniversitet, SLU, i Alnarp. Där bedrivs även hortikulturell forskning av hög kvalitet.

Skåne är ett nav för handel och logistik inom trädgårdsnäringen. En mycket stor del av de trädgårdsprodukter som är avsedda för den svenska marknaden passerar Helsingborgs distributionscentrum. Detta är en gynnsam faktor för den skånska trädgårdsnäringens utveckling. En växande trädgårdsnäring gynnar i sin tur logistikföretagen med tillhörande verksamheter och branscher.

Svensk livsmedelsindustri är till stora delar koncentrerad till Skåne. Det finns mycket att vinna på ett närmare samarbete mellan livsmedelsindustrin och trädgårdsnäringen. Bland annat ett ökat förädlingsvärde på trädgårdsprodukterna och större efterfrågan på lokala råvaror – såväl till livsmedel för den svenska marknaden som för export.

Skåne är ett trädgårdscentrum. Flera av Sveriges förnämsta parker och offentliga trädgårdar finns i Skåne. Några exempel är Malmös vackra parker, Norrvikens Trädgårdar, slottsträdgården på Sofiero, trädgårdarna på Fredriksdal i Helsingborg och Alnarpsparken. Mångfalden vad gäller privata trädgårdar är överväldigande och många är öppna för besök, till exempel vid de trädgårdsrundor som arrangeras runt om i Skåne. Landskapet rymmer också ett antal inspirerande trädgårdsbutiker.

I Skåne når matglädjen och kunskapen om mat ständigt nya höjder. Det gäller på allt från landskapets traditionella gästgivargårdar till krogarna som anammar de senaste mattrenderna. Närodlat mat är en stark trend och i Skåne finns ett rikt utbud, inte minst när det gäller trädgårdsprodukter.

Skåningarnas intresse för trädgård och odling fortsätter att växa. Det odlas inte bara i egna trädgårdar, kolonilotter och balkonglådor. Numera odlar skåningar också i parker, på skolgårdar och tidigare outnyttjade områden i urbana miljöer. Stadsodlingen är en plantskola för framtidens odlingsföretagare och en rekryteringsbas för studenter till trädgårdsutbildningar. Den bidrar också till ett socialt hållbart samhälle, bland annat genom hälsovinster av fysisk aktivitet och ökad konsumtion av grönsaker, frukt och bär, och genom en förbättrad integration av nya skåningar.

Trädgårds- branschen idag

Den svenska trädgårdsbranschen består av tre delbranscher: trädgårdsnäringen, utemiljöbranschen och fritidsodlingen. Den här strategin fokuserar främst på trädgårdsnäringens utveckling i Skåne.

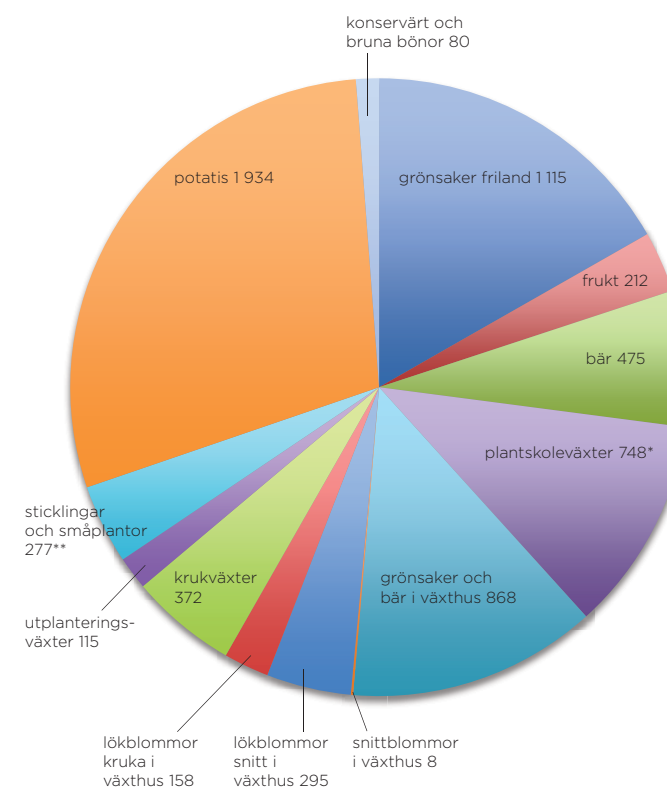
Den svenska trädgårdsnäringen producerar ett värde av cirka 7 miljarder kronor i primärproducentledet på en areal av 50 000 ha och sysselsätter cirka 20 000 personer på hel- och deltid. Större delen av svensk trädgårdsnäring finns i södra Sverige, och då framför allt i Skåne. Mer än hälften av såväl den svenska frilands- som växthusarealen finns i Skåne. Värdet av Sveriges trädgårdsproduktion har i primärproducentled ökat med mer än 60 procent från år 2000 till 2012.

Den svenska utemiljöbranschen omsätter cirka 23 miljarder kronor. Utemiljöbranschen består av flera delar, som trädgårdsarkitektur, planering, anläggning och förvaltning.

Den svenska fritidsodlingen omsätter 13 miljarder kronor i form av växter, redskap och andra förnödenheter. Över 6 miljoner svenskar har tillgång till en egen trädgård och 70 000 trädgårdsentusiaster är organiserade i olika föreningar.

Produktionsvärden inom svensk trädgårdsnäring, miljoner kr

■ grönsaker friland, 1 115
■ frukt, 212
■ bär, 475
■ plantskoleväxter, 748*
■ grönsaker och bär i växthus, 868
■ snittblommor i växthus, 8
■ lökblommor, snitt i växthus, 295
■ lökblommor, kruka i växthus, 158
■ krukväxter, 372
■ utplanteringsväxter, 115
■ sticklingar och småplantor, 277**
■ potatis, 1 934
■ konservärt och bruna bönor, 80
■ Totalt ca 7 miljarder kronor



Primärproduktion inom svensk trädgårdsnäring.

*värdet för plantskoleväxter motsvarar växtlagret ”på marken”, inte faktisk försäljning.

**sticklingar och småplantor är insatsvaror till annan produktion.

Källa: Branschbeskrivning Trädgård, SLU Alnarp 2012.



Skånska trädgårdsprodukter, några exempel

Bärande produktionsgrenar

Äpplen Mer än 90 procent av våra älskade svenska äpplen odlas i Skåne. Många av de främsta och viktigaste sorterna har dessutom ett skånskt ursprung. Aroma, Katja, Sylvia, Frida och Fredrik är bara några av de sorter som förädlingsarbetet vid SLU:s avdelning på Balsgård, strax norr om Kristianstad, gett upphov till. Unika skånska och svenska sorter är en viktig framgångsfaktor för den skånska fruktodlingens konkurrenskraft. En större volym och en längre försäljningssäsong har också hög prioritet. Därför behöver branschen fler lagringståliga äppelsorter och bättre lagringsmetoder.

Jordgubbar Jordgubbsodling är en viktig del av skånsk trädgårdsnäring och en produktionsgren med stor potential. Ny odlingsteknik har kraftigt förbättrat skördar och bärkvalitet. Utveckling av nya odlingssystem och odling i tunnlar och växthus gör skånska jordgubbar tillgängliga under en allt längre säsong – såväl för skåningar som för andra nordbor.

Morötter Sverige är nästan självförsörjande på morötter, och den internationella marknaden väntar. Mer än hälften av volymen odlas i Skåne. Med dagens lagringsmetoder kan företagen leverera morötter så gott som året om. Skånska morotsföretag tar dessutom fram förädlade specialprodukter. Kapaciteten för den typen av verksamhet ska inte begränsas av den skånska odlingsarealen – mer råvara finns i andra, svenska odlingsområden.

Ärter Med bra odlingsbetingelser och gediget kunnande producerar skånska odlare ärter av unik kvalitet. Ärter är också en av de trädgårdsprodukter som Skåne i dagsläget exporterar i större omfattning.

Småblad Småblad, eller baby leaves, är ett samlingsnamn för blad som skördas späda, när plantorna bara är några veckor gamla. Bland småbladen förekommer till exempel olika sorter av sallat, rucola, mangold och spenat. Skånska odlare är klart bäst i Sverige på småblad. De skapar även mer värde genom vidareförädling, produktutveckling och anpassning till modern matlagning.

Tomat och gurka Skånska tomater och gurkor är fräscha och klimatsmarta. Tomaterna finns i mängder av färger, former och smaker. De skånska gurkorna varierar mindre men dominerar den svenska produktionen. Svensk gurka odlas till mer än 90 procent i Skåne. Genom att värma växthus med förnybar energi eller restvärme och installera energieffektiv belysning kan säsongen förlängas och året-runt-odlingen av tomat och gurka öka.

Potatis Den tidigaste potatisen skördas på Bjärehalvön. Kristianstadsområdet är ett annat potatisdistrikt av stor betydelse. Skånsk matpotatis stod 2013 för nästan 40 procent av den svenska produktionen. Skåneodlad potatis har mycket hög kvalitet och den är även eftertraktad på exportmarknaden. Det finns också en stor utvecklingspotential inom förädlade och bekväma potatisprodukter, för den inhemska marknaden och för export.

Pelargoner Intresset för och efterfrågan på pelargoner växer, såväl för utomhus- som inomhusbruk. Denna utveckling visar inga tecken på att mattas av. Inom skånsk krukväxtodling är det pelargonerna som tar för sig av utrymmet – både på växthusborden och på marknaden.

Sommarblommor Under vår och försommar dignar bord och hyllor i de skånska prydnadsväxtodlarnas växthus av vår- och sommarblommor. Suget är stort, och emellanåt går det också en del skånska sommarblommor på export. Det är däremot en utmaning för sommarbloms- och krukväxtodlarna är att hitta lönsamma växter för produktion under höst och vinter. Här behövs ett produktutvecklingsarbete. Det gäller att veta vad konsumenterna vill ha och förpacka rätt.

Buskar och träd utvalda för svenskt klimat E-plantor är friska och garanterat art- och sortäkta buskar och träd, utvalda för svenskt klimat. E-plantsystemet är en svensk, och i hög grad skånsk, innovation. I botten ligger en unik metod för framtagning och provodling av växter för svenska förhållanden. Urvalet av nya E-plantor görs av en expertgrupp vid Stiftelsen Trädgårdsodlingens Elitplantstation, EPS, i Fjälkestad utanför Kristianstad. EPS äger också varumärket E-planta.

E-plantor produceras av drygt tjugo svenska plantskolor, och större delen av produktionen sker i Skåne. Några av många uppskattade E-plantor är björkspirea Tor E, prydnadsnöbär Arvid E, blåbärstry ANJA® E, ullungrönn LEGEND® E och svartaronia GLORIE® E.

Det finns en enorm utvecklingspotential i E-plantsystemet, bland annat vad gäller ytterligare växter för olika funktioner, förhållanden och målgrupper. Utöver den inhemska marknaden är E-plantor efterfrågade internationellt och kan utgöra en grund i en svensk exportsatsning inom plantskoleområdet.

Perenner Några av de mest betydande svenska perennplantskolorna ligger i Skåne. Här odlas en fantastisk mångfald av perenner, prydnadsgräs och ormbunkar. Växter som spelar en avgörande roll i skapandet av de hälsofrämjande gröna miljöer som blir allt viktigare i vårt samhälle.

Mindre kulturer med potential

Havtorn Bär av havtorn är både vackra och nyttiga. De har dessutom en fräsch, god och spännande smak. På Balsgård har SLU en unik samling av härdiga havtornssorter. Balsgårds växtförädlare har också tagit fram flera nya intressanta sorter för svensk havtornsodling. Dessutom pågår ett arbete med att utveckla drycker med hälsomervärden, baserade på havtorn och andra frukter och bär.

Vin Ett mildare klimat öppnar nya spännande odlingsmöjligheter som branschen inte ska tveka att ta vara på. Skåne är numera ett vindistrikt med närmare 30 vingårdar och en egen vinväg, en *Route du vin*. Förutom vinproduktion arbetar flera vingårdar även med kurser, vinprovning och försäljning av vinstockar.

Sparris Kullabygden och Österlen är ett par av de områden där sparrisodlingen frodas. Sparriskulturen, hela vägen från jord till bord, har nått Skåne och Norden för att stanna och utvecklas. Här ska den skånska primärproduktionen, tillsammans med dess kunder, vara med på tåget. Alla sparrisälskare i Norden längtar efter och vill ha sparris när våren kommer. Och det gör den tidigt i Skåne.

Primörer. Förutom sparris bjuder Skåne på ljuvliga primörer i form av späda rödbetor, gulbetor, morötter, lök, potatis och mycket annat. Skåne har de rätta förutsättningar-na och kan bli leverantör till hela Norden.

Kronärtskocka, haverrot, ätliga blommor Det finns många kulturer som idag är små men som har framtiden för sig. Kronärtskocka är ett exempel på en grönsak som kan odlas med framgång i Skåne, men som inte övervintrar så bra längre norröver. Haverrot, persiljerot och majrova är bara några av de mer udda rotfrukter som efterfrågas i det nya nordiska köket, och som har en växande marknadspotential. Blommor kan bidra med fin smakbrytning, färg och skönhet.

Särskilt hälsosamma sorter Det finns en ökande efterfrågan på livsmedel med hälsomervärden. I svensk odling finns tomater med särskilt högt innehåll av den nyttiga antioxidanten lykopen. Superbroccolin Beneforte är resultatet av ett traditionellt förädlingsarbete där vanlig broccoli korsats med en vild släkting. Sorten, som nu odlas i Skåne, har dubbelt så hög halt av glucoraphanin och glucoiberin som vanlig broccoli. Kost med hög halt av glukosinolater har i studier visat sig kunna skydda mot bland annat cancer, hjärt- och kärlsjukdomar och typ 2-diabetes.

Kryddor I Skåne växer kryddor på stora fält, såväl blad- som frökryddor, men än så länge i begränsad omfattning. Det handlar bland annat om kummin, vallmo, dillfrö, koriander, lavendel och timjan. Sverige importerar kryddor till ett värde av 200 miljoner kronor varje år, så här finns en potentiell marknad.



Sju fokusområden

Vi har identifierat sju prioriterade fokusområden för utvecklingen av den skånska trädgårdsbranschen. De presenteras här utan inbördes rangordning.

Fokusområde 1.

Unika skånska värden

Svenska konsumenter har stort förtroende för skånska och svenska trädgårdsprodukter, det ska vi ta vara på och utveckla. För att växa på marknaden behöver vi också identifiera och utveckla våra unika skånska värden, samt kommunicera dem mot konsument, handel och samhällets beslutsfattare på olika nivåer.

Mål

- Stort förtroende för skånsk trädgårdsproduktion.
- Utvecklade och kända unika värden hos skånska trädgårdsprodukter.
- Utvecklade sociala värden och god arbetsmiljö i alla delar av trädgårdsnäringen.

Stort förtroende

Konsumenterna har stort förtroende för skånska trädgårdsprodukter. Det grundar sig på höga miljö-, hygien- och kvalitetskrav, ren miljö, god tillgång till bra vatten och förnybar energi samt ett unikt växtmaterial av hög kvalitet som är anpassat för vårt klimat. Förtroendet kan ytterligare stärkas, exempelvis genom att informera om vad olika certifieringar och kvalitetskrav innebär. Skånsk produktion skapar också fler arbetstillfällen och en levande landsbygd i Skåne.

Mervärden

Till de skånska och svenska trädgårdsprodukternas mervärden hör unika sorter och unika smaker. Vi ska marknadsföra fler trädgårdsprodukter med unika smaker. En möjlighet är att ta fram smakord på motsvarande sätt som gjorts för potatis. Positiva värdeord är smakrika och vackra produkter, ren miljö, friskt vatten, naturligt, sunt, biologisk mångfald och tydliga årstider.

Sociala och kulturella värden

Det sociala ansvaret innefattar ökad sysselsättning, fler arbetstillfällen och en god arbetsmiljö. Inom flera produktionsgrenar finns möjlighet att utöka säsonganställningar till helårsanställningar genom att utveckla verksamheten. Många trädgårdsprodukter är levande kulturarv som kan motivera ökat samarbete med kulturarvsinstitutioner.

Fokusområde 2.

Innovativa produkter och vidareförädling

Inom primärproduktionen finns goda förutsättningar att specialanpassa råvaror och växtmaterial till olika marknader. Kraven på produkterna är olika inom offentlig sektor, industri, restaurang, anläggningsverksamhet och handel med trädgårdsväxter respektive livsmedel.

Mål

- Trädgårdsnäringen möter konsumenternas och samhällets efterfrågan på hälsosam och bekväm mat.
- Specialanpassade råvaror och växtmaterial för olika marknader och behov.
- Mer förädlade råvaror och smarta förpackningar för speciella ändamål.

Hälsosam och bekväm mat

Det finns en stor efterfrågan på ekologisk, hälsosam, bekväm och trendriktig mat. Skånsk trädgårdsnäring ska aktivt bidra till framtida lösningar på livsmedelsförsörjningen. En stark trend är proteinrika grönsaker som alternativ till kött. Det finns också en stor potential för produkter och sorter av frukt, bär och grönsaker med höga halter av hälsosamma ämnen. Frukt och bär i smarta förpackningar kan marknadsföras som alternativ till godis och snacks. För att möta efterfrågan behöver vi utveckla odlingsteknik, sorter och produkter.

Marknad för specialprodukter

Det finns en marknad för nya, spännande, vackra, välsmakande och exklusiva produkter till det nya nordiska köket. Det finns också en potential för produkter som många invandrare vill ha men som ännu inte är så vanliga i svenska butiker. Vi behöver även öka volymerna i den skånska produktionen för att kunna möta de större livsmedelsindustriernas behov av stora och säkra leveranser. Fritidsodling, inredningsbransch och presentmarknad efterfrågar frukt- och bärväxter, prydnadsväxter och snittblommor för olika målgrupper och situationer. Städer och andra urbana miljöer behöver växter med speciella egenskaper för att lösa dagvattenhantering, klimatfrågor med mera.

Smarta förpackningar

Vi behöver utveckla förpackningar och förpackningsmetoder för att möta marknadens behov, förbättra resurshushållningen och minska svinnet. Vi behöver också utveckla vårt sätt att använda förpackningar för profilering och för kommunikation med våra kundgrupper.





Fokusområde 3. Stark kunskapskedja: forskning – innovation – utbildning – rådgivning

Innovation och ständig, kunskapsdriven utveckling är en förutsättning för stark konkurrenskraft i den skånska trädgårdsnäringen. Utbildningar med god näringslivsanknytning baserade på aktuell forskning och erfarenhet bygger grunden. Rådgivningsföretagens kompetens och inriktning behöver utvecklas för olika målgrupper.

Mål

- Innovations- och utvecklingsverksamhet av hög kvalitet.
- Utbildningar av hög kvalitet med god näringslivsanknytning.
- En kunskapsbaserad utveckling och innovation inom rådgivningsområdet.

Innovations- och utvecklingsverksamhet

Skåne behöver innovations- och utvecklingsverksamhet av hög kvalitet och en god omvärldsbevakning. Rådgivningen ska ligga i utvecklingens framkant. Forskning, innovation, utbildning och rådgivning ska samspela med företag och organisationer inom trädgårdsbranschen. Fler mötestillfällen mellan olika aktörer ökar kontaktytorna och nätverken.

Bra och näringslivsanpassad utbildning

Utbildningar inom trädgårdsområdet ska hålla hög vetenskaplig kvalitet med god näringslivsanknytning. Studenternas näringslivsanknytning kan även öka genom projektarbeten och examensarbeten i samarbete med näringslivet. Sådana samarbeten ökar också företagens möjligheter att rekrytera personal. Behovet av utbildad arbetskraft är stort i branschen, inom olika inriktningar och på olika nivåer. Det är viktigt att alla inriktningars behov tillgodoses inom utbildningsväsendet.

Rådgivning med spets och bredd

Många trädgårdsföretag efterfrågar rådgivning även inom andra delar av företagandet än de odlingstekniska. Det gäller till exempel företagsledning, effektivisering av produktionsprocesser, ägarskifte, lagring, packning och livsmedelsföretagande.

Fokusområde 4. Efterfrågade tjänster

Efterfrågan på tjänster inom trädgårdsbranschen är stor. Det gäller till exempel inom skötsel, utbildning och utveckling av hälsofrämjande gröna miljöer. Det finns också en potential att utveckla kompletterande tjänster i produktionsföretagen. De kan leda till ökad kompetensnivå och ökade möjligheter att erbjuda helårsanställningar.

Mål

- Tjänstesektorn inom trädgårdsbranschen utvecklas.
- Fler hälsofrämjande gröna miljöer.
- Specialisering och diversifiering som leder till livskraftiga företag.

Fler tjänster i trädgårdsbranschen

Trädgårdsnäringen kan i högre utsträckning bli både leverantör av växtmaterial och tjänster för växtväggar, gröna tak och andra former av planteringar. Tjänster kan också utvecklas för att förbättra människors välbefinnande och hälsa med stöd av en grön miljö. Utveckling inom turismområdet är en intressant möjlighet. Ökad diversifiering i form av till exempel besöksverksamhet, trädgårdsturism och mathantverk är en annan.

Hälsofrämjande gröna miljöer

Det finns ett stort behov av att göra beslutsfattare på olika nivåer medvetna om såväl det samhällsekonomiska värdet som värdet på individnivå av gröna utomhusmiljöer. Plantskolenäringen bidrar genom leverans av växter, något som kan utvecklas genom grönare och ett ökat antal områden för fysisk och mental upplevelse och rekreation. Växterna bidrar också med ekosystemtjänster till nytta för människor och miljö. Även i inomhusmiljöer bidrar växter på motsvarande sätt till skönhet, upplevelser och god folkhälsa. Här finns utvecklingsmöjligheter i till exempel inglasade utrymmen.

Stadsodling

Det finns ett stort intresse för stadsodling, som också ökar allmänhetens intresse för trädgård. Detta innebär en växande marknad för rådgivningstjänster och utbildning. Stadsodling kan också förbättra miljön i städerna, skapa nya arbetstillfällen, förbättra integrationen och förse trädgårdsnäringen med arbetskraft och nya företagare.

Fokusområde 5.

Hållbara produktions-system

Trädgårdsnäringen kan på olika sätt bidra till en hållbar samhällsutveckling. För det behöver vi långsiktiga, miljövänliga och resurseffektiva lösningar för växtskydd, ogräsbekämpning och gödsling. Vi behöver även utveckla effektivare system för produktion, förädling och distribution av trädgårdsprodukter för att förbättra resurshushållningen och minska svinnet.

Mål

- Effektiva och hållbara produktionssystem.
- Långsiktiga lösningar för miljövänlig produktion.
- Förbättrad resurshushållning och minskat svinn.

Effektiva och hållbara produktionssystem

Vi behöver kunna producera i en mer hållbar cirkulär ekonomi, där resurser och energi används många gånger. Det behövs innovativa tekniska och biologiska lösningar för att hantera överskott och kretslopp. För att öka produktiviteten krävs satsningar inom ny teknik, logistik och förnybar energi. Exempelvis kan man använda överskottsenergi och restvärme. Något som förutsätter en ökad grad av specialisering inom delar av produktionen och ökad samverkan med industrin för att finna nya lösningar.

Miljövänlig produktion

Trädgårdsnäringen vill utveckla hållbara och ekologiska odlingsmetoder som säkrar en hög skörd av kvalitetsprodukter. Samtidigt behöver vi fortsätta att utveckla långsiktiga lösningar för växtskydd, ogräsbekämpning och gödsling, som är miljövänliga och resurseffektiva. Det behövs också en fortsatt växtförädling och utvärdering av nya och nygamla robusta sorter som ger produkter av hög kvalitet med god resistens och hållbarhet.

Minska svinnet

Det finns ett behov av att förbättra resurshushållningen och minska svinn i hela kedjan från odling till konsument för alla trädgårdsprodukter. Utvecklingen går mot allt högre yttre kvalitetskrav, vilket leder till onödigt stor fränsortering i alla led. För vissa kundgrupper är inte ens första sortering gott nog. Det är därför viktigt att utveckla kommunikationen mellan handel, producenter och konsumenter för att få en förståelse för lämpliga krav som förenar god kvalitet och resurshushållning. Genom samarbete mellan producenter, vidareförädlare och forskare behöver vi utveckla nya användningsområden och produkter för det som annars blir svinn.



Fokusområde 6.

Konkurrenskraftigt företagande

För att den skånska trädgårdsnäringen ska kunna öka produktionen och bli internationellt konkurrenskraftig krävs samverkan mellan producenter, rådgivare, forskare, utbildare och myndigheter. Det behövs också likvärdiga konkurrensvillkor gentemot omvärlden samt ökad tillgång till kvalificerade personer att anställa i företagen och som kan starta nya företag.

Mål

- Ökad konkurrenskraft och tillväxt genom förbättrade regler och villkor samt genom ökad kunskap om marknad och produktionsprocesser.
- Högre marknadsandelar genom ökad produktion och förlängd säsong.
- Nya marknader för skånska trädgårdsprodukter.

Marknadsanalys

Vi behöver samordna våra resurser för att få mer kunskap om olika marknader och målgrupper, både inom Sverige och på exportmarknaden. Det är viktigt att finna rätt målgrupper för att kunna producera och förpacka specialanpassade råvaror och växter av rätt kvalitet till olika marknadssegment. Det finns stora möjligheter att satsa på nischade produkter som marknaden vill ha, emballera smart och kommunicera de skånska mervärdena.

Utveckla produktionsprocesserna

Konkurrenskraften kan stärkas genom att utveckla produktionsprocesser, logistik, leveranser och servicegrad. Olika verktyg för att utveckla synsätt och arbetssätt som skapar värde för kunden, företaget och samhället kan vara intressanta i sammanhanget. Konkurrenskraften behöver också stärkas genom långsiktiga politiska spelregler och förbättringar inom regler och villkor.

Förläng säsongen

För att öka marknadsandelarna behöver produktionen öka och försäljningssäsongen förlängas. Det behövs mer satsningar på lagringsdugliga sorter och bättre lagringsteknik för att kunna förse marknaden med produkter under en längre tid på året. Säsongen kan också förlängas genom att odla fler normalt frilandsodlade produkter i tunnlar och växthus.

Öka exporten

Det finns skånska företag som exporterar trädgårdsprodukter, till exempel potatis, isbergssallat och örter, och det finns stort utrymme för ökad export. I takt med klimatförändringarna ökar behovet och möjligheterna till export till Syd-europa. Även inom plantskolenäringen finns stora möjligheter att lyfta fram unika spetsprodukter i en exportsatsning. För att vara framgångsrika på exportmarknaden behöver

företagen utveckla sin kompetens och produktionskapacitet. Det behövs också samarbeten med utländska producentorganisationer och andra aktörer i exportländerna.

Producera till offentlig sektor

Inom den offentliga sektorn finns en stor efterfrågan på närproducerade och ekologiska trädgårdsprodukter. Det finns dock olika hinder för producenter att leverera till den offentliga sektorn i form av upphandlingsregler och krav på stora och kontinuerliga leveranser. Därför behövs ökade insatser för att underlätta för svenska producenter och offentlig sektor att mötas i upphandlingen.

Kombinera med besöksnäring

Det finns ett stort intresse från konsumenthåll av att besöka trädgårdsföretag och få ökad kunskap om produkterna. Att skapa attraktiva besöksmål kan leda till ökade mervärden i produktionen, ökade kundkontakter och ökad lönsamhet.

Fokusområde 7.

Kommunikation och samverkan

Att utveckla kommunikationen mellan forskning, rådgivning, produktion och samhälle är av avgörande betydelse för att få en kunskapsbaserad utveckling inom skånsk trädgårdsnäring. Näringen behöver också kontaktytor och mötesplatser för att utveckla relationerna till professionella växtanvändare, handel, konsumenter och media.

Mål

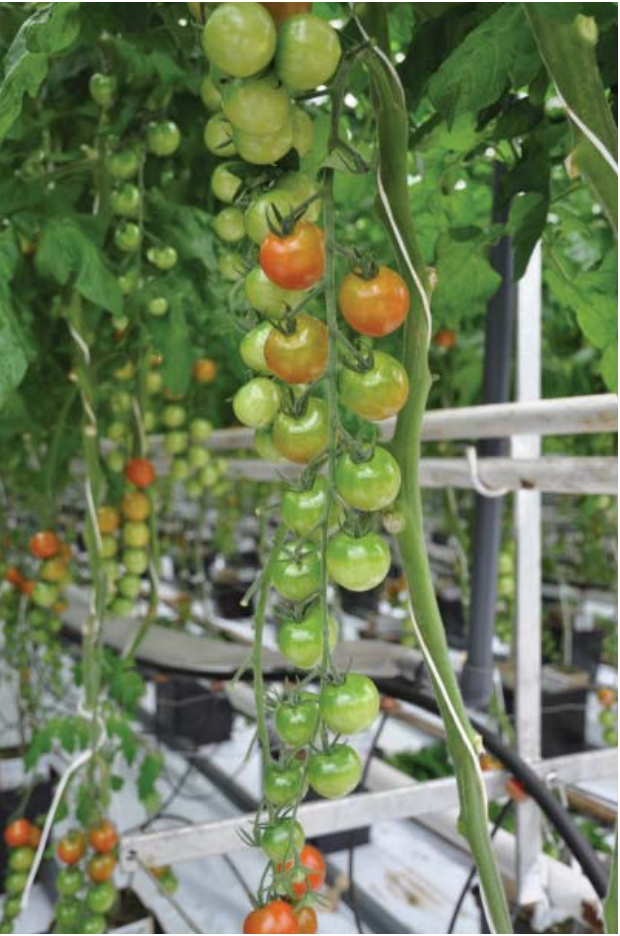
- Stärkta och utvecklade nätverk och samverkan för att skapa förutsättningar för tillväxt och utveckling.
- Förbättrad kommunikation inom trädgårdsnäringens kunskapskedja för att gynna en kunskapsbaserad utveckling.
- Förbättrad kommunikation med professionella växtanvändare, handel, konsumenter och media.

Förbättrad kommunikation och nätverk

Inom trädgårdsnäringen behöver nya forskningsresultat, erfarenheter och aktiviteter kommuniceras med producenter, rådgivare och forskare och med allmänheten. Här behövs även samordning av information för att öka effektiviteten. Starka nätverk är viktigt för att kommunikationen ska fungera effektivt. Olika mötesplatser i tid och rum behöver initieras och skapas utifrån olika målgruppers behov och intressen.

Kommunikation med kunder

En marknadsanpassad produktion kräver en kontinuerlig omvärldsbevakning och kommunikation med olika kundgrupper. Branschen behöver också utveckla metoderna för att skapa intresse för skånska trädgårdsprodukter.





Medverkande aktörer

Denna strategi har tagits fram av Tillväxt Trädgård med medel från Europeiska jordbruksfonden för landsbygdsutveckling via Länsstyrelsen i Skåne.

Som grund för strategin ligger Tillväxt Trädgårds strategi för trädgårdsnäringens utveckling, se www.tillvaxttradgard.se.

Strategin baseras på samråd och inspel från många intressenter, däribland branschföreträdare, producentföreningar, livsmedelsföretag, rådgivningsföretag, myndigheter och Sveriges lantbruksuniversitet.

Redaktörer:
BERIT HAGGREN, berit@haggren.eu
JOHAN ASCARD, joan.ascard@slu.se

Design & Produktion AGNETHA WENDEL Moster och Jag
Bild BERIT HAGGREN A & B Haggren
Tryck TMG Tabergs 2015



Europeiska jordbruksfonden för
landsbygdsutveckling: Europa
investerar i landsbygdsområden